

**N.B. il presente capitolato d'oneri tiene conto della modifica dell'art. 12 approvata con Deliberazione n. 2096 del 19 novembre 2004 e pubblicata sul BURC n. 60 del 13 dicembre 2004.**

REGIONE CAMPANIA - Area Generale di Coordinamento "Rapporti con gli organi nazionali e internazionali in materia di interesse regionale" Via S. Lucia n.81, Napoli - Bando di gara per pubblico incanto, ai sensi del D.Lgs. 17 marzo 1995 n.157, come modificato dal D.Lgs 25 febbraio 2000, n. 65 con procedura aperta per l'affidamento di progettazione e realizzazione della campagna istituzionale a carattere pubblicitario volta alla promozione dell'identità europea della Regione Campania - Importo a base d'asta del servizio: E. 2.000.000,00 al netto dell'IVA.

**1) Amministrazione Aggiudicatrice**

Area Generale di Coordinamento "Rapporti con gli organi nazionali e internazionali in materia di interesse regionale" Via S. Lucia n.81, Napoli.

Responsabile del procedimento: Avv. Lucia Maio Tel. 081/7962732 - 2559 Fax 081/7962381; e-mail: lucia.maio@regione.campania.it;

sito internet: [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)

**2) Categoria di servizio e descrizione**

Servizio di progettazione e realizzazione di una campagna istituzionale a carattere pubblicitario volta alla promozione del valore dell'identità europea presso il grande pubblico della Regione Campania. La descrizione analitica dei servizi oggetto della gara è contenuta nel Capitolato che è parte integrante del presente bando.

Categoria 13, CPC 871;

Importo a base d'asta del servizio: E. 2.000.000,00 al netto dell'IVA

**3) Luogo di esecuzione:**

Regione Campania.

**4) Riferimenti:**

4a) Riferimenti alle disposizioni legislative, regolamentari, amministrative:

Direttive CEE 92/50 e 97/52, D.Lgs. 157/95 e s.m.i., Regolamenti (CE) n.1260/99, 1159/2000, n.448/2004, n.438/2001, n.448/2001, decisioni della Commissione C(2000)2050 del 1.08.2000 e C(2000)2347 dell'8.08.2000; Legge 7 giugno 2000 nr. 150;

4c) Obbligo di precisazione:

E' fatto obbligo di indicare il nome e le qualifiche professionali del responsabile e delle persone incaricate della prestazione del servizio.

**5) Offerte frazionate**

Non ammesse.

**6) Varianti**

Non ammesse.

**7) Durata del contratto:**

Dalla data di aggiudicazione fino al 31.12.2006.

**8) Indirizzo presso cui richiedere le informazioni e la documentazione**

Il bando, il capitolato d'oneri della gara per l'affidamento del servizio di progettazione e realizzazione di una campagna istituzionale a carattere pubblicitario volta alla promozione del valore dell'identità europea presso il grande pubblico della Regione Campania sono disponibili sul sito internet [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it), e potranno, altresì, essere richiesti all'Amministrazione aggiudicatrice di cui al punto 1 del presente bando, nei giorni feriali, escluso il sabato, dalle ore 10.00 alle ore 13.00.

**9) Modalità di presentazione delle offerte.**

9a) Le offerte dovranno pervenire, a pena di inammissibilità, entro e non oltre le ore 13,00 del 29/11/2004 in plico chiuso, controfirmato e sigillato, confezionato con le modalità stabilite nel

disciplinare e recante la dicitura "Offerta per gara con procedura aperta per l'affidamento del servizio di progettazione e realizzazione di una campagna istituzionale a carattere pubblicitario volta alla promozione del valore dell'identità europea presso il grande pubblico della Regione Campania " e con l'indicazione del mittente .

Il plico dovrà contenere al suo interno, a pena di esclusione, tre buste separate, ognuna sigillata, controfirmata su tutti i lembi di chiusura, recanti l'intestazione del mittente e la dicitura rispettivamente A) "Documentazione", B) "Offerta tecnica", C) "Offerta economica". Sia la relazione di offerta tecnica, sia l'offerta economica dovranno essere siglate in ogni pagina e sottoscritte in calce per esteso da parte del legale rappresentante.

La busta A) "Documentazione" dovrà contenere, a pena di esclusione, tutta la documentazione elencata ai punti 11 e 14 del presente bando.

La busta B) "Offerta tecnica"- dovrà racchiudere la relazione di offerta tecnica, con almeno i documenti indicati al punto 11 del capitolato. L'offerta non dovrà essere superiore a 40 cartelle/pagine, formato A4, comprensive degli allegati, con esclusione dell'indice.

La busta C) "Offerta economica" dovrà contenere, pena l'esclusione, l'offerta economica, al netto dell'IVA.

9b) Le offerte saranno consegnate direttamente o trasmesse per posta o corriere all'indirizzo di cui al punto 1). In caso di trasmissione, farà fede esclusivamente la data di ricezione presso la sede della Regione.

9c) Le offerte devono essere redatte in lingua italiana.

10) Inizio attività di selezione delle offerte

10a) Persone autorizzate a presenziare all'apertura delle offerte:

il rappresentate legale di ciascun offerente o un soggetto dallo stesso delegato.

10b) Data, ora e luogo di apertura delle offerte:

verranno comunicati ai soggetti che hanno presentato offerte nei termini di cui al punto 9a) dal responsabile del procedimento a mezzo fax o telegramma.

#### **11) Cauzione**

Le offerte dovranno essere corredate da una cauzione provvisoria, del disciplinare di gara, pari al 3% dell'importo a base d'asta, indicato al punto 2, da prestarsi mediante polizza fidejussoria, bancaria o assicurativa incondizionata o rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art.107 del DLgs 385/93, con un periodo di validità della durata di sei mesi che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, nonché l'espressa rinuncia al termine di cui all'art. 1957cc. Nel caso di raggruppamento temporaneo d'impresе la cauzione è prestata dalla mandataria.

L'aggiudicataria dovrà prestare cauzione definitiva, pari al 10% dell'importo di aggiudicazione che preveda espressamente la rinuncia del garante al beneficio della preventiva escussione e ai termini di decadenza di cui all'art.1957 c.c., mediante fideiussione bancaria o assicurativa. La cauzione definitiva copre gli oneri per il mancato o incompleto adempimento del contratto.Nel caso di raggruppamento temporaneo di impresе la cauzione viene prestata dalla mandataria.

#### **12) Modalità di finanziamento e pagamento**

Il servizio è finanziato a valere sulle risorse della misura 7.1 del CdP del P.O.R. Campania 2000-2006. Le modalità di pagamento saranno indicate nel contratto.

#### **13) Raggruppamenti di impresе**

Le impresе che partecipano in raggruppamento temporaneo dovranno conformarsi all'art.11 del D.lgs 157/95. L'offerta dovrà specificare le parti del servizio eseguite dalle singole impresе.

#### **14) Documentazione e condizioni minime economiche e tecniche di ammissibilità:**

14 a) Idoneità alla partecipazione

a1) Istanza di partecipazione con l'indicazione del nominativo del legale rappresentante e dell'idoneità a sottoscrivere gli atti di gara.

Dichiarazione del titolare o legale rappresentante:

a2) di non trovarsi in alcuna delle condizioni di esclusione previste dall'art.12 del D.lgs 157/95;

a3) relativa all'insussistenza delle cause di cui all'art.10 della legge n.575/65 e riferita, ove ne ricorrano le condizioni, anche ai soggetti indicati dall'art.2, comma 3 del DPR 3 giugno 1998, n.252;

a4) di possedere l'iscrizione alla C.C.I.A.A. o atto o dichiarazione equivalente, nel caso di imprese non soggette a tale iscrizione o residenti in altri Stati della U.E.;

a5) di non trovarsi con altre società partecipanti alla presente gara in una situazione di controllo o di collegamento ai sensi dell'art.2359 c.c.;

a6) di non partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio di concorrenti, né in forma individuale, qualora abbia partecipato in raggruppamento o consorzio;

a7) dichiarazione per le sole imprese appartenenti a consorzi, della propria qualifica di socio con indicazione dell'elenco delle ditte consorziate;

a8) di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili (art.17 della legge 12 marzo 1999 n.68) o in alternativa, che l'impresa non è tenuta al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili. E' fatto salvo quanto disposto dalla circolare del Ministero del lavoro del 26 giugno 2000, n.41;

a9) di non avere in corso e dichiarazione di impegno a non assumere, in caso di aggiudicazione, nel periodo di vigenza del contratto, direttamente od indirettamente, incarichi riguardanti altre attività di comunicazione inerenti all'attuazione del P.O.R. Campania 2000-06;

a10) Dichiarazione di impegno, di ciascun componente del gruppo di lavoro a non assumere, nel periodo di vigenza del contratto, incarichi in conflitto di interesse con l'attività oggetto del presente bando.

a11) Dichiarazione di impegno al rispetto della disciplina prevista dall'art.11, del Dlgs.n.157/95 con indicazione dell'impresa capogruppo.

14 b) Capacità tecnica e professionale:

b1) dichiarazione di aver prestato o di avere in corso la realizzazione di almeno due servizi, assimilabili a quello oggetto del presente bando, resi dagli offerenti nel periodo 2001-2003, con indicazione dei destinatari e degli importi. Per servizi assimilabili si intendono le attività di comunicazione ed informazione definiti dalla legge 7 giugno 2000, nr. 150, art. 1. Per i servizi resi a favore di amministrazioni o enti pubblici, è richiesta agli aggiudicatari certificazione, rilasciata dagli enti medesimi, attestante il buon esito o l'andamento del rapporto;

b2) dichiarazione, a pena di inammissibilità, attestante la messa a disposizione dell'Amministrazione appaltante, di un gruppo di lavoro, per l'intera durata del servizio, in possesso dei requisiti minimi di seguito indicati:

- 1 coordinatore con funzioni di supervisione metodologica e consulenza scientifica, con almeno 10 anni di esperienza nella gestione di campagne istituzionali destinate al grande pubblico;
- 1 esperto di organizzazione logistica per eventi;
- 1 copywriter con almeno 5 anni di esperienza;
- 1 art director con almeno 5 anni di esperienza;
- 3 junior con almeno 2 anni di esperienza.

Alla dichiarazione dovranno essere allegati, a pena di esclusione, i curricula di ognuno dei componenti del gruppo di lavoro, debitamente sottoscritti dagli stessi, con indicazione dell'esperienza richiesta.

14 c) Capacità economica e finanziaria:

c1)cauzione di cui al punto 11;

c2) idonee referenze bancarie, rilasciate da almeno un istituto di credito, attestanti la consistenza economica dell'offerente o comprovata copertura assicurativa contro i rischi professionali;

c3) dichiarazione che il soggetto proponente ha realizzato, nel triennio 2001/2003, un volume di affari globale in servizi identici o analoghi a quello oggetto di gara non inferiore all'importo posto a base di gara.

In caso di raggruppamento di imprese la documentazione di cui alle lettere a1), a2), a3), a4) a5), a6), a7), a8), a9), a11) e c1) dovrà essere presentata da ogni componente il raggruppamento. Il requisito richiesto alla lettera b1) verrà valutato con riferimento al raggruppamento nel suo insieme. La dichiarazione di cui al punto b2) dovrà essere presentata dall'impresa capogruppo del raggruppamento. Il

requisito di cui al punto c2) dovrà essere presentati da ogni componente il raggruppamento. Il requisito di cui al punto c3) dovrà essere posseduto dalla capogruppo almeno per il 60% e comunque dal raggruppamento per l'intero.

15) **Vincolo alla propria offerta:** 180 giorni dal termine di cui al punto 9a;

16) **Criterio di aggiudicazione dell'appalto:** offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 23, comma 1, lett. b) del Decreto Legislativo 157/95. Non sono ammesse offerte economiche in aumento.

Gli elementi di valutazione in ordine decrescente di importanza sono:

qualità dell'offerta tecnica (max 80 punti/100);

offerta economica (max 20 punti/100).

17) **Altre informazioni**

L'Amministrazione si riserva di non aggiudicare il servizio nel caso in cui sia stata presentata una sola offerta.

L'Amministrazione procederà alla verifica delle offerte anormalmente basse, ai sensi dell'art.25, del D.Lgs. n.157/95 e s.m.i..

18) **Avviso di preinformazione:** non è stato pubblicato.

19) **Data di invio del bando alla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee:** 07/10/2004

20) **Data di ricezione del bando da parte dell'ufficio pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee:** 07/10/2004

FIRMATO  
La Coordinatrice dell'Area 09  
Tiziana Arista

Programma Operativo della Regione Campania 2000-2006  
CAPITOLATO D'ONERI

“Per l'affidamento del servizio, di progettazione e realizzazione della campagna istituzionale a carattere pubblicitario volta alla promozione dell'identità Europea della Regione Campania”.

**ART. 1**

**Definizioni e Documentazione messa a disposizione dei concorrenti**

Nel presente Capitolato ed in genere in tutta la documentazione, sarà usata la terminologia di seguito specificata:

**AGGIUDICATARIO O AFFIDATARIO**

Il Soggetto cui sarà affidata l'esecuzione del Servizio a seguito dell'esito della presente procedura di gara.

**CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE**

La campagna di comunicazione istituzionale a carattere pubblicitario della Regione Campania volta alla promozione dell'identità europea presso il grande pubblico che la Committente ha intenzione di attuare attraverso la presente procedura di gara.

**CAPITOLATO**

Il presente Capitolato d'oneri che definisce i contenuti fondamentali del Servizio e fissa le procedure per la presentazione dell'offerta e per lo svolgimento della gara.

**COMMITTENTE/AMM. AGGIUDICATRICE**

L'Amministrazione committente - Regione Campania Autorità di Gestione del P.O.R. 2000/2006.

**CONTATTI LORDI**

Il dato che indica il numero di persone raggiunte dal messaggio pubblicitario per il numero di volte in cui sono state raggiunte

**P.O.R.**

Programma Operativo Regionale della Campania 2000-2006. Il documento di programmazione approvato dalla Commissione Europea l'8 agosto 2000 con Decisione C (2000) 2347, contenente la strategia e le priorità di azione dei Fondi strutturali, gli obiettivi specifici, la partecipazione dei Fondi e le altre risorse finanziarie relativamente al periodo 2000 - 2006.

**CONTRATTO**

Il contratto che, all'esito della presente gara, la Committente stipulerà con l'Aggiudicatario del relativo Servizio.

**GROSS RATING POINT O GRP**

Indice che sintetizza la quantità di comunicazione prodotta da una pianificazione in relazione al target. La formula matematica è la seguente: (contatti lordi x 100)/numero di individui.

**OFFERENTI / CONCORRENTI**

Le imprese o i raggruppamenti temporanei di imprese ammesse a partecipare al presente bando.

**PIANO MEDIA**

Il documento di programmazione contenente la strategia di pianificazione media elaborata da ciascun concorrente.

**SERVIZIO**

Il Servizio oggetto della presente gara, consistente nell'affidamento dei servizi di progettazione e realizzazione della campagna di comunicazione volta alla promozione dell'identità europea presso il grande pubblico della Regione Campania.

Viene messa a disposizione dei concorrenti la seguente documentazione reperibile sul sito internet: [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)

- Programma Operativo della Regione Campania 2000-2006 (P.O.R.);
- Complemento di Programmazione (CdP);

- Il presente Capitolato d'oneri;

- Piano di comunicazione del P.O.R.: "Linee Guida per la Definizione della Politica e della Strategia di Comunicazione" Complemento di Programmazione P.O.R. Campania 2000-2006".

Ulteriori informazioni potranno essere richieste dai concorrenti direttamente al Responsabile del procedimento: Dr.ssa Lucia Maio

## Art . 2

### Premessa

La Regione Campania, in qualità di Autorità di Gestione del P.O.R., intende, attraverso una campagna di comunicazione, promuovere la conoscenza del ruolo svolto dall'Unione Europea a sostegno dello sviluppo e della crescita economica, strutturale e sociale del territorio campano.

L'Autorità di Gestione del P.O.R. Campania coordina le azioni di comunicazione trasversali o destinate al grande pubblico attraverso l'Unità Operativa per l'informazione, la Pubblicità e il Sistema Informativo, rimandando ai responsabili di misura (DGR 714 del 20 febbraio 2003) la realizzazione delle azioni di comunicazione, strumentali all'attuazione delle misure, dirette ai beneficiari finali.

Con i regolamenti CE 1260/1999 e successive modificazioni e integrazioni (del Consiglio del 21 giugno 1999, recante disposizioni generali sui Fondi strutturali) e 1159/2000 (della Commissione del 30 maggio 2000, relativo alle azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali), la Commissione europea ha provveduto a legittimare la comunicazione come strategia per il miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia delle iniziative attraverso la sensibilizzazione dell'opinione pubblica. La stessa esigenza è stata riconosciuta, peraltro, anche dal Parlamento Italiano che con l'approvazione della legge n.150/2000 ha provveduto a disciplinare l'attività di informazione e comunicazione della P.A.

La Committente ha pertanto la responsabilità di assicurare la massima pubblicità alle azioni realizzate dall'Unione Europea con i Fondi Strutturali Comunitari in favore dei propri cittadini al fine di promuovere presso il grande pubblico, attraverso la Campagna di comunicazione istituzionale, l'identità europea.

Per la realizzazione della immagine coordinata della campagna in oggetto, la Committente dovrà tener presente il layout grafico, già in uso per la produzione di strumenti di comunicazione adottati dall'Autorità di Gestione, per poter declinare la stessa impostazione grafica su tutti i materiali che saranno prodotti. Il layout allegato al presente capitolato ne fa parte integrante e sostanziale.

Inoltre, saranno fornite le "Linee guida e strumenti per comunicare il P.O.R. Campania 2000-2006" dove sono indicate le modalità per l'inserimento delle informazioni e dei loghi istituzionali relativi alla Regione Campania e all'Unione Europea.

Il claim adottato dalla Regione Campania "La tua Campania cresce in Europa" rappresenta l'idea strategica che sta alla base della comunicazione ombrello che la Committente deve realizzare e dovrà essere veicolato attraverso tutta la campagna di comunicazione, poiché si intende promuovere l'identità europea presso i cittadini campani, enfatizzando il concetto della Campania in Europa e dell'Europa in Campania.

## Art. 3

### Oggetto dell'Appalto

Oggetto del bando è l'affidamento dei servizi di progettazione e realizzazione di una campagna istituzionale a carattere pubblicitario volta alla promozione del valore dell'identità europea presso il grande pubblico della Regione Campania.

La campagna di comunicazione in oggetto si fonda su un quadro normativo che fa riferimento, innanzitutto ai Regolamenti (CE) n. 1260/1999 (art.34 e 46) e n.. 1159/2000, ed al Piano di comunicazione del P.O.R.: "Linee Guida per la Definizione della Politica e della Strategia di Comunicazione" del Complemento di Programmazione .

In considerazione dei target di riferimento e degli obiettivi di comunicazione, i concorrenti dovranno formulare una proposta innovativa di una campagna di comunicazione istituzionale a carattere pubblicitario nonché degli strumenti pubblicitari da utilizzarsi. Le azioni di comunicazione dovranno privilegiare il più possibile l'integrazione fra gli strumenti e i media, con l'obiettivo di dar vita ad un flusso informativo atto a raggiungere in modo efficace ed efficiente tutti i destinatari previsti.

L'Amministrazione considera necessari la progettazione e realizzazione della campagna istituzionale a carattere pubblicitario, sulla base di un'immagine coordinata fornita dalla Regione, come da layout grafico allegato al presente capitolato, almeno attraverso i seguenti strumenti di comunicazione:

- Cartellonistica, manifesti e locandine;
- Video;
- Spot per il circuito televisivo, cinematografico e radiofonico;
- inserti sui quotidiani, periodici locali e nelle edizioni locali dei quotidiani nazionali;
- materiale informativo e promozionale destinato alle istituzioni scolastiche;
- pagine web da pubblicare sul portale della Regione Campania e/o ospitate presso altri siti web istituzionali;
- gadget;
- materiale informativo editoriale cartaceo e digitale (cd-rom, dvd)
- ciclo di eventi;
- partecipazione a manifestazioni espositive;

#### **ART. 4**

##### **Durata del Servizio**

Nelle more della sottoscrizione del contratto e della registrazione il servizio verrà avviato dalla comunicazione della aggiudicazione e avrà termine il 31/12/06.

#### **Art. 5**

##### **Obiettivi del servizio**

Con la presente procedura di gara la Regione Campania intende dare piena attuazione ai regolamenti CE 1260/1999 e 1159/2000 al fine di:

- sviluppare presso l'opinione pubblica regionale il senso di appartenenza all'Europa, valorizzando i risultati raggiunti a livello locale;
- promuovere la conoscenza dell'Unione europea ed il ruolo che essa riveste per la crescita economica, strutturale e sociale del territorio campano;
- dare in tutto il territorio regionale un'immagine omogenea degli interventi realizzati con l'aiuto dell'Ue;
- informare ed aumentare la visibilità e notorietà degli interventi e delle iniziative realizzate in Campania attraverso il P.O.R.

È preciso intento della Committente contribuire attraverso questa campagna di comunicazione alla riduzione del deficit rappresentativo che l'Unione Europea continua a soffrire nei confronti della maggior parte dei propri cittadini.

##### **5.1 Obiettivi delle azioni di comunicazione**

Le azioni informative e pubblicitarie della campagna in oggetto mirano ad aumentare la notorietà e la trasparenza delle azioni realizzate dalla Regione Campania con l'aiuto dell'Ue nel proprio territorio, nonché dare un'immagine omogenea degli interventi stessi.

Nello specifico, le azioni della campagna di comunicazione avranno lo scopo di informare tutti i cittadini della Regione Campania sul ruolo svolto dall'Unione europea e sui risultati ottenuti attraverso gli interventi finanziati dai Fondi Strutturali.

La campagna di comunicazione dovrà veicolare i contenuti relativi alle seguenti tematiche: Beni culturali, Formazione e lavoro, Pari Opportunità, Innovazione Tecnologica, Sviluppo Locale, Ambiente, Città, Nodi di servizio.

In particolare, la campagna dovrà puntare sulle tematiche legate all'**occupazione, pari opportunità e innovazione**, coinvolgendo le donne e soprattutto i giovani come principali testimonial sul campo.

Il messaggio della campagna di comunicazione dovrà avere come obiettivo la sensibilizzazione di tutti i cittadini della Regione Campania al valore di cittadinanza e di appartenenza all'Unione Europea.

Per raggiungere in modo efficace questo obiettivo la campagna di comunicazione dovrà diffondere la conoscenza delle azioni, delle strategie di sviluppo locale e dei risultati conseguiti grazie all'attuazione del P.O.R. Campania 2000/06.

Attraverso la campagna di comunicazione la Regione Campania intende, dunque, diffondere i principali e più significativi risultati ottenuti grazie all'Unione Europea, basandosi sullo strumento di programmazione regionale e sulla progettazione integrata che seguono le direttrici di intervento individuate dalla Unione europea.

Comunicare al grande pubblico i risultati conseguiti sul territorio regionale campano grazie ai Fondi Strutturali europei agevola il graduale percorso di avvicinamento dell'Unione europea ai cittadini campani e viceversa, e aiuta la Regione a diffondere presso il grande pubblico il sentimento di identità europea ed i relativi diritti di cittadinanza europea.

Il messaggio della campagna di comunicazione, come da Reg. CE 1159/2000, dovrà mettere in evidenza che l'intervento dell'Unione Europea:

- contribuisce a ridurre il divario tra i livelli di sviluppo delle varie regioni e il ritardo delle regioni meno favorite;

- contribuisce alla correzione dei principali squilibri regionali esistenti nella comunità, partecipando allo sviluppo e all'adeguamento strutturale delle regioni in ritardo di sviluppo, nonché alla riconversione economica e sociale delle regioni.

### 5.2 Destinatari delle azioni di comunicazione

Destinatari delle azioni di comunicazione e informazione sono tutti i cittadini della Regione Campania così come indicato nei regolamenti comunitari sopra citati. In particolare i target di riferimento della campagna di comunicazione sono i seguenti:

**Opinione pubblica generale:** sono tutti i cittadini della Regione Campania:

- a. **il pubblico giovanile:** sono i giovani in età scolastica compresi nella fascia tra gli 11 e i 27 anni, quale target privilegiato a cui destinare una parte di azioni della campagna di comunicazione.

- b. **Mass media e in generale il sistema dell'informazione locale:** sono i quotidiani ed i periodici di informazione e di economia a diffusione regionale, periodici familiari e femminili, periodici specializzati su lavoro, formazione, impresa, turismo, TV e radio locali, media on line. Attraverso i Mass Media la Regione intende potenziare il messaggio della campagna e raggiungere il vasto pubblico allo scopo di diffondere nel modo più ampio possibile la conoscenza dell'Unione europea ed i risultati conseguiti grazie ai Fondi Strutturali europei.

### 5.3 Tipologie e caratteristiche degli strumenti di comunicazione

Tutti gli strumenti di comunicazione hanno come unico obiettivo quello di aumentare la notorietà e la trasparenza delle azioni dell'Unione europea realizzate nel e per il territorio campano al fine di sviluppare nei cittadini il senso di appartenenza all'Unione europea. Per ogni target individuato dovrà essere utilizzato lo strumento più adeguato.

E' necessario garantire l'integrazione di tutti gli strumenti di comunicazione adottati con lo scopo di assicurare la massima diffusione ed efficacia alla campagna di comunicazione.

Il materiale informativo e pubblicitario, realizzato sia in forma cartacea che elettronica, deve presentare una veste grafico - editoriale tale da assicurare l'uniformità, la coerenza visiva e la riconoscibilità istituzionale, attraverso un'immagine coordinata realizzata sull'indicazione del layout grafico fornito in allegato. Il materiale sopra citato deve altresì riportare il claim "La tua Campania cresce in Europa" e recare i loghi istituzionali della Unione europea e della Regione Campania così come previsto dal Reg. CE 1159/2000.

Per ogni strumento adottato dalla campagna deve essere realizzato "un master" che possa essere impiegato dalla Committente in tutte le attività di pubblicità e informazione legate all'attuazione del P.O.R.

I servizi e gli strumenti da fornire ad opera dell'aggiudicatario, descritti di seguito nel dettaglio, attivabili per le diverse azioni della campagna di comunicazione dovranno essere almeno i seguenti:

- progettazione e realizzazione degli standard per il coordinamento grafico e visivo;
- spot televisivo, cinematografico e radiofonico;
- video;



- cartellonistica, manifesti e locandine;
- inserti e inserzioni su quotidiani e periodici;
- materiale informativo e promozionale;
- gadget;
- cd-rom e Dvd;
- programma per le Istituzioni Scolastiche "La tua Campania cresce in Europa";
- pagine web;
- ciclo di eventi;
- partecipazione a manifestazioni espositive;

• **PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DEGLI STANDARD PER IL COORDINAMENTO GRAFICO E VISIVO**

DESCRIZIONE: la Committente intende realizzare gli standard per il coordinamento grafico e visivo della comunicazione istituzionale, finalizzato a trasmettere un'identità e un'immagine univoca del ruolo dell'Ue e della Regione Campania.

L'aggiudicatario dovrà progettare, secondo il layout fornito in allegato, un'immagine coordinata e declinarne le linee guida grafiche su tutti i supporti cartacei e multimediali utilizzati dalla Committente per la gestione della comunicazione del P.O.R..

L'aggiudicatario dovrà realizzare un manuale che assista la regione nell'applicazione degli standard grafici, per la gestione e realizzazione di tutto il materiale di comunicazione istituzionale del P.O.R. cartaceo e digitale. Tutto il materiale dovrà essere fornito in formato digitale ad alta risoluzione su CD-ROM per Mac e Win.

• **SPOT TELEVISIVO, CINEMATOGRAFICO E RADIOFONICO**

DESTINATARI: opinione pubblica generale.

DESCRIZIONE: lo spot rappresenta lo strumento attraverso il quale la Regione Campania intende comunicare a tutti i cittadini in modo diffuso e capillare i valori simbolici del P.O.R. Campania e altresì comunicare le opportunità offerte dalla programmazione regionale 2000-2006, le principali azioni del P.O.R. cofinanziate dai Fondi Strutturali europei e finalizzate alla crescita sociale ed economica del territorio campano.

I principali contenuti degli spot sono:

- che cosa è il P.O.R. Campania: come si cresce in Europa: opportunità finanziarie ma soprattutto strategia per lo sviluppo. Sarà importante sottolineare il ruolo svolto dalla Regione Campania nell'implementazione della strategia di sviluppo locale;
- come e dove opera il P.O.R. Campania: impatto sul territorio campano attraverso le principali azioni di intervento quali la crescita, l'innovazione e il cambiamento (Progettazione integrata);
- a chi è destinato il P.O.R. Campania: i principali destinatari e beneficiari finali degli interventi da realizzare sul territorio campano con le risorse del P.O.R..

Gli spot dovranno, inoltre, fornire informazioni relative ad eventuali numeri verdi e agli indirizzi web dedicati alle tematiche comunitarie.

Gli spot devono essere ottimizzati per i canali: radio, televisione e cinema.

Gli spot, destinati al circuito cinematografico, dovranno essere realizzati in formato da 30 e 15 secondi. Gli spot televisivi dovranno essere realizzati in formato da 15 e 30 secondi. Gli spot radiofonici dovranno completamente integrarsi con quelli televisivi e cinematografici ed essere realizzati in formato da circa 30 secondi con tre o più soggetti a rotazione.

La programmazione degli spot è prevista dalla Committente per il biennio 2005-06.

DISTRIBUZIONE: I media che la Committente intende utilizzare sono le radio nazionali con programmazione pubblicitaria a diffusione regionale, le emittenti televisive a diffusione regionale, e i principali circuiti cinematografici regionali.

In sede di offerta tecnica i concorrenti dovranno presentare un **Piano Media** che dia massima visibilità ed efficacia comunicativa alle iniziative di comunicazione previste nel progetto creativo in sinergia con le altre attività per la realizzazione della campagna di comunicazione.

• VIDEO

DESTINATARI: istituzioni scolastiche, pubblico partecipante al ciclo di eventi e manifestazioni fieristiche.

DESCRIZIONE: il video rappresenta lo strumento attraverso il quale la Regione Campania intende comunicare i valori simbolici del P.O.R. Campania e altresì comunicare i risultati raggiunti e gli interventi cofinanziati dai Fondi Strutturali europei.

I principali contenuti del video sono:

- che cosa è il P.O.R. Campania: come si cresce in Europa: strategia per lo sviluppo. Sarà importante promuovere gli interventi realizzati in Campania secondo le tematiche precedentemente citate;
- come e dove opera il P.O.R. Campania: impatto sul territorio campano attraverso le principali azioni di intervento quali la crescita, l'innovazione e il cambiamento (Progettazione integrata);
- a chi è destinato il P.O.R. Campania: i principali destinatari e beneficiari finali degli interventi da realizzare sul territorio campano con le risorse del P.O.R.

Il video, inoltre, dovrà fornire informazioni relative ad eventuali indirizzi web dedicati alle tematiche comunitarie.

Il video dovrà essere fornito su supporto digitale Dvd, dalla durata di 30 minuti,.

DISTRIBUZIONE: Il video è destinato alla distribuzione nelle scuole e nell'ambito del ciclo di eventi e manifestazioni fieristiche.

• CARTELLONISTICA, MANIFESTI E LOCANDINE

DESTINATARI: opinione pubblica generale.

DESCRIZIONE: la Committente intende promuovere attraverso la realizzazione di cartelloni, manifesti e locandine una comunicazione integrata e modulare che per temi illustri che cos'è il P.O.R., come e dove il P.O.R. opera e a chi è destinato, come sopra descritto.

Cartellonistica, manifesti e locandine devono essere pensati come strumento flessibile e in continua evoluzione in accordo agli stati di avanzamento relativi alla realizzazione del P.O.R.. La campagna attraverso questi strumenti deve consentire, all'interno della stessa cornice creativa, l'inserimento di nuovi soggetti nei tre anni di programmazione.

I formati previsti sono formati 600x300cm, 100x140cm, 70x100cm. Il formato delle locandine potrà variare coerentemente all'idea creativa sottostante alla campagna di comunicazione, e pertanto sarà oggetto della proposta creativa che i concorrenti presenteranno.

DISTRIBUZIONE: deve prevedere un piano delle affissioni che assicuri una copertura regionale. I manifesti saranno affissi presso cinema, scuole, stazioni, strade cittadine, punti di incontro giovanile con sistemi a grande dimensioni, sistemi di pubblicità in movimento, presso gli allestimenti in occasione di fiere, manifestazioni organizzate, eventi ed altre iniziative che saranno promosse e patrocinate dalla Regione Campania.

• INSERTI E INSERZIONI SU QUOTIDIANI E PERIODICI

DESTINATARI: opinione pubblica generale.

DESCRIZIONE: gli inserti e le inserzioni sui quotidiani rappresentano lo strumento attraverso il quale la Committente intende dare visibilità e trasparenza alle azioni legate all'attuazione del P.O.R. Campania. Come strumento flessibile di accompagnamento al percorso di graduale attuazione del P.O.R. Campania, gli inserti dovranno essere modulari e multisoggetto.

DISTRIBUZIONE: si prevede la pubblicazione delle inserzioni pubblicitarie sui quotidiani nazionali con foliazione regionale, sui quotidiani e periodici a diffusione regionale. Per gli inserti si prevede una distribuzione su quotidiani nazionali con foliazione regionale, su quotidiani regionali, su periodici nazionali con distribuzione pubblicitaria regionale e su periodici regionali.

Il formato previsto dovrà essere a pagina intera o 1/2 pagina. E' preferibile, ove possibile, l'acquisto di pagine a colori per amplificare la visibilità del messaggio. E' possibile inserire pagine b/n per i quotidiani che non prevedono stampa a colori.

Per la diffusione del messaggio su carta stampata dovrà essere elaborato il relativo piano media, come descritto nell'offerta tecnica.

• MATERIALE INFORMATIVO E PROMOZIONALE

DESTINATARI: opinione pubblica generale e, in particolare, giovani in età scolastica.

DESCRIZIONE: tutto il materiale informativo e promozionale è finalizzato a supportare gli altri strumenti di comunicazione, previsti nel presente capitolato. Il materiale informativo e promozionale dovrà essere pensato come uno strumento:

- integrato con gli altri strumenti della campagna;
- modulare e multisoggetto;
- caratterizzato da un elevato dettaglio informativo;
- pensato come vettore di orientamento verso le altre fonti dalle quali è possibile reperire ulteriori informazioni.

La definizione dei formati e delle caratteristiche del materiale informativo sarà oggetto della proposta creativa degli offerenti. Anche rispetto agli strumenti editoriali va pensata una logica modulare e multisoggetto.

DISTRIBUZIONE: opuscoli, brochure, depliant informativi e promozionali dovranno essere distribuiti sul territorio regionale attraverso inserti pubblicitari, e presso sportelli informagiovani, associazioni giovanili, centri per l'impiego, scuole, università, uffici pubblici di front office, stazioni FS e metro, ecc. e in occasione di eventi e manifestazioni definiti in accordo con la Committente.

• **GADGET**

DESTINATARI: studenti delle scuole e delle università; manifestazioni; eventi.

DESCRIZIONE: La committente intende attraverso i gadget sensibilizzare il target più giovane della campagna sui temi dell'Unione europea, promuovendone la conoscenza e il coinvolgimento nelle iniziative adottate.

Gli offerenti dovranno proporre all'interno dell'offerta tecnica i gadget da realizzare nel periodo contrattuale (es.: block notes, matite, spille, porta CD etc). I gadget dovranno essere in prevalenza pensati per un pubblico giovane, dovranno richiamare il messaggio di fondo promosso in tutta la campagna di comunicazione.

DISTRIBUZIONE: la distribuzione dei gadget avverrà presso le istituzioni scolastiche e universitarie della Regione Campania e in occasione di manifestazioni ed eventi da concordare con la Committente.

• **DVD - CD-ROM**

DESTINATARI: studenti delle scuole e delle università, manifestazioni ed eventi.

DESCRIZIONE: i cd rom o Dvd, ideati e realizzati secondo una logica di edutainment, dovranno accompagnare l'utente lungo un percorso formativo che in una modalità ludica gli faccia scoprire il ruolo svolto dall'Ue nella promozione dello sviluppo socioeconomico, le azioni realizzate dalla Regione Campania per l'attuazione del P.O.R. e i valori simbolici dell'Ue.

Attraverso una logica di link i cd rom devono consentire l'accesso informativo agli organi coinvolti nell'attuazione del P.O.R. e ai siti internet utili per una più completa conoscenza delle azioni di intervento che la Committente ha attivato sul proprio territorio grazie ai Fondi Strutturali europei.

DISTRIBUZIONE: I cd-rom/Dvd dovranno essere almeno distribuiti nei seguenti siti:

- scuole medie inferiori e superiori, all'interno di un programma di sensibilizzazione della durata triennale;
- istituzioni universitarie;
- principali manifestazioni fieristiche ed eventi a cui prenderà parte la Regione Campania e con essa concordati;
- nei punti informativi (centri per l'impiego, informagiovani, ecc.);
- presso le principali associazioni giovanili;
- in eventi e manifestazioni indicate dalla Committente.

• **PROGRAMMA PER LE ISTITUZIONI SCOLASTICHE "LA TUA CAMPANIA CRESCE IN EUROPA"**

DESTINATARI: studenti delle scuole medie inferiori e superiori, studenti universitari.

DESCRIZIONE: la committente intende promuovere nei giovani l'identità europea attraverso un coinvolgimento diretto degli studenti della Campania in un programma articolato per la diffusione dei valori europei.

In particolare, il programma dovrà:

- prevedere azioni di sensibilizzazione e animazione dei giovani sulle politiche promosse dall'Unione europea in favore dello sviluppo economico e sociale del territorio campano;
- informare i giovani sui risultati ottenuti in favore delle giovani generazioni grazie all'utilizzo dei fondi strutturali europei;
- informare sui progetti che Committente sta realizzando attraverso il P.O.R..

Il programma biennale dovrà prevedere il coinvolgimento di tutti i livelli scolastici. I proponenti dovranno articolare all'interno dell'offerta tecnica un'idea di programma che preveda:

- il coinvolgimento di tutti i livelli scolastici;
- la diffusione dei risultati legati all'attuazione del P.O.R. e dei valori europei anche attraverso il coinvolgimento del corpo docente;
- un ruolo attivo degli studenti attraverso la realizzazione di prodotti multimediali per le università e le scuole superiori, di disegni, scritti o altri prodotti per gli altri livelli scolastici;
- un sistema premiante;
- una rappresentazione pubblica dei risultati conseguiti.

I proponenti dovranno definire all'interno dell'offerta tecnica una proposta di programma.

• **PAGINE WEB**

DESTINATARI: opinione pubblica generale.

DESCRIZIONE: le pagine web rappresentano lo strumento attraverso cui fornire agli utenti in rete una conoscenza più dettagliata delle istituzioni dell'Unione europea, delle iniziative e delle politiche decise in favore della crescita economica e sociale della Regione Campania. L'aggiudicatario dovrà fornire alla Committente tutto il contenuto della campagna in formato digitale web oriented (almeno in formato PDF e Xml).

L'impostazione dei servizi web dovrà garantire:

- un'informazione capillare e diffusa rivolta ai diversi target;
- la possibilità di aggiornare i dati da parte della Committente;
- la consultazione continua delle informazioni contenute nelle pagine web.

• **CICLO DI EVENTI "P.O.R. CAMPANIA UN'ESPERIENZA IN CORSO"**

DESTINATARI: Istituzioni comunitarie, nazionali e locali; Beneficiari finali; Influenti; Mass media.

DESCRIZIONE: Il ciclo di eventi consiste in un programma di incontri tra esperti conoscitori del P.O.R. e/o referenti della Regione Campania e/o esperti nazionali, internazionali con target selezionati di utenza allo scopo di illustrare le caratteristiche strategiche, le criticità e le opportunità dei fondi strutturali europei nelle varie azioni e misure del P.O.R. Campania 2000-2006.

La Regione vuole attraverso questo ciclo di eventi "P.O.R. Campania un'esperienza in corso" comunicare i principali risultati conseguiti. Il ciclo prevede almeno 10 incontri che avranno per obiettivo la diffusione di informazioni su una delle 10 principali aree tematiche (es.: Agricoltura e Pesca; Ambiente e Territorio; Beni Culturali; Formazione e Politiche Sociali e Politiche del Lavoro; Pari opportunità; Progetti Integrati Territoriali; Società dell'Informazione e Nuove Tecnologie; Sviluppo Locale; Turismo; Trasporti e Città).

Gli incontri:

- saranno organizzati in media 3 all'anno nel territorio regionale;
- saranno indirizzati prevalentemente alle istituzioni locali, alle parti sociali, alle imprese e ai rappresentanti delle diverse aree professionali (commercialisti, consulenti giuridici, esperti finanziari, ecc.).

E' importante che tali incontri siano inseriti in un contesto di programmazione e calendarizzazione che renda visibile, anche ad un pubblico di opinione più ampio, la complessità e l'articolazione del percorso comune di confronto tra dirigenza regionale e parti sociali.

La Regione vuole trasferire al suo pubblico di riferimento l'idea di una manifestazione unica e coordinata, che lega attraverso un unico file conduttore tutti gli appuntamenti programmati.

Ciascuno appuntamento diventa un'occasione importante per l'Autorità di gestione e per tutti gli altri soggetti coinvolti nell'attuazione del P.O.R. per confrontarsi sullo stato dell'arte e valutare il lavoro svolto.

La Regione Campania, attraverso questo ciclo di eventi, intende:

- diffondere in maniera capillare e controllare le informazioni che riguardano il Programma Operativo Regionale;

- promuovere la socializzazione delle parti sociali agli obiettivi strategici degli interventi dei fondi strutturali;

- creare un rapporto diretto tra i soggetti istituzionali e le varie categorie di rappresentanza sociale;

- diffondere e comunicare i conseguimenti raggiunti con l'attuazione del P.O.R..

L'attività da realizzare consiste nell'organizzazione e nella logistica di giornate convegnistiche dedicate ad incontri tra conoscitori del P.O.R. e referenti della Regione Campania ed enti locali con target selezionati di utenza allo scopo di illustrare le caratteristiche strategiche, le criticità e le opportunità dei Fondi Strutturali Europei nelle varie azioni e fasi dell'attuazione del P.O.R. Campania 2000-2006.

#### SERVIZI E FORNITURE RICHIESTE

Si prevede, per la realizzazione dei 10 eventi, lo sviluppo di un'immagine coordinata coerente con la campagna di comunicazione complessiva che troverà concreta applicazione nella creazione per ciascuno di essi di almeno:

- 2.000 inviti in quadricromia in bianca e volta f.to chiuso cm. 10 X 21 e aperto f.to cm 30 X 21 e relative buste stampa solo in bianca;

- file invito per posta elettronica e pagine web dell'evento;

- mailing: spedizione di 1000 inviti (fino a 100 gr di peso) per Posta prioritaria;

- grafica e realizzazione tabellone autoportante per fondale-palco almeno metri 3x2;

- 500 cartelline, 100 block notes, 500 matite;

- 500 badge con porta badge con pinza;

- atti del convegno: 500 volumi in stampa digitale B/N di 200 pagine rilegati a caldo con copertina a colori in cartoncino plastificato;

- 6 pannelli informativi delle dimensioni cm 100 X 140 su idonei supporti espositivi autoportanti, ogni pannello prevede l'inserimento di fotografie illustrative degli interventi realizzati dal P.O.R. e deve essere realizzato in stampa digitale, nonché plastificato e incollato a caldo su forex da mm 5.

Inoltre dovrà essere fornito quanto a seguire:

- registrazione audio integrale dei lavori dell'evento e relativa sbobinatura su formato Word;

- n.1 computer multimediale Portatile, 17" con modem, Centrino fornito del sistema operativo Windows XP Prof., programmi Microsoft Office Pro per XP Prof, Adobe Acrobat, Win zip e materiali di consumo;

- n. 1 video proiettore 2000 Ansi Lumen integrato di lettore DVD, VHS, diaproiettore Kodak Karousel con 6 caricatori, schermo gigante e relativo impianto di amplificazione.

L'Aggiudicatario dovrà garantire, ospitalità alberghiera per i relatori ed eventuali ospiti, nonché servizio di catering secondo le modalità che di volta in volta verranno comunicati dalla Committente

#### • PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

DESTINATARI: opinione pubblica generale, influenti, beneficiari finali

DESCRIZIONE: La Regione Campania intende promuovere la partecipazione alle manifestazioni fieristiche descritte in dettaglio nella tabella 1 con lo scopo di comunicare la propria immagine istituzionale, nonché di favorire l'incontro tipi di pubblico interessati a conoscere le iniziative e le azioni messe in atto dal Programma Operativo Regionale Campania 2000/06.

La Regione intende utilizzare tali manifestazioni fieristiche come modalità di comunicazione atta a promuovere:

- un'immagine di sé coordinata, unitaria e coerente con la campagna di comunicazione attraverso l'utilizzo di uno stand progettato di concerto con l'Unità Operativa per la pubblicità e l'informazione del P.O.R., realizzato ed utilizzabile per complessivi 36 mesi;

- i programmi relativi all'attuazione delle azioni del POR Campania 2000-2006 si da consentire una maggiore divulgazione degli stessi;

- i servizi offerti al cittadino;

- i risultati ottenuti grazie al P.O.R..

#### SERVIZI E FORNITURE RICHIESTE

- progettazione esecutiva, realizzazione, movimentazione, manutenzione, assicurazione all risk e deposito dello stand istituzionale ad isola di almeno 96 mq (m 8 x 12) realizzato in una struttura modulare che consente l'utilizzo anche in forme di 48 mq e 32 mq con spazio dedicato al deposito dei materiali, con elementi di arredo e quanto necessario ad una migliore fruizione;

- progettazione produzione e stampa di materiale cartaceo in quadricromia fronte/retro per ciascuno dei 6 eventi 3x2 anni nello stand:

- 2.000 inviti in quadricromia in bianca e volta f.to chiuso cm. 10 X 21 ed aperto f.to cm 30 X 21 e relative buste stampa solo in bianca;

e per tutto il ciclo ovvero complessivamente per tutti gli eventi:

- 6.000 shopper in cotone serigrafato con stampa in quattro colori sui due lati (2 versioni 2005-2006);

- 20.000 shopper in carta resistente con stampa in quadricromia sui due lati (2 versioni 2005-2006);

- 5000 block notes e 5000 matite;

- 2.500 cartelline stampa;

- trasporto, montaggio, allestimento e smontaggio dello stand istituzionale, nonché ritiro e consegna dei materiali di comunicazione del Unità Operativa per la pubblicità e l'informazione del P.O.R. presso la sede regionale di S. Lucia, ovvero presso altre sedi indicate dal servizio nella città di Napoli;

- trasporto di materiale cartaceo presso le sedi delle manifestazioni fieristiche e ritorno;

- animazione dello stand istituzionale della Regione Campania presso gli eventi fieristici come di seguito specificato:

- 4 hostess selezionate e formate a partire dalla fase di allestimento e per tutta la durata della manifestazione, gestione di trasferta, vitto e alloggio;

- 1 responsabile dello stand per tutta la durata dell'evento compresa le fasi dell'allestimento e disallestimento.

L'aggiudicatario dovrà fornire le seguenti apparecchiature informatiche per lo stand (in esclusiva):

- n.5 computer Centrino collegati in rete (primaria casa produttrice) - 526 RAM completi di dvd, masterizzatori CD e Dvd; monitor multimediale 19 pollici LCD regia e sistema operativo Windows XP Prof. e Office per XP Prof. e programmi Adobe Acrobat, Win zip (5 licenze), Photoshop, Adobe Distiller (1 licenza), regia multimediale, più materiali di consumo;

- video al Plasma 60";

- casse acustiche e impianto di amplificazione;

- impianto elettrico per 30 KW con 2 quadri con sottoutenze, impianto di rete informatica e impianto di amplificazione con regia per Audio, VHS, PC, DVD, 2 microfoni con base da tavolo e 2 radiomicrofoni;

- cablatura wireless dello stand e tutte le attrezzature devono essere compatibili con la tecnologia wireless;

- attivazione contratto e traffico per tutta la durata delle manifestazioni fieristiche di n 2 linee ADSL con due router ADSL e una linea telefonica analogica presso lo stand istituzionale sin da due giorni antecedentemente all'apertura della manifestazione;

- n. 1 pc portatile Centrino 17", pari requisiti;

- 1 apparecchio multifunzione telefono-fax-fotocopiatrice;

- 1 stampante di rete a colori laser formato A4, più materiali di consumo;

- 1 hub con 16 porte;

- 1 macchina fotografica digitale 5 milioni pixel;

- licenze software e sistemi operativi e materiali di consumo consistenti in carta formato A4 e A3, cd rom, floppy disk;

- servizi di assistenza all'installazione e manutenzione delle attrezzature informatiche per ogni fiera.

Tutto il materiale dovrà essere reso disponibile in ogni momento alla Regione Campania per l'intera durata del contratto. Le licenze di utilizzo dei software dovranno essere registrate alla Regione Campania.

Tutto il materiale, arredi, hardware e software, diventerà senza ulteriori atti, di proprietà esclusiva della Regione Campania.

**TABELLA I: PARTECIPAZIONE ALLE MANIFESTAZIONI FIERISTICHE**

<b>EVENTO</b>	<b>Forum P.A - Mostra convegno annuale dei servizi ai cittadini ed alle imprese</b>
<b>PERIODO DI SVOLGIMENTO</b>	Maggio
<b>DURATA</b>	5 giorni
<b>SEDE</b>	Roma - Fiera

**DESCRIZIONE DELL'EVENTO** Patrocinato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica e Dipartimento per l'Innovazione e le tecnologie e dalla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome il Forum P.A è un progetto integrato di comunicazione che promuove un confronto diretto ed efficace tra Pubbliche Amministrazioni centrali e locali, imprese e cittadini sul tema della qualità dei servizi e dell'efficienza dell'azione pubblica

**RUOLO SVOLTO DALLA REGIONE** La Regione Campania intende promuovere l'immagine di un'istituzione attivamente impegnata sul fronte della propria innovazione e nel contempo portatrice di idee da mettere a confronto con le altre regioni europee sul tema dell'uso delle risorse europee.

**TABELLA I: PARTECIPAZIONE ALLE MANIFESTAZIONI FIERISTICHE**

<b>EVENTO</b>	<b>COM-PA - Salone della Comunicazione Pubblica e dei servizi al cittadino</b>
<b>PERIODO DI SVOLGIMENTO</b>	Novembre
<b>DURATA</b>	3 giorni
<b>SEDE</b>	Bologna - Fiera

**DESCRIZIONE DELL'EVENTO** Il COM-P.A è promosso dall'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale. E' il più importante appuntamento in Italia e in Europa per amministrazioni, studiosi, tecnici, esperti, dirigenti e studenti impegnati in queste tematiche, ma anche un'occasione unica e irripetibile per capire meglio e prima dove la comunicazione e la tecnologia muoveranno la P.A. che ha fatto del rapporto con il cittadino, della qualità dei servizi, obiettivi centrali nella propria azione.

**RUOLO SVOLTO DALLA REGIONE** La Regione Campania intende promuovere e condividere con le altre istituzioni il percorso avviato sulla comunicazione istituzionale sia in termini organizzativi che in termini di contenuti. Pertanto lo stand e tutti i materiali da produrre saranno ispirati:

- all'identità europea attraverso l'utilizzo del claim "Crescere in Europa"
- all'innovatività istituzionale comunicata attraverso lo stand istituzionale
- all'innovatività tecnologica rappresentata da uno stand tecnologicamente avanzato.

<b>EVENTO</b>	<b>Galassia Gutenberg - Libri e Multimedia</b>
<b>PERIODO DI SVOLGIMENTO</b>	Febbraio
<b>DURATA</b>	4 giorni
<b>SEDE</b>	Napoli - Mostra d'Oltremare

**DESCRIZIONE DELL'EVENTO** Galassia Gutenberg rappresenta una prestigiosa rassegna espositiva la cui finalità è proprio la diffusione della cultura e della comunicazione istituzionale presso i diversi target del territorio campano (studenti, giovani, docenti, studiosi, professionisti, etc)

**RUOLO SVOLTO DALLA REGIONE** L'evento è realizzato in collaborazione con la Regione Campania ed altri enti locali e si tiene a Napoli, si intende diffondere le informazioni sulle attività realizzate e le opportunità offerte dal POR Campania e cogliere tale occasione per la divulgazione dell'identità europea nella cultura, nella conoscenza e nella formazione

#### **Art. 6**

##### **Servizi minimi richiesti per tutte le forniture**

L'Aggiudicatario dovrà garantire almeno i servizi minimi di seguito indicati:

- l'imballaggio del materiale cartaceo e multimediale in conformità alle norme in vigore;
- stoccaggio dei materiali cartacei e multimediali in idoneo locale, gestione informatizzata e loro codifica per un periodo non superiore a 36 mesi, aggiornamento carico e scarico;
- tutti i trasporti relativi all'esecuzione della fornitura;
- tutte le spedizioni previste nel piano di distribuzione;
- consegna/ritiro dal magazzino alla Regione Campania e viceversa; dal magazzino presso le sedi degli incontri ed eventi indicate dalla Regione Campania e viceversa; predisposizione dei prodotti ritirati da terzi indicati dalla Regione Campania; accettazione consegne e presa in carico da parte di fornitori esterni indicati dalla Regione Campania.

La committente potrà inoltre decidere, in piena flessibilità, di aumentare e/o diminuire di un 1/5 le quantità prodotte di materiali cartacei e multimediali descritti al punto 3.3 del presente capitolato, con aumento/riduzione del corrispettivo contrattuale in base agli importi dichiarati nell'offerta economica.

#### **Art. 7**

##### **Criteri per il Monitoraggio e valutazione del servizio**

L'Aggiudicatario dovrà assicurare il monitoraggio della campagna di comunicazione e fornire all'Amministrazione tutti i dati e le informazioni necessarie per valutare i risultati delle azioni di comunicazione messe a bando.

Pertanto, l'Amministrazione Committente attraverso l'Unità Operativa per la pubblicità e l'informazione del P.O.R. monitora e valuta l'efficacia e l'efficienza delle azioni di comunicazione realizzate, attraverso i seguenti strumenti di monitoraggio:

- questionari rivolti prevalentemente ad un pubblico giovanile e distribuiti presso le istituzioni scolastiche ed universitarie, nonché in occasione di incontri ed eventi indicati dalla Committente;
- indice GRP che sintetizza la quantità di comunicazione prodotta da una pianificazione in relazione al target;
- indici di ascolto delle trasmissioni radio-televisive;
- indici di diffusione del materiale informativo e promozionale;
- indici di partecipazione ad eventi;
- accreditamenti registrati in occasione degli eventi;
- materiale distribuito in occasione degli eventi.

Ai precedenti l'Aggiudicatario potrà aggiungere ulteriori strumenti di monitoraggio purché coerenti con le finalità di cui al presente paragrafo. In particolare, l'Aggiudicatario dovrà rendicontare, con periodicità trimestrale, i risultati quantitativi effettivamente generati dall'intera campagna di comunicazione.

L'Aggiudicatario dovrà rendere possibile il confronto con i dati previsionali indicati nel Piano media e dovrà certificare la reale uscita degli avvisi/comunicati, nel rispetto del calendario, contestando, in favore dell'Amministrazione, eventuali incongruenze con quanto previsto, nonché ogni eventuale anomalia nella pubblicazione degli annunci pubblicitari.

Al termine della campagna media l'Aggiudicatario dovrà fornire alla Committente il resoconto complessivo dei risultati quantitativi effettivamente generati dalla campagna pubblicitaria, e dovrà offrire la collaborazione eventualmente necessaria per consentire alla Committente la verifica di regolarità e buona esecuzione del servizio.

Tutta l'attività di monitoraggio deve essere realizzata attraverso la raccolta delle informazioni a campione in coerenza con gli obiettivi di trasparenza e diffusione delle informazioni previste dai regolamenti comunitari.



## **Art. 8**

### **Gruppo di lavoro**

Deve essere garantita la disponibilità di un gruppo di lavoro, coerente (in qualità e quantità) con le esigenze dei servizi richiesti dal presente capitolato di gara.

In particolare, il gruppo di lavoro, diviso per livello di professionalità, dovrà essere composto almeno da:

- 1 coordinatore con funzioni di supervisione metodologica e consulenza scientifica, con almeno 10 anni di esperienza nella gestione di campagne istituzionali destinate al grande pubblico;
- 1 esperto di organizzazione logistica per eventi;
- 1 copywriter con almeno 5 anni di esperienza;
- 1 art director con almeno 5 anni di esperienza;
- 3 junior con almeno 2 anni di esperienza.

I componenti del gruppo di lavoro devono possedere titoli professionali idonei a garantire la migliore realizzazione dei servizi documentare l'esperienza nel campo oggetto del loro specifico intervento.

Non è ammesso il cumulo dei profili da parte di una stessa persona ai fini dell'osservanza della presente condizione.

Il gruppo di lavoro non deve essere modificato, né nel numero complessivo, né nella persona dei singoli componenti, se non per motivata ragione e con l'assenso dell'Amministrazione aggiudicatrice. Il mancato rispetto di tale disposizione costituisce motivo di annullamento dell'aggiudicazione o di risoluzione del contratto eventualmente stipulato.

Per contro, l'Amministrazione aggiudicatrice potrà richiedere la sostituzione di uno o più componenti del gruppo di lavoro qualora nel corso dell'incarico la prestazione professionale risulti inadeguata rispetto a quanto dichiarato e rispetto al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

L'aggiudicatario dovrà avere una sede operativa a Napoli con almeno 3 figure professionali in modo tale che sia garantita all'Amministrazione un'interfaccia continua.

## **Art. 9**

### **Compiti della Regione**

Per assicurare la massima fluidità ed efficacia dei rapporti reciproci nell'esecuzione del presente affidamento, al momento della stipula del contratto e per tutta la durata della prestazione del servizio, l'Unità Operativa per la pubblicità e l'informazione del P.O.R. della Regione Campania è il referente tecnico per l'aggiudicatario.

L'Unità Operativa per la pubblicità e l'informazione fornirà, in particolare, i contenuti testuali dei materiali informativi, indicherà i relatori e gli ospiti agli eventi ed alle manifestazioni.

L'Unità, inoltre, curerà il coordinamento sulle seguenti attività:

- definizione delle linee di indirizzo;
- verifica della congruenza tra il Piano Operativo dettagliato delle attività completo di Cronogramma, di cui al precedente punto e quanto riportato nell'Offerta Tecnica presentata dalla Ditta aggiudicatario;
- monitoraggio di tutte le attività sottostanti all'intero Servizio oggetto della gara con la produzione di rapporti di monitoraggio bimestrali;
- proposte di variazioni al programma offerto sulla base di indicazioni formulate;
- verifica degli scostamenti dei livelli di servizio, rispetto alle prescrizioni stabilite nel presente Capitolato, a quanto presentato dalla Ditta in sede di Offerta Tecnica e di Piano Operativo dettagliato delle attività completo di Cronogramma.

L'aggiudicatario dovrà definire, entro 15 giorni naturali dall'avvio del servizio, un Piano Operativo dettagliato delle attività, correlato di Cronogramma, relativo alle attività da realizzarsi entro il primo anno, con l'individuazione dei tempi e delle modalità di realizzazione di ciascun servizio, in conformità con l'Offerta Tecnica.

Entro i 30 giorni successivi l'Autorità di gestione del POR, ha la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che l'aggiudicatario si impegna a realizzare, dandone conferma, con tempestività e

comunque entro 10 giorni. Trascorso inutilmente tale termine, il Piano Operativo s'intenderà approvato con le modifiche proposte e dovrà essere eseguito pena la risoluzione del contratto stesso.

Per ogni anno successivo, l'aggiudicatario dovrà presentare il Piano Operativo dettagliato delle attività, completo di Cronogramma, entro al massimo 60 giorni dalla data di scadenza del primo programma annuale. Esso verrà elaborato sulla base delle informazioni raccolte dall'Autorità di Gestione del POR e di quelle proposte nell'ambito dell'attuazione del P.O.R. Campania.

Entro i 30 giorni successivi l'Autorità di Gestione del POR ha la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che l'aggiudicatario si impegna a realizzare, dandone conferma, con tempestività e comunque entro 10 giorni. Trascorso inutilmente tale termine, il Piano s'intenderà approvato con le modifiche proposte e dovrà essere eseguito pena la risoluzione del contratto stesso.

Al termine del servizio e, su richiesta, anche in corso d'opera, i materiali fotografici, editoriali e quanto altro realizzato nell'ambito della fornitura del servizio dovrà essere consegnato alla Regione Campania.

La Regione ne deterrà tutti i diritti per l'eventuale utilizzazione per qualsiasi scopo riterrà opportuno, mettendoli a disposizione degli altri settori regionali che vorranno farne uso nell'ambito delle proprie attività istituzionali.

#### **Art. 10**

##### **Obblighi per l'aggiudicatario**

Compito dell'aggiudicatario sarà quello di fornire almeno i servizi menzionati nell'oggetto della gara e altresì di proporre attività atte a migliorare la riconoscibilità dell'immagine istituzionale della Regione Campania.

L'aggiudicatario dovrà dotarsi di una sede operativa a Napoli dove svolgere le attività di segreteria organizzativa e di coordinamento delle attività operative. Dovrà inoltre predisporre un collegamento con la Amministrazione, e in ogni caso sarà necessario uno stretto coordinamento tra i responsabili del progetto dell'affidatario e del Committente. A tale scopo verranno programmati incontri periodici sull'avanzamento del progetto, con cadenza almeno mensile. L'aggiudicatario ha l'obbligo di attenersi, durante la realizzazione del servizio oggetto della gara, alle direttive che saranno impartite dalla Amministrazione aggiudicatrice e ad accettare, in ogni momento, verifiche sull'andamento dello stesso.

In particolare l'aggiudicatario ha l'obbligo di:

1. ad avviare il servizio nelle more della stipula del contratto;
2. garantire i tempi di attuazione così come previsti dal precedente articolo 9;
3. a garantire la continuità operativa del Servizio;
4. a garantire l'esecuzione delle attività previste dall'incarico in stretto contatto con le competenti Strutture della Regione, secondo i tempi, le modalità e le esigenze da queste manifestati;
5. a non far uso, né direttamente, né indirettamente per proprio tornaconto o per quello di terzi, del mandato affidato e delle informazioni di cui verrà a conoscenza in relazione ad esso, e ciò anche dopo la scadenza del contratto;
6. a non modificare il gruppo di lavoro e a non sostituirne i componenti nel corso dell'esecuzione del Servizio, se non per cause di forza maggiore riconducibili a motivazioni oggettive e comunque a seguito di una procedura concordata con cui l'Amministrazione secondo quanto previsto al precedente art.8;
7. non assumere, in caso di esito positivo della gara, direttamente od indirettamente, incarichi riguardanti altre attività di comunicazione inerenti all'attuazione del P.O.R. Campania 2000-06;
8. non far uso direttamente o indirettamente per proprio tornaconto o per conto di terzi delle informazioni di cui verrà a conoscenza in base al mandato ricevuto.

L'aggiudicatario si obbliga ad ottemperare nei confronti del proprio personale a tutti gli obblighi derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro e di assicurazioni sociali, assumendo a loro carico tutti gli oneri relativi. L'aggiudicatario si obbliga, altresì, ad applicare, nei confronti dei propri dipendenti impiegati nelle prestazioni oggetto del presente contratto, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro applicabili alla categoria e nelle località in cui si svolgono le prestazioni stesse ed in genere da ogni contratto collettivo, successivamente stipulato con la categoria applicabile nelle località.

## Art. 11

### Contenuto dell'offerta

L'offerta da presentarsi nei tempi e con le modalità indicate nel bando, deve contenere i documenti di seguito elencati.

**A. Progetto tecnico analitico**, fornito anche su supporto informatico, contenente il piano di realizzazione degli strumenti di comunicazione di cui all'art. 3.3, costituito da tutti gli elementi atti a definire compiutamente ed in modo univoco le attività da realizzare sotto il profilo qualitativo/quantitativo, organizzativo, temporale e degli obiettivi da perseguire.

**B. Proposta creativa**: la proposta creativa di tutti gli strumenti di comunicazione di cui all'art. 3.3 dovrà essere presentata con bozzetti grafici.

**C. Media Plan** dettagliato attraverso il quale definire la strategia media più efficace per ottenere il pieno utilizzo delle leve di comunicazione sia sulla base di considerazioni di carattere comunicativo, sia sulla base di valutazioni di convenienza economica. In particolare, il Piano media dovrà descrivere in maniera dettagliata la strategia proposta ed evidenziare:

- il mix di mezzi prescelto;
- la distribuzione temporale della campagna media;
- la ripartizione in percentuale degli investimenti in riferimento a ciascun mezzo proposto, con chiara indicazione, per ciascun mezzo, del numero di passaggi e delle inserzioni.

L'appalto procederà a corpo ed è regolato dalla clausola di garanzia del risultato, per cui l'offerente si impegna anche all'erogazione di tutti i servizi che l'Amministrazione riterrà necessari al fine di assicurare una efficiente realizzazione del servizio oggetto dell'appalto, anche se non espressamente indicati nel presente capitolato. In sede di offerta l'Offerente presenterà un progetto di servizi al fine di specificare il contenuto tecnico dell'offerta.

Il progetto di servizi proposto dall'Aggiudicatario in sede di presentazione dell'offerta, è un allegato tecnico di riferimento che costituirà parte integrante del contratto unitamente al presente capitolato.

## Art. 12

### Criteri di aggiudicazione

Offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art.23 del D.lgs 157/99, in termini dei criteri sotto enunciati:

A) Qualità tecnica dell'offerta (max punti 80/100) così suddivisi

a) Metodologia e tecniche utilizzate (fino a 40 punti)

1. creatività delle soluzioni proposte (fino a 10 punti)

2. completezza del progetto e rispondenza ai servizi richiesti (fino a 15 punti)

3. Piano media (fino a 10 punti)

4. Offerta migliorativa (fino a 5 punti)

b) Adeguatezza delle soluzioni organizzative e logistiche proposte (fino a 30 punti)

1. cronogramma dei tempi di realizzazione degli eventi (fino a 15 punti)

**2. soluzioni logistiche proposte (fino a 15 punti)**

c) Organizzazione del gruppo di lavoro (fino a 10 punti)

B) Contenuto economico dell'offerta (max punti 20/100) sulla base della seguente formula:

punteggio offerta economica =  $(Q \text{ minima} / Q_x) * 20$ , dove Q minima è l'offerta economica per importo più basso, Q<sub>x</sub> è l'offerta in esame.

## Art. 13

### Composizione della commissione e procedura di gara

La Commissione di gara è composta da un Presidente e da quattro esperti nominati con decreto del Presidente della Giunta, coadiuvata da un funzionario con mansioni di segretario. La Commissione di gara,

sulla base dei criteri indicati al precedente articolo 11, perverrà all'aggiudicazione provvisoria entro 45 giorni dalla data di inizio delle operazioni di gara, secondo la seguente procedura:

1. nel giorno stabilito dal bando di gara la Commissione di gara procede in seduta pubblica all'esame della documentazione di ammissibilità richiesta dal bando ai sensi del D.lgs.157/99 e s.m.i., e valuta la sussistenza dei requisiti minimi richiesti;

2. successivamente, la Commissione, in seduta riservata, valuta le offerte tecniche;

3. in seguito la Commissione, in seduta pubblica procede all'apertura delle buste economiche;

4. completate le operazioni di gara, la Commissione formula le proposte di aggiudicazione provvisoria.

Tutte le operazioni eseguite dalla Commissione vengono descritte in apposito verbale, tenuto secondo la progressione cronologica delle operazioni, redatto dal Segretario. Il verbale viene firmato, alla sua chiusura, da tutti i componenti della Commissione e viene conservato agli atti dell'Amministrazione. Al verbale vengono allegati tutti i documenti di gara, siglati dal Presidente e dal Segretario della Commissione.

#### **Art. 14**

##### **Documenti da presentare in caso di aggiudicazione**

Dopo l'aggiudicazione l'Amministrazione inviterà, anche a mezzo telegramma, l'aggiudicatario a produrre la documentazione necessaria alla stipula del contratto.

Ove l'aggiudicatario non ottemperi a quanto richiesto, o non si presenti alla stipula del contratto nel giorno all'uopo stabilito, l'Amministrazione disporrà la risoluzione per inadempimento, riservandosi di chiedere il risarcimento danni e di attuare le procedure previste dalla normativa in vigore.

La stipula del contratto è, comunque, subordinata al positivo esito delle procedure previste dalla normativa vigente in materia di lotta alla mafia.