



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

PROCEDURA NEGOZIATA PER L'AFFIDAMENTO, AI SENSI DELL'ART. 63 c. 2 lett. c) DEL DLGS 50/2016 E DELL'ART. 1 COMMA 380 DELLA LEGGE FINANZIARIA 2018, DI UN ACCORDO QUADRO PER LA PRODUZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE IN ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA 30TH SUMMER UNIVERSIADE NAPOLI 2019

1. PREMESSA

Dal 3 al 14 luglio 2019 si svolgerà a Napoli la 30^a edizione dell'Universiade Estiva.

Il Contratto di Assegnazione, stipulato tra la FISU, la Regione Campania, l'ARU 2019 ed il CUSI in data 16 giugno 2016, prevede a carico del Comitato Organizzatore la realizzazione di campagne di comunicazione sulla base di un apposito piano per far conoscere ad una platea quanto più ampia possibile regionale e nazionale l'evento e per pubblicizzare i risultati ottenuti dopo lo svolgimento dell'evento.

Pertanto, il Commissario straordinario per la realizzazione della XXX edizione della Summer Universiade Napoli 2019, al fine di garantire l'attuazione del piano di comunicazione integrata dell'Universiade ha indetto in veste di Stazione appaltante, una procedura negoziata per l'affidamento di un accordo quadro per la realizzazione di campagne promozionale sui media, con la pianificazione e l'acquisizione di spazi pubblicitari, e con l'esecuzione di tutti i servizi connessi e accessori, necessari all'attuazione dell'affidamento.

Glossario:

Agenzia/Aggiudicatario: Impresa aggiudicataria dell'appalto;

Committente: Struttura commissariale - Agenzia Regionale delle Universiadi;

Direttore dell'Esecuzione: Soggetto del Committente deputato, ai sensi del d.lgs. 111 co. 2 D.lgs. 50/2016, al coordinamento, alla direzione e al controllo tecnico- contabile dell'esecuzione del contratto stipulato dalla stazione appaltante assicurando la regolare esecuzione da parte dell'esecutore, in conformità ai documenti contrattuali;

Fee d'agenzia:, compenso per l'attività di supporto allo sviluppo del concept creativo e di assistenza alla produzione di ciascuna Campagna di Comunicazione nonché di pianificazione e acquisto dei mezzi di ciascuna Campagna di Comunicazione;

Accordo Quadro: l'accordo quadro che verrà sottoscritto con l'Aggiudicatario della presente procedura;



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

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;

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 del budget stanziato per la diffusione delle Campagne di Comunicazione dalla sottoscrizione dell'Accordo Quadro e fino a Dicembre 2019.

2. OGGETTO DEL SERVIZIO

L'Appalto ha per oggetto l'affidamento dei servizi per la realizzazione di campagne di comunicazione sui media, con la pianificazione e l'acquisizione di spazi pubblicitari, e con l'esecuzione di tutti i servizi connessi e accessori, in attuazione del Piano di Comunicazione (PdC) della 30th Summer Universiade Napoli 2019.

L'attività richiesta è quella di pianificare e acquisire gli spazi necessari, e della realizzazione dei servizi accessori, sulla base della programmazione di massima riportata nella relazione tecnica (Allegato 1), per la realizzazione di campagne di comunicazione su scala regionale e nazionale da attuarsi in due fasi operative, ed in particolare, di promozione, nel periodo temporale compreso tra il mese di maggio ed il mese di luglio 2019 e di comunicazione dei risultati ottenuti nel periodo agosto/novembre 2019.

Gli obiettivi principali della campagna di comunicazione sono:

- a) Affermare e diffondere il brand Universiade Napoli 2019.
- b) Promuovere la conoscenza dell'evento sportivo internazionale e del programma dell'Universiade.
- c) Comunicare il valore dell'Universiade e le modalità di svolgimento dell'evento.
- d) Sviluppare una promozione mirata nei grandi punti di aggregazione per garantire la più ampia visibilità dell'Universiade.
- e) Informare ed intercettare i flussi turistici (nazionali ed internazionali) che coinvolgono, in varia misura, luoghi e città della Campania nel periodo di svolgimento dell'Universiade.
- g) Favorire la più ampia partecipazione alle competizioni sportive, cerimonie ed eventi istituzionali dell'Universiade;
- h) pubblicizzare i risultati ottenuti in termini infrastrutturali, sportivi, economico e sociali;



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

In accordo con l'aggiudicatario, sia i mezzi di comunicazione che le fasi temporali di attuazione potranno variare in base a quelle che saranno le necessità dell'evento e al fine di raggiungere gli obiettivi indicati in relazione tecnica, senza che l'operatore possa avanzare ulteriori pretese di compensi ed indennizzi di qualsiasi natura e specie.

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

Il presente affidamento non vincola la stazione appaltante che pertanto potrà stipulare, anche nel periodo di durata del presente appalto, ulteriori contratti di appalto/ordinativi inerenti le medesime attività.

3. DURATA E IMPORTO DEL CONTRATTO

L'importo complessivo massimo di spesa stimato per la prestazione del servizio è pari ad **Euro 1.675.520,00, comprensivo della fee d'agenzia (12%) posta a base di gara**, al netto di IVA e/o di altre imposte e contributi di legge. Ai sensi dell'art. 26, comma 3-bis, del D.Lgs. n. 81/2008 non si procederà alla redazione del D.U.V.R.I. e, pertanto, i costi della sicurezza derivanti da rischi di natura interferenziale sono pari a zero.

Il Contratto quadro avrà efficacia a decorrere dalla data di sottoscrizione e, una scadenza non oltre il **15/11/2019**. Il Committente, inoltre, si riserva la facoltà di chiedere e l'Impresa affidataria ha l'obbligo di accettare, agli stessi patti, prezzi, condizioni, un incremento o un decremento delle prestazioni, nei limiti del quinto dell'importo del contratto ai sensi dell'art. 106.

Detto importo ha carattere presuntivo, in quanto la durata delle singole campagne di comunicazione e il relativo valore sarà determinato sulla base delle prestazioni effettivamente richieste nell'ambito dei singoli Brief (Ordini di Lavoro) che saranno emessi sulla base dell'effettivo fabbisogno, tenuto conto anche dei vincoli finanziari e normativi.

4. DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

All'Aggiudicatario è richiesta la realizzazione di campagne di comunicazione sui media mediante la programmazione delle azioni di diffusione, l'acquisizione degli spazi e dei mezzi e la gestione dei rapporti con le società concessionarie.



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

Le attività di comunicazione prevedono l'utilizzo di diverse tipologie di supporti comunicativi e media strategici (anche digitali) con l'obiettivo di raggiungere i target di riferimento ed in modo di strutturare una informazione diffusa, chiara e inequivocabile. Il programma di diffusione dovrà infatti garantire un sistema integrato degli strumenti coerenti e complementari gli uni con gli altri, in modo da ottimizzare le risorse ed evitare sovrapposizioni, onde non generare diseconomie.

Pertanto, al concorrente è chiesto di strutturare una programmazione temporale, suddivisa per area regionale e nazionale, che comprenda i servizi di massima indicati nella Relazione Tecnica (Allegato 1).

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 dal Committente 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) elaborazione della strategia media funzionale alla diffusione della Campagna di Comunicazione;
- c) elaborazione di un progetto di pianificazione dei Mezzi per la diffusione della Campagna di Comunicazione;
- d) prenotazione, trattativa e acquisto, per conto della Committente, dei Mezzi;
- e) elaborazione e invio della reportistica di servizio.

Con riferimento ai media da utilizzare:

-tutte le emittenti radiofoniche inserite in programmazione dal concorrente dovranno offrire le migliori performance in termini di audience nel territorio di svolgimento dell'Universiade. Per ogni emittente radiofonica dovranno essere dichiarati i dati di ascolto forniti dall'indagine TER (Tavolo Editori Radio) Annuale 2018, il dato TER per "ascoltatori medi nei 7 giorni" ed il dato "ascoltatori giorno medio". Per le emittenti non rilevate dalla indagine TER, dovrà essere riportato il dato di ascolto dichiarato dall'emittente ed il bacino di utenza. Eventuali spot radio saranno forniti all'aggiudicatario dalla Stazione Appaltante nei formati previsti per la messa in onda.

- tutte le emittenti televisive dovranno offrire le migliori performance in termini di audience nei territori che ospitano gli eventi sportivi dell'Universiade. Per le emittenti TV a carattere provinciale dovranno essere indicati i dati di ascolto rilevati e/o dichiarati dall'emittente ed il bacino di utenza.



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

Eventuali spot video saranno forniti dalla Stazione Appaltante nei formati che verranno richiesti dall'aggiudicatario per la messa in onda.

- tutte le testate giornalistiche inserite in programmazione dal concorrente dovranno offrire le migliori performance in termini di audience nel territorio di svolgimento dell'Universiade. Le testate dovranno riportare i dati di diffusione e la tiratura rilevati da Audipress, mentre per i giornali locali e/o le riviste di bordo non rilevate da Audipress dovranno essere indicati i dati di audience e di tiratura dichiarati dall'editore tramite autocertificazione, moltiplicati per 3,5 lettori per copia, evidenziando sempre la fonte nella proposta di pianificazione. I file grafici saranno forniti dalla Stazione Appaltante nei vari formati che verranno richiesti dall'aggiudicatario;
- per tutti i mezzi inseriti in programmazione nella categoria indoor si richiede al concorrente di indicare il totale complessivo dei dati di audience ed in particolare dei contatti netti.
- per la pubblicità outdoor deve essere indicata l'ubicazione degli impianti e tutti i dati disponibili in termini di audience e di contatti netti in modo da consentire una corretta valutazione della visibilità e dell'impatto. I file grafici saranno forniti dalla Stazione Appaltante nei vari formati che verranno richiesti dall'aggiudicatario.

La strategia di comunicazione prevede quale fase di attuazione del piano media i mesi intercorrenti tra Maggio e Dicembre 2019. La programmazione dovrà essere predisposta per l'approvazione definitiva della Stazione appaltante entro 7 giorni dall'avvio delle attività e/o dalla data dell'affidamento. L'affidatario dovrà provvedere autonomamente alla stipula dei contratti con le società concessionarie di pubblicità secondo il piano media approvato.

A conclusione della singola campagna di comunicazione è richiesto all'aggiudicatario di fornire alla Stazione appaltante un report completo, sia descrittivo che fotografico, della pianificazione realizzata e dei risultati raggiunti.

La stazione appaltante si riserva il diritto esclusivo di utilizzare i servizi previsti dal presente Capitolato per le proprie finalità istituzionali, senza che l'aggiudicatario null'altro abbia a pretendere per tale uso

4.1. Ideazione strategica e sviluppo del concept creativo di una Campagna di Comunicazione sulla base del Brief fornito dal Committente e relativa declinazione sui mezzi.

Per strategia si intende la progettazione delle linee di comunicazione. Per creatività si intende l'elaborazione del concept creativo e lo sviluppo sui relativi Mezzi.



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

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

4.2 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, 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;
- 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.



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

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

Il Committente garantirà la propria obbligazione di rimborso dei costi dei mezzi previo pagamento del 50% del costo stabilito.

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.

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, siti 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:



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

- 1 account manager con almeno 5 anni di esperienza 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;
 - 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.
- un esperto creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo ai fini della gestione di progetti e campagne di comunicazione;
 - un media planner, con almeno 5 anni di esperienza nel settore della pianificazione e acquisto su televisione, radio, stampa, affissioni, internet e nuovi media digitali;

I profili dei componenti del gruppo di lavoro dovranno essere proposti entro 7 giorni dalla stipula del contratto allegati all'offerta tecnica e saranno oggetto di valutazione da parte del Committente,

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.

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



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

all'Aggiudicatario un termine non inferiore a 10 giorni per individuare un sostituto che abbia analoghi requisiti.

6. MODALITÀ DI ESPLETAMENTO 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

Il confronto sul brief, con l'account manager e il direttore dell'esecuzione, dovrà svolgersi in una stessa sessione di lavoro ma potranno essere concordate tra le parti anche sessioni separate da tenersi presso gli Uffici del Commissariato della Mostra d'Oltremare.

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

- due proposte di concept con una presentazione di massima delle declinazioni sui mezzi individuati con la Committente medesima;

- due proposte di pianificazione media .

Salvo diverso accordo scritto tra le parti, le proposte dovranno pervenire non oltre due 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 e 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).



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

Nel caso sia richiesta la elaborazione di un nuovo concept creativo la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non superiore a due 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 1 giorno lavorativo per la consegna delle proposte modificate.

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 ed Ordine di Lavoro

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

7. VERIFICA DI CONFORMITA' E FATTURAZIONE

L'Appaltatore sarà remunerato per ciascuna campagna di comunicazione con una logica di "fee d'agenzia" per i servizi prestati anche in regime di intermediazione.

Si precisa che la fee applicata, al netto del ribasso di gara, sarà applicata sull'importo totale di ogni singola campagna di comunicazione approvata e ordinata.

Resta inteso che:

Il 20% della Fee d'agenzia potrà essere fatturato a partire dalla data di approvazione della singola campagna di comunicazione.

Il 70% della Fee d'Agenzia potrà essere fatturato a partire dalla data di avvio sui media della singola campagna di comunicazione.

Il restante 10% della Fee d'agenzia potrà essere fatturato al termine di diffusione della Campagna di Comunicazione e previa verifica positiva di conformità dal parte del Direttore dell'Esecuzione e/o Verificatore nominato dal Committente.

I costi dei Mezzi saranno rimborsati contestualmente all'invio del relativo ordine alle concessionarie/radio/tv/giornali/internet/digital dopo l'approvazione della singola campagna di comunicazione. Alla fattura per il rimborso dei Mezzi dovrà essere allegato l'ordine alle concessionarie/radio/tv/giornali/internet/digital.



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

L'Aggiudicatario sarà tenuto, al termine della singola Campagna di Comunicazione, ad esibire le fatture in originale e prova dei pagamenti effettuati per i Mezzi per conto del Committente.

L'Aggiudicatario dovrà trasmettere, con cadenza quindicinale, un'unica fattura elettronica distinguendo, per ogni singola campagna di comunicazione già ordinata, le seguenti voci:

- Fee d'agenzia per le campagne di comunicazione ordinate/avviate/concluse;
- Costi per i Mezzi impiegati oggetto del presente capitolato.

Il pagamento delle Fatture, da parte del Committente, sarà effettuato entro 30 giorni dalla fattura.

Per il servizio, il Committente si obbliga a corrispondere esclusivamente il costo delle ore effettivamente lavorate e la relativa Fee d'Agenzia offerta in sede di gara, secondo le modalità definite nel precedente par. 5.

L'Agenzia, con cadenza mensile, trasmette alla Committente entro il 2° (secondo giorno lavorativo) dalla fine del mese di riferimento, un prospetto relativo agli elementi oggetto di rimborso e/o di fatturazione separata di cui al par. 5 - con allegati i documenti giustificativi – contenenti i dati salienti

Il Direttore dell'esecuzione per ogni fattura effettuerà - anche per mezzo di delegati - la verifica di conformità sulle attività svolte dall'agenzia

8. NORMATIVA DI RIFERIMENTO

I rapporti contrattuali derivanti dalla sottoscrizione dello stesso sono regolati da:

- norme nazionali vigenti in materia di appalti di forniture, in particolare D.Lgs. 50/2016 e ss.mm.i. e D.P.R. 207/2010 e ss.mm.i. negli articoli non abrogati ex art. 217, D.Lgs. 50/2016;
- D.Lgs. 81/2008 e successive modifiche ed integrazioni;
- condizioni generali e particolari riportate nel Capitolato, nonché nelle prescrizioni di leggi e regolamenti generali in materia attualmente in vigore in Italia anche per quanto riguarda eventuali aspetti e particolari non trattati nel Capitolato;
- norme del codice civile per quanto non espressamente disciplinato dalle fonti suindicate.
- Codice in materia di protezione dei dati personali: decreto legislativo 30 giugno 2003 n. 196, come modificato dal Decreto legislativo 10 agosto 2018, n. 101;



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

- norme sul Diritto D'Autore: Titolo IX del Libro Quinto del codice civile italiano e Legge 22 aprile 1941, n. 633.

9. RESPONSABILITA' 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:

- 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.

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:



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

- 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;
- 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.

I segni distintivi del Committente 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 dal Comitato Organizzatore.

10. INADEMPIENZE E PENALITÀ

In caso di mancato rispetto dei tempi di realizzazione dei Servizi e fermo l'impegno dell'Aggiudicatario di fare quanto necessario per rimediare al proprio inadempimento, anche effettuando attività straordinarie, il Committente 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.



*IL COMMISSARIO STRAORDINARIO
PER LA REALIZZAZIONE DELL'UNIVERSIADE NAPOLI 2019
Decreto Legge 25 luglio 2018, n. 91
convertito in Legge 21 settembre 2018, n. 108*

Ferma restando l'applicazione delle penali previste nei precedenti punti, il Committente si riserva di richiedere il maggior danno, sulla base di quanto disposto all'articolo 1382 cod. civ., nonché la risoluzione del Contratto nell'ipotesi di grave e reiterato inadempimento.

Al fine dell'applicazione delle penali, le inadempienze contrattuali dovranno essere oggetto di una contestazione scritta del Committente, cui l'Agenzia avrà la facoltà di presentare controdeduzioni scritte e documentate entro 3 giorni lavorativi dalla notifica. Le menzionate penali verranno inderogabilmente applicate se l'Agenzia non avrà fornito alcuna giustificazione probante entro il termine previsto per le controdeduzioni o se le giustificazioni fornite, a insindacabile giudizio del Committente, saranno considerate insufficienti o inadeguate. La decisione verrà assunta dal Responsabile Unico del Procedimento, d'intesa con il Direttore dell'Esecuzione del contratto, se nominato, e notificata per iscritto all'Agenzia. La Committente, per i crediti derivanti dall'applicazione delle penali di cui al presente articolo potrà, a sua insindacabile scelta, avvalersi della garanzia definitiva, senza bisogno di diffida o procedimento giudiziario, ovvero compensare il credito con quanto dovuto all'Agenzia a qualsiasi titolo; in tal caso, l'Agenzia si obbliga a reintegrare l'ammontare della cauzione stessa fino al valore fissato dall'art. 103 del D. Lgs. 50/2016, o al valore inferiore se già parzialmente svincolata. Il mancato reintegro nei termini previsti dal Committente (entro 10 giorni dalla richiesta) comporterà per l'Agenzia le conseguenze previste dallo stesso articolo.

La Committente, per i crediti derivanti dall'applicazione delle penali di cui al presente paragrafo, potrà, a sua insindacabile scelta, avvalersi della garanzia definitiva, senza bisogno di diffida o procedimento giudiziario, ovvero compensare il credito con quanto dovuto all'Impresa a qualsiasi titolo.

Qualora l'importo complessivo delle penali inflitte all'Impresa raggiunga la somma complessiva pari al 10% del corrispettivo globale di cui all'articolo "Corrispettivo" dello Schema Speciale del Contratto, la Committente ha facoltà, in qualunque tempo, di risolvere di diritto il contratto con le modalità nello stesso espresse, oltre il risarcimento di tutti i danni.

Resta ferma la responsabilità dell'Agenzia per gli importi eccedenti l'ammontare della fidejussione al momento dell'escussione.