

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

**LAZIO INNOVA S.p.A.**

**CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE**

*Allegato n. 2 al Disciplinare di gara*

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari - CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

## INDICE

1. Premessa.....	3
2. Definizioni.....	4
3. Normativa di riferimento .....	5
4. Oggetto .....	6
4.1. <i>Ideazione strategica e sviluppo del concept creativo di una Campagna di Comunicazione sulla base del Brief fornito da Lazio Innova e relativa declinazione sui mezzi.</i>	7
4.2. <i>Produzione ed eventuale post-produzione della Campagna di Comunicazione sulla base del concept creativo approvato dalla Committente.</i> .....	8
4.3. <i>Elaborazione della strategia media funzionale alla diffusione della Campagna di Comunicazione sulla base del Target indicato.</i> .....	10
4.4. <i>Acquisto dei Mezzi</i> .....	11
4.5. <i>Elaborazione e invio della reportistica di servizio</i> .....	11
5. Team di lavoro .....	12
6. Il processo di svolgimento del servizio.....	14
6.1. <i>Brief creativo e media</i> .....	14
6.2. <i>Presentazioni dell'Aggiudicatario</i> .....	14
6.3. <i>Approvazione o richiesta di modifiche</i> .....	15
6.4. <i>Approvazione finale</i> .....	15
7. Criteri di remunerazione dell'Aggiudicatario.....	16
8. Responsabilità dell'agenzia.....	16
9. Segreto professionale .....	17
10. Segni distintivi.....	18
11. Penali .....	18

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

## I. Premessa

Lazio Innova s.p.a. è la società *in house* creata dalla Regione Lazio, e partecipata al 19,50% dalla Camera di Commercio di Roma, che opera nella progettazione e gestione di azioni e programmi di aiuto per la crescita economica, l'accesso al credito, lo sviluppo del territorio e il sostegno all'innovazione.

Lazio Innova opera a vantaggio delle imprese e della pubblica amministrazione locale attraverso:

- l'erogazione di incentivi a valere su risorse regionali, nazionali e/o europee;
- l'informazione e l'orientamento in merito alle opportunità di finanziamento e ai progetti europei;
- il sostegno al credito e il rilascio di garanzie;
- interventi nel capitale di rischio (venture capital);
- l'erogazione di servizi per l'internazionalizzazione;
- la promozione delle reti d'impresa e delle eccellenze regionali;
- l'erogazione di servizi per la nascita e lo sviluppo d'impresa;
- il microcredito e le misure per l'inclusione sociale.

In particolare Lazio Innova ha la missione di creare un ambiente favorevole alla nascita e allo sviluppo di nuove imprese innovative e sostenere la crescita delle aziende e i giovani talenti nella Regione Lazio.

Lazio Innova promuove il rafforzamento delle imprese agendo sulla loro struttura patrimoniale e più in generale incentivando gli investimenti in grado di accrescerne la competitività.

Lazio Innova assiste l'Autorità di Gestione del Programma Operativo Regionale del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (il "POR FESR") allo scopo di assicurare un'efficace ed efficiente implementazione delle azioni programmate.

Le attività di assistenza tecnica riguardano la definizione del sistema di gestione e controllo, delle modalità attuative, degli strumenti di intervento e delle procedure di selezione e monitoraggio fisico, procedurale e finanziario dei progetti cofinanziati dall'Unione Europea.

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

Nell'ambito di tale attività di assistenza, Lazio Innova affianca la Regione Lazio e le altre amministrazioni eventualmente coinvolte nell'attuazione del POR FESR per porre in essere le iniziative previste nel Piano di comunicazione del suddetto programma.

Lazio Innova garantisce inoltre il collegamento con le strutture comunitarie, nazionali e regionali per la progettazione e l'attuazione dei diversi programmi europei nei quali la Regione Lazio (o la società stessa) assumono un ruolo di promotori diretti o partner.

Lazio Innova può supportare la Regione Lazio anche nella definizione di specifici programmi operativi per la valorizzazione territoriale negli ambiti infrastrutture, beni culturali e paesaggistici, sociale e urbanistica nel rispetto dei principi di sostenibilità.

Lazio Innova opera infine anche a vantaggio delle pubbliche amministrazioni locali attraverso l'erogazione di incentivi a valere su risorse regionali, nazionali ed europee. I principali campi di intervento riguardano la sostenibilità economica e ambientale e il miglioramento dei servizi attraverso la promozione delle IC.

Nell'ambito delle attività sopra individuate, Lazio Innova ha interesse a individuare un operatore economico, anche plurisoggettivo, con cui sottoscrivere un accordo quadro avente ad oggetto il servizio di ideazione e produzione di campagne di comunicazione (le "Campagne di Comunicazione") nonché di pianificazione e acquisto degli spazi per la diffusione delle Campagne di Comunicazione medesime.

## **2. Definizioni**

Nel presente capitolato saranno utilizzate le seguenti definizioni:

- **Accordo Quadro**: l'accordo quadro che verrà sottoscritto con l'Aggiudicatario della presente procedura
- **Aggiudicatario**: l'operatore economico che risulterà aggiudicatario dei servizi oggetto della presente procedura in esito alla stessa;
- **Brief**: il documento con cui la Committente attiverà di volta in volta l'Accordo Quadro fornendo le finalità della Campagna di Comunicazione da realizzare, il Target, i mezzi su cui la Campagna dovrà essere diffusa, il budget complessivamente a disposizione ed eventuali informazioni specifiche legate, in particolare, all'utilizzo dei Fondi strutturali d'investimento;
- **Campagne di Comunicazione**: si intendono le campagne comunicazione da pianificare su almeno due Mezzi e, occasionalmente, da declinare nella produzione di materiale "Below the line";
- **Committente**: la società Lazio Innova s.p.a. con sede legale in Roma, alla via Marco Aurelio 26 A, Partita Iva e Codice fiscale 05950941004;

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

- Fee creativo: compenso per l'attività di ideazione strategica e sviluppo del *concept* creativo e di assistenza alla produzione di ciascuna Campagna di Comunicazione;
- Fee media: compenso per l'attività di pianificazione e acquisto dei mezzi di ciascuna Campagna di Comunicazione;
- Mezzi: i media e i canali individuati per colpire il Target destinatario della Campagna di comunicazione quali, a titolo meramente indicativo e non esaustivo, radio, televisione, cinema, stampa, affissioni, web;
- Target: l'insieme di persone che la Committente si propone di interessare, coinvolgere e informare per ciascuna Campagna di Comunicazione.
- Valore dell'Accordo Quadro: l'entità complessiva dei budget che potranno essere stanziati per la diffusione di Campagne di Comunicazione nei 24 mesi dalla sottoscrizione dell'Accordo Quadro.

### 3. Normativa di riferimento

- Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 “Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture”
- Direttiva 2014/24/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, sugli appalti pubblici che abroga la direttiva 2004/18/CE
- D.P.R. 5 ottobre 2010 n. 207, limitatamente al testo vigente;
- D.Lgs 159/2011 “Codice leggi antimafia” testo vigente e Legge 19/3/90, n. 55 recante disposizioni per la prevenzione della delinquenza di tipo mafioso testo vigente;
- D.Lgs. n. 81/2008 e s.m.i. recante norme in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro;
- D.Lgs. 10/9/2003 n. 276 e s.m.i., recante norme in materia di occupazione e mercato del lavoro;
- Legge n. 68/99 recante le norme sulla promozione dell'inserimento e dell'integrazione lavorativa delle persone disabili nel mondo del lavoro;
- D.Lgs. 196 del 30 giugno 2003 (Codice Privacy);
- D.Lgs. 231 del 8 giugno 2001 “Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica”;
- Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali 30 Gennaio 2015;

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

- Decreto del Ministero dell'Economia e delle Finanze del 14 dicembre 2010 recante norme per il rilascio dell'autorizzazione, ai fini della partecipazione alle procedure di aggiudicazione dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture;
- Legge 13 agosto 2010, n. 136 “Piano straordinario contro le mafie nonché delega al governo in materia di normativa antimafia” testo vigente;
- Legge 17 dicembre 2012, n. 221, di conversione in legge, con modificazioni, del Decreto-Legge 18 Ottobre 2012 n. 179, recante ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese;
- DGR 252 del 26 maggio 2015 recante “Adozione della Strategia unitaria per le attività di comunicazione e informazione relative alla programmazione 2014-2020”;
- Determinazione dirigenziale n. G04393 del 29/04/2016 che ha approvato il Piano di Comunicazione per l'intero periodo di programmazione 2014-2023;
- Convenzione stipulata in data 11 maggio 2016 tra Regione Lazio e Lazio Innova che disciplina i rapporti giuridici tra le parti relativamente allo svolgimento delle attività di comunicazione che Lazio Innova dovrà condurre in qualità di società *in house* della Regione Lazio nell'ambito delle Azioni di Assistenza tecnica del POR FESR;
- Delibera del Consiglio di Amministrazione di Lazio Innova del 21/07/2016 che ha approvato gli “elementi qualificanti” della procedura e conferito al Direttore generale, anche in qualità di Responsabile Unico del Procedimento, i necessari poteri per procedere all'espletamento della procedura di gara e successivamente a contrarre.

#### **4. Oggetto**

La presente procedura ha la finalità di individuare un operatore economico, anche plurisoggettivo, con cui sottoscrivere un Accordo Quadro avente ad oggetto la realizzazione di Campagne di Comunicazione da diffondere nel perseguimento degli scopi di Lazio Innova per la promozione, non solo di iniziative dalla stessa direttamente gestite, ma anche di iniziative gestite per conto della Regione Lazio nell'attuazione di programmi comunitari e di altri progetti specifici.

Il valore dell'Accordo Quadro è determinato in Euro 1.300.000,00 oltre IVA sulla base dell'entità complessiva dei budget che potranno essere impegnati per la ideazione e diffusione di Campagne di Comunicazione nei 24 mesi dalla sottoscrizione dell'Accordo Quadro medesimo.

La sottoscrizione dell'Accordo Quadro non obbliga la Committente ad affidare all'Aggiudicatario la realizzazione di Campagne di Comunicazione per l'intero valore dell'Accordo Quadro né all'affidamento di un numero minimo di Campagne di Comunicazione ma comporta per l'Aggiudicatario l'obbligo di accettare gli incarichi che

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

gli saranno affidati fino alla concorrenza del Valore dell'Accordo Quadro. Qualora la Committente non attivi l'Accordo Quadro, alcuna pretesa potrà essere avanzata nei confronti della stessa.

Può affermarsi, a titolo meramente indicativo e senza che ciò possa ingenerare aspettative da parte dei concorrenti, che il budget mediamente destinato alla completa realizzazione di una singola campagna di comunicazione non sia superiore a 150.000 Euro non è tuttavia da escludere l'esigenza di campagne di comunicazione destinate, per esempio, a un target più diffuso e per le quali sia previsto di impegnare importi più alti (anche 250.000 euro).

I servizi oggetto dell'Accordo Quadro che potranno essere richiesti parzialmente o singolarmente con riferimento a ciascuna Campagna di Comunicazione sono i seguenti:

- a) strategia e creatività di una Campagna di Comunicazione sulla base del Brief fornito da Lazio Innova e relativa declinazione sui Mezzi e canali che saranno eventualmente indicati nel Brief e/o proposti dall'Aggiudicatario in relazione al Target e al budget;
- b) produzione ed eventuale post-produzione della Campagna di Comunicazione approvata dalla Committente;
- c) elaborazione della strategia media funzionale alla diffusione della Campagna di Comunicazione;
- d) elaborazione di un progetto di pianificazione dei Mezzi per la diffusione della Campagna di Comunicazione;
- e) prenotazione, trattativa e acquisto, per conto della Committente, dei Mezzi;
- f) elaborazione e invio della reportistica di servizio.

**ATTENZIONE:**

La Committente si riserva di eventualmente affidare all'Aggiudicatario, in esecuzione dell'Accordo Quadro, l'ideazione di campagne di comunicazione da diffondere anche su un solo mezzo.

In tale ipotesi, il compenso relativo all'attività di ideazione creativa offerto nella presente procedura sarà ridotto secondo quanto previsto nel successivo art. 7

***4.1. Ideazione strategica e sviluppo del concept creativo di una Campagna di Comunicazione sulla base del Brief fornito da Lazio Innova e relativa declinazione sui mezzi.***

Per strategia si intende la progettazione delle linee di comunicazione (analisi del o dei Target, approfondimento dei valori e dei contenuti del singolo prodotto, analisi di

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

eventuali competitor, selezione del o dei messaggi, loro eventuale declinazione sui Target, ideazione di strumenti innovativi oltre quelli concordati in sede di brief).

Per creatività si intende l'elaborazione del *concept* creativo e lo sviluppo sui relativi Mezzi.

Ove ritenuto necessario all'Aggiudicatario potrà essere richiesto di declinare il *concept* creativo anche su materiali BTL.

L'Aggiudicatario dovrà tener conto della necessità di contenere i costi di produzione di ciascuna Campagna di Comunicazione.

L'Aggiudicatario dovrà, salve le eccezioni eventualmente giustificate dalle finalità della Campagna di Comunicazione, garantire la coerenza delle iniziative con il manuale di identity di Lazio Innova pubblicate sul sito di Lazio Innova al link: [http://lazioeuropa.it/por\\_fesr-15/comunicazione\\_e\\_identita\\_visiva-65/e](http://lazioeuropa.it/por_fesr-15/comunicazione_e_identita_visiva-65/e) dei manuali relativi alle attività di comunicazione relative ai Programmi Europei che saranno di volta in volta forniti unitamente al Brief.

Le Campagne Pubblicitarie non potranno riportare indicazioni di fonte emittente diverse da Lazio Innova e da gli altri soggetti dalla stessa eventualmente indicati.

***4.2. Produzione ed eventuale post-produzione della Campagna di Comunicazione sulla base del concept creativo approvato dalla Committente.***

L'attività di produzione e post produzione ha per oggetto lo svolgimento di tutte le attività necessarie a far sì che le idee creative approvate dalla Committente possano essere diffuse sui Mezzi prescelti. A titolo esemplificativo e non esaustivo, si fa riferimento alle seguenti attività:

- realizzazione di spot per la TV, la radio e il web;
- realizzazione di illustrazioni, scatti fotografici, composizioni grafiche con utilizzo di foto acquisite da banche dati immagini, etc.;
- realizzazione di banner nei formati e secondo le specifiche tecniche richieste dalle concessionarie;
- produzione dei supporti tecnologici per la diffusione delle iniziative sui Mezzi prescelti, quali, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, esecutivi, impianti, cromaline, ritocchi, cd digitali, fotolito, etc. (i "Materiali Pubblicitari");
- consegna dei Materiali Pubblicitari alle concessionarie titolari dei Mezzi.

I costi di produzione relativi alla realizzazione delle idee creative proposte dovranno essere indicati dall'Aggiudicatario sin dalla prima presentazione delle idee creative in

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

modo da consentire alla Committente di tenerne conto ai fini della scelta tra le proposte presentate e la relativa approvazione.

I suddetti costi di produzione saranno rimborsati sulla base del listino allegato (**allegato I**).

Nel caso in cui, durante l'esecuzione dell'Accordo Quadro, all'Aggiudicatario sia richiesta un'attività di produzione non prevista nel listino allegato, lo stesso dovrà fornire il proprio preventivo applicando, ove possibile, criteri di assimilazione con attività già previste nel listino.

Ove non sia possibile applicare criteri di assimilazione l'Aggiudicatario dovrà presentare uno o più preventivi che la committente potrà accettare riservandosi la facoltà di effettuare in proprio una ricerca di mercato per verificare la congruità dei costi indicati nel preventivo e di chiedere l'eventuale rimodulazione degli stessi. Nel caso in cui l'Aggiudicatario non accetti di modificare il preventivo, la Committente si riserva di avvalersi dei servizi di terzi.

Nei costi di produzione che l'Aggiudicatario dovrà esporre unitamente alle proposte creative si intendono ricompresi anche i costi relativi all'eventuale acquisto e/o estensione dei diritti di terzi (quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: fotografi, modelli, attori, illustratori, etc.), eventuali oneri SIAE e in generale qualsiasi altro costo relativo a prodotti e/o servizi di terzi funzionali all'esecuzione dell'incarico (quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: traduzioni, ricerche di mercato, etc.).

In particolare, qualora ai fini dell'esecuzione del presente incarico l'Aggiudicatario si trovi a trattare l'acquisto di diritti dei terzi sarà compito dello stesso di ottenere le liberatorie adeguate alle esigenze di diffusione delle attività di comunicazione dagli effettivi titolari dei diritti ceduti, accertandone preventivamente la legittima titolarità.

L'Aggiudicatario dovrà informare preventivamente e compiutamente la Committente delle condizioni offerte dai terzi in modo da consentire a quest'ultima di valutare la convenienza del relativo acquisto ed, eventualmente, di optare per un acquisto integrale e a titolo definitivo degli stessi ovvero con la previsione di limitazioni relativamente alla durata, all'efficacia territoriale e/o alle condizioni di utilizzo.

I contratti eventualmente sottoscritti con i terzi, previa informazione ed autorizzazione scritta della Committente, dovranno produrre effetti direttamente sulla Committente la quale potrà utilizzare i diritti dei terzi in conformità e nei limiti di quanto ivi convenuto.

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

Si precisa, infine, che tutte le elaborazioni realizzate dall'Aggiudicatario in esecuzione dell'incarico (a mero titolo esemplificativo, testi, lavori artistici e fotografici, claim, etc.), diverranno di proprietà della Committente contestualmente alla liquidazione del relativo corrispettivo e al rimborso delle relative spese.

Fino al termine di liquidazione del saldo dei corrispettivi relativi a ciascuna Campagna di Comunicazione l'Aggiudicatario dovrà riconoscere alla Committente il diritto di diffondere e utilizzare i prodotti creativi secondo il programma concordato; l'acquisizione della proprietà dei prodotti creativi conferisce altresì alla Committente il diritto di utilizzarli (anche eventualmente modificandoli, adattandoli, integrandoli, e così via) direttamente o tramite diverse agenzie pubblicitarie senza limitazioni di spazio e tempo fatta eccezione per le limitazioni eventualmente previste nell'esercizio dei diritti dei terzi nei casi in cui non fosse stato possibile acquisire diritti illimitati.

L'Aggiudicatario non sarà comunque ritenuto responsabile delle conseguenze derivanti dalla diffusione e modifica dei prodotti creativi nel periodo successivo alla conclusione dell'Accordo Quadro e, in ogni caso, che siano riferibili ad attività svolta in favore di soggetti diversi dall'Aggiudicatario.

Allo scopo di rendere effettivo il diritto di proprietà sulle elaborazioni creative, l'Aggiudicatario dovrà consegnare alla Committente, al termine di ogni Campagna di Comunicazione, i master e/o i file sorgente dei prodotti creativi realizzati in esecuzione dell'Accordo Quadro.

***4.3. Elaborazione della strategia media funzionale alla diffusione della Campagna di Comunicazione sulla base del Target indicato.***

Contestualmente alla elaborazione del *concept* creativo, sulla base del brief fornito dalla Committente, del target e del budget stanziato, l'Aggiudicatario dovrà elaborare un documento di pianificazione della Campagna di Comunicazione che dovrà contenere:

- la descrizione del o dei Target in funzione del contenuto e degli obiettivi istituzionali della Campagna di Comunicazione;
- la strategia di pianificazione raccomandata per raggiungere nella maniera più efficace il o i Target, inclusa la raccomandazione dei mezzi di comunicazione idonei ad ottimizzare il budget;
- la durata ottimale della pianificazione;
- la proposta di media mix più coerente con il raggiungimento degli obiettivi;
- la validità temporale della proposta;
- le eventuali modalità di fatturazione;

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

- la descrizione degli strumenti analitici che, tenuto conto delle modalità di diffusione della Campagna di Comunicazione, saranno utilizzati per valutare l'incidenza della campagna (Audience, GRP, copertura netta, contatti, etc.)
- l'importo unitario di ogni spazio pubblicitario, Iva esclusa, alla quotazione net net

Per ogni mezzo di comunicazione dovranno essere specificate tutte le informazioni di dettaglio atte ad individuare l'efficacia del mezzo di comunicazione proposto, supportate da fonti certificate a livello nazionale (p.e. Nielsen, Auditel, Audipress, Eurisko etc) quali a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- per la televisione e radio: i canali, numero di uscite, collocazione temporale
- per la stampa: tipologia, tiratura della testata, formato e posizione dell'annuncio, numero di uscite e periodo
- per il web: tipologia, numero di contatti del sito tipologia e formato dello spazio etc
- per altri mezzi/soluzioni innovative: tipologia e caratteristiche della singola proposta, dati disponibili a supporto.

#### **4.4. Acquisto dei Mezzi**

Successivamente all'approvazione definitiva del documento di pianificazione l'Aggiudicatario sottoporrà alla Committente l'elenco dei Mezzi pianificati con i relativi costi per avere la conferma all'acquisto.

Con la conferma dell'ordine di acquisto l'Aggiudicatario sarà legittimato ad acquistare i Mezzi in nome proprio e per conto della Committente.

Lazio Innova garantirà la propria obbligazione di rimborso dei costi dei mezzi previo rilascio di apposita garanzia fideiussoria come previsto nell'accordo quadro.

L'Aggiudicatario sarà responsabile a tutti gli effetti della correttezza degli spazi acquistati per conto della Committente.

#### **4.5. Elaborazione e invio della reportistica di servizio**

Al termine di ogni Campagna di Comunicazione, l'Aggiudicatario trasmetterà alla Committente un report dettagliato degli spazi pubblicitari acquistati cui dovrà essere allegata la documentazione utile a certificare l'effettivo utilizzo di ciascun Mezzo nei tempi e con le modalità concordate (fotografie, giustificativi, etc.).

I costi dei Mezzi acquistati per conto della Committente saranno rimborsati all'Aggiudicatario esclusivamente ove ne sia dimostrato l'utilizzo.

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

Resta inteso che, nel caso in cui una o più uscite di cui sia stato confermato l'acquisto, siano state annullate per volontà della Committente in tempi tali per cui non sia possibile recedere dal relativo acquisto e non sia possibile negoziare con le concessionarie una sostituzione, la Committente liquiderà comunque all'Aggiudicatario il costo degli spazi annullati e ogni altra spesa comunque sostenuta oltre che il corrispettivo previsto per la pianificazione e l'intermediazione all'acquisto della Campagna di Comunicazione.

Il report e la documentazione ad esso allegata potranno essere trasmessi alla Committente in formato elettronico (p.e. Microsoft excel) e su supporti (chiavi usb, cd, etc); a ciascuna riga dovrà corrispondere un singolo spazio pubblicitario acquistato con riferimento al quale dovranno essere fornite al minimo le seguenti informazioni:

- riferimenti al documento di pianificazione approvato dalla Committente
- caratteristiche dello spazio acquistato come segue:
  - per la tv: i canali, il numero di uscite, data e ora di trasmissione;
  - per le affissioni: il numero degli impianti, la durata dell'esposizione, il periodo di esposizione, la dimensione degli impianti, i luoghi;
  - per la stampa: tipologia, tiratura, formato, posizione, periodo e numero delle uscite
  - per il web: tipologia sito, tipo di spazio (a titolo esemplificativo, banner, pop-up, antipixel, mailing list, ecc.), frequenza, diti e portali proposti, altre caratteristiche
  - altri mezzi innovativi: tipologia, caratteristiche, durata e frequenza di utilizzo, etc

## 5. Team di lavoro

L'Aggiudicatario dovrà mettere a disposizione della Committente per l'esecuzione dell'Accordo Quadro le seguenti professionalità:

- I account manager con almeno 10 anni nella gestione di progetti avente ad oggetto campagne di comunicazione per clienti istituzionali (PA nazionali e locali) e/o per grandi clienti (organizzazioni e aziende di grandi dimensioni con una molteplicità di funzioni/aree/società) che sarà nominato referente tecnico dell'Aggiudicatario ai fini della esecuzione dell'Accordo Quadro.

Il suddetto referente svolgere le seguenti attività:

- implementare le azioni necessarie per garantire il livello dei servizi attesi nonché il rispetto delle prestazioni richieste;
- gestire e coordinare tutto il team messo a disposizione dall'Aggiudicatario;

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

- garantire l'efficienza del team e dei processi lavorativi impiegati con conseguente rispetto dei tempi;
- essere il riferimento per la gestione delle criticità e per ricevere i reclami con riferimento alla esecuzione dei servizi;
- garantire supporto alla Committente per tutta la durata dell'Accordo Quadro;
- partecipare agli incontri con la Committente.

reparto creatività:

- un direttore creativo con almeno 8 anni di esperienza nel ruolo ai fini della gestione di progetti e campagne di comunicazione;
- un coppia creativa (art director e copywriter) con almeno 5 anni di esperienza nella realizzazione di campagne di comunicazione;
- un web-designer con almeno 5 anni di esperienza nella realizzazione di campagne di comunicazione;

reparto media:

- un media planner supervisor, con almeno 5 anni di esperienza nel settore della pianificazione e acquisto su televisione, radio, stampa, affissioni e internet;
- un new-media manager, con almeno 5 anni di esperienza nella definizione e attuazione di strategie media e di acquisto sui nuovi media digitali;
- un responsabile controllo qualità e traffico, con almeno **5 anni** di esperienza nel controllo quantitativo e qualitativo della filiera di produzione.

I profili dei componenti del gruppo di lavoro dovranno essere allegati all'offerta tecnica e saranno oggetto di valutazione come previsto nel disciplinare di gara.

Nel corso di esecuzione dell'Accordo Quadro l'Aggiudicatario potrà sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro a condizione che gli eventuali sostituti siano in possesso di requisiti pari o superiori a quelli offerti in sede di gara.

In caso di Campagne di Comunicazione di particolare complessità o che prevedano iniziative particolari, la Committente potrà richiedere all'Aggiudicatario di integrare il gruppo di lavoro con profili adatti alle esigenze.

E' facoltà della Committente chiedere la sostituzione di uno o più componenti del gruppo di lavoro qualora non sia soddisfatta delle modalità di interazione degli stessi con la Committente e con lo stesso gruppo di lavoro e/o ne lamenti la scarsa efficienza. In tal caso la Committente riconoscerà all'Aggiudicatario un termine non inferiore a 30 giorni per individuare un sostituto che abbia analoghi requisiti.

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

## **6. Il processo di svolgimento del servizio**

Il processo di svolgimento del servizio seguirà indicativamente il seguente work flow.

L'Accordo Quadro sarà attivato mediante invio all'Aggiudicatario di una richiesta (il Brief) contenente le informazioni di massima sulla Campagna di Comunicazione di cui si richiede la realizzazione.

In tale occasione le parti concorderanno tempi e luogo della sessione di lavoro finalizzata a definire nel dettaglio le esigenze della Committente ed eventuali vincoli che l'Aggiudicatario dovrà tener presente nella individuazione della strategia e del concept creativo e, più in generale, nella esecuzione del servizio.

Salvo diverso accordo scritto tra le parti, la sessione di lavoro sarà organizzata non oltre due giorni lavorativi dall'invio della richiesta di attivazione del servizio.

### ***6.1. Brief creativo e media***

Il confronto sul brief dovrà svolgersi idealmente in una stessa sessione di lavoro ma potranno essere concordate tra le parti anche sessioni separate. Le sessioni si terranno nella sede di Lazio Innova in Roma, alla Via Marco Aurelio n. 26.

Al primo incontro dovranno essere presenti l'account manager nonché un rappresentante del reparto creatività e produzione e un rappresentante del reparto media.

Per eventuali confronti sulle specifiche parti del brief la Committente potrà avere sessioni di lavoro riservate rispettivamente con rappresentanti del solo reparto creatività e del solo reparto media. In tal caso, e comunque in tutte le successive fasi di sviluppo e finalizzazione del lavoro, il reparto creatività e produzione e il reparto media dovranno garantire un costante scambio di aggiornamenti e informazioni.

### ***6.2. Presentazioni dell'Aggiudicatario***

In relazione al brief condiviso con la Committente, salvo diverso accordo scritto tra le Parti, l'Aggiudicatario dovrà presentare:

- tre proposte di *concept* con una presentazione di massima delle declinazioni sui mezzi individuati con la Committente medesima;
- due proposte di pianificazione media .

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

Salvo diverso accordo scritto tra le parti, le proposte dovranno pervenire non oltre tre giorni lavorativi dalla sessione di lavoro di confronto sul brief.

### ***6.3. Approvazione o richiesta di modifiche***

La Committente, qualora nessuna delle proposte presentate sia ritenuta idonea può chiedere all'Aggiudicatario di formulare proposte diverse fornendo ogni informazione utile per comprendere le ragioni di non gradimento delle proposte ricevute e per permettere all'Aggiudicatario di formulare proposte più coerenti con gli obiettivi della Campagna di Comunicazione.

Una volta individuato il *concept* creativo o la proposta di pianificazione, la Committente potrà comunque richiedere di intervenire sugli elementi di dettaglio (per esempio intervenendo sui prodotti creativi elaborati per declinare il *concept* scelto ai diversi mezzi).

Nel caso sia richiesta la elaborazione di un nuovo *concept* creativo la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non superiore a tre giorni lavorativi per la presentazione delle nuove proposte mentre, nel caso siano richieste mere modifiche alle proposte già approvate, la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non superiore a 2 giorni lavorativi per la consegna delle proposte modificate.

Nel caso sia richiesta la elaborazione di una nuova proposta di pianificazione, la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non superiore a tre giorni lavorativi per la presentazione di una nuova proposta mentre, nel caso siano richieste mere modifiche alla proposta già approvata, la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non inferiore a due giorni lavorativi.

Il processo di valutazione e selezione delle proposte creative e di pianificazione sarà gestito secondo la prassi e nel rispetto dei principi di buon senso e di ragionevolezza, favorendo il massimo e aperto confronto tra i componenti del gruppo di lavoro e le figure di volta in volta individuate dalla Committente che possano fornire valore aggiunto nella messa a fuoco della finalità e delle peculiarità del settore cui si riferisce la Campagna di Comunicazione.

### ***6.4. Approvazione finale***

A seguito dell'approvazione finale delle proposte creative e del documento di pianificazione, l'Aggiudicatario dovrà dare avvio alla produzione nel rispetto dei tempi di consegna definiti con la Committente garantendo uno stretto coordinamento tra il reparto creatività e quello media al fine di rispettare le scadenze di consegna dei Materiali Pubblicitari imposte dalle concessionarie interessate.

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

Contemporaneamente, l'Aggiudicatario provvederà a prenotare e acquistare gli spazi oggetto del documento di pianificazione approvato

## **7. Criteri di remunerazione dell'Aggiudicatario**

A titolo di compenso per l'attività di ideazione strategica e sviluppo del *concept* creativo e di assistenza alla produzione di ciascuna Campagna di Comunicazione all'Aggiudicatario sarà riconosciuto il compenso forfettario denominato "Fee creativo" offerto nell'ambito della presente procedura.

A titolo di compenso per l'attività di pianificazione e intermediazione nell'acquisto dei mezzi relativi a ciascuna Campagna di Comunicazione, all'Aggiudicatario sarà riconosciuto, a seconda dell'entità del budget, il compenso forfettario denominato "Fee media" offerto nell'ambito della presente procedura.

Le spese di produzione saranno liquidate all'Aggiudicatario sulla base dei preventivi di volta in volta formulati utilizzando, come termine di riferimento massimo il listino allegato (allegato I).

Nel caso in cui la Committente richieda una Campagna di Comunicazione da diffondere su un solo mezzo, saranno riconosciuti all'Aggiudicatario i seguenti corrispettivi:

Campagna radio: 20% del Fee creativo e 100% Fee media;

Campagna stampa: 40% del Fee creativo e 100% Fee media;

Campagna affissioni: 40% del Fee creativo e 100% Fee media;

Campagna web: 40% del Fee creativo e 100% Fee media;

Campagna TV/Cinema: 50% del Fee creativo e 100% Fee media;

Campagna web video: 50% del Fee creativo e 100% Fee media.

Resta inteso che, qualora la diffusione della Campagna di Comunicazione sia successivamente estesa a più mezzi, all'Aggiudicatario sarà dovuto il saldo del Fee creativo fino a concorrenza del 100% dell'ammontare del Fee creativo offerto.

## **8. Responsabilità dell'agenzia**

L'Aggiudicatario dovrà svolgere gli incarichi facendo uso della diligenza professionale non inferiore alla media attenendosi alle direttive della Committente e nel rispetto della normativa vigente in materia di comunicazione ed annunci pubblicitari e alle norme contenute nel Codice di Autodisciplina della Comunicazione commerciale vigente in Italia.

In particolare, l'Aggiudicatario dovrà elaborare proposte originali non suscettibili di censure sotto il profilo della:

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

- concorrenza sleale per imitazione di messaggi pubblicitari, di qualsiasi natura essi siano, per imitazione dei concorrenti o per denigrazione di prodotti o di concorrenti;
- pubblicità ingannevole;
- contraffazione di marchi, disegni, modelli o brevetti, violazione di diritti di proprietà letteraria ed artistica, di diritti della personalità e dei diritti di autore.

L'Aggiudicatario dovrà tenere sollevata ed indenne la Committente per tutti i danni che dovesse quest'ultima subire a seguito di pretese, azioni o procedimenti giudiziari che venissero avanzati e/o instaurati nei confronti della Committente medesima, a qualsiasi titolo, in relazione alla diffusione dei materiali creativi utilizzati, anche se dalla stessa approvati, eccezion fatta per il caso in cui tale responsabilità dovesse derivare esclusivamente da dati o notizie non veritiere dalla Committente fornite.

L'Aggiudicatario dovrà osservare la normativa vigente in materia di lavoro, infortuni sul lavoro, d'igiene e di previdenza sociale, nonché le altre disposizioni applicabili contenute nel D.Lgs. 81/2008 esonerando il Cliente da qualsiasi responsabilità in merito.

Nel corso delle sessioni di lavoro presso la sede della Committente, il personale dell'Aggiudicatario svolgerà le attività astenendosi dal porre in essere comportamenti che possano interferire con il regolare svolgimento delle attività o provocare danni o interferenze alle apparecchiature e/o ai locali eventualmente messi a disposizione della Committente, obbligandosi sin da ora a rispondere di qualsiasi danno da essi commesso, fatte salve le necessarie sospensioni e interruzioni dovute alle attività di cui alla proposta.

## **9. Segreto professionale**

L'Aggiudicatario si impegna, durante il periodo di durata dell'Accordo Quadro, a mantenere il segreto professionale sulle informazioni, le notizie e i dati inerenti all'attività della Committente che saranno dallo stesso di volta in volta qualificate come "riservate" (le "Informazioni Riservate").

Si precisa sin da ora che non saranno considerate Informazioni Riservate, quelle che risultino:

- stampate (a cura e/o con il consenso della Committente) in una pubblicazione comunque facilmente reperibile sul mercato, precedentemente o successivamente alla sottoscrizione del presente accordo, o comunque resa pubblica secondo qualsiasi differente modalità;

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto l'acquisizione di servizi di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione nonché la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari – CIG 6843287B12 - CUP F87B16000730008***

---

- di dominio pubblico al momento della rivelazione;
- note (o divenute tali) all'Aggiudicatario grazie a fonti media indipendenti dallo stesso;
- da diffondere in osservanza di leggi, regolamenti o atti dell'Autorità;
- già diffuse a terzi di comune accordo tra le Parti.

#### **10. Segni distintivi**

I segni distintivi di Lazio Innova sono di esclusiva proprietà della stessa e, di conseguenza, l'Aggiudicatario dovrà utilizzarli esclusivamente per l'esecuzione e nei limiti previsti nell'accordo quadro nonché nel rispetto delle indicazioni fornite da Lazio Innova.

#### **11. Penali**

Impregiudicato ogni ulteriore rimedio di legge, ivi incluso il diritto al risarcimento del danno, in caso di mancato rispetto dei tempi di realizzazione dei Servizi, Lazio Innova, fermo l'impegno dell'Aggiudicatario di fare quanto necessario per rimediare al proprio inadempimento, anche effettuando attività straordinarie, avrà il diritto di sospendere il pagamento del Corrispettivo e di ottenere dall'Aggiudicatario stesso, a titolo di penale per il semplice ritardo, il pagamento dei seguenti importi:

- Euro 100,00 euro per ogni giorno di ritardo nella presentazione dei *concept* creativi e delle elaborazioni per i quali, in sede di approvazione definitiva del brief, sia stata espressamente indicata la natura essenziale del termine di consegna;
- Euro 500,00 euro per ogni giorno di ritardo nella consegna del materiale ai Mezzi indicati nel piano mezzi definitivo.