



INVITO A PRESENTARE OFFERTE

Campagna di sensibilizzazione VoiceOver

Scadenza 31/10/2023 ore 17

PROGETTO:

Sostegno ed empowerment delle vittime della tratta di esseri umani attraverso un modello di coinvolgimento dei leader dei sopravvissuti

Codice progetto: GA - GAP - 101101049

[Pagina FB](#)

CLIENTE

Equality Cooperativa Sociale, Via Canestrini 91, Padova <https://www.equalitycoop.org/>

CONTESTO DEL PROGETTO

Lanciato nell'aprile 2023, il progetto VoiceOver, finanziato dall'UE, mira a dotare le organizzazioni anti-tratta delle conoscenze e degli strumenti necessari per lavorare con le sopravvissute come veri e propri partner e per far sentire la loro voce come interlocutori primari nel campo dell'anti-tratta. Realizzato da organizzazioni di assistenza alle vittime di cinque Stati membri dell'UE (BE, ES, FR, IT, RO), si concentra sulla formazione del personale, sulla responsabilizzazione dei sopravvissuti e sulla promozione dell'assistenza peer-to-peer alle vittime di tratta per facilitarne l'integrazione sociale.

SCOPO DEL BANDO

I partner del progetto VoiceOver cercano un fornitore di servizi (azienda o libero professionista) per produrre:

- un'opera centrale -un video o più,
- materiali complementari,
- sviluppo, lancio e gestione di una campagna di sensibilizzazione transnazionale online.

Gli obiettivi della campagna sono:

- promuovere il concetto di impegno dei sopravvissuti all'interno della società civile e dei responsabili politici
 - diffondere i risultati del progetto e in particolare il modello di impegno dei sopravvissuti
- stimolare il dibattito sulla comunicazione dignitosa e rispettosa della tratta di esseri umani.



PUBBLICO DI RIFERIMENTO

Il target principale della campagna è costituito da organizzazioni della società civile, centri di accoglienza, istituzioni, centri di ricerca, mondo accademico e responsabili politici del settore anti-tratta.

MESSAGGI

I messaggi devono essere incentrati su questi concetti:

- Informare: cos'è l'impegno dei sopravvissuti? Il processo attraverso il quale i sopravvissuti a esperienze traumatiche partecipano attivamente ad attività che vanno oltre la ricezione di cure.

Le ONG anti-tratta e i decisori politici devono lavorare con i sopravvissuti come veri e propri partner e far sentire la loro voce come interlocutori primari nel settore anti-tratta.

Dobbiamo cambiare il modo in cui le persone trafficate vengono ritratte, evitando l'approccio salvifico e vittimistico e trasmettendo invece il concetto di empowerment, abbracciando la complessità delle esperienze di tratta.

I sopravvissuti sono i veri esperti della tratta di esseri umani.

Promuovere una narrazione etica: dove tracciare il confine tra il raccontare e l'utilizzare la storia di un sopravvissuto? Tra dare potere e sfruttare la storia di qualcuno?

Decostruire gli stereotipi della tratta di esseri umani: contro la vittima ideale. Sottolineare la complessità della tratta: non tutte le vittime vogliono fuggire, non tutte sono in trappola, non tutte si considerano tali.

STILE

- Evitare gli stereotipi sulle vittime
- Evitare il linguaggio stereotipato
- Linguaggio non sessista
- Evitare il sensazionalismo
- Concentrarsi su un linguaggio non vittimistico o colpevolizzante.
- Un linguaggio e un tono non paternalistici e orientati al benessere.
- Utilizzare messaggi e immagini che si concentrino sugli autori e non sulle vittime (chiunque può essere una vittima perché le cause sono strutturali).
- Tutti i formati sono accettabili: filmati, illustrazioni, animazioni, supporti misti, ecc.

DISTRIBUZIONE, CANALI E TERRITORI



Per il lancio della campagna Voice Over Eu, il subappaltatore si avvarrà delle reti sociali esistenti delle organizzazioni partner (siti web, Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, ecc.). Inoltre, il subappaltatore identificherà ulteriori canali adeguati e stakeholder rilevanti da coinvolgere nella divulgazione.

I social media disponibili e le relative statistiche sono riportati nella tabella seguente:

Partner	Website	Twitter	Facebook	LinkedIn	Instagram	YouTube	other
Equality	1500	NA	1785	209	1011	NA	
Payoke	3.000	151	1300	1200	600	50	
MIST	5400	NA	NA	NA	620	154	Tiktok 90
ADPARE	2.772	NA	338	NA	NA	NA	
Fundación Cruz Blanca	1850	NA	2400	6333	NA	84	Tiktok 152
IUAV	N/A	9500	30 00	NA	NA	NA	
Total	views per month 14522	followers 9651	followers 8823	followers 7742	followers 1220	subscriptions 288	subscribers 90

LINGUA

I prodotti audiovisivi e grafici derivati dovranno essere realizzati in INGLESE, nonché tradotti con la supervisione dei partner, doppiati e sottotitolati in italiano, francese, spagnolo e rumeno.

CALENDARIO DI ATTUAZIONE

31.10.2023 -> presentazione dell'offerta, comprensiva di: 1) presentazione dell'agenzia e curriculum delle persone coinvolte; 2) concept creativo per la campagna VoiceOver; 3) preventivo dettagliato

30.11.2023 -> i risultati del processo di selezione vengono comunicati agli offerenti

15.12.2023 -> firma del contratto e inizio delle attività

28.02.2024 -> il fornitore di servizi selezionato presenta un piano di campagna dettagliato

30.11.2024 -> rilascio del video e inizio della campagna



Dicembre 2024 - marzo 2025 -> roll-out della campagna

Marzo 2025 -> elaborazione di un report con i risultati della campagna (ad es. numero di contenuti e post creati, numero e tipo di stakeholder raggiunti, visualizzazioni del video, ecc.)

COORDINAMENTO

La pianificazione e lo sviluppo della campagna saranno effettuati in consultazione con il team del progetto, composto da rappresentanti di tutte le organizzazioni partner, e con la partecipazione attiva dei sopravvissuti attraverso focus group, briefing o altri metodi.

REQUISITI

La produzione del video deve comprendere tutte le spese di pre-produzione, produzione e post-produzione, quali:

- Ideazione e sceneggiatura
- Regia e riprese

Registrazione del suono

Progettazione del suono e composizione musicale

Montaggio, post-produzione e correzione del colore

Doppiaggio e sottotitolazione

Il prodotto finale deve essere inviato nei seguenti formati:

- file Prores o equivalente in formato FULL HD (.mov)
- file H.264 in qualità web

L'offerta deve includere anche tutti gli altri materiali della campagna, come immagini per i social media, reel, ecc.

CANONE DI SERVIZIO

Il costo del servizio è di 25.000 euro IVA esclusa. Tale importo deve comprendere tutti i requisiti tecnici, le spese aggiuntive e le spese di viaggio necessarie per lo sviluppo dei materiali della campagna.

SOGGETTI AMMESSI



Possono partecipare alla gara agenzie di comunicazione, media e liberi professionisti in possesso di partita IVA. I partecipanti devono soddisfare almeno uno dei seguenti requisiti:

- Esperienza pregressa in campagne sociali
- Fluente conoscenza dell'inglese. Altre lingue sono un plus.

COME PARTECIPARE

Le agenzie e i freelance interessati devono inviare la seguente documentazione:

- Portfolio/showreel: che evidenzi le esperienze pregresse nella realizzazione di campagne di comunicazione sociale
- Proposta tecnica: Presentare una bozza del video o dell'animazione con una bozza di storyboard e della campagna.
- Offerta dettagliata che copra tutti i materiali e le attività previste nella proposta tecnica, nel rispetto del budget massimo e che includa tutte le spese che il fornitore di servizi dovrà sostenere per l'esecuzione dell'incarico.

TERMINI E CONDIZIONI PER LA PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE

Le agenzie e i professionisti interessati devono inviare la propria proposta all'indirizzo di posta elettronica certificata: presidenza@equalitycoop.org e segreteria@equalitycoop.org entro il 31/10/2023.

Le richieste di informazioni possono essere inviate anche a presidenza@equalitycoop.org o a segreteria@equalitycoop.org.

CRITERI DI VALUTAZIONE

Con un punteggio massimo di 100/100, le offerte saranno valutate sulla base dei seguenti criteri:

- Portfolio e Showreel: 20 punti
- Precedente esperienza in campagne sociali o di lavoro con la società civile: 20 punti
- Proposta tecnica (si terrà conto della pertinenza, della coerenza con gli obiettivi del progetto, dell'ispirazione e della creatività): 30 punti

Offerta dettagliata (budget dettagliato con ripartizione dei costi): 30 punti



SELEZIONE

Una commissione mista composta da rappresentanti dei partner del progetto valuterà le offerte e selezionerà un fornitore di servizi, a suo esclusivo e insindacabile giudizio. I risultati della selezione saranno comunicati entro il 30.11.2023. L'agenzia o i professionisti selezionati saranno informati da Equality.

RISERVATEZZA DEI DATI

Equality si assume la responsabilità del trattamento dei dati con l'obbligo di garantire la massima riservatezza, applicando la normativa in materia prevista dalla legge 30 giugno 2003 n. 196 (codice in materia di protezione dei dati personali) e successive modifiche.

In base ai diritti conferiti dalla normativa vigente in materia di protezione dei dati, gli offerenti possono esercitare i diritti di accesso, rettifica, limitazione del trattamento, cancellazione e opposizione, nonché revocare il consenso prestato, indirizzando la richiesta a Equality Cooperativa Sociale, Via Canestrini 91, Padova, oppure a presidenza@equalitycoop.org. Gli offerenti possono inoltre rivolgersi all'autorità di controllo competente (Garante per la protezione dei dati personali) per presentare un reclamo.