Bollettino Ufficiale della Regione Campania n. 13 del 22 marzo 2004

REGIONE CAMPANIA - AGC Istruzione, Educazione, Formazione, Orientamento professionale ed ORMEL - Centro Direzionale, Isola A/6, CAP 80143, Napoli, tel. 081/796.63.21, 081/796.63.18 fax 081/796.60.35 - **Bando Concorso di progettazione e realizzazione di azioni di comunicazione integrata e di strumenti pubblicitari finalizzati ad una maggiore conoscenza e divulgazione del POR Campania 2000-2006 - Importo globale a base d'asta: Euro 3.500.000, oltre IVA.**

1. Nome, indirizzo, indirizzo telegrafico, numeri di telefono, telex e telefax dell'amministrazione: Regione Campania, A.G.C Istruzione, Educazione, Formazione, Orientamento professionale ed ORMEL, Centro Direzionale, Isola A/6, CAP 80143, Napoli, tel. 081/796.63.21, 081/796.63.18 fax 081/796.60.35, e – mail fse.cdc@regione.campania.it., sito web www.regione.campania.it

2. Categoria del servizio e descrizione. Numero CPC: Cat.11 e 13 – Il servizio richiesto consiste nella progettazione e nella realizzazione di azioni di comunicazione integrata e di strumenti pubblicitari finalizzati ad una maggiore conoscenza e divulgazione del POR Campania 2000–2006 per gli interventi comunitari previsti dal FSE, in particolare, delle Misure incentrate sui temi della formazione e del lavoro. CPC n. 865, 866, 871.

2. a) Importo globale a base d'asta: Euro 3.500.000, oltre IVA come per legge.

3. Luogo di esecuzione: Italia.

4. Varianti: non ammesse.

5. Durata del contratto o termine per il completamento del servizio: 36 mesi dalla firma del Contratto.

6. a) Denominazione ed indirizzo del servizio al quale possono venir richiesti i documenti del caso: vedi punto 1.

b) Termine ultimo per la richiesta di tali documenti: (15 GIORNI PRIMA DEL TERMINE DI RICEZIONE DELLE OFFERTE)

c) Termine ultimo per la ricezione delle offerte: ore 13,00 del giorno 6 maggio 2004 all'indirizzo di cui al punto 1.

7. a) Persone autorizzate a presenziare all'apertura delle offerte: può presenziare all'apertura delle offerte 1 rappresentante per soggetto partecipante, delegato per iscritto.

b) Data ora e luogo dell'apertura: ore 12:00 del 16 maggio 2004 all'indirizzo di cui al punto 1.)

8. Cauzioni ed altre forme di garanzia richieste: polizza fidejussoria, pari al 2% dell'importo netto a base d'asta; l'aggiudicatario dovrà trasformare la garanzia da provvisoria in definitiva, nei trenta giorni dalla comunicazione dell'avvenuta aggiudicazione.

9. Modalità di finanziamento e pagamento e/o riferimenti alle disposizioni in materia: le modalità di pagamento saranno disciplinate nel Contratto.

10. Eventualmente, forma giuridica che dovrà assumere il raggruppamento di prestatori di servizi al quale sia aggiudicato l'appalto: è ammessa la partecipazione di imprese raggruppate temporaneamente secondo le modalità di cui all'art.11 del D.Lgs 157/1995, di Consorzi di imprese, ovvero, per le imprese stabilite in paesi membri dell'UE, nelle forme previste nei paesi di stabilimento. In ogni caso il soggetto indicato come mandatario deve rispondere ai requisiti di cui al citato art. 3 DPR 403/2001.

11. Informazioni relative alla posizione del prestatore di servizi, nonché informazioni e formalità necessarie per valutare le condizioni minime di carattere economico e tecnico che devono soddisfare: sono ammessi a partecipare alla gara i soggetti di cui all'art. 3 del D.P.R. 403 del 21 settembre 2001. A dimostrazione delle condizioni minime di partecipazione i soggetti proponenti dovranno presentare a pena di esclusione la seguente documentazione:

Ai fini dell'idoneità alla partecipazione:

a) Copia dello statuto societario o dell'atto costitutivo;

b) Certificato d'iscrizione al registro delle imprese presso la CCIAA o atto avente contenuto equivalente nel caso di soggetto non tenuto a tale iscrizione.

c) Autocertificazione ex art. 46 D.P.R. 445 del 2000 avente ad oggetto il nominativo del legale rappresentante e l'idoneità alla sottoscrizione degli atti di gara;

d) Dichiarazione ex art. 47 del D.P.R. 445 del 2000 di non sussistenza delle condizioni di esclusione di cui all'art. 12 del d. lgs. 157/95;

e) Dichiarazione ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445 del 2000 di rispetto delle norme sul diritto al lavoro dei disabili;

f) Fidejussione bancaria o assicurativa pari al 2% dell'importo netto a base d'asta;

g) In caso di RTI, dichiarazione dell'intento di costituirsi giuridicamente in tale forma con indicazione esplicita della capogruppo;

h) Auto certificazione ex art. 46 del D.P.R. 445 del 2000 attestante la messa a disposizione di idoneo gruppo di lavoro.

Ai fini della dimostrazione della capacità economica e finanziaria:

i) Referenze bancarie;

j) Dichiarazione ex art. 47 D.P.R. 445 del 2000 attestante il volume d'affari globale negli esercizi 1999-2000-2001 non inferiore a Euro 4.000.000;

Ai fini della dimostrazione della capacità tecnica

l) Dichiarazione ex art. 47 del D.P.R. 445 del 2000 attestante lo svolgimento di servizi similari di importo non inferiore a Euro 2.000.000 e di n. 3 campagne pubblicitarie per un totale di almeno Euro 800.000.

Nel caso di raggruppamenti temporanei di imprese la documentazione di cui ai punti a),b),c),d),e) ed i) dovrà essere presentata da ogni componente; i limiti di ammissibilità di cui ai punti j) ed l) verranno valutati con riferimento al RTI nel suo complesso; la fideiussione di cui al punto f) dovrà essere accesa dalla mandataria; le attestazioni di cui ai punti h) e g) potranno essere contenute in singoli documenti o in più documenti. Nel caso di imprese non residenti in Italia, è ammessa la presentazione di documentazione equivalente, corredata di traduzione giurata in lingua italiana.

12. Periodo durante il quale l'offerente è vincolato alla propria offerta: 180 giorni naturali e consecutivi dalla data di scadenza del termine di presentazione dell'offerta.

13. Criteri per l'aggiudicazione dell'appalto: offerta economicamente più vantaggiosa. I criteri di valutazione saranno dettagliati nel capitolato d'oneri.

14. Altre informazioni: Il dettaglio del servizio oggetto della presente procedura, le specifiche tecniche del servizio, nonché le modalità di esecuzione, termini, condizioni contrattuali e cause di esclusione sono indicate nel Capitolato d'oneri.

15. Data d'invio del bando: (16/03/2004)

16. Data di ricevimento del bando da parte dell'Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europea: (16/03/2004)

Il Responsabile del procedimento
Dr. Carlo Neri

CAPITOLATO D'ONERI E DISCIPLINARE DI GARA

GARA PER LA PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA FINALIZZATO ALLA DIVULGAZIONE E CONOSCENZA DEL FSE – PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE DELLA CAMPANIA OB. 1 – 2000-2006

PREMESSA

La Regione Campania implementa gli interventi in materia di informazione e comunicazione istituzionale sulla base di un programma complessivo di riferimento per l'insieme degli Assessorati e delle diverse politiche che ad essi fanno capo, con l'obiettivo di offrire all'esterno un'immagine unitaria dell'Amministrazione e della sua mission istituzionale e per diffondere la conoscenza dei servizi erogati ai cittadini.

A partire da tale programma, ed in stretta integrazione con questo, è stato predisposto un Piano di comunicazione finalizzato a far conoscere la strategia globale e gli interventi cofinanziati da Fondi strutturali nell'ambito del Programma Operativo Regionale (POR) 2000-–2006, i cui principi cardine sono rappresentanti dalle indicazioni espresse in sede comunitaria, recepite dalla Regione come condizioni di sviluppo del POR stesso.

Accanto a tale Piano riferito all'insieme di interventi contemplati nel POR e nel relativo Complemento di programmazione, in ottemperanza a quanto stabilito dai Regolamenti comunitari, deve essere attivato un Piano specifico di informazione e comunicazione rivolto ai target interessati alle azioni promosse dal Fondo Sociale Europeo (FSE).

L'Unione europea ha, infatti, assegnato alla comunicazione un ruolo sempre più centrale all'interno della programmazione 2000-2006 dei Fondi strutturali, così come indicato nel Regolamento (CE) n. 1260/1999 del Consiglio del 21 giugno 1999 (GUCE L 161/1 del 26/6/99) recante disposizioni generali sui Fondi strutturali (All.1), il quale stabilisce che l'Autorità di gestione "ha la responsabilità di assicurare che l'intervento sia reso pubblico" nei confronti dei "potenziali beneficiari finali, le organizzazioni professionali, le parti economiche e sociali, gli organismi per la promozione della parità tra uomini e donne e le organizzazioni non governative interessate in merito alla possibilità offerte dall'intervento".

Più in particolare, il Regolamento (CE) n. 1784/1999 del Parlamento europeo e del Consiglio del 13/7/1999 (GUCE L 213 del 13/8/1999) relativo al Fse (All.2) definisce gli obiettivi primari che devono porsi le Autorità di gestione del Fse in termini di comunicazione e informazione, ossia mettere in luce obiettivi e risultanze attraverso precisi piani di comunicazione basati sul concetto della massima trasparenza e trattando i diversi temi con semplicità ma anche col dovuto e necessario approfondimento.

In linea con quanto indicato nei Regolamenti, il Piano di comunicazione del Fse deve, inoltre, tener conto della doppia valenza della comunicazione, che deve mirare ad una informazione corretta e trasparente sia nei confronti degli utenti (destinatari delle azioni e beneficiari finali), che nei confronti dell'opinione pubblica in generale e prevedere una strategia articolata su due livelli di intervento: azioni mirate ed azioni ad ombrello per il grande pubblico.

Per quanto riguarda il "messaggio" da veicolare, si deve considerare che la comunicazione sulle attività del Fse dovrebbe "contribuire allo sviluppo dell'occupazione favorendo l'impiegabilità, lo spirito imprenditoriale, la capacità di adattamento, le pari opportunità nonché l'investimento nelle risorse umane".

Vi sono poi due fattori principali di cui tenere conto e che diversificano le azioni di comunicazione relative al periodo 2000-2006 rispetto alla precedente programmazione dei Fondi strutturali: il forte decentramento a favore delle amministrazioni regionali e locali ed il collegamento tra Fse e Strategia Europea per l'Occupazione.

Tale legame implica una maggiore integrazione e coesione fra tutti gli interventi mirati al perseguimento della crescita economica, strutturale e sociale, da conseguire attraverso l'espansione dell'occupazione e il processo di riforma dei sistemi che governano l'istruzione, la formazione ed il mercato del lavoro.

La comunicazione sugli interventi del Fse diventa quindi lo strumento per dare visibilità alle politiche attive per il lavoro e agli interventi sulle risorse umane, offrendone un'immagine omogenea e contribuendo alla realizzazione delle linee strategiche previste dai Programmi Operativi.

Nell'ambito della Regione Campania, la responsabilità dell'attuazione del Piano di comunicazione del Fondo Sociale Europeo, dunque, del perseguimento degli obiettivi di comunicazione e di supporto allo sviluppo delle politiche Fse del POR è in capo all'Assessorato Istruzione e Formazione, Lavoro e Politiche Sociali, Politiche Giovanili, Problemi dell'Immigrazione.

Tutte le azioni di informazione e pubblicità sono oggetto di esame e valutazione da parte dei Comitati di Sorveglianza.

ARTICOLO 1: OBIETTIVI DEL SERVIZIO

Obiettivo generale del Servizio oggetto del presente Capitolato è la progettazione e la realizzazione di Piano di comunicazione integrata e di strumenti pubblicitari finalizzati ad una maggiore conoscenza e divulgazione del POR Campania 2000-2006 per gli interventi comunitari previsti dal Fondo sociale europeo, in particolare, delle Misure incentrate prioritariamente sui temi della formazione e del lavoro (Misure 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.11, 3.12).

Tenendo conto anche dei Regolamenti comunitari citati e delle priorità regionali, gli obiettivi specifici del servizio sono riconducibili ai seguenti:

• sensibilizzare i cittadini sulla strategia europea, e nazionale ma soprattutto regionale per l'occupazione, in corso di realizzazione anche attraverso gli interventi della programmazione Fse 2000 – 2006;

• informare i potenziali beneficiari finali, le organizzazioni professionali e gli ambienti economici; le parti economiche e sociali; le organizzazioni non governative, gli organismi per la promozione delle pari opportunità e quelli che operano per la tutela ed il miglioramento dell'ambiente; gli operatori o i promotori dei progetti sulle attività che è possibile realizzare con il contributo del Fse, al fine di:

- migliorare la capacità d'inserimento professionale degli inoccupati;

- accrescere la capacità d'adattamento delle imprese e dei lavoratori;

- sviluppare lo spirito imprenditoriale;

- favorire le politiche di pari opportunità per le donne e gli uomini;

- favorire le politiche in favore delle persone svantaggiate;

• evidenziare il valore della formazione professionale come opportunità di crescita, di apprendimento lungo tutto l'arco della vita e strumento per l'occupazione.

Sulla base di quanto detto, le attività di comunicazione e informazione oggetto del presente Capitolato sono finalizzate:

• da un lato, a generare un ruolo di sempre più attiva e consapevole partecipazione agli interventi promossi dalla Regione Campania attraverso il Fse a favore dell'occupabilità dei soggetti in età lavorativa, dell'integrazione nel mercato del lavoro delle persone esposte al rischio di esclusione sociale, dello sviluppo di un'offerta di istruzione, formazione professionale e orientamento che consenta la partecipazione a percorsi di apprendimento per tutto l'arco della vita (favorendo anche l'adeguamento e l'integrazione tra i sistemi della formazione, istruzione e lavoro), del sostegno alle politiche di flessibilizzazione del mercato del lavoro (promuovendo la competitività e favorendo lo sviluppo dell'imprenditorialità), del miglioramento dell'accesso, della partecipazione e della posizione delle donne e in generale delle persone svantaggiate nel mercato del lavoro;

• dall'altro, ad attivare sempre più significativi flussi finanziari nella realizzazione dei progetti con i quali si vuole dare efficace attuazione alla programmazione definita nel POR.

ARTICOLO 2: TARGET DI RIFERIMENTO

I destinatari delle azioni di comunicazione ed informazione sono molto diversificati, così come indicato nel Complemento di programmazione del POR Campania. Essi vanno, infatti, da un pubblico vasto (quale la popolazione di un territorio) a gruppi più ristretti e dotati di maggiori caratteristiche distintive quali i destinatari finali delle azioni, il pubblico specialistico (costituito dai promotori dei progetti e dai soggetti attuatori quali enti locali, aziende, centri di formazione, associazioni, sino al mondo dei mass media) e gli opinion makers intesi in senso più in generale.

In linea generale, per la realizzazione del servizio devono essere prese a riferimento le seguenti quattro macro-categorie di destinatari:

1. Opinione pubblica generale, grande pubblico, popolazione locale, che hanno la necessità di conoscere l'Unione europea e il ruolo da questa svolto, nonché le finalità che la Regione Campania persegue attraverso i Fondi strutturali e, in particolare, il Fse;

2. Destinatari finali, in quanto potenziali fruitori delle iniziative cofinanziate dal Fse, per quello che concerne la diffusione delle iniziative previste dal Fse nel POR della Campania in relazione allo sviluppo delle politiche attive del lavoro. Si tratta di un ampio target che evidenzia la necessità di conoscere le singole e specifiche opportunità formative ed occupazionali che il POR mette a disposizione, nonché di conoscere luoghi, soggetti incaricati dell'attuazione, tempi, modalità ed meccanismi per l'accesso agli interventi;

3. Soggetti attivi, ossia coloro che concorrono alla mobilitazione delle risorse finanziarie del POR e che, attraverso queste, determinano la realizzazione dei progetti. Si tratta, in particolare, dei referenti regionali e locali competenti, delle organizzazioni professionali, delle parti economiche e sociali, delle ONG, degli organismi che operano per la promozione delle pari opportunità e per la tutela e il miglioramento dell'ambiente, degli operatori o promotori dei progetti;

4. Influenzatori, Mass Media e, in generale, il sistema dell'informazione locale che possono fungere, attraverso la definizione di azioni specifiche a loro rivolte, da necessaria cassa di risonanza delle attività promosse e attivate dall'Amministrazione a valere sul Fse.

La Regione Campania, attraverso gli strumenti di comunicazione e informazione oggetto del presente Capitolato, intende tenere costantemente informati i destinatari indicati sulle finalità, sui contenuti, sui meccanismi operativi e sulle procedure per l'accesso ai Fondi Strutturali, soprattutto per creare un canale diretto e costante di comunicazione tra soggetti promotori e destinatari delle iniziative Fse.

ARTICOLO 3: OGGETTO DEL SERVIZIO

Il servizio di progettazione e implementazione di un Piano di comunicazione e informazione per il Fse nell'ambito del POR Campania 2000-2006 dovrà articolarsi in diverse forme di intervento.

In considerazione dei target di riferimento e degli obiettivi di comunicazione, coerentemente con quanto indicato nelle Misure Fse del POR e nel Piano di Comunicazione per il Fse, i concorrenti dovranno formulare una proposta innovativa di una campagna di comunicazione integrata nonché di strumenti pubblicitari da utilizzarsi in supporto e sinergia con le azioni di comunicazione integrata.

In particolare, il messaggio che si vuole diffondere con la campagna di sensibilizzazione è che la Regione Campania è destinata a svolgere un ruolo di primo piano nel processo di integrazione europea, perseguendo in modo attivo e consapevole l'utilizzo ottimale degli strumenti e dei mezzi che l'Unione mette al servizio dell'Italia nell'ambito della Strategia Europea per l'Occupazione e al fine di accrescere la coesione economica e sociale dei Paesi dell'Unione.

Attraverso un'articolata analisi del contesto, dei target di riferimento, degli obiettivi del POR e del messaggio da diffondere, dovrà essere ideata un'immagine coordinata che rappresenti l'elemento centrale ed identificativo di ognuna delle iniziative di comunicazione che si andranno a realizzare.

Al fine di garantire l'omogeneità grafica dei prodotti e servizi oggetto del presente capitolato, si richiede l'impostazione preliminare di un breve manuale d'uso contenente le linee guida del format grafico, prevedendone anche le modalità di impiego.

Le azioni di comunicazione che l'Amministrazione aggiudicatrice intende realizzare attraverso il presente Capitolato devono privilegiare il più possibile l'integrazione fra gli strumenti e i media, con l'obiettivo di dar vita ad un flusso informativo efficiente alla portata di tutti i destinatari previsti.

È, infatti, intenzione della Regione Campania creare un circuito informativo trasparente nei contenuti, diffuso sul territorio ed efficace nell'erogazione delle informazioni.

Le offerte dovranno sviluppare le seguenti azioni, di seguito singolarmente specificate con maggior grado di dettaglio:

- campagna di comunicazione;
- prodotti editoriali e gadget;
- prodotti telematici e multimediali;
- centro di ascolto e di informazione telefonica;
- iniziative seminariali ed eventi;
- azioni di ufficio stampa.

A) CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

A1) Spot pubblicitario (televisivo e cinematografico; radiofonico)

Obiettivi: l'Amministrazione, attraverso lo Spot, intende raggiungere la popolazione locale, alla quale deve giungere il messaggio della vicinanza e gli intenti delle Istituzioni comunitarie e della Regione nell'investimento sulle risorse umane e sullo sviluppo socioeconomico del territorio, dando risalto alle opportunità offerte dal Fse.

Destinatari: opinione pubblica generale e destinatari finali degli interventi.

Oggetto del servizio: progettazione, realizzazione e diffusione di uno spot pubblicitario (televisivo e cinematografico; radiofonico) sul Fse che assolva ad una funzione di campagna di comunicazione ombrello.

Lo spot televisivo e cinematografico deve avere la durata di circa di 30'' e deve essere, a sua volta, composto da tre spot di 10 secondi, legati alle seguenti tematiche: opportunità offerte dalle azioni formative e occupazionali; dispositivi per l'autoimprenditorialità e il lavoro autonomo; interventi per favorire ed accrescere l'accesso alle politiche da parte delle fasce di popolazione cosiddette svantaggiate.

Lo spot radiofonico deve integrarsi completamente con quello televisivo-cinematografico.

A tal riguardo, in sede di offerta tecnica dovrà essere fornita, e sarà aggetto di valutazione:

- una proposta di storyboard per lo spot televisivo e cinematografico;

- una proposta di script per quello radiofonico;

- una proposta di media plan.

Distribuzione: i media attraverso i quali l'Amministrazione intende realizzare la presente azione sono: televisioni locali, sale cinematografiche e radio locali.

Per la diffusione dello spot pubblicitario dovrà essere elaborato un piano media.

A2) Manifesti

Obiettivi: promuovere la conoscenza del Fse e delle opportunità offerte nell'ambito del POR Campania.

Destinatari: opinione pubblica generale e destinatari finali.

Oggetto del servizio: progettazione, realizzazione e affissione di manifesti con contenuti relativi ai temi principali del Fse in Campania o a specifiche iniziative varate all'interno del Programma. I soggetti scelti per la realizzazione dei manifesti devono essere integrati e coerenti con l'intera campagna di comunicazione e in particolare con gli spot di cui sopra.

Distribuzione: il proponente deve prevedere un piano delle affissioni che assicuri una copertura regionale e, in particolare, nei luoghi (cinema, scuole, stazioni, punti di incontro giovanile) maggiormente frequentati dai destinatari finali.

B) PRODOTTI EDITORIALI E GADGET

B1) Depliant informativo

Obiettivi: l'Amministrazione attraverso il depliant intende promuovere le opportunità offerte dal Fse e favorire la partecipazione dei diversi target di destinatari delle Misure Fse.

Destinatari: destinatari finali e opinione pubblica.

Oggetto del servizio: progettazione, realizzazione e diffusione di depliant contenenti informazioni su singole iniziative o su temi portanti del Fse maggiormente dettagliate rispetto allo spot. Il depliant dovrà essere strutturato in modo da attivare il destinatario, sollecitando la sua curiosità e indirizzandolo alla consultazione del Call Center e/o del sito internet per informazioni più dettagliate.

Distribuzione: la distribuzione deve seguire i seguenti canali:

- autorità regionali e locali competenti; centri per l'impiego; sportelli informagiovani; organizzazioni professionali; parti economiche e sociali; ONG; organismi che operano per la promozione delle pari opportunità e per la tutela e il miglioramento dell'ambiente; operatori o promotori dei progetti; istituzioni scolastiche e universitarie; associazioni giovanili;

- eventi, da definire in accordo con l'Amministrazione.

B2) Materiale di supporto

Obiettivi: fornire un supporto informativo all'Amministrazione, attraverso vari materiali, nella gestione dei rapporti con la Commissione Europea, con i Ministeri di riferimento, con il partenariato locale, con i soggetti attuatori e con quanti altri sono coinvolti nella realizzazione delle azioni previste dal Fse nel POR Campania.

Destinatari: soggetti attivi.

Oggetto del servizio: realizzazione editoriale in formato cartaceo ed elettronico e stampa di materiali di supporto (rapporti tecnici, circolari, linee guida, ecc.) legati all'attuazione delle Misure Fse in Campania.

B3) Gadget

Obiettivi: attraverso i gadget si intende comunicare in maniera semplice e immediata il valore simbolico dei Fondi strutturali e, in particolare, del Fse, nonché di dispositivi specifici varati nell'ambito delle Misure Fse del POR.

Destinatari: destinatari finali.

Oggetto del servizio: realizzazione di gadget (ferma libri, cartoline, altri articoli tarati su target di pubblico diffrenziati) da distribuire in occasione di eventi (es. durante le manifestazioni fieristiche e seminari) e in luoghi ad alta densità di frequentazione dei destinatari delle Misure (es. scuole, centri per l'impiego).

C) PRODOTTI TELEMATICI E MULTIMEDIALI

C1) Servizi web

Obiettivi: l'Amministrazione intende servirsi delle pagine web per informare il sistema dei suoi interlocutori sullo stato di avanzamento della programmazione del Fse, sui risultati conseguiti, sulle novità, sulle procedure e su quant'altro necessario per la sua attuazione.

Destinatari: opinione pubblica generale, destinatari finali, soggetti attivi e influenzatori.

Oggetto del servizio: creazione, gestione e aggiornamento di pagine web, all'interno del portale istituzionale della Regione Campania, contenenti le informazioni relative al Fse destinate ai soggetti coinvolti nell'attuazione, gestione e sorveglianza del Fse nonché all'utenza finale.

L'impostazione dei servizi web dovrà consentire:

- un'informazione capillare e diffusa rivolta ai diversi target, pubblici e privati, all'opinione pubblica e agli operatori sulle ultime novità e sui principali risultati conseguiti;

- la consultazione continua e mirata.

- l'accesso diversificato ad aree espressamente dedicate agli operatori, agli utenti finali, ai mediatori sociali. Tali aree dovranno essere previste anche per gli altri attori della programmazione comunitaria 2000-2006, come ad esempio i soggetti coinvolti nell'Iniziativa Comunitaria Equal, ecc. L'accesso diversificato si dovrà realizzare anche attraverso l'ideazione e progettazione di ambienti informativi ad esclusivo uso di alcuni target (es. componenti del Comitato di Sorveglianza, del Comitato di Coordinamento);

- l'accesso riservato agli operatori del Call Center per consentire la possibilità di aggiornamento dei dati sul web (F.A.Q.);

Le pagine Fse all'interno del portale regionale dovranno dare spazio alle diverse aree della formazione, istruzione e lavoro.

Le informazioni riguarderanno principalmente:

- documentazione di supporto,

- indirizzi sportelli informativi,

- link istituzionali,

- rubrica domanda e risposta,

- modulistica tipo.

Dovrà essere presente un'area operatori che preveda:

- le modalità di accesso ai finanziamenti,

- la modulistica prevista,

- la legislazione, le delibere e la manualistica utili.

Nell'area operatori dovranno poi essere presenti aree relative a:

- bandi,

- graduatorie,

- comunicazioni.

Le domande F.A.Q. raccolte dal Call Center devono trovare spazio in un'area internet.

Deve essere prevista un'area contatti gestita dagli operatori del Call Center, che offre l'opportunità agli utenti di chiedere informazioni.

Per l'espletamento del servizio, l'aggiudicatario dovrà raccordarsi con il soggetto che l'Amministrazione indicherà per la gestione del portale regionale.

Le pagine web devono seguire la logica grafica del portale istituzionale per garantire l'uniformità e il coordinamento dell'immagine dell'Amministrazione.

C2) News letter elettronica

Obiettivi: attraverso la news letter l'Amministrazione intende creare un canale di informazione privilegiato sulle ultime novità relative al Fse.

Destinatari: destinatari finali, soggetti attivi e influenzatori.

Servizio: invio di una newsletter (con cadenza quindicinale) per informare l'utente sulle ultime novità relative all'attuazione del Fse. A tal fine, dovrà essere predisposta una mailing list da aggiornare periodicamente, in accordo con l'Amministrazione regionale. Per il ricevimento della news letter dovrà essere prevista, all'interno del portale, nell'area dedicata al Fse, la possibilità per l'utente di registrarsi alla mailing list attraverso la compilazione di una scheda di rilevazione delle sue caratteristiche.

C3) Data base utenti

Obiettivi: creare uno strumento utile e necessario per la realizzazione di politiche mirate sull'utenza, per la verifica della soddisfazione e per la realizzazione di azioni di monitoraggio sulla comunicazione.

Destinatari: Opinione pubblica generale, destinatari finali, soggetti attivi e influenzatori.

Oggetto del servizio: creare nell'ambito delle pagine web sezioni che consentano all'amministrazione di raccogliere informazioni su temi vari anche sottoforma di sondaggi o monitoraggi rivolti ai destinatari sopra indicati. In tal senso, agli utenti dovrà essere offerta la possibilità di registrarsi per accedere ad un'area riservata, le cui caratteristiche dovranno essere concordate con l'Amministrazione appaltante. Gli utenti che intendono registrarsi dovranno compilare una scheda dettagliata dalla quale possano emergerne le caratteristiche le esigenze informative. Dovrà poi essere realizzato un data base informatizzato, nel rispetto della normativa sulla privacy, per la realizzazione di azioni di comunicazione mirate.

C4) Cd-Rom

Obiettivo: lo scopo principale della produzione di cd-rom è quello di fornire un supporto informativo-formativo ai destinatari finali del Fse che possa costituire un utile strumento divulgativo.

Destinatari: destinatari finali.

Oggetto del servizio: produrre cd rom seguendo una logica di edutainment, che accompagnino l'utente in un percorso guidato alla scoperta delle opportunità offerte dal Fse in Campania, anche sotto forma di simulazioni o giochi. Il contenuto dei cd-rom deve essere puntuale nelle risposte, fornire i contatti e i chiarimenti necessari per accedere alle possibilità offerte dal Fse. Attraverso una logica di link si deve consentire l'accesso a documenti e siti internet utili per una più completa fruizione delle possibilità messe a disposizione dal Fse.

Distribuzione: il cd rom dovrà essere distribuito:

- nelle Università e nelle Scuole nell'ambito di un programma di sensibilizzazione della durata biennale;

- nelle principali manifestazioni fieristiche ed eventi a cui prenderà parte la Regione Campania;

- presso i punti informativi (centri per l'impiego, informagiovani, ecc.) coinvolti nell'attuazione degli interventi finanziati dal Fse;

- presso le principali associazioni giovanili e, più in generale, presso i soggetti attivi che partecipano all'attuazione del programma.

D) CENTRO DI ASCOLTO E DI INFORMAZIONE TELEFONICA

Obiettivi: l'Amministrazione attraverso il Call Center intende creare un punto di riferimento a cui tutti gli interessati possono accedere per ricevere un'informazione di primo livello sulle caratteristiche del Fse, sulle opportunità offerte, sui programmi previsti, su procedure, ecc.

Destinatari: destinatari finali, grande pubblico.

Servizio: il Call Center dovrà assumere la funzione di collettore di informazioni, provenienti dalla Regione Campania e dai soggetti attuatori, da rilasciare all'utente in un formato semplificato. Il Call Center richiede la presenza di 2 operatori specializzati, deve essere attivo in orario di ufficio e nei giorni di apertura degli uffici pubblici e deve prevedere degli script automatizzati per informazioni di primo livello o per dirottare le richieste al portale della Regione Campania negli orari di chiusura.

Attraverso il Call Center deve essere possibile promuovere, nei momenti di attesa del contatto con l'operatore, iniziative particolari.

Al servizio si accederà utilizzando il numero telefonico dell'URP regionale e da questo le chiamate saranno dirottate verso il call-center.

L'attività di Call Center deve prevedere uno standard operativo consistente in:

- richiamare la persona interessata, fornendo nel minor tempo possibile la risposta, qualora non fosse possibile rispondere immediatamente, a causa della complessità del quesito;

- rivolgere particolare cura ed attenzione ai destinatari delle attività che presentino difficoltà ad esprimere i propri bisogni di informazioni, nei confronti dei quali gli operatori del Call Center Fse si pongono come "orientatori" al fine di proporre l'azione di maggior interesse;

- rispondere prontamente anche a mezzo e- mail a tutti gli interrogativi proposti tramite un apposito form, che permette l'inoltro delle richieste ad uno specifico indirizzo di posta elettronica.

A tal fine, il proponente deve prevedere azioni di formazione continua agli operatori del Call Center.

Infine, tutte le chiamate devono essere registrate per fini statistici e di raccolta dati, tutte le domande e risposte dovranno poi essere riorganizzate, al fine di produrre documenti aggiornati da distribuire agli operatori dell'Amministrazione per produrre le F.A.Q. (Frequently Asked Questions).

E' a cura dell'aggiudicatario l'onere della verifica e della fornitura in opera di quanto necessario per garantire l'erogazione del servizio richiesto, secondo la normativa nazionale e comunitaria in materia di sicurezza ed igiene nel lavoro.

E) INIZIATIVE SEMINARIALI ED EVENTI

E1) Seminari:

Obiettivi: condividere, in incontri ristretti con i soggetti attivi (beneficiari finali, parti sociali, ecc.), l'andamento degli interventi e le principali criticità incontrate.

Destinatari: soggetti attivi.

Oggetto del servizio: organizzazione di incontri ristretti (almeno 3 l'anno per un numero medio di 100 partecipanti), per l'informazione sui temi rilevanti per l'attuazione delle Misure Fse con riferimento particolare ai target che verranno individuati dall'Amministrazione. Gli incontri si terranno all'interno di sedi istituzionali. Il soggetto proponente dovrà assicurare i servizi organizzativi e di supporto per il migliore svolgimento degli incontri. In particolar, si richiedono i servizi di allestimento delle sale, l'organizzazione delle attrezzature informatiche necessarie allo svolgimento degli incontri, la preparazione del materiale di supporto, la gestione degli inviti e, quindi, la realizzazione di mailing list mirate.

E2) Convegno annuale

Obiettivi: l'Amministrazione intende, attraverso un convegno annuale, per un totale di tre convegni, fornire informazioni sull'andamento degli interventi legati al Fse in Campania. Il convegno deve rappresentare un'occasione di confronto fra la Regione Campania e gli attori locali, per verificare insieme il lavoro svolto e le attività da mettere in campo.

Destinatari: destinatari finali, soggetti attivi.

Oggetto del servizio: il convegno deve essere realizzato sul territorio regionale con la partecipazione di soggetti a livello regionale, nazionale e comunitario coinvolti nella gestione del Fse. Tale convegno dovrà avere anche una ricaduta, in termini di comunicazione, sull'opinione pubblica generale.

E3) Programma scuole e università

Obiettivi: l'Amministrazione intende promuovere, attraverso questo programma, la conoscenza del Fse e del ruolo svolto dall'Ue presso gli studenti delle scuole superiori e gli studenti universitari.

Destinatari: destinatari finali, in particolare studenti delle scuole superiori e universitari.

Servizio: realizzazione di un programma biennale che preveda il coinvolgimento delle Istituzioni scolastiche e dell'Università in un ciclo di eventi che, con la partecipazione della Regione, promuova le azioni del Fse anche attraverso l'utilizzo di cd rom. Il programma dovrebbe, inoltre, favorire la partecipazione degli studenti attraverso l'istituzione di un evento conclusivo che ne metta in risalto il lavoro svolto ed i risultati conseguiti.

F) AZIONI DI UFFICIO STAMPA

Le azioni di ufficio stampa, svolte in collaborazione con l'Ufficio Stampa della Presidenza della Regione, sono destinate ad avere un ruolo strategico nel perseguimento degli obiettivi del piano di comunicazione.

L'Ufficio dovrà essere attivo sugli eventi di comunicazione suggeriti e su quelli proposti dall'Aggiudicatario, nonché in tutti i momenti che saranno individuati nella campagna di comunicazione integrata disegnata dall'Aggiudicatario nella propria offerta.

La redazione dovrà essere costituita da un esperto del settore, in qualità di responsabile e da un giornalista junior con conoscenze nei settori dell'economia, della finanza, dell'utilizzo delle nuove tecnologie di comunicazione e del marketing territoriale.

Data la natura del servizio oggetto del presente Capitolato e l'ampiezza delle interrelazioni con strutture esterne, è richiesto, che venga allegato, per il servizio proposto, uno schema del Piano della Qualità che si intende adottare secondo le norme della serie ISO 9000 o, in mancanza, secondo altre idonee tecniche proposte.

La pianificazione dei mezzi dovrà tenere conto della percentuale di distribuzione stabilita dalla normativa in vigore.

Il soggetto proponente deve, inoltre, garantire la possibilità per l'Amministrazione di valutare le azioni di informative e pubblicitarie attraverso:

- gli indici di ascolto delle televisioni, dei cinema e delle radio usate;

- indice di diffusione delle pubblicazioni realizzate;

- rilevazione dei presenti alle manifestazioni organizzate (questionari);

- indici relativi al numero di contatti, al numero di pagine visitate e alla permanenza media sulle pagine del portale dedicate al Fse.

A tal fine, il proponente deve sviluppare un modello di monitoraggio che consenta all'Amministrazione di valutare i risultati delle azioni di informazione e pubblicità messe a bando.

Per tutti i servizi di cui sopra dovrà essere prevista un'attività di gestione informatizzata di un magazzino dei prodotti (cartacei e multimediali). Tale attività è finalizzata alla realizzazione dei servizi richiesti nel presente capitolato. In particolare si richiede, tra l'altro, lo stoccaggio dei materiali in idoneo locale fornito dall'aggiudicatario, la codifica dei prodotti, l'aggiornamento carico e scarico, ecc.

Dovranno essere previste anche tipologie di consegna/ritiro dal magazzino alla Regione Campania e viceversa; dal magazzino presso le sedi fieristiche e seminariali indicate dalla Regione Campania e viceversa; predisposizione dei prodotti ritirati da terzi indicati Regione Campania; accettazione consegne e presa in carico da parte di fornitori esterni indicati Regione Campania, ecc.

ARTICOLO 4: 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:

- un coordinatore con funzioni di supervisione metodologica e consulenza scientifica, con almeno 10 anni di esperienza nelle attività affini ai contenuti del servizio;

- 1 esperto in comunicazione istituzionale, con almeno 5 anni di esperienza;

- 2 grafici, con almeno 5 anni di esperienza;

- 1 esperto di gestione, con almeno 5 anni di esperienza;

- 1 informatico, con almeno 5 anni di esperienza;

- 1 esperto di Fse, con almeno 5 anni di esperienza;

- 5 junior di cui uno giornalista con conoscenze nei settori dell'economia, della finanza, dell'utilizzo delle nuove tecnologie di comunicazione e del marketing territoriale.

I componenti del gruppo di lavoro devono possedere titoli professionali idonei a garantire la migliore realizzazione del servizio e devono avere, in particolare, un'esperienza adeguata e documentabile 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 appaltante. Il mancato rispetto di tale disposizione costituisce motivo di annullamento dell'aggiudicazione o di risoluzione del contratto eventualmente stipulato.

Per contro, l'Amministrazione appaltante 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.

Il raggruppamento dovrà aprire una sede operativa a Napoli con almeno 2 utenze telefoniche, fax, larga banda per internet, 2 PC e 1 fotocopiatrice, in modo tale che sia garantita all'Amministrazione appaltante una interfaccia continua.

ARTICOLO 5: 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.

Il lavoro dovrà essere svolto in rapporto con l'Amministrazione aggiudicatrice.

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 l'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'affidatario ha l'obbligo di attenersi, durante la realizzazione del servizio oggetto della gara, alle direttive che saranno impartite dall'Amministrazione aggiudicatrice e ad accettare, in ogni momento, verifiche sull'andamento dello stesso.

In particolare l'aggiudicatario ha l'obbligo di:

1. garantire i tempi di attuazione;

2. non assumere, in caso di esito positivo della gara, direttamente od indirettamente, incarichi riguardanti attività di comunicazione inerenti all'attuazione del POR Campania 2000-2006;

3. 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 dovrà dotarsi entro 15 giorni naturali dalla stipula del contratto con la Regione Campania:

- di un programma complessivo delle attività da realizzare correlato di cronogramma relativo ai tre anni;

- di 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'Amministrazione ha la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che la Ditta aggiudicataria 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.

Per ogni anno successivo, la Ditta aggiudicataria dovrà presentare il Piano Operativo dettagliato delle attività, completo di Cronogramma, entro al massimo 90 giorni dalla data di scadenza del primo programma annuale. Entro i 20 giorni successivi, l'Amministrazione la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che la Ditta aggiudicataria 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 quant'altro realizzato nell'ambito della fornitura del servizio dovrà essere consegnato alla Regione Campania.

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

ARTICOLO 6: SCHEMA DI REDAZIONE DELL'OFFERTA

I soggetti proponenti dovranno indicare nell'offerta tecnica con riferimento a quanto definito all'art. 3 del presente Capitolato informazioni dettagliate in merito a:

- la strategia di comunicazione definita;

- per ogni strumento individuato i contenuti della comunicazione, le caratteristiche tecniche degli strumenti da adottare, l'idea di immagine coordinata che si intende sviluppare, i canali di distribuzione che si intende adottare;

- un piano delle quantità da realizzare in riferimento ai target dei destinatari individuati;

- presentare per quanto riguarda lo spot televisivo e radiofonico lo story bord;

- la tipologia dei media proposti in relazione ai target secondo un media plan che mette in risalto obbiettivi, destinatari, strumenti, mezzi, numerosità dei passaggi, periodo e fasce orarie; per ogni mezzo si chiede di allegare gli indici di ascolto o di diffusione;

- le modalità di realizzazione dell'insieme delle attività di comunicazione e informazione oggetto del servizio e la relativa tempistica;

- la definizione delle modalità e dei mezzi con cui verrà effettuato il monitoraggio complessivo delle attività. Le attività di monitoraggio saranno comunque coordinate, fin dall'inizio, da un apposito Comitato al quale è prevista la partecipazione di un esperto che l'Amministrazione si riserva di indicare e la cui attività sarà retribuita dalla società aggiudicataria del bando;

Il soggetto proponente dovrà inoltre dimostrare nell'offerta il rispetto dei seguenti vincoli:

- la scelta delle emittenti radio televisive dovrà essere supportata da documentazione riferita all'audience;

- la produzione televisiva deve essere in standard betacam sp, vale a dire qualità broadcasting;

- l'ideazione, la realizzazione, la messa in onda/lancio e l'assolvimento di ogni adempimento di legge connesso all'utilizzo dei media è a carico del soggetto aggiudicatario;

- gli eventuali accordi con le società emittenti e le testate sono a carico del soggetto aggiudicatario.

Il soggetto proponente dovrà, infine, indicare analiticamente i costi preventivi di produzione e dovrà produrre documentazione giustificativa in originale di ciascuno dei costi preventivati.

Nel caso in cui l'offerta sia presentata da un raggruppamento di prestatori di servizi ovvero da imprese appositamente e/o temporaneamente raggruppate, l'offerta congiunta deve essere sottoscritta da tutte le imprese partner e deve specificare i costi delle parti di fornitura che saranno eseguite dalle singole imprese (art.11 Dlgs 157/95).

ARTICOLO 7: TEMPI DI REALIZZAZIONE

Entro 30 giorni naturali e consecutivi dall'aggiudicazione del contratto, l'Aggiudicatario dovrà concentrare le proprie risorse nella definizione strategica della campagna di comunicazione integrata, mentre, dalla scadenza del sessantesimo giorno naturale e consecutivo sempre decorrente dalla stipula, dovrà dare impulso e piena attivazione alle azioni ivi indicate.

Gli strumenti di comunicazione grafica e pubblicitari indicati nell'offerta dovranno essere consegnati al committente entro e non oltre 60 giorni dalla firma del contratto.

ARTICOLO 8: DURATA DEL CONTRATTO

Il contratto in affidamento avrà una durata di mesi 36 dalla data di firma del contratto stesso.

L'Amministrazione si riserva di esercitare un diritto di opzione nel termine di 90 giorni prima della scadenza fissata per il contratto; tale diritto consiste nel rinnovo dei servizi del contratto originario per un periodo massimo di 24 mesi, agli stessi oneri, patti e condizioni fissati nel contratto originario.

ARTICOLO 9: AMMONTARE DELL'APPALTO

L'importo globale a base di gara è di Euro 3.500.000,00 (tremilionicinquecentomila/00 euro), oltre IVA come per legge.

Non sono ammesse offerte in aumento.

La somma è finanziata con il contributo del Fondo Sociale Europeo – POR Campania Obiettivo 1 – Misure 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.11, 3.12.

ARTICOLO 10: REQUISITI E CONDIZIONI MINIME DI PARTECIPAZIONE

Sono ammessi a partecipare alla presente gara i soggetti di cui all'art. 3 del DPR n. 403 del 21 settembre 2001.

In considerazione della non completa corrispondenza dell'insieme dei servizi oggetto del presente capitolato con le attività regolamentate dal DPR 403/01 suddetto, si stabilisce tuttavia che, in caso di Raggruppamenti Temporanei di Imprese (ammessi a partecipare con le modalità e secondo i termini di cui all'art. 11 del D. Lgs. 157/1995), una quota complessivamente non superiore al 30% del totale possa essere assunta anche da soggetti nel cui oggetto sociale, se società, o nella cui iscrizione alla CCIAA, se imprese individuali, non figurano (nemmeno per implicito) la comunicazione e la pubblicità, purché, in ogni caso, vi figurino attività comunque comprese nel complesso di attività di affidamento (ad esempio: servizi informatici, servizi tipografici, servizi di assistenza tecnico-gestionale, ecc.).

In ogni caso, il soggetto indicato come mandatario del costituendo Raggruppamento dovrà rispondere ai requisiti di cui all'art. 3 del DPR 403/2001 citato.

I Consorzi di imprese non costituiti in forma societaria sono tenuti ad indicare i consorziati per conto dei quali partecipano ed a specificare le parti del servizio che saranno da questi ultimi - in caso di aggiudicazione - realizzate.

Per quanto concerne le condizioni minime di partecipazione, valgono per i Consorzi - in quanto applicabili - le disposizioni poste per i raggruppamenti Temporanei di Imprese.

A dimostrazione di requisiti e di condizioni minime di partecipazione, i soggetti proponenti dovranno presentare, a pena di esclusione (salva l'applicazione ricorrendone i presupposti, dell'art. 16 del D. Lgs. 157/1995), la seguente documentazione:

Ai fini dell'idoneità alla partecipazione:

a) copia dello statuto societario o dell'atto costitutivo;

b) certificato di iscrizione al Registro delle Imprese presso la CCIAA o atto o dichiarazione avente contenuto equivalente nel caso di soggetto non tenuto a tale iscrizione;

c) autocertificazione, resa ai sensi dell'art. 46 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000, avente ad oggetto il nominativo del legale rappresentante e l'idoneità dei suoi poteri alla sottoscrizione degli atti di gara;

d) dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa, ai sensi dell'art. 47 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000, dal legale rappresentante, attestante che l'impresa concorrente non si trova in alcuna delle condizioni di esclusione previste dall'art. 12 del D. Lgs. n. 157/1995;

e) dichiarazione (resa ai sensi dell'art. 47 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000) - ai sensi dell'art. 17 della L. n. 68 del 12 marzo 1999 - del legale rappresentante che attesti di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili. Nel caso di concorrenti non soggetti a tale obbligo, deve essere presentata una dichiarazione sostitutiva di atto notorio (resa ai sensi dell'art. 47 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000) attestante la non soggezione agli obblighi di cui alla legge citata;

f) idonea documentazione che comprovi l'avvenuta accensione della fideiussione bancaria o di polizza fidejussoria assicurativa, pari al 2% dell'importo netto posto a base d'asta, per una durata almeno equivalente al periodo di validità dell'offerta;

g) in caso di raggruppamento temporaneo di imprese (RTI), attestazione, sottoscritta da tutte le imprese del raggruppamento medesimo, dell'intenzione di costituirsi giuridicamente in tale forma con

indicazione esplicita della capogruppo e l'impegno, in caso di aggiudicazione, a conformarsi alla disciplina prevista all'art. 11 del D. Lgs. 157/95;

h) autocertificazione, resa ai sensi dell'art. 46 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000 attestante la messa a disposizione dell'Amministrazione appaltante di un gruppo di lavoro. La descrizione del gruppo di lavoro, incaricato di realizzare stabilmente il servizio, dovrà avere i requisiti minimi di cui all'art.4 del presente capitolato.

Per ciascuno dei componenti del gruppo di lavoro dovrà essere allegato un curriculum vitae che indichi il titolo di studio e le specifiche esperienze maturate nelle materie oggetto della presente gara. Nel caso di Raggruppamenti temporanei di Imprese bisognerà compilare una tabella riassuntiva dove, a fianco di ogni componente del gruppo di lavoro, occorrerà indicare il nome della società di appartenenza.

Ai fini della dimostrazione della capacità economica e finanziaria (art. 13 del D. Lgs n. 157/95):

i) referenze bancarie;

j) dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa dal legale rappresentante, ai sensi dell'art. 47 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000, attestante il volume d'affari globale negli esercizi 1999-2000-2001: tale volume, a pena di esclusione, non dovrà essere inferiore a complessivi Euro 4.000.000 = (quattromilioni/00) per il triennio considerato.

Ai fini della dimostrazione della capacità tecnica (art. 14 del D. Lgs. N. 157/95):

l) dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa dal legale rappresentante, ai sensi dell'art. 47 del DPR n. 445 del 28 dicembre 2000, attestante che il soggetto proponente ha avuto affidati ed ha eseguito, nel triennio precedente alla data di pubblicazione del bando sulla GUCE, appalti (se in corso vale la quota parte eseguita) di servizi similari di importo non inferiore a Euro 2.000.000,00 (duemilioni/00). Dalla medesima dichiarazione dovrà risultare, sempre a pena di esclusione, che il soggetto offerente ha realizzato, nel periodo suddetto, almeno n. 3 (tre) campagne pubblicitarie per un totale complessivo di almeno Euro 800.000 (ottocentomila/00). In tale dichiarazione dovranno essere indicati: soggetto committente, oggetto e data dell'affidamento di tutti gli incarichi evidenziati ed il periodo di esecuzione degli stessi.

Nel caso di raggruppamenti temporanei di imprese:

- la documentazione di cui ai punti a), b), c), d), e) ed i) dovrà essere presentata da ogni componente il raggruppamento;

- i limiti di ammissibilità di cui ai punti j) e l) verranno valutati con riferimento al raggruppamento nel suo complesso e sono tenuti a presentare le dichiarazioni relative solo quelle imprese che concorrono al raggiungimento dei limiti detti;

- la fideiussione di cui al punto f) dovrà essere accesa dalla impresa mandataria;

- le attestazioni di cui ai punti h) e g) potranno essere contenute in singoli documenti o anche comporsi di più documenti, purché ciascuno contenente tutti gli elementi richiesti ai medesimi punti h) e g).

Nel caso di imprese non residenti in Italia, è ammessa la presentazione di documentazione equivalente, corredata di traduzione giurata in lingua italiana.

Nel caso in cui un medesimo soggetto partecipi alla presente gara - da solo o in Raggruppamento o Consorzio o attraverso società o enti comunque controllati - verranno escluse dalla procedura tutte le offerte interessate da tale partecipazione.

L'Amministrazione procedente - o per essa la Commissione - resta in facoltà di richiedere a tutti i concorrenti la dimostrazione dell'assenza di rapporti di controllo, diretti o indiretti.

ARTICOLO 11: MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE

Le offerte, redatte in lingua italiana, dovranno pervenire, a pena di esclusione, entro le ore 13,00 del giorno 6/05/2004 all'indirizzo di cui al punto 1 del bando di gara.

Non saranno, in alcun caso, prese in considerazione le offerte pervenute oltre tale termine anche se spedite prima dei termini di scadenza sopra indicati.

L'offerta dovrà pervenire in un unico plico chiuso e sigillato con ceralacca e riportare le seguenti diciture:

- in alto a sinistra: "Riservato non aprire"

- in basso: "Gara per la progettazione e realizzazione di un Piano di comunicazione integrata finalizzato alla divulgazione e conoscenza del FSE – Programma Operativo Regionale della Campania Ob. 1 – programmazione 2000-2006".

Il plico di cui al precedente capoverso dovrà contenere al suo interno tre buste, a loro volta sigillate con ceralacca e controfirmate sui lembi di chiusura, recanti l'intestazione del mittente e, rispettivamente, contrassegnate dalla dicitura "Busta n. 1 – Documentazione"; "Busta n. 2 – Offerta Tecnica"; "Busta n. 3 – Offerta economica".

Contenuto della busta n. 1 – Documentazione

a) elenco generale della documentazione inserita;

b) documentazione attestante i requisiti richiesti, a pena di esclusione all'art. 10 del Capitolato di gara, salva l'applicazione dell'art. 16 del D.Lgs. 157/95.

Contenuto della busta n. 2 – Offerta tecnica

Nella seconda busta sarà contenuto il progetto di servizio in n. 6 copie, comprensive dell'originale, che illustrerà, secondo i termini indicati all'articolo 3, i contenuti e le modalità di realizzazione dei servizi richiesti, anche dal punto di vista organizzativo e logistico.

Potranno, a discrezione, essere anche allegati all'offerta supporti audiovideo, magnetici, digitali o altro, restando però inteso che, ai fini della valutazione, farà fede esclusivamente la versione cartacea degli stessi.

Dovrà, inoltre, essere esattamente individuato il gruppo di lavoro a cui sarà affidata la realizzazione del progetto e per ogni risorsa facente parte del gruppo medesimo dovrà essere fornito un breve curriculum vitae (sottoscritto dall'interessato) e la descrizione del ruolo (a cominciare dal capo progetto), dello specifico ambito di azione e del livello di coinvolgimento nell'attuazione dell'offerta.

La documentazione suddetta (ad eccezione dei curricula, che dovranno essere sottoscritti solo dagli interessati), sarà siglata in ogni pagina e sottoscritta all'ultima pagina con firma per esteso e leggibile dal legale rappresentante del soggetto concorrente.

Nel caso di raggruppamento di imprese, tale documentazione sarà sottoscritta dai legali rappresentanti di tutte le Imprese partecipanti al Raggruppamento.

Sempre nel caso di RTI, dovranno, ai sensi dell'art. 11 del D.Lgs 157/95, essere specificate le parti del servizio affidate a ciascuna Impresa partecipante al medesimo.

Nella busta n. 2 dovrà, infine, essere riportato il piano di qualità, così come richiesto all'art. 3 del presente Capitolato.

Contenuto della busta n. 3 – Offerta economica

La terza busta dovrà contenere, chiaramente indicato in lettere e cifre, al netto dell'IVA, il corrispettivo omnicomprensivo richiesto per l'espletamento di tutti i servizi indicati nel capitolato e nell'offerta tecnica.

Non sono ammesse, a pena d'esclusione, offerte in aumento.

Dovranno, inoltre, essere riportate le tabelle esplicative delle quotazioni di dettaglio e/o unitarie per ciascun servizio proposto, al fine di valutare il criterio di formulazione dell'offerta globale ed il valore di ciascun servizio, nonché agli effetti di eventuali successive variazioni concordate del progetto.

Nel caso di RTI, dovrà essere indicato il corrispettivo da attribuire a ciascuna Impresa in relazione ai servizi resi.

Tutta la documentazione relativa all'offerta economica dovrà essere sottoscritta, in ogni pagina, dal legale rappresentante dell'impresa offerente e, nel caso di RTI, dai legali rappresentanti di tutte le Imprese partecipanti al Raggruppamento.

Per la parte di attività identificabile come campagna che prevede la distribuzione sui mezzi di comunicazione di massa, di cui all'art. 3, lettera A1) del presente capitolato, o eventuali interventi equiparabili, l'offerta economica dovrà essere coerente con i criteri di cui all'art. 7, comma 1 del DPR n. 403 del 21 settembre 2001. Tale coerenza dovrà risultare in modo esplicito nell'offerta economica.

Per quanto concerne le linee di attività previste dall'art. 3, lettere A2), B), C), D), E), F) del presente capitolato, si stabilisce che l'offerta economica debba comunque essere compatibile con i criteri di cui all'art. 7, comma 2 del citato DPR 403/01. Anche tale compatibilità dovrà risultare in modo esplicito nell'offerta economica.

La componente della spesa relativa a costi di diffusione attraverso mezzi di comunicazione di massa dovrà inoltre rispettare il modello di riparto di cui all'art. 4.2 della Direttiva PCM del 27 settembre 2000.

ARTICOLO 12: CRITERI DI SELEZIONE E AGGIUDICAZIONE

La valutazione delle offerte tecniche ed economiche verrà svolta tra gli offerenti che abbiano, con le modalità suindicate, fornito dimostrazione di possedere i requisiti di partecipazione richiesti.

L'esame della documentazione e delle offerte sarà demandato a Commissione appositamente nominata secondo i termini indicati nel successivo art. 11

L'aggiudicazione della gara avverrà ai sensi dell'art. 23, comma 1, lettera b) del D. Lgs 157/95 e successive integrazioni e modificazioni (offerta economicamente più vantaggiosa).

La valutazione delle offerte sarà effettuata sulla base dei seguenti criteri:

CRITERI PUNTEGGIO

1) Proposta progettuale di servizio: Max 70/100

- rispondenza della proposta agli obiettivi di comunicazione precisati nel presente capitolato, ivi compresa la fattibilità del progetto, anche in termini di adeguatezza delle risorse dedicate e degli strumenti previsti 35/100

- qualità del progetto creativo, con particolare riferimento alla efficacia del messaggio di comunicazione 20/100

- sistema di monitoraggio della efficacia delle azioni di pubblicità e informazione proposto 15/100

2) Proposta economica Max 30/100

Totale 1 + 2 Max 100/100

I punti per l'offerta economica sono attribuiti sulla base della seguente formula:

punteggio offerta economica = (Qminima/Qx) * 30

dove Q minima è l'offerta economica per importo più basso, e Qx è l'offerta in esame.

Il punteggio finale valevole ai fini dell'aggiudicazione sarà uguale alla sommatoria dei punteggi rispettivamente ottenuti dall'offerta tecnica e dall'offerta economica.

Il punteggio minimo richiesto per la proposta progettuale di servizio è 30 punti al di sotto dei quali non si darà luogo all'apertura della busta contenente l'offerta economica.

L'Amministrazione aggiudicatrice si riserva ogni più ampia facoltà di non procedere alla aggiudicazione del servizio di cui al presente Capitolato, nell'ipotesi in cui, a Suo insindacabile giudizio, sia venuta meno la necessità delle prestazioni richieste o non vengano ritenute adeguate le offerte pervenute. L'Amministrazione si riserva di valutare se aggiudicare il servizio nel caso di una sola offerta ritenuta valida.

ARTICOLO 13: PROCEDURA DI AGGIUDICAZIONE DELL'APPALTO E NOMINA DELLA COMMISSIONE

L'Amministrazione procederà all'affidamento del servizio sulla base di una graduatoria di merito proposta da un'apposita commissione nominata dall'Amministrazione aggiudicatrice.

La commissione di gara è nominata dall'Amministrazione aggiudicatrice con i criteri di cui all'art. 8 del DPR 403/01.

Le operazioni di gara avranno inizio il giorno stabilito, presso l'AGC Istruzione, Educazione, Formazione, Orientamento Professionale ed ORMEL, Centro Direzionale, Isola A/6, CAP 80143, Napoli e si svolgeranno come di seguito illustrato.

All'apertura delle offerte potranno presenziare rappresentanti dei soggetti partecipanti appositamente delegati.

In tale seduta pubblica la Commissione di gara procederà all'apertura dei plichi-offerta pervenuti in tempo utile ed alla verifica della presenza all'interno degli stessi delle tre buste interne regolarmente intestate, chiuse e sigillate, in conformità alle previsioni di cui al precedente art. 11.

Nella stessa seduta verrà aperta la sola Busta A e si procederà alla verifica della presenza all'interno della medesima dei documenti prescritti al precedente art. 10.

Alle successive fasi di gara saranno ammessi solamente i concorrenti che, dall'esame dei documenti contenuti nella Busta "A", risulteranno in regola con tutte le prescrizioni del bando di gara, tenuto conto

delle cause di esclusione e delle condizioni minime di ammissibilità, già indicate nel presente Capitolato al suddetto art. 10.

La Commissione, quindi, in una o più sedute riservate, procederà all'analisi della proposta tecnica (Busta "B"), assegnando i relativi punteggi e verbalizzando il risultato.

Con comunicazione via fax (la quale sarà inviata unicamente al numero apposto sull'involucro esterno del plico-offerta o ad altro numero tempestivamente e per iscritto comunicato all'Amministrazione) l'Amministrazione inviterà i concorrenti non esclusi dalla procedura a partecipare a nuova riunione pubblica, nella quale - data lettura della graduatoria relativa al solo esame dell'offerta tecnica - la Commissione aprirà la Busta "C" contenente l'offerta economica.

Si assegnerà quindi il relativo punteggio (salva l'applicazione dell'art. 25 del D.Lgs. n. 157/1995), si procederà alla redazione della graduatoria e si formulerà proposta di aggiudicazione della gara.

La Commissione trasmetterà quindi tale graduatoria e la relativa proposta di aggiudicazione al responsabile del procedimento che li inoltrerà al Responsabile di Misura che, sulla base degli atti di gara, provvederà con Decreto dirigenziale - salve ovviamente le verifiche del caso - all'aggiudicazione definitiva dell'appalto.

Della aggiudicazione dell'appalto sarà data comunicazione nelle forme previste dal Decreto Legislativo 17 marzo 1995, n. 157.

ARTICOLO 14: INFORMAZIONI DI CARATTERE TECNICO AMMINISTRATIVO

Nessun compenso o rimborso spese verrà corrisposto per quanto prodotto per la partecipazione alla gara, che verrà trattenuto dall'amministrazione.

Il prestatore di servizi che risulterà aggiudicatario della gara dovrà trasformare entro e non oltre 30 giorni dalla comunicazione dell'avvenuta aggiudicazione il deposito cauzionale da provvisorio in definitivo per poter stipulare il contratto.

In caso di inadempimento totale o parziale o ritardo che superi i trenta giorni da parte del prestatore di servizi, l'Amministrazione avrà facoltà di incamerare l'importo del deposito cauzionale, aggiudicando la gara al prestatore di servizi classificatosi al secondo posto della graduatoria di merito.

ARTICOLO 15: DIRITTO D'AUTORE

Con l'aggiudicazione della gara, ai sensi della legge 633/1941 e sue successive modifiche, la Regione Campania acquisisce la proprietà piena ed esclusiva di tutte le pubblicazioni realizzate, di tutti i diritti che ne derivano, nonché della piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla riproduzione, realizzate dalla ditta aggiudicataria.

L'aggiudicatario riconosce alla Regione Campania, in qualità di editore delle pubblicazioni, il diritto alla loro tutela, utilizzazione e sfruttamento economico.

L'aggiudicatario stesso assume la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti dei terzi che dovessero rivendicare su parti e/o elementi del progetto diritti d'autore.