

PROGRAMMA INTERREG ITALIA SVIZZERA V-A 2° AVVISO Asse 4

**AVVISO DI SELEZIONE per
SERVIZIO DI COMUNICAZIONE ESTERNA**

del PROGETTO WOMAN AT WORK

ID Progetto 1418951 Acronimo WAW,.

Il responsabile legale dell'ente Coop. LA CLESSIDRA S.C.S. con Sede Legale in Viale Abruzzi 80 – 20131 Milano (MI) Codice fiscale e Partita Iva: 04811250960

e

il responsabile legale dell'Ente Capofila Coop. IL SENTIERO S.C.S. con Sede Legale in Vicolo Stalletti 4 – 23807 Merate (LC) Codice fiscale e Partita Iva: 02021040130

Visto

- il BANDO <https://interreg-italiasvizzera.eu/> Programma di Cooperazione Interreg V-A Italia-Svizzera 2 avviso
- L'Ammissione a finanziamento del progetto WAW in data 4.06.2020 da parte del Comitato Direttivo del Programma
- il decreto n.7636 29.6.20 AdG Interreg di approvazione della graduatoria finale dei progetti del 2 avviso
- la CONVENZIONE firmata tra il beneficiario capofila Coop.IL SENTIERO Scs e il capofila svizzero G.LAB sagl
- la CONVENZIONE tra il CAPOFILA IL Sentiero e l'AdG Interreg italia-svizzera
- tutti gli atti e i documenti conseguenti
- Le linee guida per la presentazione e gestione dei progetti Interreg ITA-SVIZZERA
- la wp 2-comunicazione di WAW in all
- il piano di comunicazione di WAW in all
- la matrice impatti-output in all.

Informano:

di avviare una selezione comparativa/selettiva per l'OFFERTA DI SERVIZIO COMUNICAZIONE ESTERNA a corpo per la WP. 2 COMUNICAZIONE a favore del progetto WaW.

ART.1 OGGETTO DELLA PRESTAZIONE DI SERVIZIO

Verrà conferito un incarico di SERVIZIO (ex art.16 del Reg. CE 1080/2006) A CORPO per le attività di COMUNICAZIONE ESTERNA del progetto Interreg WAW così come elaborato nella WP2 per la durata intera del progetto (prevista in 24 mesi dal nov 2020 al nov. 2022).

Il progetto prevede la gestione operativa di attività di COMUNICAZIONE tradizionale e innovativa. Il piano di lavoro in WP2, con l'allegato Piano di Comunicazione comprende anche:

1- la collaborazione con il capofila, il Project Manager, il Communication Manager e il partner G-LAB per la Svizzera dove la comunicazione, fattore strategico per attuare il principio del partenariato, dovrà contribuire in modo proattivo alla visibilità e alla comprensione del messaggio del Progetto WaW- inclusione sociale delle donne in situazione di disagio e marginalità - e ad accrescere la notorietà e la visibilità al brand WaW;

2- una comunicazione realizzata prevalentemente all'"ESTERNO" della partnership (internamente provvede il Communication Manager);

Detta Comunicazione sarà parte integrante e trasversale dell'approccio progettuale orientato ai risultati tendendo a stimolare la partecipazione degli stakeholders dei territori.

3- La modalità operativa della comunicazione sarà:

- A. TRADIZIONALE (giornali, periodici, convegnoistica del territorio locale, regionale e nazionale italiano e svizzero) svolta in considerazione delle situazioni permesse dalle Autorità in materia di pandemia Covid-19
- B. INNOVATIVA (alimentazione delle pagine social che verranno attivate ad hoc, coordinamento delle attività con il sito web wawinterreg.org , utilizzo di altri strumenti di comunicazione considerati efficaci agli obiettivi progettuali

4- L'incarico a "CORPO" è omnicomprensivo di attività lavorative di servizi-consulenza e di prodotti virtuali e fisici già indicati nel Piano di comunicazione (e ripetuti nei 2 contratti di servizio che verranno stipulati con la Coop. La Clessidra e la Coop. Il Sentiero) .

Ai fini del rispetto degli obblighi di informazione e comunicazione previsti dal Programma e dai Regolamenti europei, il Servizio di Comunicazione dovrà collaborare con il Communication Manager di WaW ad alimentare anche la piattaforma comune che l'AdG ha realizzato sul sito del Programma rivolta a tutti i beneficiari.

attività operative previste:

Oltre a quanto declinato nella WP 2 di WaW e nel Piano di comunicazione :

1. redigere sintetici Report Intermedi al Project manager e Al Team Office (ogni 30 gg) ed il Report Finale dell'attività di COMUNICAZIONE, contenenti informazioni in merito ad attuazione e gestione del Progetto, lo stato di avanzamento e gli elementi di valore . Altresì collaborare con il Communication Manager alla stesura di detti report;
2. coordinarsi stabilmente con il PM e il Communication Manager di WaW per tutta l'operatività.
3. Collaborare nell'ambito del Team Office alla implementazione e gestione del Gantt di progetto, del sito web (già presidiato da G-Lab Ch) e delle campagne di comunicazione in genere.
4. partecipare e supportare le riunioni con i partner di progetto - quando richiesto -tenendo le relazioni di una corretta comunicazione interna
5. partecipare- quando richiesto- a riunioni di formazione-assistenza ai singoli partner di progetto anche ed eventualmente con visite presso le loro sedi. consulenza alla promozione del progetto e dei servizi/valori ad esso collegati, attraverso azioni mirate di diffusione notizie, immagini e contenuti forniti dai partner;
6. ripresa cartacea e on line (Media locali e nazionali) degli avvenimenti rilevanti del progetto nei territori con focus su argomenti di particolare interesse
7. speciali/inserti/ interviste sul progetto con partecipazione e ripresa della convegnoistica e ripresa dei macro e micro eventi del progetto
8. servizio alla pubblicazione di post per promozione di eventi correlati al progetto;
9. servizio alla promozione di altri servizi/eventi collegati direttamente alle tematiche di progetto;
10. servizio alla collaborazione del sito web wawinterreg.org e l'implementazione di azioni favorevoli all'incremento della visibilità del progetto nel web e sui motori di ricerca;
11. servizio all'implementazione di azioni favorevoli all'incremento del traffico sul sito internet ufficiale e sulle pagine social;
12. consulenza alla raccolta di dati sull'efficacia delle attività svolte e consulenza nella valutazione delle stesse;
13. In occasione di eventi di progetto o visite di studio può essere prevista una trasferta fuori regione (Lombardia) o fuori nazione in Svizzera;
14. partecipazione eventuale alle visite ispettive e di controllo dell'Interreg presso la sede del Capofila e dei partner quando richieste;
15. partecipazione (quando richiesto) alle riunioni del Comitato di Pilotaggio della partnership assumendone le indicazioni operative;
16. Le attività di comunicazione (i documenti e i prodotti) devono essere prodotte in Italiano ed eventualmente in inglese (se e quando indicato);

17. Le attività di servizio-consulenza prevederanno indicativamente un incontro bi-mensile (in seno al TEAM OFFICE), fermo restando che gli incontri potranno essere anticipati o posticipati a seconda delle attività progettuali in essere. La sede principale di svolgimento dell'attività di consulenza sarà quella del capofila e dei partner del territorio Interreg .
18. WP. 5 conclusione attività ivi previste e collaborazione trasversale in tutte le WP.
19. Contestualmente il Servizio di Comunicazione collaborerà alla/per la costruzione della RETE degli STAKEHOLDER :

- individuazione e coinvolgimento nel progetto così come già indicato nei doc. WaW
- loro partecipazione alle attività previste nelle WP
- loro collaborazione al raggiungimento degli obiettivi dell'inclusione.

In merito alle WP 4 e 5 che comprende anche Rete-Stakeholder-gruppi AMA in WaW è previsto un Responsabile in seno al TO.

Riguardo alle attività operative e logistiche sopra descritte **SI PRECISA che essendo frutto di una progettazione PRE-Covid-19, vi sarà, per ognuna di esse, una obbiettiva realistica valutazione delle situazioni ambientali logistiche che si presenteranno in base alle decisioni delle Autorità competenti, tra l'assegnatario del servizio in oggetto, il PM e il Capofila WaW.**

Si precisa altresì che la wp 2 e il relativo piano di comunicazione (strumenti e output progettuali) potranno essere oggetto di modifiche anche sostanziali che tengano conto della attuale situazione pandemica. in questa ottica eventuali proposte/input qualitative e innovative di rielaborazione del piano saranno attentamente considerate e valutate.

ART.2 NATURA E DURATA DEL CONTRATTO

l'incarico di prestazione di servizio (vd. Linee Guida 11.3.3.) per il suddetto progetto WaW è stabilita dalla data dell'incarico fino alla conclusione del progetto previsto per il novembre 2022 e per non oltre ulteriori 90 gg. (per la chiusura anche contabile-amministrativa delle attività in essere). Il soggetto terzo fornitore del presente servizio in oggetto è **OBBLIGATORIAMENTE IMPEGNATO** a fornire ai controllori-monitori di WAW e dell'AdG interreg tutte le informazioni necessarie, qualora richieste, relative all'attività svolta per conto del partner del progetto.

ART.3 VALORE ECONOMICO

L'importo a budget per l'intero progetto, per il periodo previsto, è di €. 57.839,38+ IVA di cui fatturati a:

LA CLESSIDRA S.C.S. €42.161,38 + IVA

e

IL SENTIERO S.C.S. €15.678,00 + IVA

così come da budget dei due partner riportati a seguire:

Consulenze e servizi esterni - LA CLESSIDRA						
WP	Attività	Oggetto	Unità	Quantità	Costo unitario (in EUR)	Costo totale (in Eur)
2	2	eventi e interviste partnership e rete stakeholder ita ch su stampa	numero	1	€ 22.000,00	€ 22.000,00
2	2	servizio di promozione EVENTI x tutta la partnership	numero	1	€ 5.000,00	€ 5.000,00
5	1	organizzazione 2 eventi FINALI ita e ch comprensivo di stampa	numero	1	€ 5.000,00	€ 5.000,00
2	2	produzione video eventi e gestione canale youtube	numero	24	€ 250,00	€ 6.000,00
2	2	eventi per diffusione dati ricerca su fragili e workers	numero	1	€ 4.161,38	€ 4.161,38
Totale						€ 42.161,38

Consulenze e servizi esterni – IL SENTIERO						
WP	Attività	Oggetto	Unità	Quantità	Costo unitario (in EUR)	Costo totale (in Eur)
2	2	comunicatore per campagne FB e SOCIAL	numero	24	€ 500,00	€ 12.000,00
5	1	organizzazione per eventi compreso il finale	numero	1	€ 3.678,00	€ 3.678,00
Totale						€ 15.678,00

NB: Gli importi verranno considerati dalla data dell'incarico (€ . 57.839,38 : n mensilità) alla fine del progetto e fatturati mensilmente o come da accordi con le 2 Cooperative.

Le giornate uomo previste forfettariamente saranno non meno di 500 giorni uomo da riportarsi nei report mensili.

Mensilmente l'impresa produrrà fattura con allegato sintetico report delle attività svolte. La corresponsione economica avverrà secondo le modalità già previste in uso nelle 2 Cooperative.

l'attività sarà oggetto di verifica secondo i seguenti 3 step di progetto:

- a- giugno 2021
- b- novembre 2021
- c-giugno 2022
- d-relazione finale (già citata)

ART.4 CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE E REQUISITI DI AMMISSIBILITA'

Possono partecipare al presente avviso tutti coloro che alla data della pubblicazione dell'avviso abbiamo i seguenti requisiti dimostrabili con Visura Camerale aggiornata da cui si evinca:

1. impresa specializzata nella comunicazione
2. operatività di almeno tre anni
3. attività e/o sede operativa identificabile nel territorio Interreg Italia-Svizzera e limitrofi.

ART.5 MODALITA' DI SELEZIONE

La selezione viene effettuata da una Commissione esaminatrice congiunta costituita ad hoc da rappresentanti della Coop. LA CLESSIDRA e della Coop. IL SENTIERO SOC.COOP.SOCIALE nella misura di 2 rappresentanti LA CLESSIDRA e 1 rappresentante IL SENTIERO. La seduta di selezione sarà indetta dalla Coop. LA CLESSIDRA che si avvarrà anche del supporto tecnico del Team Office WaW, per la selezione delle candidature. La selezione avverrà nel rispetto delle pari opportunità tra uomini e donne per l'accesso al lavoro ai sensi della L.n°125 del 10/04/1991 e in considerazione delle "procedure concorrenziali e trasparenti che garantiscano il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento e proporzionalità documentabili in sede di controllo" vd. Linee Guida.

La Commissione accerta preliminarmente l'ammissibilità delle candidature nei seguenti termini:

- a-rispetto dei termini di ricezione della domanda di partecipazione
- b- requisiti (art. 4)
- c-completezza della documentazione inviata

Potrebbe essere richiesto un ulteriore colloquio di valutazione.

ART.6 CRITERI DI VALUTAZIONE

L'aggiudicazione avverrà in base al punteggio conseguito dell'analisi delle proposte inviate (e da eventuale colloquio) sulla base dei criteri e pesi di seguito riportati con un complessivo massimo di 100 punti, così suddivisi:

A-Portfolio con raccolta significativa dei lavori/ case histories e autorevolezza -notorietà riconosciuta del brand.....fino a punti 20

B -profilo/qualità delle risorse uomo messe a disposizione del progetto.....fino a punti 20

C-esperienze-competenze maturate attinenti alle problematiche-obiettivi del progetto WaWfino a punti 40

D- specifiche relazioni transnazionali Italia-Svizzera Canton Ticino (Istituzioni, Stakeholder ecc..) capitalizzate ed eventualmente disponibili per il progetto..... fino a punti 20

ART:7 CAUSE DI ESCLUSIONE

Comporta l'esclusione dalla selezione: - la mancanza dei requisiti di ammissibilità all'art. 4

ART. 8 FORMAZIONE DELLA GRADUATORIA DI MERITO – NOMINA DEL VINCITORE

Al termine della fase di selezione la Commissione forma la graduatoria finale di merito sulla base della votazione complessiva conseguita da ciascuna proposta, risultante dalla somma del punteggio dei criteri di valutazione.

La graduatoria resterà valida a partire dalla data di adozione dell'atto di approvazione della stessa fino alla fine del progetto prevista per il 4.11.2022 e potrà essere usata per eventuali ulteriori analoghe esigenze che si rendessero necessarie anche coinvolgendo altri partner WaW per attività coordinate di comunicazione. Tali partner WaW Italiani e Svizzeri che volessero utilizzare il processo di selezione e le risultanze della selezione (*"..ricerche di mercato effettuate, richieste di preventivi da minimo di 3 o superiori in considerazione dell'oggetto e dell'importo della spesa.."* L.G.), comparazione tra CV nel caso di consulenze rese da esperti potranno fare per la loro selezione in merito alle attività di Comunicazione in accordo con il PM e il CM di cui i responsabili Legali delle 2 coop., attualmente intestatarie della selezione, già danno assenso. L'impresa prescelta riceverà una comunicazione relativa all'esito della selezione ed alla convocazione per la stipula del contratto di servizio entro 5 giorni della selezioni.

ART.9 DISPOSIZIONI GENERALI

Per quanto non previsto dal presente avviso si fa espresso riferimento alla normativa comunitaria, nazionale e alle Linee Guida Interreg Italia-Svizzera V-A;

La Coop. LA CLESSIDRA e IL SENTIERO si riservano la facoltà di procedere alla presente procedura di selezione anche in caso di una sola candidatura valida dei requisiti previsti nei precedenti articoli.

Si riservano, altresì, in qualsiasi momento, a proprio insindacabile giudizio, la facoltà di prorogare o riaprire i termini, modificare, sospendere, annullare o revocare, in tutto o in parte, la presente procedura di selezione, senza obbligo di comunicarne i motivi e senza che i concorrenti possano, per questo, vantare dei diritti.

ART.10 TRATTAMENTO DATI PERSONALI

I dati forniti verranno trattati ai sensi del D.Lgs n°196/2003 e s.m.i. esclusivamente per le finalità connesse all'espletamento delle procedure relative al presente avviso.

ART.11 PUBBLICITA'

Il presente avviso sarà pubblicato sul sito di Progetto WaW.org e/o su social web per un periodo di 10 giorni consecutivi. L'esito della valutazione della Commissione sarà comunicato agli interessati entro 5 giorni massimo dalla adozione della decisione di approvazione della graduatoria.

Nel caso di assenza di candidature idonee si procederà alla indizione di nuova procedura selettiva anche prorogando i termini della selezione.

La pubblicazione del presente avviso, la partecipazione alla procedura e la formazione della graduatoria non comportano per la Coop.LA CLESSIDRA e IL SENTIERO alcun obbligo di procedere alla stipula del contratto, né per i partecipanti alla selezione, alcun diritto a qualsivoglia prestazione da parte delle due Cooperative.

Per partecipare INVIARE la propria candidatura a mezzo e-mail a:

segreteria@laclassidra.org indicando in oggetto "candidatura per **SERVIZIO DI COMUNICAZIONE ESTERNA – Progetto WaW**

Le candidature dovranno pervenire ENTRO E NON OLTRE IL 27 FEBBRAIO 2021

Per informazioni generali:

<https://interreg-italiasvizzera.eu/>

<http://www.wawinterreg.org/>

<http://www.snodi.net>

Castellanza, 17 febbraio 2021

Il Responsabile Legale Coop.LA CLESSIDRA

dr. Luigi Campagner



Il Responsabile Legale Coop.IL SENTIERO

dr. Carlo Arrigone





ALL:

- 1- WP 2 WaW;
- 2- Piano di Comunicazione WaW;
- 3-Matrice target- impatti;
- 4-estratto Linee Guida

NB: dall'all. Piano di Comunicazione vanno emendate le attività di Comunicazione Interna già in capo al Communication Manager.

ESTRATTO DAL PROGETTO:

D.1 Piano di lavoro del Work Packages -

Dati del Work Package

WP2 Comunicazione

GLAB CH e Clessidra ITA eseguono un elaborato piano di comunicazione (vd. allegato) che definisce le attività di quella 1) INTERNA che, rivolta a partner, personale di progetto, target: a) informa sugli obiettivi di WAW; b) accresce il senso di appartenenza ad esso; c) informa sulle responsabilità e sulle mansioni degli operatori coinvolti attraverso l'organigramma interno, report e newsletter periodici, social media, veicola i messaggi caratterizzanti le azioni progettuali; 2) ESTERNA che, agendo in una logica proattiva (andando ai target, famiglie e comunità di riferimento, sociale, istituzioni e stakeholder), evidenzierà come nel tessuto sociale i problemi siano latenti e necessitino di ipotesi risolutive. In concreto la comunicazione di WAW ideerà e concretizzerà una fusione attraverso un software di GLAB capace di interagire coi siti web e i social media. Tutto questo consentirà ai partner di coinvolgere e seguire il soggetto fragile "in uscita" dentro la rete sociale per sostenerlo anche a distanza. La comunicazione interna e quella esterna veicoleranno – oltre a dati, informazioni, eventi, ricerche – anche due concezioni all'origine dell'impostazione generale del progetto: a) il lavoro che non si esaurisce nella sola occupazione; b) il soggetto è in partenza dotato di risorse per uscire dal disagio. Il PIANO DI COMUNICAZIONE presenta: a) un approccio orientato alla soluzione dei problemi del DISAGIO che la comunicazione può contribuire a risolvere: sono rese note tanto le situazioni di rischio quanto l'offerta dei servizi del progetto come risposta risolutiva al bisogno di INCLUSIONE- integrazione, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione destinate ai TARGET DELLE PROVINCE di VA, CO, LC, MB NO, MI, e Canton Ticino, agli stakeholder intesi come moltiplicatori delle informazioni, alla popolazione intera che si stima in oltre 1.8 mil. di

Descrizione del WP (rimodulazione)

persone per gli impatti più "vasti"; b) una descrizione dei materiali disponibili in formati accessibili alle persone fragili; c) le risorse umane (esterne ed interne) che saranno responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione; d) le modalità per le misure di informazione e comunicazione, compreso

il SITO WEB; e) l'indicazione di come le misure di informazione e comunicazione saranno valutate in termini di visibilità del messaggio, delle azioni operative, degli eventi; f) un aggiornamento semestrale che

riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nel segmento successivo. DESTINATARI

A. INTERNI: I) 60 persone del personale interno

dei 9 partner per creare coesione, collaborare alla mission del progetto, motivazione; II) donne trattate direttamente nella WP 4 per renderli parte attiva e non passiva delle azioni: 80 (loro familiari: almeno 150).

B. ESTERNI - beneficiari potenziali ed effettivi: 2000 donne intercettate direttamente dai servizi – popolazioni locali in rapporto coi target: 30.000 (categorie a rischio di esclusione discriminazione, loro famiglie, persone attive nel volontariato) – Stakeholder come moltiplicatori delle informazioni: operatori delle imprese sociali e delle associazioni del terzo settore: 30 (a partire dai 22 con cui ci sono relazioni) - Gruppi target specifici selezionati (Università, Scuole, Enti di formazione, oratori, centri diversi) - Mass media tradizionali e digitali - Opinion leader (blogger, giornalisti, ricercatori e accademici) - Famiglie e comunità che beneficeranno di una maggior offerta di servizi a sostegno della conciliazione delle responsabilità di vita e lavoro.

GLAB CH e Clessidra ITA eseguono un elaborato piano di comunicazione (vd. allegato) che definisce le attività di quella 1) INTERNA che, rivolta a partner, personale di progetto, target: a) informa sugli obiettivi di WAW; b) accresce il senso di appartenenza ad esso; c) informa sulle responsabilità e sulle mansioni degli operatori coinvolti attraverso l'organigramma interno, report e newsletter periodici, social media, veicola i messaggi caratterizzanti le azioni progettuali; 2) ESTERNA che, agendo in una logica proattiva (andando ai target, famiglie e comunità di riferimento, sociale, istituzioni e stakeholder), evidenzierà come nel tessuto sociale i problemi siano latenti e necessitino di ipotesi risolutive. In concreto la comunicazione di WAW ideerà e concretizzerà una fusione attraverso un software di GLAB capace di interagire coi siti web e i social media. Tutto questo consentirà ai partner di coinvolgere e seguire il soggetto fragile "in uscita" dentro la rete sociale per sostenerlo anche a distanza. La comunicazione interna e quella esterna veicheranno – oltre a dati, informazioni, eventi, ricerche – anche due concezioni all'origine dell'impostazione generale del progetto: a) il lavoro che non si esaurisce nella sola occupazione; b) il soggetto è in partenza dotato di risorse per uscire dal disagio. Il PIANO DI COMUNICAZIONE presenta: a) un approccio orientato alla soluzione dei problemi del DISAGIO che la comunicazione può contribuire a risolvere: sono rese note tanto le situazioni di rischio quanto l'offerta dei servizi del progetto come risposta risolutiva al bisogno di INCLUSIONE- integrazione, comprendente le principali misure di informazione e comunicazione destinate ai TARGET DELLE PROVINCE di VA, CO, LC, MB NO, MI, e Canton Ticino, agli stakeholder intesi come moltiplicatori delle informazioni, alla popolazione intera che si stima in oltre 1.8 mil. di persone per gli impatti più "vasti"; b) una descrizione dei materiali disponibili in formati accessibili alle persone fragili; c) le risorse umane (esterne ed interne) che saranno responsabili dell'attuazione delle misure di informazione e comunicazione; d) le modalità per le misure di informazione e comunicazione, compreso

il SITO WEB; e) l'indicazione di come le misure di informazione e comunicazione saranno valutate in termini di visibilità del messaggio, delle azioni operative, degli eventi; f) un aggiornamento semestrale che

riporti le attività di informazione e comunicazione da svolgere nel segmento successivo. DESTINATARI

A. INTERNI: I) 60 persone del personale interno

dei 9 partner per creare coesione, collaborare alla mission del progetto, motivazione; II) donne trattate direttamente nella WP 4 per renderli parte attiva e non passiva delle azioni: 80 (loro familiari: almeno 150).

B. ESTERNI - beneficiari potenziali ed effettivi: 2000 donne intercettate direttamente dai servizi – popolazioni locali in rapporto coi target: 30.000 (categorie a rischio di esclusione discriminazione, loro famiglie, persone attive nel volontariato) – Stakeholder come moltiplicatori delle informazioni: operatori delle imprese sociali e delle associazioni del terzo settore: 30 (a partire dai 22 con cui ci sono relazioni) - Gruppi target specifici selezionati (Università, Scuole, Enti di formazione, oratori, centri diversi) - Mass media tradizionali e digitali - Opinion leader (blogger, giornalisti, ricercatori e accademici) - Famiglie e comunità che beneficeranno di una maggior offerta di servizi a sostegno della conciliazione delle responsabilità di vita e lavoro.

Mese di inizio (rimodulazione) Ottobre Anno di inizio (rimodulazione) 2020 Mese di fine (rimodulazione) Ottobre Anno di fine (rimodulazione) 2022

Conferma Work Package

Attività del Work Package

Attività del Work Package - 1 Descrizione delle attività realizzate (adesione)

Numero

Titolo dell'attività (adesione) Mese di inizio (adesione) Anno di inizio (adesione) Mese di fine (adesione)
Anno di fine (adesione) Descrizione (adesione)

A2.1

Comunicazione interna

Attraverso principalmente, NEWSLETTER, SITO ISTITUZIONALE, SOCIAL MEDIA E REPORT, sarà in grado di offrire agli operatori dei partner e ai target presi da loro in carico un identico livello di informazione per tutto il progetto e in conformità al PIANO ELABORATO. Lo scopo è raggiungere tutti i soggetti direttamente coinvolti sui due versanti, veicolando, assieme all'informazione sull'organigramma e le responsabilità dei singoli partner, e a quella puntuale sulle attività di progetto anche attraverso i REPORT di aggiornamento, il senso di appartenenza a WAW, la condivisione degli obiettivi di inclusione e i criteri di azione seguiti da tutte le WP, in particolare 3 e 4.

Descrizione delle attività realizzate (rimodulazione)

Titolo dell'attività (rimodulazione) Mese di inizio (rimodulazione) Anno di inizio (rimodulazione) Mese di fine (rimodulazione) Anno di fine (rimodulazione) Descrizione (rimodulazione)

Comunicazione interna Ottobre

2020

Ottobre

2022

Attraverso principalmente, NEWSLETTER, SITO ISTITUZIONALE, SOCIAL MEDIA E REPORT, sarà in grado di offrire agli operatori dei partner e ai target presi da loro in carico un identico livello di informazione per tutto il progetto e in conformità al PIANO ELABORATO. Lo scopo è raggiungere tutti i soggetti direttamente coinvolti sui due versanti, veicolando, assieme all'informazione sull'organigramma e le responsabilità dei singoli partner, e a quella puntuale sulle attività di progetto anche attraverso i REPORT di aggiornamento, il senso di appartenenza a WAW, la condivisione degli

obiettivi di inclusione e i criteri di azione seguiti da tutte le WP, in particolare 3 e 4.

Attività del Work Package - 2 Descrizione delle attività realizzate (adesione)

Numero

Titolo dell'attività (adesione) Mese di inizio (adesione) Anno di inizio (adesione) Mese di fine (adesione)
Anno di fine (adesione) Descrizione (adesione)

A2.2

Comunicazione esterna

In base al PIANO la comunicazione ESTERNA promuove le attività di progetto sui 2 versanti col SITO WEB e i SOCIAL MEDIA per mezzo del software messo a disposizione da GLAB, così da raggiungere i target stimolandone il coinvolgimento e aggiungendosi al fenomeno del passa-parola. I SOCIAL MEDIA collegati al SITO individueranno altri siti e media interessati ai target costituendo uno strumento per dialogare con: target, loro nuclei familiari, operatori dei partner, istituzioni e stakeholder privati e pubblici. A tali attività si affiancano una NEWSLETTER periodica, eventi pubblici di promozione e diffusione intermedia e finale dei risultati. L'azione aiuterà anche il coinvolgimento dei target coi gruppi AMA intercettati come stakeholder.

Descrizione delle attività realizzate (rimodulazione)

Titolo dell'attività (rimodulazione) Mese di inizio (rimodulazione) Anno di inizio (rimodulazione) Mese di fine (rimodulazione) Anno di fine (rimodulazione) Descrizione (rimodulazione)

Comunicazione esterna

In base al PIANO la comunicazione ESTERNA promuove le attività di progetto sui 2 versanti col SITO WEB e i SOCIAL MEDIA per mezzo del software messo a disposizione da GLAB, così da raggiungere i target stimolandone il coinvolgimento e aggiungendosi al fenomeno del passa-parola. I SOCIAL MEDIA collegati al SITO individueranno altri siti e media interessati ai target costituendo uno strumento per dialogare con: target, loro nuclei familiari, operatori dei partner,

istituzioni e stakeholder privati e pubblici. A tali attività si affiancano una NEWSLETTER periodica, eventi pubblici di promozione e diffusione intermedia e finale dei risultati. L'azione aiuterà anche il coinvolgimento dei target coi gruppi AMA intercettati come stakeholder.

-Matrice target- impatti;

n. impatti	n. WP	attività	partner ITA e CH	target coinvolti	eventuali insuccessi	prodotti
1	3	3.1 ricerca su target	IRS Glab S.Croce Filos anche altri?	donne e loro dati dai partner	no	ricerca che contiene indicazioni su azione e
2	3	3.2 ricerca su operatori	UC Glab Filos S. Croce	20 social worker: dei partner o altri?	no (chi non si coinvolge è sostituito da altri)	interviste, meeting, focus group coi sociali; due eventi di pr.
3	4	4.1 Lab Job	Emmaus, Filos, Sentiero, Clessidra, S.Croce	50 donne: 10 in Cant. Ticino; 10 VA; 15 LC; 15 NO	rifiuto o abbandono di 13 donne	4 laboratori: 1.cucina(VA, LC), 2.sartori vizi alla persona (VA, LC); 1 line
4	4	4.2 "I" Job -Lavoro su di me	Sentiero, Clessidra, Glab, S. Croce	30 donne: 6 Cant. Ticino.; 10 VA; 14 LC	rifiuto o abbandono di 8 donne	lab. Individuali o microgruppi su abilità a second
5	4	4.3 family job	Sentiero, S.Croce	20 familiari dei target: 14 LC, 6 Cant. Ticino	rifiuto o abbandono di 5 familiari	incontri, colloqui, r
6	4	4.4 APP LAB	Sentiero, Clessidra, S.Croce, Glab	30 target; 12 Cant. Ticino, 10 LC; 8 VA	rifiuto o abbandono di 8 donne	sviluppo e sperimentazioni
	4	4.5 Avviamento Job	Filos, Comune Monza, S.Croce, Sentiero, Clessidra, Emmaus	60 target: 7 CH, 18 NO, 20 LC; 15 VA; MB?? 20 operatori: 2 CH, 4 NO, 8 LC, 6 VA, MB??	15 donne	focus group per target
	4	4.6 Rete stakeholder-AMA	tutti	9 partner; 10 stakeholder; 4 gruppi AMA	Rifiuto o abbandono 2 partner; 2 stakeholder; 1 gruppo	coinvolti eo costituiti
	5	5.1 conclusione	tutti	9 partner	rifiuto 2 partner	...eventi di diffusione dei risultati; acc dee gru
	5	5.2 sostenibilità	tutti	9 partner	rifiuto 2 partner	a)80 soggetti con cap b) 1 rete consolidata di partne, stake sionale per 20 operatori; d) 2 ricerc prodotti capaci di dare indicazioni a sociali; e) 2/4laboratori i

ESTRATTO DA LINEE GUIDA INTERREG:

" ...

- **11.3.3. Affidamenti effettuati dai beneficiari privati**
I soggetti privati, non qualificabili come organismi di diritto pubblico ai sensi del D. Lgs. n. 50/2016, nell'esternalizzare le proprie attività hanno l'obbligo di adottare procedure concorrenziali e trasparenti che garantiscano il rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento e proporzionalità documentabili in sede di controllo. Al fine di assicurare il rispetto di tali disposizioni i partner dovranno presentare, a titolo esemplificativo, ricerche di mercato effettuate, richieste di preventivi (da minimo di 3 o superiori in considerazione dell'oggetto e dell'importo della spesa), comparazione tra CV nel caso di consulenze rese da esperti singoli ma

- **D.07 – Linee Guida per la presentazione e gestione dei progetti 82**

non sono tenuti a compilare le Checklist appalti di autocontrollo definite dal Programma ed allegate al presente manuale (cui sono invece tenuti i soggetti pubblici e gli organismi di diritto pubblico).

11.3.4. Assenza di conflitto di interessi

Tutti i beneficiari, a prescindere dalla loro natura giuridica (pubblica o privata) devono rispettare le seguenti regole generali:

- non è possibile affidare lo svolgimento delle attività progettuali a soggetti partner inclusi nella compagine partenariale;
- fatta eccezione per i casi di in house providing disciplinati dall'ordinamento, non è possibile affidare lo svolgimento delle attività progettuali a società che abbiano, nei confronti del beneficiario, rapporti di controllo o collegamento (così come definito ai sensi dell'art. 2359 del Codice Civile) o che abbiano in comune titolari, soci o amministratori;
- non è possibile affidare lo svolgimento delle attività progettuali a società i cui titolari, soci, amministratori siano legati a titolari, soci, amministratori del beneficiario da legami parentali fino al 3° grado e da vincoli di affinità (così come definiti dagli artt. 74-78 del Codice Civile)
- non è possibile affidare lo svolgimento di attività progettuali alla persona del titolare, dei soci o amministratori del beneficiario ovvero a loro parenti o affini fino al 3° grado. Tale divieto non si applica ai soci di associazioni, cooperative sociali e altre ONLUS, riconosciute o non, purché sia documentabile:
 - i. l'avvenuto svolgimento di apposita selezione;
 - ii. la delibera dell'Assemblea dei soci che motivi le ragioni dell'affidamento e definisca chiaramente gli estremi dell'incarico (durata, attività, compenso e modalità di pagamento);
 - iii. il CV del socio incaricato da cui si evinca l'attinenza e la competenza rispetto alle attività oggetto dell'affidamento.

- E' vietato affidare incarichi a soggetti coinvolti nelle attività di valutazione e controllo del progetto. In sede di rendicontazione, per ciascun contratto con terzi fornitori sarà necessario produrre una dichiarazione sostitutiva ai sensi dell'art. 47, D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445, in cui si attesta che l'affidamento è stato effettuato nel rispetto delle disposizioni di Programma in materia di conflitto di interessi. La veridicità delle autodichiarazioni sarà oggetto di controllo a campione.
- I soggetti privati, conformemente a quanto indicato nel paragrafo 11.3.3, in occasione della rendicontazione di tali spese dovranno allegare la documentazione comprovante la procedura di scelta dei contraenti.

D.07 – Linee Guida per la presentazione e gestione dei progetti 93

Il contratto stipulato tra il beneficiario e il soggetto terzo dovrà specificare l'oggetto della prestazione, il contenuto, la modalità di esecuzione e dovrà essere articolato per il valore delle singole prestazioni di servizio. Dovrà altresì includere una clausola che impegni il soggetto terzo a fornire ai controllori tutte le informazioni necessarie, qualora richieste, relative all'attività svolta per conto del partner del progetto.

Gli organismi che, per loro missione aziendale svolgono attività di carattere esecutivo o di supporto/assistenza non possono essere coinvolti come partner di progetto e svolgere, all'interno del medesimo, esclusivamente tali funzioni. Tali soggetti potranno invece essere selezionati come prestatori di servizio in fase di attuazione nel rispetto della normativa vigente sugli appalti come sopra descritto.

Questo aspetto verrà attentamente valutato in sede di istruttoria dei progetti e potrà determinare anche l'esclusione dei partner per i quali si verifichi di fatto la natura di prestatori di servizio.

I prestatori di servizi che sono stati selezionati per le attività di assistenza tecnica nell'ambito del Work Package 1 – Gestione e coordinamento del progetto potranno partecipare anche alle procedure di evidenza pubblica indette sul progetto a condizione che la scelta del contraente sia debitamente motivata nel rispetto delle regole di trasparenza e di concorrenza precisate nel paragrafo 11.3 ed escluda qualsiasi fattispecie di conflitto di interesse.

Le spese si limitano ai servizi e alle consulenze seguenti:

- a) studi o indagini (ad esempio, valutazioni, strategie, note sintetiche, schemi di progettazione, manuali);
- b) formazione;
- c) traduzioni;
- d) sistemi informatici e creazione, modifiche e aggiornamenti di siti web;
- e) attività di promozione, comunicazione, pubblicità o informazione collegate a un'operazione;
- f) gestione finanziaria e rendicontazione delle spese;
- g) servizi correlati all'organizzazione e attuazione di eventi o riunioni (compresi canoni di locazione, servizi di catering o di interpretazione);

- h) partecipazione a eventi (ad esempio, quote di iscrizione) limitatamente agli eventi in cui i partecipanti svolgano un ruolo attivo in quanto strettamente connesso allo sviluppo o alla promozione del progetto;
- i) servizi di consulenza legale e servizi notarili, consulenza tecnica e finanziaria, altri servizi di consulenza e contabili;
- j) spese relative a perizie tecniche o finanziarie
- k) diritti di proprietà intellettuale;

D.07 – Linee Guida per la presentazione e gestione dei progetti 94

l) garanzie fornite da una banca o da un altro istituto finanziario, ove prescritte dalla normativa nazionale o dell'Unione o da un documento di Programmazione adottato dal comitato di sorveglianza;

- m) spese di viaggio e soggiorno di esperti, relatori, presidenti di riunione e prestatori di servizi esterni, qualora espressamente previsto dal contratto;
- n) altre consulenze e servizi specifici necessari per le operazioni.

Le spese per il servizio di catering in occasione di manifestazioni o eventi sono ammissibili, per esigenze di semplificazione e qualora ciò non dia luogo ad un aumento dei costi rispetto alla rendicontazione delle spese individuali sostenute da ciascun partecipante.

Per quanto riguarda i siti web, sono ammissibili i costi per l'acquisto di hosting e dominio, il template, il plugin, la progettazione grafica e la gestione qualora i siti medesimi siano finalizzati alle attività di promozione, di valorizzazione, di formazione, di marketing e/o di e-commerce. Sono altresì ammissibili le piattaforme dati specifiche realizzate per il raggiungimento di uno o più risultati del progetto.

L'Autorità di gestione metterà a disposizione una piattaforma web realizzata nell'ambito del sito <https://www.interreg-italiasvizzera.eu>, e comprendente minisiti dedicati ai Progetti dove ciascun capofila provvederà a caricare informazioni, immagini, tabelle, news e quant'altro sia utile a documentare l'attività in corso e i prodotti realizzati.

Tenuto conto dei tempi di attivazione della piattaforma, per i soli progetti del secondo Avviso non saranno riconosciuti i costi di siti web che si limitano a comunicare le attività e i risultati del progetto.

Si ricorda che per i siti web considerati output del progetto vige l'obbligo del mantenimento e aggiornamento dello stesso per almeno di 5 anni (3 per le PMI) dopo la conclusione del progetto, pena la revoca del contributo concesso.

Per maggiori dettagli sulla realizzazione di Siti Web si rimanda alle Linee Guida per l'Informazione e la Comunicazione.

AZIONE	OUTPUT	OGGETTIVO	INDICATORI DI REALIZZAZIONE	INDICATORI TARGET	INDICATORE RISULTATO	STRUMENTO DI MISURAZIONE	
ATTIVITÀ SPECIFICHE PER L'AVVIO DELLA PROGRAMMAZIONE	Sito web	Divulgazione esaustiva del progetto, per tutti gli attori coinvolti (interni ed esterni)	Messa online e mantenimento	n. 1	pagine visitate utenti unici e di ritorno tempo di permanenza download accessi area riservata origine traffico	Google Analytics Google Analytics Google Analytics Counter interno Counter interno Google Analytics	
	Evento lancio/kick off conference 50 persone DESTINATARI TARGET	Presentazione ufficiale a stampa a stakeholder	Realizzazione evento	n. 1	redemption media e affluenza	Rassegna stampa	
	Allestimento evento	Gestione degli spazi	Realizzazione evento	n. 1	redemption media e affluenza	Rassegna stampa	
	Press kit	Divulgazione dell'informazione	realizzazione del press kit	250			
	Newsletter come Comunicazione interna e divulgata al pubblico	Presentazione e aggiornamento dello sviluppo del progetto	frequenza di invio	Bimestrale	iscritti 1200 e avvenuta lettura	Piattaforma NL (Mailchimp - MailUp)	
	Social media-FACEBOOK	Engagement e awareness del progetto. Erogazione di informazioni. Facebook.	profili/account post pubblicati/contenuti gestione eventi	n.1 n. 2 a settimana 1 per evento	fan base (community) condivisioni/interazioni condivisioni/interazioni	Analytics social Analytics social Analytics social	
	Video	Engagement e divulgazione	pubblicazione eventi	12 eventi in 24 m su micro	visualizzazioni	YouTube Analytics	
	Gestione canale YouTube	Engagement e divulgazione	presentazione video	12 eventi in 24 m REPLICATI dai video	visualizzazioni	YouTube Analytics	
	COMUNICAZIONE INTERNA	Linee guida Interreg per la comunicazione condivise	Condivisione delle best practice, mission e modalità	e-mail del pdf	n. 1	uniformità	Report bimestrali
		Newsletter interne	Aggiornamento dello sviluppo del progetto	frequenza di invio	Bimestrale	avvenuta lettura	Piattaforma NL (Mailchimp - MailUp)
CAMPAGNE per COMUNICAZIONE ESTERNA (ONLINE e OFFLINE)	Advertising online	Campagna Facebook e Google (search e display).	3 campagne social	n. 3 (fasi del progetto)	reach 300.000 cittadini social	AdWords e Facebook insight	
	Advertising offline	Campagne, stampa, affissioni e materiali in luoghi pubblici	3 campagne stampa	n. 3 (fasi del progetto)	accessi al sito e contatti	Google Analytics	
	Realizzazione contenuti editoriali informativi	Per sito e, a cascata, social media	24 articoli	Mensile	accessi al sito e contatti social STIMATI N. 300.000	Google Analytics	
	Realizzazione contenuti editoriali per divulgazione	Per sito e, a cascata, social media	articoli	Mensile	accessi al sito e contatti social STIMATI N. 10.000	Google Analytics	
EVENTI PUBBLICI	Macro e Micro eventi locali con coinvolgimento CITTADINI	CoINVOLGIMENTO del territorio e informazione	Realizzazione evento	12 eventi Micro 6 eventi MACRO	partecipanti e contatti STIMATI N.1200	Database	
	Materiali promozionali per gli eventi	manifesti, Reli- app	produzione	uno per ambito territoriale	distribuzione e contatti conseguenti		
RELAZIONI CON I MEDIA	Comunicati stampa on/off line	Amplificazione del messaggio	redazione comunicati stampa	n. 3 (fasi del progetto)	articoli pubblicati	Rassegna stampa	
MATERIALI PROMO INFORMATIVI	Strumenti di edutainment (video spot 30")	Sensibilizzazione del pubblico target	video prodotti	n.12	download	Counter	
	Infografica animata illustrativa	Sensibilizzazione del pubblico target	video prodotti	n.12	download	Counter	
	Leaflet per il pubblico	Sensibilizzazione del pubblico target	prodotti	n. 1	brochure distribuite (1.000) download	Distribuzione Counter	
PUBBLICAZIONI PER GLI ADDETTI AI LAVORI e CITTADINI	Leaflets	Condivisione delle metodologie e dei risultati	tipologia Leaflets prodotti	n. 3 (annuale)	copie prodotte (1.000)	Distribuzione	
	RICERCA svolte sui target di progetto	Sensibilizzazione dei cittadini, dei Social worker e dei vertici politici al problema	strumenti	n. 3 (annuale)	realizzazione distribuzione e stampa (300 copie cad.)	Distribuzione	
	Seminari e appuntamenti formativi	Condivisione delle metodologie e dei risultati	Realizzazione evento	n. 1 (fine secondo anno)	contatti (100 partecipanti)	Presenze	
ATTIVITÀ SPECIFICHE PER LA CONCLUSIONE DEL PROGETTO	Sito web	Redazionali finali, rapporto riepilogativo	Messa online	n. 1	pagine visitate utenti unici e di ritorno tempo di permanenza download accessi area riservata origine traffico	Google Analytics Google Analytics Google Analytics Counter interno Counter interno Google Analytics	
	Evento di chiusura per DESTINATARI TARGET	Riscontro a stampa a stakeholder	Realizzazione evento	n. 1	redemption media e affluenza	Rassegna stampa	
	Press kit	Divulgazione dell'informazione	realizzazione del press kit	150			
	Newsletter	Riepilogo conclusivo	frequenza di invio	n. 1	avvenuta lettura	Piattaforma NL (Mailchimp - MailUp)	
	Social media	Riepilogo conclusivo ed eventuali follow up	profili/account post pubblicati/contenuti gestione eventi	n.3 n. 1 n. 1	fan base (community) condivisioni/interazioni condivisioni/interazioni	Analytics social Analytics social Analytics social	
	Video conclusivo	Engagement e divulgazione	pubblicazione eventi	n. 1	visualizzazioni	YouTube Analytics	
	COORDINAMENTO GENERALE PER COMUNICAZIONE INTERNE e ESTERNA e CAMPAGNE SOCIAL	Coordinamento generale nell'ambito del TEAM OFFICE, strategia, studio e realizzazione del messaggio	Gestione e ottimizzazione di tutte le risorse per la comunicazione efficace del progetto	n. 1 Com. Manager e N. 1 per campagne social per 2 anni			