

## N. 10

### **OGGETTO: GARA EUROPEA A PROCEDURA TELEMATICA APERTA PER L'ACQUISIZIONE DEL SERVIZIO DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE NELL'AMBITO DELLE ATTIVITÀ FINANZIATE CON IL PROGRAMMA PON METRO 2014-2020**

**Importo appalto:** euro 219.360,00 al netto di Iva e/o di altre imposte e contributi di legge, nonché degli oneri per la sicurezza dovuti a rischi da interferenze (rinnovabile, alle medesime condizioni, per una durata non superiore a quella del contratto iniziale, per un importo massimo di euro 219.360,00, al netto di Iva e/o di altre imposte e contributi di legge, nonché degli oneri per la sicurezza dovuti a rischi da interferenze)

**Programma Operativo Nazionale "Città Metropolitane" 2014-2020, CCI 2014IT16M2OP004  
Programmazione risorse aggiuntive REACT-EU finanziate nell'ambito della risposta dell'Unione alla pandemia di COVID-19**

**Asse 8 – Assistenza tecnica (REACT-EU)**

**Azione 8.1.1: Assistenza tecnica e capacità amministrativa REACT-EU**

**Progetto BO8.1.1b "Supporto all'efficacia, all'efficienza e alla comunicazione dell'Autorità Urbana Comune di Bologna REACT-EU"**

CUP: F39J21011850007

CIG: 9404273B93

CUI: S01232710374202200124

Codice intervento programma: 0A10689-00

### **QUESITO**

Sempre con riferimento alla nostra domanda e alla risposta ricevuta (Chiarimento 2) chiediamo:

- 1) quando fate riferimento al "Manuale di identità visiva del Programma" intendete il manuale del logo PON presente sul sito? Se sì, deduciamo quindi che non esistono altri manuali di identità visiva a cui attenersi per la creazione degli strumenti di comunicazione e siamo liberi di fare proposte creative, corretto?
- 2) Nella risposta fate riferimento alla "strategia di comunicazione dell'Amministrazione Comunale". Dopo possiamo reperire le informazioni relative e le specifiche linee guida?

### **RISPOSTA**

Buongiorno,

- 1) l'unico Manuale di identità visiva del Programma è quello disponibile nel sito web dell'Agenzia per la Coesione Territoriale (<http://www.ponmetro.it/home/comunicazione/marchio-e-identita/>);
- 2) non sono ad oggi formalizzate specifiche linee guida relative alla strategia comunicativa dell'ente. Tale strategia si compone dell'insieme delle attività comunicative veicolate attraverso i principali canali di comunicazione quali Siti istituzionali, social, stampa ecc.

Li, 28 Novembre 2022