

## CAPITOLATO TECNICO

Affidamento del seguente servizio professionale:

**SERVIZI GIORNALISTICI DELL'AGENZIA E SERVIZI AI MEDIA DURANTE LA MANIFESTAZIONE DELL' UNIVERSIADE DIVISA IN DUE LOTTI.**

### 1. PREMESSA

Per l'Organizzazione delle Universiadi Estive è stato sottoscritto un contratto di assegnazione con la FISU (Federazione Internazionale Sport Universitari) che prevede l'obbligo, per l'Agenzia, di dotarsi di una Struttura Organizzativa in grado di occuparsi di tutti i settori specialistici in cui può essere suddivisa la manifestazione tra cui quello relativo alla Comunicazione ed all'ufficio stampa ed in particolare il servizio giornalistico ed informativo di carattere generale e sportivo, quello culturale e turistico, oltre ai servizi necessari per la gestione e funzionamento delle attività di supporto per gli operatori dei media e del broadcasting, in conformità ai requisiti minimi stabiliti dalla FISU con il contratto di assegnazione.

Per questi settori, in accordo con la FISU, è necessario attivare i servizi in oggetto per sviluppare le attività legate all'Area funzionale della Comunicazione (Ufficio Stampa, Coordinamento delle informazioni per la creazione di un flusso di comunicazione continuativo con i media presenti in Italia e all'estero (stampa, radio, tv, web) sia generalisti che specializzati dei vari settori attinenti agli argomenti trattati).

Sono di seguito riportate le funzioni, riportate nel disciplinare, che dovranno essere svolte per ogni singolo servizio ed i requisiti minimi che debbono essere posseduti per poter svolgere l'incarico.

Per l'Area Comunicazione sono previsti i seguenti Servizi giornalistici e Servizi ai media divisi in due lotti:

Sn	Servizio:	CIG	Importo a b.a.
LOTTO 1	<b>SERVIZI GIORNALISTICI GENERALI E SPORTIVI</b>	<b>7337227742</b>	<b>149.500,00 € (oltre IVA)</b>
LOTTO 2	<b>SERVIZI GIORNALISTICI CULTURALI E TURISTICI, SERVIZI AI MEDIA NAZIONALI ED INTERNAZIONALI</b>	<b>73372412D1</b>	<b>149.500,00 € (oltre IVA)</b>

## 2. DESCRIZIONE DELLA FORNITURA E DEI SERVIZI PER I DUE LOTTI

**Le forniture/servizi che costituiscono il Lotto 1 sono di seguito descritti:**

### Servizi giornalistici ed informativi generali e sportivi

L'attività dell'Aggiudicatario dovrà mirare alla creazione di un flusso di comunicazione continuativo con i media presenti in Italia e all'estero (stampa, radio, tv, web) sia generalisti che specializzati dei vari settori attinenti agli argomenti trattati.

L'Aggiudicatario dovrà inoltre essere un'antenna sui temi di attualità trattati dalle redazioni e di interesse per gli stakeholder. Dovrà inoltre porsi in modo proattivo nei confronti dell'ARU per sollecitare contenuti e proporre ai contenuti un taglio notiziabile, al fine di rispondere al meglio alle attese delle redazioni e, di conseguenza, all'ottenimento dei risultati. Tale proattività dovrà comunque essere compatibile con il ruolo istituzionale rappresentato dall'ARU.

All'aggiudicatario sarà inoltre richiesto di monitorare e favorire la presenza dell'Universiade sugli speciali tematici proposti dalle diverse redazioni all'interno delle diverse pubblicazioni (speciali, dossier, inserti, rapporti, etc), segnalare eventuali opportunità di media partnership in relazione ad attività specifiche, collaborazioni e occasioni utili a sviluppare il flusso di comunicazione attraverso attività redazionali.

I servizi richiesti sono:

1. Servizio di un coordinatore per la comunicazione (giornalista professionista con almeno 10 anni di esperienza) per fornire all'ARU un'informazione primaria, capillare e tempestiva, tenuto conto della natura e dei fini istituzionali della medesima con presenza media nella sede ARU per riunioni di coordinamento per almeno 1 volta a settimana e presenza continuativa durante l'evento.

2. Servizi giornalistici generali e sportivi

Articoli e notizie, (in italiano ed inglese) utili per il confezionamento di pagine, colonne, rubriche, post, etc. su tutti i canali informativi dell'ARU e da diffondere su scala nazionale ad altri organi di stampa, volti a dare una copertura completa dell'Universiade prima, durante e dopo l'evento. Minimo 10 a settimana.

3. Supporto con un gruppo di lavoro dedicato alle Universiadi composto da almeno n. 3 giornalisti professionisti con contratto di lavoro di categoria, sulle iniziative, conferenze e attività dell'ARU al fine di assicurare ampia conoscibilità all'attività istituzionale della medesima e delle attività sportive per la copertura di tutte le 18 discipline dell'Universiade. Il gruppo di lavoro deve assicurare presenza continuativa durante l'evento e presenza nella sede dell'ARU almeno 1 volta a settimana per riunioni di coordinamento.

4. Trasmissione delle news sull'attività dell'ARU all'interno del notiziario regionale e nazionale a seconda della rilevanza della notizia, fatta salva la valutazione giornalistica dell'Aggiudicatario. Minimo 10 a settimana.

5. Copertura video-giornalistica: documentazione video-giornalistica dell'attività dell'ARU e della manifestazione.
6. Informazione primaria sui principali fatti della vita istituzionale dell'ARU e dell'Universiade sia regionale che nazionale, attraverso un flusso costante in tempo reale di notizie, trasmesse da 3 ai 7 giorni su 7, dal lunedì alla domenica.
7. Una sezione on line dedicata sul sito dell'Agenzia, costantemente aggiornata e rinnovata al passo con gli eventi e l'attualità, composta da una media di 15-20 approfondimenti mensili sulle notizie più rilevanti, tutti accompagnati da foto significative.
8. Aggiornamento continuo di una mailing list di giornalisti italiani attivi nei settori di interesse, su testate stampa, tv, radio, web specializzate, settoriali e generaliste.
9. Redazione, rielaborazione e adattamento dei contenuti in forma di comunicati stampa e loro diffusione in formato elettronico o cartaceo (in quest'ultimo caso la stampa delle copie necessarie è a carico del committente).
10. Attività di follow-up sui lanci dei comunicati con report.
11. Costruzione e gestione di interviste scritte, telefoniche, o incontri stampa.
12. Collaborazione per l'organizzazione e gestione delle conferenze stampa dal punto di vista giornalistico (nel pre-evento: predisposizione e invio invito e save the date, recall e gestione presenze, preparazione comunicati, schede informative e cartelle stampa; durante l'evento: logistica, assistenza ai giornalisti, gestione interviste e distribuzione dei contenuti con mezzi idonei; post-evento: con la condivisione della mailing presenze, follow-up, report del work in progress previsto e le azioni necessarie per ottimizzare i risultati potenziali).
13. Supporto nell'individuazione di notizie e occasioni utili alla diffusione di informazioni relative all'Universiade e segnalazione di opportunità redazionali.
14. Aggiornamento costante e tempestivo su speciali, dossier e rapporti, etc. relativi alle tematiche trattate dalle redazioni.
15. Collaborazione per l'organizzazione di incontri per approfondire i temi proposti sia durante la normale attività dell'ARU sia in occasione di altri eventi collegati all'Universiade e disponibilità per press tour e observer programme nel caso sia richiesto dal Committente.
16. Segnalazione degli articoli/servizi e dei lanci di agenzia ottenuti e consegna di un press book (almeno bimensile) e uno conclusivo completo in tre copie al termine della prestazione. Il press book dovrà essere organizzato in tre sezioni: Agenzie, Stampa, Web, TV.
17. Costituzione di un desk giornalistico per realizzare notizie, approfondimenti, analisi, schede, ecc. e per gestire i contributi informativi provenienti dalle altre redazioni (centrali e locali) e dalle altre redazioni di corrispondenza all'estero.

**Le forniture/servizi che costituiscono il Lotto 2 sono di seguito descritti:**

Servizi giornalistici culturali e turistici A.), servizi ai media nazionali ed internazionali B.)

**A.) Il servizio oggetto dell'appalto, per i servizi giornalistici culturali e turistici, consiste nell'organizzazione e nell'espletamento delle attività tese:**

- alla gestione/creazione di contenuti di marketing territoriale, nei settori della comunicazione enogastronomica, del turismo e nelle eccellenze dell'artigianato, con specifici approfondimenti sul lancio di nuovi prodotti e servizi, nell'organizzazione di eventi a finalità economica, turistica e culturale, nell'attuazione di processi d'internazionalizzazione dei prodotti;
- alla valorizzazione dei prodotti turistici, degli eventi e del territorio della Regione Campania;
- al potenziamento promozionale delle offerte turistiche nelle speciali occasioni che si verificheranno nel corso dell'anno (ad esempio in occasione di concerti o eventi);
- ad incrementare la notorietà e l'attrattiva della Regione e delle sue peculiarità, al fine di stimolare ed attrarre anche nei mesi prima e successivi all'Universiade;
- alla veicolazione di messaggi coerenti con la strategia turistica della Regione e degli enti preposti alla promozione del territorio.

Per le suddette attività, i servizi richiesti sono:

1. Servizi giornalistici specifici

Articoli e notizie, (in italiano ed inglese) utili per il confezionamento di pagine, colonne, rubriche, post, etc. su tutti i canali informativi dell'ARU e da diffondere su scala nazionale ad altri organi di stampa, volti a dare una copertura degli eventi in Regione Campania che possono essere correlati all'Universiade con particolare riferimento ad informazioni di tipo culturale, turistico, ambientale, eno-gastronomico di tutta la Regione Campania, prima, durante e dopo l'evento. Minimo 5 a settimana,

2. Copertura video-giornalistica: documentazione video-giornalistica con approfondimenti sulle tematiche legate alla cultura, al turismo e allo sport che possono essere correlati all'Universiade 2019;

3. Supporto con un gruppo di lavoro dedicato alle Universiadi composto da almeno n. 2 giornalisti professionisti con contratto di lavoro di categoria, sulle iniziative, conferenze e attività dell'ARU al fine di assicurare ampia conoscibilità all'attività istituzionale della medesima e delle attività sportive. Il gruppo di lavoro deve assicurare presenza continuativa durante l'evento e presenza nella sede dell'ARU almeno 1 volta a settimana per riunioni di coordinamento;

4. Informazione primaria sui principali fatti sportivi, turistici e culturali, correlati all'Universiade, attraverso un flusso costante in tempo reale di notizie, trasmesse secondo differenti modalità e quantità via via maggiore con l'avvicinarsi dell'Evento.



5. Una sezione on line dedicata sul sito dell’Agenzia, costantemente aggiornata e rinnovata al passo con gli eventi e l’attualità, composta da approfondimenti mensili, settimanali e giornalieri(durante l’Universiade) sulle notizie correlate alle Universiadi, tutti accompagnati da foto significative.
6. Supporto nell’individuazione di notizie e occasioni utili alla diffusione di informazioni relative all’Universiade e segnalazione di opportunità redazionali.
7. Aggiornamento costante e tempestivo su speciali, dossier e rapporti, etc.. relativi alle tematiche turistiche, ambientali, culturali che possono essere correlate con l’evento;
8. Organizzazione di incontri per approfondire i temi proposti sia durante le attività prima, durante e dopo l’Universiade sia in occasione di altri eventi collegati all’Universiade e disponibilità per press tour e observer programme nel caso sia richiesto dal Committente.
9. Una finestra aperta sul mondo dell’Universiade in almeno due lingue (italiano ed inglese). News in tempo reale, commenti, curiosità, corrispondenze, interviste, dichiarazioni sui fatti salienti, personaggi e protagonisti di tutti gli sport, da quelli più popolari a quelli meno conosciuti, con particolare attenzione alle notizie provenienti dalle federazioni sportive e dall’attività sportiva universitaria.

**B.) L’Agenzia selezionata per il Lotto 2, deve, inoltre, in linea con i requisiti minimi della FISU, fornire servizi per i Media nazionali ed internazionali attraverso l’espletamento delle seguenti attività:**

1. Sviluppo di un piano operativo per il centro stampa e televisivo (MPC e IBC) incluso un layout dello spazio e l’impiego delle risorse umane necessarie al loro funzionamento;
2. Supporto per la definizione delle postazioni dei giornalisti, dei fotografi, delle telecamere e dei rispettivi spazi esterni, di accesso e aree di parcheggio riservate nei diversi impianti;
3. Piano dettagliato per le workroom, le sale stampa, zone miste, tribune stampa in tutti gli impianti di competizione;
4. Gestione degli spazi da destinare alle aree lavoro per la stampa nel Villaggio degli Atleti;
5. Gestione degli spazi da destinare all’ area lavoro per la stampa nel Media Village/ alloggi destinati alla stampa;
6. Piano di quanto necessario per la tecnologia, per gli arredamenti, per gli impianti e per le attrezzature (FF&E);
7. Realizzazione della Media Guide;
8. Gestione del processo di accreditamento degli operatori dei media;

9. Fornitura delle modalità di contatto con i rappresentanti delle tv e della carta stampata prima dell'evento per le informazioni di carattere operativo;
10. Garantire un team operativo e di pianificazione prima dell'evento ed un team durante lo svolgimento dei giochi. Il team deve coordinare anche il gruppo dei volontari che sarà dedicato ai media;
11. Formare i tirocinanti e i volontari destinati alle attività della Stampa;

Durante l'evento l'Agenzia selezionata dovrà:

12. Gestire le aree di lavoro della stampa e dei fotografi in tutti gli impianti destinati alle gare, nel Villaggio degli Atleti e dei Media;
13. Rappresentare l'interfaccia diretta con i media accreditati per quanto riguarda il rilascio delle informazioni.

### **3. REQUISITI DI CAPACITA' TECNICA E PROFESSIONALE DELL'AGENZIA DI STAMPA**

- 1) produzione e distribuzione a titolo oneroso, consecutivamente a decorrere dal 1° gennaio 2015, di un notiziario quotidiano generale in lingua italiana, per un minimo di 12 ore al giorno per almeno 5 giorni su 7 e almeno 350 giorni l'anno, con almeno 600 lanci, dei quali almeno 300 relativi a fatti ed avvenimenti sportivi nazionali o relativi alle regioni italiane;
- 2) produzione e distribuzione a titolo oneroso, a decorrere dal 2015, di almeno un notiziario video-giornalistico.
- 3) aver regolarmente eseguito, nel triennio 2015-2017, servizi giornalistici e/o video-giornalistici per amministrazioni pubbliche;
- 4) avere alle dipendenze, alla data del 31 dicembre 2017, almeno venti giornalisti professionisti o pubblicisti, con ottima conoscenza scritta e parlata della lingua italiana, di cui almeno uno con ottima conoscenza scritta e parlata della lingua inglese (livello almeno C1), iscritti all'INPGI ed inquadrati ai sensi degli art. 1 o 2 del CNLG con rapporto di lavoro a tempo pieno e indeterminato; ciascun giornalista part-time dovrà essere calcolato forfettariamente equivalente a 0,5 giornalisti; per i giornalisti in CIGS o solidarietà dovrà essere calcolato il numero di giornalisti a tempo pieno utilizzando le percentuali effettive (a titolo esemplificativo, 10 giornalisti tutti in solidarietà al 20% del tempo saranno considerati equivalenti a 8 giornalisti a tempo pieno e indeterminato);
- 5) avere alla data del 31 dicembre 2017 almeno due sedi nel territorio italiano di cui almeno una in Campania;
- 6) avere partecipato per tutta la durata della manifestazione e con propri inviati alle ultime due edizioni delle olimpiadi estive e/o invernali;

#### 4. PROSPETTO ATTIVITA' DA SVOLGERE E QUALITA' NECESSARIE

Sono di seguito riportate le funzioni che dovranno essere svolte per ogni singolo servizio professionale ed i requisiti minimi che debbono essere posseduti per poter svolgere l'incarico:

<b>LOTTO 1 - Servizi giornalistici ed informativi generali e sportivi</b>	
<p><b>ATTIVITA' DA SVOLGERE</b></p>	<p>L'aggiudicatario dovrà mettere a disposizione un team di giornalisti professionisti ed un coordinatore, che dovranno mirare alla creazione di un flusso di comunicazione continuativo con i media presenti in Italia e all'estero (stampa, radio, tv, web) sia generalisti che specializzati dei vari settori attinenti agli argomenti trattati.</p> <p>All'aggiudicatario sarà inoltre richiesto di monitorare e favorire la presenza dell'Universiade sugli speciali tematici proposti dalle diverse redazioni all'interno delle diverse pubblicazioni (speciali, dossier, inserti, rapporti, etc), segnalare eventuali opportunità di media partnership in relazione ad attività specifiche, collaborazioni e occasioni utili a sviluppare il flusso di comunicazione attraverso attività redazionali.</p> <p>Si prevede, per questo lotto, una presenza dello staff presso la sede ARU di almeno 2 volte a settimana e poi continuativa nel periodo 25/6/2019-20/7/2019, l'offerta del servizio di rassegna stampa, di almeno n.3 licenze del notiziario generale.</p>
<p><b>QUALITA' NECESSARIE PER SVOLGERE L'INCARICO</b></p>	<p>Sia il team di giornalisti e soprattutto il coordinatore dovranno avere la capacità di selezionare le notizie, capire cosa sia importante e cosa sia interessante e attraverso l'evidenza riportare e rielaborare definendo cosa è da mettere in primo piano e cosa no, accertandosi che ciò di cui si viene a conoscenza sia vero. Altra qualità è lo storytelling, cioè la capacità di riportare e raccontare le storie con le forme appropriate della comunicazione. Oltre alle conoscenze e competenze nell'uso dei nuovi mezzi di comunicazione, come piattaforme digitali di scrittura e video. Occorre una parte più specializzata con la capacità di raccogliere foto, video e registrazioni audio resi più facili da smartphone e tablet. Essere padroni della differenza tra giornalismo scritto e quello televisivo, il primo con possibilità di rileggere per capire, il secondo o si coglie subito l'informazione o non si coglie più. Fra le altre qualità deve esserci quella di acquisire, selezionare ed elaborare l'informazione, trasformandola in un prodotto finito che può essere una notizia, un articolo o un servizio. Per tutto questo occorre la velocità di comprensione degli eventi; la capacità di prevederli; un costante studio per tenersi aggiornati attraverso la lettura di tutti i giornali che parlano di sport in generale, compreso quelli locali; rapidità nel capire la notizia e nel diffonderle con i mezzi a disposizione; cultura generale che permette di scrivere articoli su più ambiti compreso quello politico ed economico</p>



	<p>Seguire gli eventi per tracciarne il resoconto e farne la cronaca al grande pubblico. Intervistare i personaggi del mondo sportivo. Raccogliere interviste ed informazioni. Redigere comunicati stampa, organizzare dibattiti e incontri pubblici di carattere sportivo. Relazioni su una specifica disciplina sportiva e occuparsi anche di tutte le altre.</p> <p>In definitiva le qualità essenziali sono: essere sempre disponibile; essere capace di capire velocemente la situazione che si deve descrivere; raccontare gli eventi di cui si è testimone coinvolgendo il lettore o l'ascoltatore; sintesi e chiarezza di espressione per chi deve dare notizie in tempi brevi, per quelli televisivi anche meno di un minuto e di un minuto e mezzo per il fatto del giorno.</p>
<b>ESPERIENZA PROFESSIONALE MINIMA RICHIESTA RILEVABILE DAL CV</b>	<p>Aver ricoperto ruoli nell'organizzazione di uno o più eventi sportivi di rilievo almeno nazionale, con preferenza per eventi multi sportivi; avere esperienza di comprovate capacità giornalistiche, capacità di trattativa, di pianificazione strategica dimostrata attraverso specifiche attività svolte e/o attraverso qualificanti esperienze professionali, rilevanti dal cv, nell'organizzazione di eventi sportivi che possano dimostrare la capacità di relazionarsi con istituzioni e figure sportive nazionali ed internazionali.</p>
<b>REQUISITO MINIMO DI PARTECIPAZIONE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giornalisti iscritti all'albo professionale in qualità di pubblicista.</li> <li>- Conoscenza della lingua inglese scritta e parlata che l'ARU si riserva di valutare a mezzo di apposito test che ne attesti la conoscenza almeno al livello C1 (rif. Quadro Europeo di Riferimento per la Conoscenza delle Lingue (QCER)).</li> </ul>

<b>LOTTO 2 - A) Servizi giornalistici culturali e turistici, B) servizi ai media nazionali ed internazionali</b>	
<b>ATTIVITA' DA SVOLGERE</b>	
<b>A) Servizi giornalistici culturali e turistici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gestione/creazione di contenuti di marketing territoriale, nei settori della comunicazione enogastronomica, del turismo e nelle eccellenze dell'artigianato, con specifici approfondimenti sul lancio di nuovi prodotti e servizi, nell'organizzazione di eventi a finalità economica, turistica e culturale, nell'attuazione di processi d'internazionalizzazione dei prodotti;</li> <li>- valorizzazione dei prodotti turistici, degli eventi e del territorio della Regione Campania;</li> <li>- potenziamento promozionale delle offerte turistiche nelle speciali occasioni che si verificheranno nel corso dell'anno (ad esempio in occasione di concerti o eventi);</li> </ul>





<p><b>B) Servizi ai media nazionali ed internazionali</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- incrementare la notorietà e l'attrattività della Regione e delle sue peculiarità, al fine di stimolare ed attrarre anche nei mesi prima e successivi all'Universiade;</li><li>- veicolazione di messaggi coerenti con la strategia turistica della Regione e degli enti preposti alla promozione del territorio.</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- Garantire un team operativo e di pianificazione prima dell'evento ed un team durante lo svolgimento dei giochi</li><li>- essere parte attiva nel reclutamento dei volontari destinati alle attività della stampa;</li><li>- formare i volontari destinati alle attività della stampa ed uno staff retribuito sia locale che internazionale.</li><li>- Sviluppare un piano operativo per il centro stampa e televisivo (MPC e IBC) incluso un layout dello spazio e l'impiego delle figure che vi opereranno;</li><li>- Supporto per la definizione delle postazioni dei giornalisti, dei fotografi, delle telecamere e dei rispettivi spazi esterni, di accesso e aree di parcheggio riservate;</li><li>- Piano dettagliato per le work room, le sale stampa, zone miste, tribune stampa in tutti gli impianti di competizione;</li><li>- Fornire requisiti per gli spazi da destinare alle aree lavoro per la stampa nel Villaggio degli Atleti;</li><li>- Fornire Requisiti per gli spazi da destinare all' area lavoro per la stampa nel Media Village/ alloggi destinati alla stampa;</li><li>- Piano di quanto necessario e idoneo per la tecnologia, arredamenti, impianti ed attrezzature (FF&amp;E);</li><li>- Supporto per i contenuti e la realizzazione della Media Guide;</li><li>- Gestione del processo di accreditamento dei giornalisti della carta stampata e delle televisioni- compresa l'amministrazione del processo "end to end";</li><li>- Fornitura delle modalità di contatto con i rappresentanti delle tv e della carta stampata prima dell'evento per le informazioni di carattere operativo;</li><li>- Gestire le aree di lavoro della stampa e dei fotografi in tutti gli impianti destinati alle gare, nel Villaggio degli Atleti e dei Media;</li><li>- Rappresentare l'interfaccia diretta con i media accreditati per quanto riguarda il rilascio delle informazioni.</li></ul>
<p><b>QUALITA' NECESSARIE PER SVOLGERE L'INCARICO</b></p>	<p>Capacità di selezionare le notizie, capire cosa sia importante e cosa sia interessante e attraverso l'evidenza riportare e rielaborare definendo cosa è da mettere in primo piano e cosa no, accertandosi che ciò di cui si viene a conoscenza sia vero. Altra qualità è lo storytelling, cioè la capacità di riportare e raccontare le storie con le forme appropriate della comunicazione. Oltre alle conoscenze e competenze nell'uso dei nuovi mezzi di comunicazione, come piattaforme digitali di scrittura e video. Occorre una parte più specializzata con la capacità di raccogliere foto, video e registrazioni audio resi più facili da smartphone e tablet. Essere padroni della differenza tra giornalismo scritto e quello televisivo, il primo con possibilità di rileggere per capire, il secondo o si coglie subito l'informazione o non si coglie più. Fra le altre qualità deve esserci quella di acquisire, selezionare ed elaborare</p>



	<p>l'informazione, trasformandola in un prodotto finito che può essere una notizia, un articolo o un servizio. Per tutto questo occorre la velocità di comprensione degli eventi; la capacità di prevederli; un costante studio per tenersi aggiornati attraverso la lettura di tutti i giornali che parlano di sport in generale, compreso quelli locali; rapidità nel capire la notizia e nel diffonderle con i mezzi a disposizione; cultura generale che permette di scrivere articoli su più ambiti compreso quello culturale, turistico ed enogastronomico.</p> <p>Avere capacità organizzative e gestionali; conoscere gli aspetti della leadership con gli operatori media e tirocinanti e volontari da impiegare negli spazi dedicati alla stampa.; essere sempre aggiornati; suggerire servizi di contorno; avere capacità organizzative e gestionali.</p>
<p><b>ESPERIENZA PROFESSIONALE MINIMA RICHIESTA RILEVABILE DAL CV</b></p>	<p>Aver ricoperto ruoli nell'organizzazione di uno o più eventi sportivi/culturali/turistici di rilievo almeno nazionale, con preferenza per eventi multi disciplinari/settoriali; avere esperienza di comprovate capacità giornalistiche, capacità di trattativa, di pianificazione strategica dimostrata attraverso specifiche attività svolte e/o attraverso qualificanti esperienze professionali, rilevanti dal cv, nell'organizzazione di eventi che possano dimostrare la capacità di relazionarsi con istituzioni ed enti sportivi, culturali e turistici.</p>
<p><b>REQUISITO MINIMO DI PARTECIPAZIONE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giornalisti iscritti all'albo professionale in qualità di pubblicista.</li> <li>- Conoscenza della lingua inglese scritta e parlata che l'ARU si riserva di valutare a mezzo di apposito test che ne attesti la conoscenza almeno al livello C1 (rif. Quadro Europeo di Riferimento per la Conoscenza delle Lingue (QCER)).</li> </ul>