



R E G I O N E M A R C H E
C A P I T O L A T O T E C N I C O

Allegato C)



PROCEDURA APERTA (ARTT 54-55, D.LGS N° 163/06) per l'aggiudicazione del servizio di "Sviluppo, realizzazione e gestione del Piano di Comunicazione del PSR Marche 2007-2013". Importo a base d'asta 900.000,00 euro (IVA esclusa)

ART. 1
Oggetto dell'appalto

Il presente capitolato disciplina l'appalto per l'aggiudicazione del servizio di sviluppo della progettazione, della realizzazione e gestione del Piano di Comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale (PSR) Marche 2007-2013 e la sua successiva gestione.

Normativa di riferimento:

- *Reg. (CE) 1698/2005 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR);*
- *Reg. (CE) 1974/2006 recante disposizioni di applicazione del Reg. (CE) 1698/2005 del Consiglio sul sostegno rurale da parte del Fondo europeo per lo sviluppo rurale (FEASR);*
- *Decisione della Commissione europea C(2008) 724 del 15.02.2008 di approvazione del PSR Marche;*
- *D.A. del Consiglio Regionale n. 85 del 17.03.2008 di approvazione del PSR Marche;*
- *D.A. del Consiglio Regionale n. 100 del 29.07.2008 di modifica del programma di sviluppo rurale della Regione Marche in attuazione del Reg. (CE) 1698/2005;*
- *DGR n. 1041 del 30.07.2008 di approvazione delle Disposizioni attuative per le misure 111- 112 - 114 - 121 - 226 - 311 e per l'assistenza tecnica;*

ART. 2
Obiettivi e destinatari

2.1 Obiettivi

I principali obiettivi del Piano di comunicazione del PSR Marche 2007-2013 sono:

- a. far conoscere ai potenziali beneficiari le finalità e le opportunità offerte dal Programma regionale, nonché le modalità per accedervi, al fine di ottenere una partecipazione, in termini progettuali, qualificata e motivata;
- b. garantire la trasparenza nell'utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la più ampia diffusione delle informazioni relative alle procedure ed ai criteri di selezione previsti dal documento di programmazione e dai suoi atti di attuazione;
- c. utilizzare strumenti di partecipazione e di comunicazione semplici ed efficaci provvedendo ad un costante aggiornamento delle informazioni;
- d. comunicare all'opinione pubblica le finalità politiche e strategiche che l'Unione europea, in partenariato con gli Stati membri, si prefigge di conseguire attraverso gli interventi cofinanziati dai Fondi strutturali;
- e. migliorare l'efficacia e l'efficienza delle attività di comunicazione, interna ed esterna tra tutti i soggetti interessati all'attuazione del PSR Marche, attraverso un processo continuo di monitoraggio e valutazione dei risultati;
- f. aggiornare l'opinione pubblica ed i soggetti coinvolti sull'avanzamento del programma di sviluppo rurale e sui risultati conseguiti;
- g. valorizzare il ruolo dell'Unione Europea e quello della Regione nell'ambito delle azioni di sviluppo.

2.2 Destinatari

I destinatari della campagna possono essere suddivisi in tre categorie:

- beneficiari finali pubblici e privati delle singole misure cofinanziate dal PSR Marche 2007/2013: imprese agricole, agroforestali ed agroindustriali, enti locali e territoriali, università, organismi di ricerca, Gruppi di Azione Locale e promotori di progetti integrati di filiera;

- rappresentanti degli interessi dei beneficiari e dei destinatari degli interventi: organizzazioni professionali ed associazioni di categoria, organismi no profit, associazioni a difesa dei consumatori o dell'ambiente o attive nel perseguimento della parità tra uomo e donna;
- intermediari della comunicazione: operatori dell'informazione, media regionali, centri d'informazione sull'Europa.

L'azione di comunicazione dovrà raggiungere e coinvolgere le rappresentanze della Commissione e dello Stato Membro.

ART. 3 Importo dell'appalto

L'importo globale a base d'appalto è stabilito in € 900.000,00 oltre IVA come per legge.

Gli interventi di cui al presente bando gravano sulle risorse attribuite alla Misura 511 "Assistenza tecnica" del PSR Marche, la cui ripartizione è stata approvata con DGR 1041/2008 relativa all'approvazione delle Disposizioni attuative del PSR Marche.

ART. 4 Descrizione tecnica e prodotti attesi

4.1 - Servizi richiesti

- 1) lo **sviluppo** della progettazione del Piano di Comunicazione approvato con il PSR Marche 2007-2013, che individui una pluralità di strumenti, sia tradizionali che innovativi, definiti nel progetto tecnico;
- 2) la **realizzazione e gestione** della campagna, comprensiva dell'organizzazione e della gestione degli strumenti;
- 3) il monitoraggio in itinere;
- 4) la valutazione in itinere e finale della campagna effettuata, sia presso l'opinione pubblica sia presso i destinatari finali e le rappresentanze economiche, ambientali, sociali e di genere, tramite appositi strumenti di ricerca sociale e di marketing.

La definizione e l'articolazione della campagna sono a discrezione del proponente, nel rispetto dei vincoli e delle indicazioni espresse ai successivi punti del presente articolo.

L'ideazione e la realizzazione della campagna e del materiale pubblicitario saranno a carico del proponente, così come la produzione di video, spot e materiali per la messa in onda, nel rispetto di quanto previsto nel Piano di comunicazione del PSR.

Tutti i materiali prodotti nel corso dell'attività dovranno essere preventivamente visionati e assentiti dalla stazione appaltante. Gli stessi rimarranno di proprietà di quest'ultima.

4.2 - Strumenti

Posto l'obbligo di utilizzare gli strumenti ed i canali di comunicazione specificati nel presente e nel successivo paragrafo, la combinazione degli stessi può variare in base agli obiettivi da raggiungere, oltre a quanto la ditta concorrente vorrà proporre, al fine di garantire un elevato indice di impatto sui destinatari ed una penetrazione capillare nel territorio:

materiale informativo e promozionale: materiale editoriale per la diffusione delle informazioni mirate agli obiettivi previsti, quali brochure, locandine, opuscoli, manifesti, espositori, depliant, gadget, pubblicazioni, ecc;

prodotti multimediali informatizzati: cd rom, dvd, o altro prodotto di carattere innovativo, sia di contenuto specialistico destinati agli addetti del settore, sia di carattere divulgativo per una platea più ampia;

eventi: seminari tematici, convegni specialistici ed istituzionali, manifestazioni, ed altri eventi tenendo conto che l'attuazione deve avere una distribuzione regionale;

conferenze stampa, trasmissioni radio televisive ed inserzioni pubblicitarie: allo scopo di dare risalto a momenti significativi ed a tappe importanti dell'attuazione del PSR.

4.3 - Dettaglio attività (con parametri minimi)

Le principali attività che l'aggiudicatario dovrà assicurare sono di seguito riportate.

In sede di offerta tecnica dovranno essere specificate, unicamente in termini percentuali (senza alcun riferimento al valore) le risorse che il concorrente intende destinare a ciascuna tipologia di servizio, motivando adeguatamente la scelta, come specificamente descritto all'art. 6.

1. Sviluppo della progettazione del Piano di Comunicazione del PSR Marche 2007-2013: tenendo conto degli obiettivi e dei target di riferimento di cui al punto 2 del presente Capitolato e del Piano di Comunicazione.

L'Aggiudicatario dovrà proporre la strategia di comunicazione più efficace nell'interesse dell'Autorità di gestione del PSR, pianificandone gli sviluppi di contenuto e temporali. In particolare l'Aggiudicatario dovrà provvedere a:

- declinare la strategia e gli obiettivi di comunicazione individuati dal Piano di Comunicazione sulla base dei destinatari indicati al punto 2.2, eventualmente specificando target group più ridotti;
- definire il messaggio ed i contenuti della comunicazione;
- definire la strategia media, la selezione e la pianificazione dei mezzi.

Entro i 30 giorni successivi all'affidamento dell'incarico, l'Aggiudicatario dovrà predisporre e proporre all'Autorità di gestione del PSR il Piano di lavoro generale, cioè un organico Piano di utilizzazione dei mezzi comunicativi ritenuti più idonei rispetto alla strategia individuata, tenendo conto che dovrà essere previsto l'uso, l'articolazione e la messa in coerenza, tematica e cronologica, dei seguenti strumenti:

- materiale informativo e promozionale;
- eventi
- campagna media
- ufficio stampa
- sito web

Allo stesso sarà allegato il progetto esecutivo relativo al primo trimestre di attività.

2. Realizzazione e gestione delle attività pianificate e la produzione di tutti i materiali necessari all'espletamento delle attività di comunicazione. A seguire si forniscono alcune indicazioni in riferimento alle voci di cui al punto precedente che non si considerano esaustive ai fini delle proposte formulate dall'Aggiudicatario

a) *Materiale informativo e promozionale*:

- pubblicazioni: elaborazione testi e pubblicazione di **almeno n. 2 brochure divulgative** destinate ai soggetti impegnati nell'attuazione della nuova programmazione sia ai soggetti potenziali utenti degli interventi del PSR;
- depliant e schede informative: elaborazione testi, inviti e quant'altro necessario a svolgere l'azione informativa alla base degli obiettivi del Piano di Comunicazione.
- prodotti medialti e multimediali, o altra tipologia di carattere innovativo,
- gadget da distribuire a partecipanti e potenziali interessati.

b) *Eventi*:

L'Aggiudicatario dovrà provvedere alla completa organizzazione e realizzazione degli eventi, curando l'esecuzione di tutte le attività necessarie ad un efficace svolgimento degli eventi pianificati tra i quali sono previsti, a titolo non esaustivo, le seguenti opportunità:

- convegni: hanno la finalità di dare visibilità al Programma e fornire informazioni sullo stato d'attuazione dello stesso e sono rivolti ad una platea vasta ed ai mass media. La proposta deve contenere l'organizzazione di **almeno n. 1 convegno**;
- workshop, seminari tematici: destinati a soggetti diversi coinvolti a vario titolo nell'attuazione del Programma (beneficiari potenziali, beneficiari effettivi, attori istituzionali, rappresentanti del partenariato economico e sociale), hanno lo scopo di approfondire temi specifici o trasversali, confrontare esperienze, diffondere i risultati. La proposta deve contenere l'organizzazione di **almeno n. 6 seminari tematici**
- partecipazione a fiere e manifestazioni: tramite la predisposizione di appositi corner informativi l'Aggiudicatario dovrà contattare il largo pubblico dei non addetti ai lavori fornendo un'informazione qualificata dei contenuti del programma.

c) *Campagna media*:

tramite la quale raggiungere l'opinione pubblica, ed in particolare i destinatari degli interventi del PSR. La proposta deve prevedere l'ideazione, l'organizzazione e gestione di **almeno 1 campagna pubblicitaria** sul territorio regionale, comprensiva di passaggi radiofonici, televisivi, conferenze stampa, affissioni, note stampa e quant'altro necessario a svolgere l'azione informativa alla base degli obiettivi del Piano di Comunicazione. L'utilizzo dei mezzi televisivi e radiofonici, a motivo della

capacità di intercettare con immediatezza un ampio numero di utenti, riveste carattere di priorità. Si richiede pertanto che nel Piano di lavoro complessivo all'uso di detti strumenti sia destinata una quota pari **almeno al 30% dell'offerta**. La ditta aggiudicataria dovrà operare in collaborazione con gli uffici regionali competenti per l'attività di informazione.

d) *Ufficio stampa:*

tramite il quale saranno coordinate le attività di diffusione delle informazioni riguardanti prodotti ed eventi realizzati nell'ambito del Piano di Comunicazione e garantire la partecipazione degli operatori dell'informazione, al fine di assicurare al Programma la più ampia risonanza e visibilità presso i media. Attività specifiche da garantire: predisposizione e gestione di mailing list; organizzazione e gestione di conferenze stampa e predisposizione di tutti i materiali necessari.

e) *Sito web:*

L'Aggiudicatario dovrà realizzare e gestire le pagine web dedicate al PSR Marche nell'ambito del sito **www.agri.marche.it**. Le pagine saranno dirette sia a supportare le esigenze informative dei potenziali beneficiari e dei beneficiari finali, sia a promuovere il Programma presso il largo pubblico, garantendo la massima visibilità al Programma stesso e valorizzando il ruolo svolto dalla UE e il cofinanziamento FEASR.

3. Distribuzione dei prodotti di comunicazione realizzati e l'acquisizione di spazi pubblicitari, funzionale alla realizzazione della campagna media. La campagna pubblicitaria si avvarrà di media di carattere regionale/locale, allo scopo di garantire una capillare diffusione delle informazioni presso l'intero territorio regionale e una più intensa copertura delle aree interessate. La fase di distribuzione richiederà la preliminare predisposizione da parte dell'Aggiudicatario di un "Piano media", completo delle indispensabili indicazioni qualitative e quantitative, che sarà presentato all'Amministrazione appaltante contestualmente alla presentazione del Piano di lavoro generale, di cui costituirà parte integrante.
4. Assistenza all'Autorità di gestione per l'organizzazione delle riunioni del Comitato di sorveglianza con particolare riferimento agli aspetti logistici e l'accoglienza dei partecipanti, ivi compresi affitto delle sale e catering, la registrazione e trascrizione delle riunioni;
5. Progettazione e realizzazione di indagini qualitative per i target previsti, per rilevare i risultati raggiunti con le attività oggetto del presente capitolato, a livello di conoscenza, informazione e sensibilizzazione, nonché il grado di soddisfazione dell'iniziativa. In questo ambito sono collocate anche le **indagini**, da effettuare sia presso l'opinione pubblica sia presso i destinatari finali e le rappresentanze economiche, ambientali, sociali e di genere, tramite appositi strumenti di ricerca sociale e di marketing, per verificare l'efficacia della campagna effettuata, in numero di **almeno n. 2**;
6. Relazione periodica dell'attività proposta ed approvata. Si richiedono rapporti trimestrali sullo stato di avanzamento dell'oggetto del contratto. I rapporti, oltre che essere utilizzati dall'Autorità di gestione per verificare lo stato di attuazione del Piano di lavoro, saranno sottoposti all'analisi del Comitato di Sorveglianza ed al Valutatore esterno, come specificato nel Piano di Comunicazione allegato. I rendiconti dovranno indicare i servizi eseguiti ed i costi corrispondenti, che dovranno risultare coerenti con quanto indicato nel Piano di lavoro generale.
7. Organizzazione, supervisione ed assistenza e quant'altro necessario per la realizzazione del Piano di Comunicazione

4.4 – Varianti

Le ditte sono invitate a proporre, nella strutturazione della propria offerta tecnica, ulteriori prodotti aggiuntivi, modifiche ai prodotti indicati al paragrafo 4.3, prodotti diversi da quelli indicati al paragrafo 4.3 a condizione che vengano mantenuti i requisiti minimi ivi indicati (vedi modalità di strutturazione dell'offerta tecnica al successivo Art. 6)

4.5 – Vincoli di progetto

I vincoli di progetto vengono di seguito riepilogati:

- obbligo di collaborazione con le strutture regionali preposte all'attività di informazione e comunicazione;
- procedere alla realizzazione delle attività soltanto in caso di approvazione da parte dell'Autorità di gestione del PSR;
- assicurare presenza tempestiva ed operatività efficace in relazione ai Piani di lavoro ed alle richieste degli uffici dell'Autorità di gestione;
- utilizzare il logo e l'immagine coordinata già selezionata dall'Autorità di gestione, e ove previsto per l'Asse 4 e per tutte gli interventi attuati dai Gruppi di Azione Locale, il logo comunitario Leader;
- mantenere inalterata la composizione del gruppo di lavoro proposto. Una eventuale sostituzione deve essere concordata con l'Amministrazione ed essere effettuata con un nuovo componente di esperienza e capacità pari o superiore al precedente;
- impegno a modificare le modalità di esecuzione previste, a introdurre nuove modalità, a modificare gli standard, anche in corso d'opera, in presenza di un congruo preavviso dell'Amministrazione senza ulteriori costi ed indennizzi a carico dell'Amministrazione stessa. Le modalità di esecuzione, potranno essere congiuntamente riviste anche su proposta del Fornitore, e potranno essere concordate semplificazioni o variazioni di funzione delle specificità dei singoli obiettivi.

ART. 5

Composizione gruppo di lavoro

Per lo svolgimento dei servizi oggetto della presente procedura di gara il fornitore dovrà dichiarare in offerta di avere la disponibilità ad impiegare un mix di figure professionali che preveda, al minimo, quelle contenute nell'elenco che segue:

- un esperto senior, con funzione di capo-progetto/coordinatore, con almeno 10 anni di esperienza nel settore della comunicazione di cui almeno 5 nell'ambito della comunicazione istituzionale;
- un esperto di comunicazione e relazioni pubbliche con almeno 5 anni di esperienza nel campo delle campagne di comunicazione di cui almeno 3 nell'ambito della comunicazione istituzionale e della realizzazione di eventi legati all'attività dei settori pubblici;
- un esperto di organizzazione di eventi con almeno 5 anni di esperienza nel campo delle campagne di comunicazione di cui almeno 3 nell'ambito della comunicazione istituzionale e della realizzazione di eventi legati all'attività dei settori pubblici;
- un esperto con funzione di web editor, con esperienza almeno quinquennale nel settore, di cui almeno 2 in creazione e gestione di siti web di amministrazioni pubbliche;
- un esperto in politiche agricole – in riferimento a monitoraggio e valutazione - con almeno 3 anni di esperienza;

ART 6

Contenuto dell'offerta tecnica e di quella economica

L'offerta tecnica consiste in una relazione tecnica così strutturata:

La busta **"B" - Offerta Tecnica** dovrà contenere un indice completo di quanto in essa contenuto, nonché, a pena di esclusione dalla gara, una **Relazione Tecnica**, in lingua italiana, priva di qualsivoglia indicazione (diretta o indiretta) di carattere economico, dalla quale si evinca il modo completo e dettagliato ed in conformità ai requisiti indicati dal Capitolato Tecnico, la descrizione dei beni/servizi offerti oggetto della gara.

La Relazione Tecnica dovrà essere firmata con le modalità specificate al punto 3.3.2. del disciplinare di gara.

In particolare la Relazione Tecnica dovrà necessariamente soddisfare i requisiti minimi indicati nel Capitolato Tecnico.

Si precisa che tutte le soluzioni proposte devono essere nella piena disponibilità del Fornitore.

Si precisa inoltre che quanto descritto nella Relazione Tecnica costituisce di per sé dichiarazione di impegno del fornitore all'esecuzione nei tempi e modi descritti nella relazione stessa.

Nella tabella sottostante vengono riepilogati gli argomenti la cui omissione o parziale trattazione (da intendersi come mancanza di alcuni elementi essenziali della trattazione) sarà sanzionata con l'esclusione dalla gara.

requisiti minimi
Aspetti tecnici del servizio (relazione tecnica)
Aspetti generali dell'organizzazione (relazione tecnica)
Monitoraggio (relazione tecnica)

SCHEMA DI RISPOSTA

RELAZIONE TECNICA

Gara a procedura aperta ai sensi del D.Lgvo 163/2006, e s.m.i., per l'affidamento di servizi per lo sviluppo e la gestione del Piano di Comunicazione del PSR Marche 2007-2013

1- PREMESSA

(Opzionale, non oggetto di valutazione. Ad esempio: presentazione azienda, note di lettura)

2 - SOLUZIONI

2.1 Aspetti tecnici del servizio

In relazione al Piano di comunicazione del PSR approvato, descrivere l'articolazione del servizio in funzione delle fasi individuate, degli obiettivi descritti e dei destinatari specificati esplicitando:

- Modalità operative per l'attuazione
- Contenuti
- Metodologie
- Tempi di realizzazione
- Servizi aggiuntivi rispetto alle attività dettagliate al paragrafo 4.3 dell'art. 4 ed alle condizioni minime richieste
- Distribuzione, in valori percentuali, delle risorse da destinare alle varie attività ed agli strumenti di cui al paragrafo 4.3

2.2 Aspetti generali dell'organizzazione

Descrivere:

- l'organizzazione adottata per la distribuzione dei servizi/attività tra le unità operative che l'azienda concorrente mette a disposizione, ovvero tra le aziende raggruppande e le loro unità operative, in caso di R.T.I o subappalto;
- ruoli proposti che la società si impegna ad impiegare per la gestione del servizio e dei rapporti con la committenza e l'utenza;
- modalità organizzative adottate per il coordinamento degli interventi e in particolare per l'erogazione delle singole attività oggetto del servizio;

Il proponente dovrà allegare il curriculum dell'impresa, evidenziando l'esperienza in campagne informative/pubblicitarie su fondi/progetti comunitari, il numero degli anni di attività nel settore in oggetto e l'importo dei contratti stipulati.

Inoltre il proponente dovrà esplicitare il mix di figure professionali che comporranno i gruppi di lavoro per le attività proposte.

A tale dichiarazione dovranno essere allegati :

- i curricula di ciascun componente del gruppo di lavoro, sottoscritti in modo leggibile in ciascuna pagina dal componente cui si riferiscono. Le esperienze effettuate da ciascuno in relazione all'attività per il settore pubblico o relativo a campagne istituzionali deve essere evidenziato;
- le dichiarazioni di impegno di ciascuno dei componenti del gruppo di lavoro a partecipare, salvo causa di forza maggiore, alle attività del gruppo di lavoro per tutta la durata del contratto.

Tutta la documentazione sarà siglata in ogni pagina e sottoscritta all'ultima pagina con firma per esteso e in modo leggibile del legale rappresentante, della società o del professionista capogruppo, nel caso di raggruppamento già costituito, o dei singoli componenti in caso di raggruppamento da costituirsi.

2.3 Flessibilità

Descrivere le soluzioni organizzativa e tecniche complessive che l'Aggiudicatario intende adottare con particolare riferimento agli aspetti di flessibilità per tutti i servizi al fine di fronteggiare situazioni determinate dalle variazioni di pianificazione e/o da eventi imprevisti. Descrivere inoltre le modalità

organizzative che la ditta intende adottare per far fronte con tempestività ed immediatezza alle richieste dell'Autorità di gestione del PSR Marche.

2.4 Monitoraggio

Descrivere le modalità di monitoraggio e valutazione in itinere e finale della campagna nelle diverse tipologie di target (destinatari finali, grande pubblico) tramite indagini qualitative o altri strumenti di ricerca sociale e marketing.

L'Offerta **economica** redatta in lingua italiana, compilando lo schema "Appendice B.1" al presente Capitolato tecnico dovrà essere firmata e siglata in ogni pagina sottoscritta, a pena di esclusione, così come previsto dal punto 3.3.2 del disciplinare di gara. Inoltre, conformemente a quanto previsto dall'art. 86, comma 5, del D. Lgs. 163/2006, l'offerta deve essere corredata, pena l'esclusione, dalle **giustificazioni** di cui all'art. 87, comma 2, del richiamata Decreto, con riferimento a ciascuna voce di prezzo che concorre a formare l'importo complessivo offerto.

ART. 7

Durata del contratto

Il servizio dovrà essere avviato alla data di aggiudicazione e sarà espletato, nelle forme e nei termini specificati nel presente capitolato, per tutta la durata del contratto e fino alla sua scadenza prevista, a 24 mesi dalla data di stipula del contratto di appalto.

È fatta salva la facoltà di assegnare mediante procedura negoziata al soggetto aggiudicatario, servizi complementari a quelli oggetto del contratto, nei limiti del 50% dell'importo principale dell'appalto previsti dall'art. 57, comma 5, lettera a) del D. Lgs. 163/06.

E' altresì fatta salva la facoltà di assegnare mediante procedura negoziata al soggetto aggiudicatario, la ripetizione di servizi analoghi per ulteriori due anni ai sensi dell'art. 57, comma 5, lett. b) del D. Lgs. 163/06.

ART 8

Prestazioni dell'aggiudicatario

A titolo indicativo e non esaustivo, il servizio comprenderà:

- progettare, realizzare e produrre materiali pubblicitari, necessari all'attuazione delle campagne media ed alla diffusione dei contenuti della politica regionale di sviluppo rurale;
- curare la progettazione, la realizzazione e la produzione del materiale informativo e promozionale;
- curare tutte le attività del Piano di lavoro generale e del piano di lavoro trimestrale;
- aggiornare il Piano di lavoro sulla base dei risultati delle attività di monitoraggio, nonché delle indicazioni fornite dall'Autorità di gestione;
- aggiornare periodicamente e/o sulla base delle richieste dell'Autorità di gestione, i contenuti del sito web;
- organizzare gli eventi previsti nel Piano di lavoro e gestire le attività che precedono e succedono alla realizzazione;
- organizzare, dal punto di vista della logistica e dell'accoglienza, le riunioni dei Comitati di Sorveglianza e gestire le attività che precedono e succedono alla realizzazione;
- sorvegliare il coerente sviluppo delle attività in corso, con particolare attenzione alla conservazione della coerenza tra la fase di progettazione esecutiva e la realizzazione delle attività pianificate, verificando altresì in itinere l'efficacia degli interventi realizzati e apportando, laddove necessario, i conseguenti interventi correttivi;
- provvedere alle indagini qualitative per il monitoraggio del grado di soddisfazione delle campagne pubblicitarie attuate;
- comunicare gli esiti dell'indagine all'Amministrazione;
- produrre trimestralmente una relazione sull'andamento dell'attività a rendiconto del servizio prestato.

L'Aggiudicatario dovrà inoltre:

- partecipare ad incontri di lavoro, riunioni e tavoli tecnici con l'Autorità di gestione;
- segnalare all'Autorità di gestione, per iscritto e con la massima tempestività, ogni circostanza o difficoltà che dovesse insorgere durante la realizzazione di quanto previsto nel Piano di lavoro.

L'Aggiudicatario dovrà fornire informazioni con cadenza trimestrale, sullo stato d'avanzamento delle attività mediante apposita dettagliata relazione, da presentare all'Amministrazione entro il 15° giorno del mese successivo a quello di chiusura del trimestre di riferimento.

Entro 30 gg. dalla stipula del contratto l'aggiudicatario, in seguito ad approfondimento tecnico con l'Autorità di gestione, dovrà produrre un **piano di lavoro generale**, cioè del piano di utilizzazione dei mezzi comunicativi proposti e ritenuti più idonei al conseguimento della strategia individuata, tenendo conto dell'articolazione tematica e cronologica delle attività. In particolare saranno specificate:

- la sequenza temporale di esecuzione del servizio;
- le risorse strumentali ed umane utilizzate per la realizzazione di ciascuna attività;
- i costi corrispondenti alle singole attività.

Sulla base del piano di lavoro generale devono essere predisposti **piani trimestrali di attività**, strutturati in base alle voci precedentemente indicate e con maggior dettaglio analitico, i quali costituiscono anche il riferimento di controllo dell'efficienza e dell'efficacia del servizio svolto.

Il primo piano trimestrale di attività sarà presentato unitamente al Piano di lavoro generale.

L'avvio delle attività previste per la realizzazione della campagna deve avvenire entro e non oltre 30 giorni dalla sottoscrizione del contratto.

A conclusione dell'esecuzione del contratto il soggetto aggiudicatario è tenuto a redigere una **relazione finale** sull'attività prestata lungo l'intero periodo contrattuale e sui risultati conseguiti.

Il soggetto aggiudicatario è tenuto a partecipare a tutti gli incontri ritenuti necessari dall'Amministrazione aggiudicatrice ed a svolgere il servizio in stretto contatto con il Funzionario regionale Responsabile del procedimento.

ART 9

Criteri di valutazione

La selezione sarà svolta tra gli offerenti che dimostreranno di possedere i requisiti di qualificazione richiesti ai punti III.2.2 e III.2.3 del bando.

La procedura di valutazione delle offerte prevede l'attribuzione di un punteggio massimo di 100 punti sulla base dei seguenti criteri:

- offerta tecnica (max punti 80/100)
- offerta economica (max punti 20/100)

ART. 10

Proprietà del prodotto

Tutto quanto viene prodotto, comprese le relazioni ed ogni altra documentazione sono di esclusiva proprietà della Regione Marche che ne può disporre a propria ampia ed illimitata discrezione. La Regione Marche potrà distribuire o cedere a terzi, tutti i prodotti che verranno resi disponibili dal progetto senza consultare la società.

ART. 11

Luogo di svolgimento del servizio

La natura del servizio è tale che potrà essere richiesta la prestazione dell'attività sia presso i locali in uso alla Regione Marche, che presso le altre sedi determinate dal Piano di lavoro.

Si precisa che qualora le attività del Piano di lavoro debbano essere erogate presso altre sedi, in occasione di incontri, eventi e quant'altro previsto dal Piano di lavoro, le stesse non daranno luogo a rimborso di alcuna spesa sostenuta.

ART. 12

Condizioni di pagamento

Il costo del servizio di cui al presente capitolato è finanziato con le risorse appositamente previste a valere sulla Misura 511 del PSR 2007-2013.

Il corrispettivo per il servizio aggiudicato verrà liquidato, dietro presentazione di regolare fattura da parte della Ditta aggiudicataria accompagnata da stati di avanzamento particolareggiati delle attività effettuate così come stabilito al precedente art. 4 paragrafo 4.3 - punto 6 con cadenza non inferiore ai 3 mesi.

Il pagamento segue la seguente procedura che tiene conto delle disposizioni dell'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA) che funge da Organismo Pagatore per il PSR Marche:

- a) presentazione periodica del rendiconto delle prestazioni effettuate, come stabilito all'art. 4 paragrafo 4.3 - punto 6 del Capitolato, comprensivo delle indicazioni dei costi sostenuti;

- b) verifica di conformità effettuata dal direttore dell'esecuzione ed emissione del certificato di conformità;
- c) emissione della fattura da parte dell'aggiudicatario;
- d) istruttoria della richiesta di liquidazione da parte di soggetto terzo che effettua attività di controllo sulla procedura ed emissione del relativo esito;
- e) in caso di istruttoria positiva, invio ad AGEA della richiesta di pagamento;
- f) pagamento di AGEA all'Autorità di gestione.
- g) pagamento dell'Autorità di gestione all'aggiudicatario

Il pagamento delle fatture sarà effettuato entro 120 giorni da parte dell'Autorità di gestione espletato l'iter procedurale descritto ai punti precedenti.

L'Autorità di gestione si impegna al pagamento del corrispettivo dovuto al fornitore anche nel caso in cui AGEA non abbia provveduto al trasferimento di cui al punto f), anticipando le somme con proprie risorse di bilancio, purché l'istruttoria di liquidazione abbia avuto esito positivo.

Il pagamento sarà sospeso in caso di constatazione da parte del Responsabile del procedimento o del responsabile dell'istruttoria di liquidazione, di qualsiasi irregolarità riscontrata nella esecuzione delle prestazioni affidate o di richiesta di chiarimenti in ordine alla fattura prodotta. Il termine inizia a decorrere nuovamente dal momento dell'accertata eliminazione delle inadempienze riscontrate o dal ricevimento dei chiarimenti richiesti.

ART. 13

Rinvio

Per tutto quanto non contemplato nel presente capitolato d'oneri si fa espresso riferimento a quanto previsto, in materia, per quanto compatibile, dalla vigente legislazione nazionale e regionale.

**Regione Marche
Servizio Agricoltura,
forestazione e pesca**

**Fornitura di servizio di "Sviluppo, realizzazione e gestione del Piano di
Comunicazione del PSR Marche 2007-2013".**

Schema dell'offerta economica

OFFERTA ECONOMICA

Ragione sociale, Indirizzo, Partita IVA della Ditta offerente:

Ragione Sociale:	
Indirizzo:	
Partita IVA:	

LISTA SERVIZI DA FORNIRE

GLI IMPORTI SPECIFICATI DEVONO ESSERE **I.V.A. ESCLUSA**.

		COSTO TOTALE
1	Affidamento del servizio di "Sviluppo, realizzazione e gestione del Piano di Comunicazione del PSR Marche 2007-2013"	

TOTALE GENERALE IVA ESCLUSA: diconsi euro:

in numeri : _____

in lettere: _____

Sottoscrizione per accettazione (timbro e firma legale rappresentante della Società):

Luogo e Data di compilazione: _____

Numero fogli compilati complessivamente (compresi anche quelli che devono essere compilati in caso di Raggruppamento Temporaneo di Imprese): _____

Se esistono altre ditte che sottoscrivono l'offerta occorre compilare anche il/i modulo/i di pagina seguente:

Altre ditte che sottoscrivono l'offerta (nel caso di Raggruppamento Temporaneo di Imprese):

(1) Ragione sociale (Timbro)	(2) Indirizzo	(3) Partita IVA	(4) Indicare a quale dei servizi sopra elencati è interessata la Ditta	(5) Firma Legale rappresentate

nel caso di un numero di ditte superiori a sei, utilizzare più copie del presente foglio.

Si allegano gli elementi giustificativi di cui agli artt. 86 e 87 del D.Lgs 163/2006.