



**Politecnico
di Torino**

CAPITOLATO SPECIALE D'ONERI

**Servizi a supporto delle campagne
promozionali per l'orientamento “al
femminile”, per le pari opportunità, il
benessere organizzativo e per le azioni di
sensibilizzazione alle tematiche GEDI
(Gender, Equality, Diversity and Inclusion)**

CUI S00518460019202400035

La Responsabile Unica del Progetto

dr. ssa Francesca BRAZZANI



SOMMARIO

1. PREMESSA.....	4
2. OGGETTO DELL'APPALTO, IMPORTO E DURATA	4
2.1 DURATA DEL CONTRATTO.....	4
2.2 REVISIONE PREZZI.....	4
2.3 MODIFICA DEL CONTRATTO IN FASE DI ESECUZIONE.....	4
3. AZIONE 1 - PROGETTO WEAREHERE.....	5
3.1 IDENTITÀ, CAMPAGNA, VIDEO E SITO WEB	5
Attività previste	5
Tempistiche e modalità	8
3.2 CAMPAGNA WeAreHEre PRESSO SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO E SECONDO GRADO.....	9
3.2.1 PROMOZIONE DELL'INIZIATIVA WeAreHEre PER L'IMMATRICOLAZIONE AGLI A.A.2025/2026 E 2026/2027 PRESSO LE SCUOLE SECONDARIE DI SECONDO GRADO DI TORINO E PROVINCIA	10
Attività - Immatricolazioni anno accademico 2025-26	10
Attività - Immatricolazioni anno accademico 2026-27	11
Modalità e tempi di progettazione	11
3.2.2 PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DELL'INIZIATIVA WeAreHEre PRESSO SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO GRADO DI TORINO E PROVINCIA, E NAZIONALI.....	12
Attività anno scolastico 2024/25 e 25/26	12
Modalità e tempi di progettazione	12
3.3 MERCHANDISING	13
T-shirt	13
Stickers e pin	13
Modalità e tempi di progettazione	13
4. AZIONE 2 - SENSIBILIZZAZIONE ALLE TEMATICHE GEDI.....	13
4.1 PROGETTO GRAFICO BILANCIO DI GENERE 2024/26.....	14
4.2 AGGIORNAMENTO GUIDA LINGUAGGIO INCLUSIVO.....	14
4.3 VIDEO	14
Modalità e tempi di progettazione	15
4.4 EVENTI.....	15
Caratteristiche degli eventi.....	15
Modalità e tempi di progettazione	16
4.5 MOSTRA "LE PRIME"	16



	<i>Modalità e tempi di progettazione</i>	17
5.	STRUTTURA ORGANIZZATIVA E TEAM DI PROGETTO MINIMO	17
6.	TITOLARITÀ	18



1. PREMESSA

Il Politecnico di Torino, nell'ambito delle composite iniziative volte a favorire le pari opportunità e il benessere organizzativo all'interno dell'Ateneo, intende proseguire ed aggiornare le seguenti due azioni, già svolte con successo negli anni precedenti:

- **Azione 1 - Progetto WeAreHERE:** il progetto (WeAreHERE/WAH - www.WeAreHERepolito.it), avviato nel 2019, si propone di aumentare il numero delle studentesse immatricolate ai Corsi di studio nell'area dell'Ingegneria ed è articolato su molteplici azioni di diversa natura che innescano i contatti tra future matricole e studentesse PoliTo.
- **Azione 2 - Sensibilizzazione alle tematiche GEDI** (*Gender, Equality, Diversity and Inclusion*), attraverso iniziative sulle politiche di parità di genere e benessere organizzativo, di contrasto alle discriminazioni e alla violenza, e di educazione all'approccio inclusivo e dell'accessibilità, con particolare riguardo alle persone con disabilità e a tutte le minoranze.

2. OGGETTO DELL'APPALTO, IMPORTO E DURATA

L'appalto ha per oggetto l'affidamento dei servizi a supporto delle campagne di promozione e/o sensibilizzazione nell'ambito delle azioni indicate in premessa, le cui specifiche tecniche sono riportate nei paragrafi 3 e 4 del presente documento.

Non si procede alla suddivisione in lotti in considerazione del valore complessivo dell'affidamento, il quale risulta di per sé adeguato a garantire la partecipazione da parte di microimprese e di piccole-medie imprese.

L'importo posto a base dell'affidamento è pari a euro 180.000,00 oltre IVA, al netto delle opzioni.

Non sono previsti oneri per la sicurezza non soggetti a ribasso.

L'Affidatario dovrà eseguire il servizio nel rispetto delle modalità e dei tempi descritti nel presente CSO nel suo complesso, che dovranno essere in ogni caso garantiti nonché accettati incondizionatamente dai concorrenti in fase di presentazione dell'offerta.

Nell'appalto si intendono comprese le prestazioni di manodopera, la fornitura dei materiali, l'uso dei macchinari, gli eventuali costi di trasferta ed ogni altro onere non specificatamente elencato, ma necessario per l'esecuzione a regola d'arte del servizio oggetto dell'appalto.

2.1 DURATA DEL CONTRATTO

Il contratto avrà durata stimata di 24 mesi decorrenti dalla data della sua sottoscrizione, presumibilmente da febbraio 2025, ovvero, nel caso di esecuzione anticipata, dalla data di presa in carica del servizio, risultante dal relativo verbale di avvio dell'esecuzione. Il contratto si riterrà concluso solo quando saranno terminate tutte le attività previste.

Ai sensi dell'art. 50 comma 6, dopo la verifica dei requisiti in capo dell'aggiudicatario, la stazione appaltante può disporre l'esecuzione anticipata del contratto; nel caso di mancata stipulazione l'aggiudicatario ha diritto al rimborso delle spese sostenute per le prestazioni eseguite su ordine del direttore dell'esecuzione.

2.2 REVISIONE PREZZI

Qualora nel corso di esecuzione del contratto, al verificarsi di particolari condizioni di natura oggettiva, si determini una variazione, in aumento o in diminuzione, del costo del servizio superiore al cinque per cento dell'importo complessivo, i prezzi sono aggiornati, nella misura dell'ottanta per cento della variazione, in relazione alle prestazioni da eseguire. Ai fini del calcolo della variazione dei prezzi si utilizza l'indice dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (FOI).

2.3 MODIFICA DEL CONTRATTO IN FASE DI ESECUZIONE

In casi eccezionali, il contratto in corso di esecuzione può essere prorogato per il tempo strettamente necessario alla conclusione della procedura di individuazione del nuovo contraente se si verificano le condizioni indicate all'articolo 120, comma 11, del Codice. In tal caso il contraente è tenuto all'esecuzione delle prestazioni



oggetto del contratto agli stessi prezzi, patti e condizioni previsti nel contratto.

La stazione appaltante si riserva di prorogare il contratto per una durata massima pari a 5 mesi ai prezzi, patti e condizioni stabiliti nel contratto, fatto salvo quanto indicato al par. 2.2. L'importo stimato di tale opzione è pari a € 37.500, calcolato tenendo conto dell'importo mensile a base d'asta pari ad euro 7.500 al netto di IVA. L'esercizio di tale facoltà è comunicato all'appaltatore almeno 30 giorni solari prima della scadenza del contratto.

Il valore globale stimato dell'appalto, comprensivo delle opzioni, è pertanto pari ad € 217.500 oltre IVA.

3. AZIONE 1 - PROGETTO WEAREHERE

Nell'ambito dell'Azione 1 l'Ateneo intende proseguire ed attualizzare le seguenti attività, già svolte con successo negli anni precedenti, con l'obiettivo di innescare i contatti tra future matricole e studentesse PoliTo: accoglienza matricole, *instant poll*, video, mostre, sito web WeAreHERE costantemente aggiornato dalla redazione, *newsletter*, *merchandising* dedicato, *podcast*, organizzazione con le scuole secondarie di secondo grado di Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento – PCTO (par. 3.2.1), visite presso le scuole secondarie di primo e secondo grado del territorio con attività dedicate e animazione costante del progetto via *social media*, tutti rafforzati da materiali di comunicazione concepiti *ad hoc* con grafiche dedicate.

Sia per la campagna per l'immatricolazione all'anno accademico 2025/26, sia per quella dell'anno successivo 2026/27, i punti di riferimento per la realizzazione dei prodotti oggetto del presente affidamento sono:

- l'identità della campagna social e web caratterizzanti le preesistenti campagne WeAreHERE, visualizzabili all'indirizzo www.WeAreHERepolito.it e sui canali social della campagna;
- l'identità delle campagne di immatricolazione promosse dall'Ateneo

L'identità visiva dovrà essere aggiornata salvaguardando il registro espressivo e comunicativo delle edizioni precedenti, scegliendo soggetti, messaggi, colori e immagini coerenti con quelli delle edizioni precedenti, e in coerenza con l'identità del Politecnico di Torino e con le campagne di immatricolazione promosse dall'Ateneo. Il *concept* dei nuovi contenuti e messaggi della campagna WeAreHERE 2025/26 e 2026/27 sarà da adottarsi a valle della condivisione e rielaborazione dei risultati di un *contest* progettuale con rappresentanti della popolazione studentesca (30-50 studenti circa), anch'esso da prevedersi tra le attività da organizzare a valere sul presente affidamento.

La nuova identità visiva si applicherà a tutti i prodotti oggetto della presente sezione del capitolato.

Gli *output* grafici dovranno essere coerenti con il Manuale di Immagine coordinata di Ateneo.

3.1 IDENTITÀ, CAMPAGNA, VIDEO E SITO WEB

Attività previste

a) RIELABORAZIONE DEL CONCEPT - Iniziative dedicate a sviluppare nuove modalità di contatto e dialogo tra future matricole e studentesse PoliTo

Al fine di stimolare l'immatricolazione da parte di ragazze ai Corsi di Studio nell'Area dell'Ingegneria del Politecnico di Torino, è prevista:

- la prosecuzione delle attività di contatto esistenti tra le ragazze delle scuole secondarie di secondo grado in Italia e le studentesse già iscritte ai Corsi di Studio nell'Area dell'Ingegneria;
- il potenziamento delle iniziative esistenti;
- l'ideazione di nuove modalità di contatto e interazione.

Tali nuove modalità di contatto (scelta di soggetti, ideazione di contenuti, uso di strumenti e organizzazione di iniziative) saranno da evolversi e rielaborarsi a partire dagli esiti di un Evento - *Workshop* progettuale I LIVE POLITO partecipato da studenti del Politecnico di Torino (di cui più avanti, al punto EVENTI) che sarà da svolgersi in modalità mista analogica-digitale, con l'utilizzo di tecniche partecipative e rielaborazione istantanea degli *insights* più significativi pervenuti anche tramite utilizzo di Intelligenza Artificiale. Ai *concept* più significativi (votati



da una giuria mista di personale Polito e di esterni) sarà attribuito un premio da identificarsi a cura di PoliTo.

b) IDENTITA' VISIVA - Aggiornamento dell'identità visiva WAH

L'aggiornamento (ad es.: definizione di nuovi soggetti, colori, geometrie, linguaggi e registri comunicativi...) dovrà avvenire nel rispetto dell'identità delle precedenti campagne WeAreHERE, in coerenza e sviluppo di queste ultime, e con l'identità visiva dell'Ateneo.

Al fine dell'aggiornamento l'Impresa Aggiudicataria dovrà presentare, secondo le tempistiche definite nella tabella al termine del presente paragrafo, un set di proposte coordinate per le campagne di immatricolazione riferite sia all'anno accademico 2025/26 che all'anno accademico 2026/27 così articolato:

- presentazione grafica del progetto;
- nuove *Homepage* sul sito web;
- esempi di *post* per canali *social* e di grafiche per il sito web del Politecnico di Torino;
- *template* presentazione grafica per future altre presentazioni.

c) CAMPAGNE SOCIAL - Aggiornamento delle modalità di gestione delle campagne social WAH e relativa attuazione

L'impresa aggiudicataria dovrà presentare, secondo le tempistiche definite nella tabella al termine del presente paragrafo, una *content strategy* su cui poi si elaborerà mensilmente un piano editoriale per i canali *social* della campagna.

I punti essenziali di ciascuna delle campagne 2025/2026 e 2026/2027 dovranno essere:

- Ideazione di un piano editoriale dei contenuti di durata biennale (24 mesi);
- Progettazione di tutti i contenuti (grafiche, foto, infografiche, testi, ...);
- Gestione delle promozioni e campagne di social ADV concordate con PoliTo;
- Progettazione e realizzazione di collaborazioni con Content Creator esterni a PoliTo, conosciuti al grande pubblico dei social media (almeno una collaborazione/anno su eventi o altre iniziative, *tipo v-log*); per ognuna delle due annualità della campagna sarà cura del fornitore il reperimento di una figura "giovane" di conduttore-animatore online (es. un/una *blogger*) che goda di popolarità con riferimento al target e che affronti con freschezza il tema dell'iscrizione alle università STEM, e in particolare a Ingegneria sui canali più congeniali e più utilizzati dalla fascia di utenti/e di riferimento;
- Elaborazione di elementi di *gamification* nell'esecuzione del format in modo da rendere più partecipate ed incisive le tematiche trattate nel corso delle puntate;
- Gestione, interazione e moderazione con la *community social*: lancio e rilancio delle iniziative WeAreHERE e dei relativi esiti sui canali social su cui insiste la campagna di comunicazione, con cadenza di almeno 8 post al mese per ogni canale, con contenuti statici e reel;
- Aggiornamento continuo, monitoraggio e rilancio della campagna in base ai risultati dell'analisi accurata e costante dei feedback dei visitatori del sito web e degli utenti dei social media utilizzati dall'aggiudicatario per veicolare la campagna stessa;
- Digitalizzazione delle modalità di raccolta e analisi dei feedback dei fruitori della campagna social con strumenti evoluti al fine di assicurare tempi brevi di eventuale ritaratura di elementi della campagna di comunicazione;
- Predisposizione di reportistica mensile di dettaglio, e annuale complessiva, utile per valutare l'effettivo impatto generato dalla campagna di comunicazione rispetto alle finalità del progetto WAH; tale reportistica dovrà essere resa disponibile all'affidatario entro il termine massimo di 15 gg. dalla conclusione dell'attività, preferibilmente mediante un apposito cruscotto presente tra le funzioni riservate all'amministratore del sito web o comunque in formato elettronico;
- Aggiornamento continuo della campagna con articoli e contenuti originali co-prodotti in collaborazione con una redazione di studentesse del Politecnico;
- Riversamento dei contenuti redatti aggiornati in una sezione *Magazine* del sito web
- Formazione e coordinamento del gruppo di studentesse borsiste WAH Polito che collaborano alla realizzazione dei contenuti social WeAreHERE (realizzazione di reel, storie, animazione di eventi...). Per



la formazione occorre prevedere almeno n.2 incontri all'anno (il primo a inizio borsa, il secondo a metà borsa).

- Organizzazione di incontri periodici (almeno 5 per ciascun anno accademico) di socializzazione e sensibilizzazione ai temi della diversity e inclusione con la comunità studentesca di ragazze a Ingegneria.

La gestione della campagna social dovrà avere la seguente durata temporale in continuità con quella esistente:

- campagna 2025/2026: febbraio 2025 – ottobre 2025;
- campagna 2026/2027: febbraio 2026- ottobre 2026.

d) VIDEO e PRESENTAZIONI Video promozionali e presentazioni grafiche WAH

Il target è costituito principalmente da studentesse delle scuole secondarie di secondo grado ma i prodotti potranno essere utilizzati, previa necessarie modifiche/integrazioni, anche per il target delle studentesse delle scuole secondarie di primo grado (si veda il successivo par. 3.2.2 dedicato alla sperimentazione di eventi presso le scuole secondarie di primo grado per la sensibilizzazione delle ragazze agli studi e alle professioni nel mondo STEM)

Per ciascuna campagna (a.a. 25/26 e a.a. 26/27) devono essere previste le seguenti attività:

- Produzione di un video-manifesto sul tema ragazze e STEM della durata minima di due minuti;
- Produzione di una presentazione grafica di sensibilizzazione sul tema della campagna, coerente con l'identità e con la campagna WeAreHERE e la campagna d'immatricolazione dell'Ateneo.

Entrambi i prodotti dovranno essere utilizzabili per gli eventi presso le scuole secondarie di primo e secondo grado e resi accessibili sul sito web WeAreHERE.

I video saranno realizzati secondo il *brief* che sarà di volta in volta definito, e dovranno comunque sempre trasmettere i contenuti di valore coerenti con quelli del Politecnico di Torino e con le tematiche delle pari opportunità.

Per la realizzazione dei materiali, l'affidatario dovrà tener conto delle seguenti specifiche:

- la realizzazione di ogni video dovrà essere anticipata da una breve descrizione del *concept (script)* che illustri il soggetto, la tecnica scelta, il canale di distribuzione, la durata prevista, il susseguirsi delle scene, etc.;
- i video a seconda delle necessità potranno essere realizzati con la tecnica dell'infografica e/o riprese realizzate *ad hoc* (previo accordo tra le parti);
- per ciascun video dovrà essere prodotta una versione "*short*" della durata di circa 30 secondi, per l'utilizzo sui *social*, tenendo in considerazione le caratteristiche richieste dagli specifici canali
- i video dovranno prevedere la versione in italiano, con sottotitoli in italiano ed in inglese. Sulla base dei contenuti e dei testi forniti da PoliTo sarà richiesta la stesura del *voice-over* definitivo solo in italiano. La traduzione in lingua inglese dei titoli sarà a carico dell'affidatario, con revisione finale a carico di PoliTo;
- le musiche utilizzate dovranno avere licenze *Creative Commons*;
- la risoluzione video dovrà essere Full-HD 1920x1080 25 fps – formato .mp4 - .mov.

e) SITO WEB

Aggiornamento immagine, riorganizzazione dei contenuti esistenti, progettazione dei nuovi contenuti del Sito Web WAH già esistente online e sua gestione:

L'aggiornamento del sito web esistente dovrà essere realizzato in coerenza con quanto già esistente, ma in modo da far sì che l'identificazione e la fruizione dei contenuti siano più chiare e più agili, e in coerenza con l'immagine coordinata della campagna per l'anno accademico di riferimento; deve essere prevista la versione integrale in lingua inglese, ed ospitare i contenuti seguenti:

- Mission e "filosofia" dell'iniziativa WAH, obiettivi, ecc.;



- sezione SCUOLE dedicata a documentare le attività svolte nelle scuole nelle campagne precedenti, e relativi risultati;
- sezione STORIE dedicata alle donne laureate nelle STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics): biografie, testimonianze ex allieve, ecc. in cui è inserita anche la mostra "Le Prime", anch'essa oggetto di aggiornamento al paragrafo 4.5;
- sezione COLLABORAZIONI con enti esterni o imprese per il coinvolgimento nel progetto e nella comunicazione WeAreHERE (testimonianze, visite in aziende, eventi in collaborazione, borse di studio...);
- sezione MAGAZINE, aggiornata mensilmente con contenuti prodotti dalla redazione delle studentesse borsiste WAH (di cui anche al paragrafo campagne social).
-
- sezione ARCHIVIO dedicata a documentare le diverse iniziative e azioni realizzate nel tempo.
- sezione CHAT alle cui domande risponderanno sull'account social dedicato le studentesse borsiste WAH individuate dal Politecnico e dedicate al progetto; la sezione dovrà altresì evidenziare il fatto che non si forniscono informazioni dirette sulle regole di accesso al Politecnico e prevedere un meccanismo evoluto di intercettazione automatica delle domande per le quali la risposta è prevista nella sezione FAQ;
- FAQ sulle motivazioni che portano le ragazze a studiare al Politecnico di Torino (ad esempio: l'affidatario dovrà elaborare almeno n. 10 quesiti e relative risposte e renderli disponibili sui canali social);

strumenti interattivi quali ad esempio: giochi, questionari di profilazione, attività tipo "fatti una foto" (es: permettere l'inserimento della propria foto su uno sfondo grafico relativo alla campagna WeAreHERE). L'affidatario, in fase di esecuzione del contratto, dovrà proporre almeno n. 3 esempi di strumenti interattivi per ciascuna campagna tra cui individuare quello da utilizzare;

Alle sezioni previste del sito, si chiede all'affidatario la progettazione e gestione di una NEWSLETTER periodica (almeno 4 all'anno) e/o sistemi di notifica altri, con le novità relative al mondo delle pari opportunità al Politecnico di Torino, e non solo, anche a partire dai contenuti di alcune sezioni del sito, da inviare ai contatti della campagna acquisiti tramite il sito web WAH;

Tutti i testi e in generale i contenuti del sito web WAH dovranno essere predisposti a cura dell'aggiudicatario sia in lingua italiana, sia in lingua inglese, e saranno sottoposti a revisione da parte dell'affidatario. L'affidatario fornirà all'aggiudicatario tutte le informazioni in suo possesso relative all'iniziativa della campagna dell'anno precedente.

Tempistiche e modalità

Soggetto	Attività	Tempi Campagna immatricolazioni a.a. 2025/26	Tempi Campagna immatricolazioni a.a. 2026/27
Affidatario	Completamento in atto sui canali social e sul sito già individuati e con le modalità in essere con la valutazione di nuovi canali o modalità	Entro due settimane dalla stipula del contratto	Ottobre 25
PoliTo/DEC	Lancio del brief e descrizione di possibili linee-guida/concept meta-progettuali su tutte le attività previste nella presente sezione	Entro tre settimane dalla stipula del contratto	Novembre 25



Soggetto	Attività	Tempi Campagna immatricolazioni a.a. 2025/26	Tempi Campagna immatricolazioni a.a. 2026/27
Affidatario	Presentazione di un progetto preliminare (previe interazioni preparatorie tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo a seconda delle specifiche competenze necessarie): 1. Nuove iniziative e modalità di contatto tra future matricole e studentesse PoliTo: presentazione di almeno 2 proposte	Entro 10 giorni lavorativi dal <i>brief</i>	
Affidatario	2. Aggiornamento della nuova identità: presentazione di almeno due proposte di sviluppo dell'idea tra cui scegliere 3. Aggiornamento delle modalità di gestione della campagna <i>social</i> e sua attuazione 4. Presentazioni grafiche e Video: presentazione di due proposte di sviluppo dell'idea tra cui scegliere (<i>concept</i> per il video e template per la presentazione grafica e contenuti) 5. Sito Web: almeno due proposte di sviluppo grafico-testuale dell'idea tra cui scegliere, sviluppando in forma preliminare le pagine web delle singole sezioni, compreso il <i>Blog</i> : lo sviluppo del sito procederà in fasi successive di implementazione secondo le indicazioni che saranno fornite dal DEC	Entro 10 giorni lavorativi dal <i>brief</i>	
PoliTo/DEC	Restituzione <i>feedback</i> al fornitore progetto preliminare	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della/e proposta/e	
Affidatario	Consegna/avvio attività a seguito dell'approvazione: 1. Nuove iniziative e modalità 2. Aggiornamento nuova identità: 3. Modalità di gestione della campagna <i>social</i> e sua attuazione 4. Presentazioni grafiche e Video 5. Realizzazione sito Web completo di tutte le sezioni	Al più tardi: entro 2 settimane entro 3 settimane entro 3 settimane entro 4 settimane entro 4 settimane	dalla restituzione del <i>feedback</i> da parte del DEC

Le tempistiche indicate in tabella si intendono calcolate partendo dalla prima data utile che sarà fissata non oltre 10 giorni dalla data della stipula del contratto.

Nel caso in cui una scadenza cada in un giorno non lavorativo, la scadenza stessa si intende slittata al primo giorno lavorativo successivo.

3.2 CAMPAGNA WeAreHEre PRESSO SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO E SECONDO GRADO

Nei paragrafi seguenti si riportano le attività previste nell'ambito delle campagne di promozione presso le scuole secondarie di primo e secondo grado.



3.2.1 PROMOZIONE DELL'INIZIATIVA WeAreHERE PER L'IMMATRICOLAZIONE AGLI A.A.2025/2026 E 2026/2027 PRESSO LE SCUOLE SECONDARIE DI SECONDO GRADO DI TORINO E PROVINCIA

Attività - Immatricolazioni anno accademico 2025-26

Per la campagna 2025/26 l'affidatario dovrà progettare un format e realizzare eventi di sensibilizzazione temi di WeAreHERE presso scuole secondarie di secondo grado di Piemonte e regioni limitrofe che saranno selezionate dal Politecnico di Torino (preferibilmente classi 4e), con l'obiettivo di intercettare gli interessi STEM, in particolare presso le ragazze, e accompagnare le classi/scuole all'appuntamento con il PCTO - Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento che si terrà nel mese di giugno 2025 presso la sede del Politecnico di Torino.

Il format dovrà essere quello sperimentato a partire dalla campagna WeAreHERE 2022/2023 e successive, visualizzabile all'indirizzo www.WeAreHERepolito.it, aggiornato nei contenuti e nell'immagine coordinata, coerente con quella della campagna 2025/26.

Il Politecnico potrà richiedere eventuali ulteriori modifiche/aggiornamenti al format che non richiedano alterazioni in termini di risorse umane, tempi e tecniche, ma solo di modalità o contenuti leggeri.

Gli eventi della campagna relativa alle immatricolazioni dell'a.a. 2025/26 si svolgeranno tra marzo 2025 – giugno 2025, escluso il periodo di chiusura delle scuole.

Come preparazione alle attività nelle scuole dovrà essere realizzato fino a un massimo di n. 10 TOTEM/PRESENZE/SEGNALI effimeri WeAreHERE, che dovranno arrivare alle scuole prima della realizzazione dell'attività e potranno essere donati alle scuole/classi laddove fosse richiesto a valle dell'attività.

Il format dell'evento è **in presenza per un minimo di 10 appuntamenti** (classi con minimo 20 studenti coinvolti, meglio se più classi riunite, non più di tre classi per scuola), e dovrà comunque tenere conto dei seguenti elementi essenziali:

- contenere elementi di *gamification* e utilizzare modalità interattive di coinvolgimento delle classi, aggiornate con qualche nuovo spunto rispetto alla campagna precedente, in modo da rendere ancora più partecipate ed incisive le attività svolte nel corso degli incontri;
- assicurare, negli eventi dal vivo, la presenza continua di almeno un "event specialist" quale animatore (delle attività interattive evolute di confronto e partecipazione, che rivestirà anche il ruolo di coordinatore delle studentesse borsiste presenti in classe e coinvolte nelle attività (ci saranno una o due borsiste WeAreHERE Polito per ogni evento);
- prevedere il rilancio delle iniziative e degli esiti sui canali social, su cui insiste la campagna di comunicazione principale, con cadenza da definire congruamente al canale social utilizzato e del periodo;
- prevedere durante l'evento nella scuola la proiezione del nuovo video-manifesto e delle presentazioni grafiche della relativa campagna;
- prevedere per ogni evento una durata minima di un'ora;
- prevedere la copertura foto/video di almeno 5 eventi;
- realizzare TOTEM/PRESENZE/SEGNALI, da portare e esporre presso le scuole in vista dell'evento, in termini di: elementi autoportanti in materiali effimeri con grafiche e adesivi (*stickers* WeAreHERE) realizzati in numero sufficiente da poter essere distribuiti nelle scuole/classi a tutte le persone coinvolte (per gli adesivi cfr. voce Merchandising nel relativo paragrafo 3.3)
- prevedere tre proposte di sistemi di interazione evoluta tra le quali sarà individuata quella da utilizzare.

È inoltre richiesto un monitoraggio degli esiti di ciascun evento presso le scuole/classi e del grado di coinvolgimento dei/le partecipanti al fine di apportare eventuali modifiche in itinere (da definire in accordo con il DEC) tramite somministrazione di un *template online* di *customer satisfaction*.

Nel costo totale dell'appalto si intendono comprese: la fornitura e la consegna/invio degli elementi TOTEM/PRESENZE/SEGNALI, l'uso di qualsiasi software e/o strumentazione, la presenza di un animatore per ciascuna visita/scuola ed ogni altro onere non specificatamente elencato, ma necessario per l'esecuzione a regola d'arte del servizio oggetto dell'appalto.



Con riferimento all'esperienza maturata nel PCTO realizzato nella primavera dell'a.a. 2023-24, si richiede all'affidatario di prevedere la realizzazione di **2 attività PCTO** da tenersi a giugno 2025.

Le attività dovranno essere in linea con gli obiettivi previsti dai corsi di orientamento organizzati dall'Ateneo sulla base delle indicazioni ministeriali e dedicati alle e agli studenti delle Scuole secondarie di secondo grado del territorio e limitrofi.

In particolare, dovranno fornire strumenti per colmare il *gap* tra il mondo della scuola superiore di secondo grado e quello dei corsi di laurea in ambito STEM (Scienza, Tecnologia, Ingegneria e Matematica). I percorsi di formazione e sensibilizzazione sul mondo dell'Università STEM e, in particolare, dell'Ingegneria, dovranno essere strutturati in moduli, di durata indicativa pari a circa 2/3 ore ciascuno, per un totale di circa 15/20 ore totali per attività.

A mero titolo esemplificativo, si indicano di seguito alcune delle tematiche da proporre, anche sulla scorta dell'attività "Vita da studente STEM" offerta nel 2024 nell'ambito del catalogo dei corsi di orientamento PNRR organizzati dall'Ateneo (ulteriori dettagli disponibili al link [Corsi di Orientamento PNRR](#)):

Modulo 1 - Ingegneria: la professione: *presentazione delle diverse tipologie di ingegnere per un confronto su una professione ancora sconosciuta.*

Modulo 2 - Creatività e Ingegneria: *excursus sulle maggiori scoperte in ambito scientifico, attraverso il racconto di scoperte, protagonisti e protagoniste, nell'ottica di sfatare il mito che Ingegneria sia una facoltà poco creativa.*

Modulo 3 - Linguaggio inclusivo e donne nella scienza: *approfondimenti sull'importanza dell'utilizzo di un linguaggio inclusivo in un mondo che, ancora oggi, soffre un'importante disparità di genere. Presentazione delle storie delle donne che hanno contribuito al progresso tecnologico.*

Moduli 4 e 5 - Vita da Ricercatore/Ricercatrice: *Moduli a cura di Ricercatrici e Ricercatori del Politecnico di Torino che racconteranno la loro esperienza di ricerca, anche attraverso giochi e dimostrazioni pratiche, per far meglio comprendere a studentesse e studenti delle scuole secondarie di secondo grado che cosa significa fare attività di ricerca all'interno del Politecnico di Torino.*

Modulo 6 - Dagli occhi di...: *attività di esplorazione degli spazi del Politecnico, anche vivendo qualche ora della vita di uno/a studente/ssa di Ingegneria, con registrazione, da parte delle e dei partecipanti, di brevi contributi video con il proprio cellulare e successiva creazione di un breve video della propria esperienza.*

Modulo 7 - Incontro finale: *momento dedicato alla restituzione dell'esperienza quale occasione per un confronto e una riflessione sull'intera attività, partendo dalla visione condivisa degli elaborati prodotti dalle e dai partecipanti*

Attività - Immatricolazioni anno accademico 2026-27

In continuità con quanto realizzato nel 25/26, nel 26/27 è prevista l'organizzazione di:

- 2 attività PCTO febbraio 2026,
- 2 attività PCTO giugno 2026.

secondo le modalità e contenuti illustrati nel precedente paragrafo, relativo al 25/26.

Modalità e tempi di progettazione

Soggetto	Attività	Tempi Campagna immatricolazioni a.a. 2025/26	Tempi Campagna immatricolazioni a.a. 2026/27
PoliTo/DEC	PoliTo lancia il <i>brief</i> e descrive possibili linee- guida per le modifiche sia in presenza sia <i>online</i>	Entro 15 giorni dalla stipula del contratto	Entro settembre 2025
Affidatario	Presentazione di almeno due proposte di sviluppo dell'idea tra cui scegliere	Entro 10 giorni lavorativi dal <i>brief</i>	
PoliTo/DEC	Restituzione <i>feedback</i> al fornitore progetto preliminare (interazioni successive tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo a seconda delle specifiche competenze necessarie)	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della proposta	



Affidatario	Invio presenze/segnali in materiali effimeri alle 5 scuole selezionate	Entro 5 gg dalla data dell'evento nella singola scuola
Affidatario	Evento nella scuola	Calendario da stabilire con il DEC
Affidatario	Evento on line per ciascuna scuola	Calendario da stabilire con il DEC

3.2.2 PROGETTAZIONE E PROMOZIONE DELL'INIZIATIVA WeAreHERE PRESSO SCUOLE SECONDARIE DI PRIMO GRADO DI TORINO E PROVINCIA, E NAZIONALI

Attività anno scolastico 2024/25 e 25/26

Per gli a.s. 2024/25 e 2025/26 l'affidatario dovrà adottare (ed eventualmente aggiornarne la grafica), il "kit" già realizzato e utilizzato nelle passate edizioni e innescatore di attività per un target di studentesse/studenti delle scuole secondarie di primo grado, erogate in presenza con animatori e da svolgersi in classe, in coerenza con la campagna di sensibilizzazione delle studentesse agli studi e alle professioni STEM.

Il gioco di ruolo WAHe per le scuole secondarie di primo grado ha sempre riscontrato grande successo e può pertanto essere adottato tout-court nelle sue regole di base, con l'obiettivo di sensibilizzare la comunità studentesca sulla non ancora raggiunta parità di opportunità per le ragazze.

Negli a.s. 2024/25 e 2025/26 gli incontri presso le Scuole secondarie di primo grado coinvolte, di Torino e città metropolitana, saranno in un numero **pari a 20** per ogni anno scolastico e sperimenteranno il format dell'attività WAHe presso le loro sedi rispettivamente tra febbraio e giugno 2025 e tra settembre 25 e giugno 26 (con classi o gruppi di minimo 20 studenti). L'affidatario dovrà recapitare, secondo le tempistiche che saranno comunicate dal Politecnico, i kit alle Scuole secondarie di primo grado di Torino e provincia che aderiranno, di cui il Politecnico fornirà l'elenco.

All'interno del kit dovranno essere presenti manifesti e card con logo WAHe in numero sufficiente per le persone coinvolte, con le indicazioni e le istruzioni per realizzare le attività ludiche di gruppo originali sviluppate negli anni passati, eventualmente aggiornate nella grafica.

Si deve tenere conto, per ogni evento, che sulla falsariga di quanto già sperimentato nell'a.s. 2023/24, è necessaria la presenza continua in classe di un "animatore" dell'affidatario e di una o due borsiste WeAreHERE PoliTo che si occuperanno delle attività da svolgere in sicurezza, anche con presentazioni e attività interattive di confronto e partecipazione evolute.

Modalità e tempi di progettazione

Soggetto	Attività	Tempi Campagna a.s. 2024/25	Tempi Campagna a.s. 2025/26
PoliTo/DEC	PoliTo lancia il <i>brief</i> e descrive possibili proposte per l'aggiornamento della grafica del "kit" già realizzato e utilizzato nelle passate edizioni e in coerenza con l'identità del Politecnico di Torino	Entro 15 giorni dalla stipula del contratto	Entro settembre 2025
Affidatario	Presentazione di almeno due proposte di aggiornamento dell'idea tra cui scegliere	Entro 10 giorni lavorativi dal brief	
PoliTo/DEC	Restituzione <i>feedback</i> al fornitore progetto preliminare (interazioni successive tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo a seconda delle specifiche competenze necessarie)	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della proposta	
Affidatario	Consegna adesivi/card alle scuole	Contestuale alla data dell'evento	Entro 5 gg dalla data dell'evento nella singola scuola



3.3 MERCHANDISING

T-shirt

L'affidatario dovrà progettare graficamente e realizzare n. 1.500 *T-shirt* (in cotone certificato GOTS) della campagna WeAreHERE suddivise per taglia e per colore (1.500 magliette: 600 S, 600 M, 300 L in totale, per 2 a.a.)

Dovranno essere proposte n. 4 diverse soluzioni grafiche, tra cui il DEC sceglierà le due che dovranno essere, ciascuna, realizzate in due configurazioni cromatiche che saranno definite.

Le proposte dovranno contenere il logo Politecnico di Torino, il logo WAH e l'immagine coordinata WAH.

Stickers e pin

L'affidatario dovrà progettare e realizzare:

- n. 5.000 *stickers* in carta;
- n. 5.000 spillette pin/spillette in metallo resinato o smaltato in due diverse combinazioni di dimensioni (Ø 44/66), colori e grafiche coordinate tra loro, come in una narrazione che prosegue nel tempo.

Dovranno essere proposte n. 4 diverse soluzioni grafiche per ogni prodotto, tra cui il DEC sceglierà le 2 che dovranno essere, ciascuna, realizzate in due diverse dimensioni e configurazioni grafiche e cromatiche.

Le proposte dovranno contenere il logo Politecnico di Torino (sigillo), il logo WAH e l'immagine coordinata WAH.

Modalità e tempi di progettazione

Soggetto	Attività	Tempi
PoliTo/DEC	PoliTo lancia il <i>brief</i> e descrive possibili linee-guida per l'aggiornamento dell'immagine relativa a <i>T-shirt</i> , <i>stickers</i> e adesivi	Definiti dalla DEC entro marzo 2024
affidatario	Presentazione di almeno quattro proposte di sviluppo dell'idea tra cui scegliere	Entro 1 settimana dal lancio del <i>brief</i>
PoliTo/DEC	Restituzione <i>feedback</i> al fornitore progetto preliminare (interazioni successive tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo a seconda delle specifiche competenze necessarie)	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della presentazione delle proposte
affidatario	Consegna	Al più tardi entro 4 settimane dal lancio del <i>brief</i>

4. AZIONE 2 - SENSIBILIZZAZIONE ALLE TEMATICHE GEDI

Nell'ultimo quadriennio, l'Ateneo ha realizzato, nell'ambito delle politiche di Pari Opportunità, di contrasto alle discriminazioni e alla violenza e nell'ambito dell'inclusione, diverse azioni ed in particolare: l'introduzione dello Spazio di Ascolto, rivolto a tutto il personale e alla popolazione studentesca; l'erogazione della Survey sul Benessere organizzativo, rivolta al medesimo target; la realizzazione di video tematici specifici al fine di sensibilizzare la comunità politecnica sulle tematiche sopra indicate e l'organizzazione di eventi on line; la realizzazione di un sondaggio fra il personale sulla tematica degli Special Needs; l'ideazione e lo sviluppo di alcuni video insieme alla Consigliera di fiducia e al Comitato Unico di Garanzia volti alla sensibilizzazione ed educazione ad un comportamento non molesto, la pubblicazione del Bilancio di Genere 2020 e 2023, e del Gender Equality Plan 2021.

Alcune di queste azioni sono cicliche e richiedono pertanto di essere riproposte, aggiornate nella loro forma di presentazione e in alcuni casi ampliate o diffuse anche proponendo eventi tematici specifici.



Per le caratteristiche degli **eventi** si rimanda al **par. 4.4** e per quelle dei **video** ai **par. 4.3**

Per quanto riguarda invece la **pubblicazione di documenti**, di seguito sono riportati i più salienti e previsti nel 2025 e 2026.

4.1 PROGETTO GRAFICO BILANCIO DI GENERE 2024/26

È richiesta la realizzazione di:

- un prodotto grafico *full report* (max. 100 pagine) in italiano, da predisporre in formato digitale stampabile sulla base dei dati e dei contenuti che saranno redatti nel file testuale del Bilancio di Genere di Ateneo edizione 2026;
- un prodotto grafico *short report* (max 20 pagine) in inglese (traduzioni in questo caso in carico a PoliTo), declinato sull'immagine coordinata del *full report*, da predisporre in formato digitale stampabile anch'esso sulla base dei dati e dei contenuti che saranno redatti in un file testuale Abstract Bilancio di Genere di Ateneo edizione 2026;

Sarà a cura dell'affidatario la progettazione dell'immagine dei report a livello di copertina, impaginazione, restituzione grafica dei dati in forma di infografiche evolute con identità visiva coerente con le precedenti pubblicazioni del Bilancio di Genere.

4.2 AGGIORNAMENTO GUIDA LINGUAGGIO INCLUSIVO

È richiesta la realizzazione dell'aggiornamento della Guida pratica del linguaggio inclusivo al Politecnico di Torino (circa 5 -10 pagine in più, con minimi interventi sul resto del documento esistente) in formato digitale stampabile, con aggiornamento della copertina, impaginazione e restituzione grafica di testi e parole. I testi in italiano saranno forniti da PoliTo in forma di file testuale.

4.3 VIDEO

Il Politecnico di Torino - al fine di sensibilizzare la comunità politecnica (corpo accademico, popolazione studentesca, personale tecnico amministrativo bibliotecario, ...) - intende promuovere le proprie attività sulle tematiche inerenti le politiche di pari opportunità, di contrasto alle discriminazioni e alla violenza e nell'ambito dell'inclusione, anche attraverso la messa a disposizione online di video inerenti e l'organizzazione di specifici eventi di sensibilizzazione, comunicazione e formazione, nel corso dei quali i video stessi potranno essere diffusi. Il numero complessivo di video previsti per l'Azione 2 è pari a 18. Si prevede un numero minimo di 3 video della durata di 2 minuti, mentre i restanti 15 saranno della durata minima di 30 secondi (tipo reel) e massima un minuto.

I video saranno realizzati secondo il *brief* che sarà di volta in volta definito, e dovranno comunque sempre trasmettere i contenuti di valore coerenti con quelli del Politecnico di Torino e con le tematiche delle pari opportunità.

Per la realizzazione dei materiali, l'affidatario dovrà tener conto delle seguenti specifiche:

- la realizzazione di ogni video dovrà essere anticipata da una breve descrizione del *concept (script)* che illustri il soggetto, la tecnica scelta, il canale di distribuzione, la durata prevista, il susseguirsi delle scene, etc.;
- i video a seconda delle necessità potranno essere realizzati con la tecnica dell'infografica e/o riprese realizzate ad hoc (previo accordo tra le parti);
- per ciascuno dei 3 video di 2 minuti dovrà essere prodotta anche una versione "*short*" della durata di circa 30 secondi per l'utilizzo sui social, tenendo in considerazione le caratteristiche richieste dagli specifici canali;
- i video dovranno prevedere la versione in italiano con sottotitoli in italiano ed in inglese. Sulla base dei contenuti e dei testi forniti da PoliTo sarà richiesta la stesura del voice-over definitivo solo in italiano. La traduzione in lingua inglese dei titoli sarà a carico dell'affidatario, con revisione finale a carico di PoliTo;



- le musiche utilizzate dovranno avere licenze *Creative Commons*;
- la risoluzione video dovrà essere Full-HD 1920x1080 25 fps – formato .mp4 - .mov.

Modalità e tempi di progettazione

Soggetto	Attività	Tempi
PoliTo/DEC	Lancio del <i>brief</i> e descrizione di possibili linee guida/ <i>concept</i> meta-progettuali sui video	Definiti dal DEC entro febbraio 2025
affidatario	Presentazione di due proposte di sviluppo dell'idea tra cui scegliere, progetto preliminare (interazioni preliminari tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo indicato a seconda delle specifiche competenze necessarie)	Entro 1 settimana dal lancio del <i>brief</i>
PoliTo/DEC	Restituzione <i>feedback</i> al fornitore progetto preliminare (interazioni successive tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo a seconda delle specifiche competenze necessarie)	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della presentazione delle proposte
affidatario	Consegna/avvio attività	Al più tardi entro 4 settimane dal lancio del <i>brief</i>

4.4 EVENTI

L'Azione 2 verrà supportata anche attraverso la realizzazione di eventi specifici in numero **pari a 12 (dodici)**.

Si prevedono N. **6 eventi-workshop collaborativi denominati "I LIVE POLITO"**, con circa 50 partecipanti a evento, per i quali è prevista come modalità di interazione un "mix" di intensa interazione fisica e digitale: si parte da uno o più *speech* introduttivi di una o più figure esperte, quindi si lancia un'attività di *word-cloud* che innesca la discussione tra le persone partecipanti (circa 8 per tavolo, sedute intorno a 6 tavoli), con la mediazione di un/una moderatore/trice per ogni tavolo. Il moderatore/moderatrice è collegato/a ad una redazione *in loco* che costantemente recepisce e rielabora gli insight pervenuti, agendo anche con il supporto di algoritmi di Intelligenza Artificiale, e restituendo gli esiti della discussione a fine evento.

I restanti **6 eventi con pubblico in sala** prevedono un numero di utenti valutabile in **circa 100 persone ciascuno, e una fruizione da parte del pubblico con interattività digitale meno intensa ma comunque presente (instant poll iniziale e finale, collegamenti remoti)**. Per l'organizzazione di ciascun evento saranno esplicitati il target e l'obiettivo, definiti dalla DEC, almeno un mese prima della data dell'evento (per permettere anche i tempi di promozione e comunicazione non inferiore a due settimane) e comunque in modo coerente con i target della campagna di riferimento prevista nel presente CSO. Fermo restando che il numero degli eventi previsti rimane 12, e che le due tipologie di evento sono da realizzarsi tendenzialmente nel numero qui prospettato di 6 e 6, le tematiche degli eventi possono variare a seconda delle contingenze e di diverse indicazioni da parte del DEC che comunque avrà cura di non programmare eventi in contemporanea.

Caratteristiche degli eventi

Durata e luogo: la durata degli eventi sarà indicata dal Politecnico di volta in volta ma, per gli eventi – WS I LIVE POLITO sarà di 4 ore, mentre per gli altri non sarà superiore a 2 ore; la *location* potrà essere presso la sede centrale del Politecnico di Torino (Corso Duca degli Abruzzi, 24) o presso la sede del Castello del Valentino (Viale Pier Andrea Mattioli, 39) o altre sedi dell'Ateneo.

Attività a cura del fornitore per tutti e 12 gli eventi:

- Predisposizione dei materiali di promozione e comunicazione, con creazione di locandina ad hoc per invio mail e per banner/comunicazione su sito web Polito entro 2 settimane dall'evento, oltre a



- post per social dedicato (WAH, ad esempio) e per profilo social PoliTo;
- Predisposizione di una piattaforma per la registrazione dei partecipanti e attivazione di un sistema di raccolta dei feedback da parte del pubblico dopo l'evento; restituzione dei risultati di ciascun evento (mini-report interno);
 - Oltre alle specifiche attività interattive previste per gli eventi I LIVE POLITO, è comunque richiesta la previsione di una modalità interattiva più "soft" anche nel corso di tutti gli altri 6 eventi e della registrazione degli stessi per la fruizione in differita da parte dell'utenza;
 - copertura foto e video.

È inoltre richiesto un monitoraggio degli esiti di ciascun evento e del grado di coinvolgimento dei/le partecipanti al fine di apportare eventuali modifiche in itinere (da definire in accordo con il DEC) tramite somministrazione di un *template online* di *customer satisfaction*.

L'immagine coordinata del singolo evento dovrà essere coerente con gli obiettivi e con le immagini coordinate delle campagne connesse, esplicitate nel presente CSO. Ove previsti, i video elaborati dovranno essere proiettati durante l'evento. Per gli eventi che non avessero una immagine coordinata di campagna predefinita da rispettare, i prodotti di comunicazione saranno predisposti sulla base di indicazioni di massima a cura della DEC, il fornitore proporrà almeno due opzioni tra cui scegliere.

Modalità e tempi di progettazione

Soggetto	Attività	Tempi
PoliTo/DEC	PoliTo lancia il <i>brief</i> e descrive possibili linee-guida per l'organizzazione degli eventi	Definiti dal DEC a seconda della necessità contingente e in ogni caso entro 4 settimane dalla data individuata per l'evento
affidatario	Presentazione di una proposta per l'organizzazione degli eventi/ <i>workshop</i> collaborativi e di una proposta per gli eventi con pubblico in sala	Entro 1 settimana dal lancio del <i>brief</i>
PoliTo/DEC	Restituzione <i>feedback</i> al fornitore progetto preliminare (interazioni successive tra <i>Art Director</i> e DEC e/o altro referente PoliTo a seconda delle specifiche competenze necessarie)	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della presentazione delle proposte
affidatario	Consegna/avvio attività	Al più tardi entro 4 settimane dal lancio del <i>brief</i>

4.5 MOSTRA "LE PRIME"

Alla luce degli studi e delle ricerche portate avanti dall'Area Cultura e Comunicazione dell'Ateneo, nell'ambito della Conservazione, Gestione e Valorizzazione dei Beni Storico-Scientifici del Politecnico di Torino, su donne – ingegnere, architetto e studentesse – significative nella storia del Politecnico di Torino, nel 2023 è stata realizzata la Mostra online LE PRIME <https://leprime.weareherepolito.it/> che nel marzo 2024 è diventata anche mostra fisica (totem autoportanti), esposta in un luogo di passaggio coperto molto frequentato presso la Sede Centrale del Politecnico.

L'affidatario dovrà co-sviluppare una *call to action* (indicativamente giugno 2025) dedicata all'aggiornamento della mostra Le Prime, stimolando la raccolta di nuove figure e effettuare la loro aggiunta online (su sito WAH <https://leprime.weareherepolito.it/>), in cui è presente una "galleria" composta di immagini e schede descrittive di 11 donne politecniche.

L'obiettivo è aggiungere max nuove 10 *donne politecniche* che l'Ateneo sarà invitato a segnalare, accompagnando i nomi con documentazione, secondo un format compilabile che sarà da co-progettarsi a cura dell'affidatario in collaborazione con il Politecnico.



Le nuove protagoniste saranno le (max)10 nuove figure di donne politecniche che, a valle di una selezione a cura del Politecnico, dovranno essere inserite all'interno della galleria virtuale di personaggi già esistente, con un linguaggio coerente con l'identità visiva esistente, ma segnalandone l'ingresso recente. Il materiale di partenza relativo alle nuove donne politecniche (immagini e testi in italiano e inglese) sarà fornito all'affidatario dal Politecnico di Torino.

Modalità e tempi di progettazione

Soggetto	Attività	Tempi
PoliTo/DEC	PoliTo lancia il <i>brief</i> e descrive possibili linee-guida per lanciare una <i>call</i> di Ateneo finalizzata all'aggiornamento della mostra Le Prime, versione <i>online</i> attraverso la segnalazione di donne politecniche del recente passato oltre alle Prime 11 già censite in mostra. Si ipotizza un numero massimo di 10 nuove donne da inserire nella mostra online.	indicativamente giugno 2025
affidatario	Presentazione di una proposta di messaggio per lanciare la <i>call</i> e di almeno due proposte di interfaccia grafica tra cui il Politecnico sceglie la più opportuna per il sito web della Mostra Le Prime. L'interfaccia propone un <i>template</i> compilabile, finalizzato a raccogliere segnalazioni, immagini e documentazioni, atte a identificare nuove donne politecniche e avviare gli studi per selezionarle e inserirle in mostra.	Al più tardi entro 1 settimana dal lancio del <i>brief</i>
PoliTo/DEC	Restituzione feedback al fornitore del progetto preliminare	Entro 5 gg lavorativi dalla consegna della presentazione delle proposte
affidatario	Progetto esecutivo della piattaforma per la raccolta e selezione delle nuove "candidature"	Al più tardi entro 4 settimane dal lancio del <i>brief</i>
affidatario	Elaborazione e produzione delle nuove schede di donne politecniche sulla base di documenti testuali e immagini forniti da PoliTo; aggiornamento della galleria e lancio della news	Al più tardi entro 6 settimane dal lancio del <i>brief</i>

5. STRUTTURA ORGANIZZATIVA E TEAM DI PROGETTO MINIMO

L'operatore economico dovrà descrivere già in fase di offerta (EV3 – RELAZIONE ILLUSTRATIVA) la struttura organizzativa/i gruppi di lavoro, ripartendo competenze e responsabilità, che intende utilizzare per l'espletamento dei servizi richiesti. La struttura proposta deve essere coerente con la tipologia e scomposizione delle attività illustrate nel presente CSO.

L'operatore inoltre dovrà individuare, già in fase di presentazione della proposta un **Team di progetto** dedicato formato da un **minimo di quattro risorse** (di cui una con il ruolo di Coordinatore), indicate nominativamente nell'offerta tecnica, che dovranno rimanere invariate, salvo cause di forza maggiore, nell'arco della durata del contratto.

Il **Coordinatore** dovrà:

- coordinare e controllare la corretta erogazione dei servizi e delle attività;



- gestire le eventuali modifiche rispetto alla programmazione delle attività;
- essere riferimento per tutte le eventuali problematiche;
- interfacciarsi con il DEC o altri referenti del Politecnico di Torino.

Le risorse proposte dovranno avere competenze nell'ambito della progettazione, realizzazione e sviluppo di campagne di promozione dalle caratteristiche analoghe a quelle oggetto del presente affidamento e dovranno coprire almeno i seguenti ruoli professionali:

- 1 Project Manager (Coordinatore);
- 1 Art Director;
- 1 Social media manager;
- 1 Event producer.

Per ogni figura individuata pertanto sarà necessario **definire**, già nella proposta, **il ruolo** che ricoprirà in corso di esecuzione dell'appalto ed **allegare il relativo CV** redatto secondo lo standard Europass (<http://europass.cedefop.europa.eu>) corredato da **una breve presentazione**. Si prega di dare evidenza a:

- esperienza pregressa in progetti di comunicazione simili, con tematiche inerenti parità e inclusione;
- esperienza pregressa in progetti con Università e P.A. in generale;
- esperienza nel ruolo ricoperto;
- percorsi formativi seguiti e titoli di studio conseguiti;
- certificazioni individuali conseguite.

La documentazione prodotta dovrà permettere all'affidatario di verificare le competenze e le esperienze pregresse di ogni risorsa proposta e la relativa congruenza con il ruolo che ricoprirà in corso di esecuzione.

6. TITOLARITÀ

Tutto quanto prodotto (a titolo di esempio: materiali diversi di comunicazione, sito web, immagini, video, profili social, ecc.) nell'ambito del presente appalto sarà di proprietà del Politecnico di Torino (non per i prodotti *creative commons* ove la titolarità non è richiesta per la fruizione secondo quanto previsto dal quadro creative common di riferimento); il fornitore dovrà rendere disponibile le sorgenti in qualsiasi momento (file vettoriali, login, ecc), entro il termine massimo di due anni dalla conclusione dell'attività contrattuale.