

- ALLEGATO 5 -

CAPITOLATO TECNICO

INDICE

1. OGGETTO.....	3
1.1 Definizioni	3
1.2 Ambiti di intervento delle Campagne di comunicazione	4
1.3 Modello di funzionamento	5
2. IL SERVIZIO	5
2.1 Requisiti minimi del Servizio	5
2.1.1. Documento di Pianificazione	6
2.1.2. Team di lavoro	7
2.1.3. Analisi periodica del target.....	8
2.1.4. Reportistica di servizio.....	9
2.2 Processo di erogazione del Servizio	10
2.2.1. Elaborazione e consegna del Documento di Pianificazione	10
2.2.2. Partecipazione agli incontri con l'Amministrazione e con le Agenzie creative .	11
2.2.3. Approvazione del Documento di Pianificazione	12
2.2.4. Richiesta di rettifica	12
2.2.5. Acquisto degli Spazi pubblicitari	13
2.2.6. Analisi periodica del target.....	13
3. PRESTAZIONI ACCESSORIE.....	13
3.1 Valutazione delle Campagne di comunicazione	14
3.2 Call Center.....	14
3.3 Responsabile del Servizio.....	15
4. VISITE E VERIFICHE.....	16
4.1 Gestione dei reclami delle Amministrazioni	17

1. OGGETTO

Oggetto del presente documento è la disciplina della fornitura del servizio di intermediazione pubblicitaria, finalizzato al supporto nelle attività di pianificazione e all'acquisto degli Spazi pubblicitari su mezzi di comunicazione di massa per le Campagne di comunicazione delle Amministrazioni della Regione Lombardia (di seguito anche solo “**Servizio**”) nonché delle prestazioni ad esso accessorie.

In particolare, l’oggetto del Servizio è costituito da:

- il supporto alla pianificazione degli Spazi pubblicitari da destinarsi alle Campagne di comunicazione (le quali non sono oggetto del presente affidamento);
- l’acquisto degli Spazi pubblicitari;
- l’elaborazione e l’invio della reportistica di servizio.

Le prestazioni accessorie includono:

- la Valutazione delle campagne di comunicazione;
- la messa a disposizione di un servizio di call center;
- la designazione di un responsabile del servizio.

Resta inteso che sia il Servizio sia le prestazioni accessorie dovranno essere erogati dal Fornitore nel pieno rispetto dei livelli di servizio indicati nel corpo del presente Capitolato Tecnico.

1.1 Definizioni

Nel corpo del presente Capitolato Tecnico, con il termine:

- “**Agenzia/e creativa/e**” si intendono i soggetti terzi responsabili del contenuto creativo delle Campagne di comunicazione espletate dalle Amministrazioni;
- “**Campagna di comunicazione**” si intende l’insieme delle attività di informazione e comunicazione finalizzate al raggiungimento degli obiettivi di cui all’articolo 1, comma 5, della L.n. 150/2000, “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”;
- “**Concessionaria/e di pubblicità**” si intendono i soggetti terzi che si occupano della vendita di Spazi pubblicitari sui Mezzi di comunicazione;
- “**Contenuti della Pianificazione**” si intendono le informazioni necessarie all’avvio di una Campagna di comunicazione individuate dalle Amministrazioni, e in particolare

l'individuazione del budget ottimale, la descrizione del Target, l'individuazione dei Mezzi di comunicazione, la distribuzione ottimale del budget sui vari Mezzi di comunicazione, l'individuazione degli strumenti finalizzati alla Valutazione della Campagna di comunicazione, il costo degli Spazi pubblicitari;

- “**Documento di Pianificazione**” si intende la/e proposta/e elaborata/e dal Fornitore a seguito della ricezione della Richiesta di Pianificazione;
- “**Mezzo/i di comunicazione**” si intendono gli strumenti tramite i quali è possibile veicolare messaggi di comunicazione, quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: televisione, radio, stampa, affissioni, internet;
- “**Richiesta di Pianificazione**” si intende il documento tramite il quale l’Amministrazione richiede al Fornitore l’elaborazione di un Documento di Pianificazione;
- “**Spazio pubblicitario**” si intende lo spazio materiale o immateriale su cui viene veicolato il contenuto di una Campagna di comunicazione;
- “**Target**” si intendono i destinatari potenziali cui si rivolgono le Campagne di comunicazione.

1.2 Ambiti di intervento delle Campagne di comunicazione

Il Servizio e le prestazioni ad esso accessorie, disciplinati nel corpo del presente Capitolato Tecnico, dovranno essere espletati nell’ambito delle azioni di comunicazione e/o promozione inerenti le aree tematiche di intervento delle Pubbliche Amministrazioni della Regione Lombardia, reperibili dai relativi portali web.

Si precisa che gli ambiti di intervento potrebbero essere diversi da quelli forniti dalle Amministrazioni tramite i relativi portali web e che, comunque, gli ambiti di intervento ivi indicati non esauriscono il novero di quelli nell’ambito dei quali potranno essere espletate le Campagne di Comunicazione.

Pertanto, il Fornitore sarà tenuto ad erogare i Servizi e le Prestazioni Accessorie relativamente a Campagne di Comunicazione espletate dalle Amministrazioni anche in ambiti di intervento differenti rispetto a quelli di cui ai portali web delle Pubbliche Amministrazioni della Regione Lombardia.

1.3 Modello di funzionamento

Nel seguito sono descritte le macro-fasi del modello di funzionamento.

L'Amministrazione interessata alla prestazione del Servizio e delle prestazioni accessorie dovrà dare impulso al processo di erogazione delle prestazioni contrattuali da parte del Fornitore mediante l'emissione di una Richiesta di Pianificazione dal contenuto minimo, comprendente il contenuto creativo (non oggetto dell'appalto) della Campagna di comunicazione che intende affidare al Fornitore medesimo.

A seguito della ricezione della Richiesta di Pianificazione, il Fornitore sarà tenuto all'elaborazione del Documento di Pianificazione e, ove previsto e richiesto, a mettere a disposizione un team di lavoro ed erogare il servizio di Analisi periodica del target.

Successivamente, l'Amministrazione dovrà approvare il predetto Documento di Pianificazione, ovvero chiederne la rettifica e/o l'integrazione.

L'approvazione della proposta di pianificazione della Campagna di comunicazione contenuta nel Documento di Pianificazione sarà formulata dall'Amministrazione mediante l'emissione di una Richiesta di Fornitura.

A seguito della ricezione della Richiesta di Fornitura, il Fornitore sarà tenuto ad acquistare gli Spazi pubblicitari richiesti e ad erogare il Servizio, le prestazioni accessorie e/o opzionali, relative al singolo Contratto di Fornitura.

2. IL SERVIZIO

Il Servizio di intermediazione pubblicitaria dovrà rispettare, pena l'esclusione dalla procedura, i requisiti minimi di cui al successivo paragrafo 2.1, e dovrà essere erogato nel pieno rispetto dei livelli di servizio di cui al successivo paragrafo 2.2, pena, in caso di mancato adempimento, l'applicazione delle penali di cui alla Convenzione e la risoluzione della stessa.

2.1 Requisiti minimi del Servizio

Il Fornitore, pena l'esclusione dalla procedura, ai fini della corretta esecuzione del Servizio dovrà rispettare i requisiti minimi e di conformità relativi:

- all'elaborazione del Documento di Pianificazione, di cui al successivo paragrafo 2.1.1;
- al team di lavoro, di cui al successivo paragrafo 2.1.2;
- al servizio di Analisi periodica del target, di cui al successivo paragrafo 2.1.3;

- alla reportistica di servizio, di cui al successivo paragrafo 2.1.4.

2.1.1. Documento di Pianificazione

Il Fornitore sarà tenuto ad elaborare un Documento di Pianificazione che dovrà contenere una o più proposte di pianificazione (in ragione di quanto stabilito al successivo paragrafo 2.2.1) con almeno i seguenti Contenuti della Pianificazione:

- La durata della Campagna di comunicazione inclusiva della data di avvio e della data di chiusura, in funzione del contenuto e degli obiettivi istituzionali della Campagna di Comunicazione.
- La descrizione del Target in funzione del contenuto e degli obiettivi istituzionali della Campagna di comunicazione.
- I Mezzi di comunicazione idonei ad ottimizzare il budget, in funzione degli obiettivi istituzionali della Campagna di comunicazione, eventualmente distinti per località e gruppi di target.

Per ogni Mezzo di comunicazione dovranno inoltre essere specificate tutte le informazioni di dettaglio idonee ad individuare l'efficacia del Mezzo di comunicazione proposto, quali a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- per la televisione: i canali, il numero di uscite, la collocazione temporale;
- per le affissioni: il numero degli impianti, la durata dell'esposizione, il periodo di esposizione, le dimensioni degli impianti, i luoghi;
- per la stampa: la tipologia del mezzo stampa (a titolo esemplificativo e non esaustivo, quotidiano, periodico, di settore, magazine), la tiratura del mezzo stampa, il formato dello Spazio pubblicitario, la collocazione della pagina dedicata allo Spazio pubblicitario all'interno del mezzo stampa, il periodo e il numero delle uscite;
- per il web: il tipo di Spazio pubblicitario (a titolo esemplificativo e non esaustivo, banner, pop-up, antipixel, mailing list, ecc.), la frequenza, i siti e portali proposti;
- per gli altri mezzi innovativi: la tipologia e le caratteristiche del Mezzo di comunicazione, la durata e la frequenza di utilizzo.

Per ciascuno Spazio pubblicitario il Fornitore dovrà altresì indicare la presenza di eventuali restrizioni imposte dalla Concessionaria di pubblicità, nonché altre eventuali informazioni a supporto.

- Il budget ottimale rispetto al contenuto e agli obiettivi istituzionali della Campagna di comunicazione.
- Il media mix, inteso come distribuzione del budget sui vari Mezzi di comunicazione.
- L'importo unitario di ogni Spazio pubblicitario, IVA esclusa, sia al lordo che al netto dello sconto sulle fatture di acquisto degli Spazi pubblicitari offerto in sede di gara;
- La validità della/e proposta/e di pianificazione.
- La modalità di fatturazione individuata, nel rispetto delle alternative previste all'articolo 9 della Convenzione.
- Il dettaglio di tutte le informazioni e gli strumenti analitici che saranno utilizzati per valutare l'incidenza e gli effetti della Campagna di comunicazione, quali a titolo esemplificativo e non esaustivo, l'audience, il *Gross Rating Points*, la percentuale di penetrazione, la percentuale di share, la copertura netta, il numero di OTS (*Opportunity to See*), ecc..

2.1.2. Team di lavoro

Qualora il budget indicato nella Richiesta di Pianificazione sia non inferiore a 80.000 (ottantamila/00) Euro, IVA esclusa, il Fornitore sarà tenuto, qualora richiesto dall'Amministrazione e pena l'esclusione dalla procedura, a mettere a disposizione dell'Amministrazione medesima un team di lavoro, che dovrà:

- essere composto almeno da una delle figure professionali di seguito riportate:
 - un *senior planner*, con almeno 5 (cinque) anni di esperienza nel settore della pianificazione pubblicitaria, almeno su televisione, radio, stampa e affissioni;
 - un *senior web planner*, con almeno 5 (cinque) anni di esperienza nel settore della pianificazione pubblicitaria esclusivamente su internet;
 - un *junior planner*, con almeno 3 (tre) anni di esperienza nel settore della pianificazione pubblicitaria, almeno su televisione, radio, stampa e affissioni;
 - un *senior buyer*, con almeno 5 (cinque) anni di esperienza nel settore dell'acquisto di spazi pubblicitari, almeno su televisione, radio, stampa, affissioni e internet;
 - un *junior buyer*, con almeno 3 (tre) anni di esperienza nel settore dell'acquisto di spazi pubblicitari, almeno su televisione, radio, stampa, affissioni e internet;
- garantire supporto all'Amministrazione per tutta la durata dell'erogazione del Servizio e delle Prestazioni accessorie;

- partecipare agli incontri con le Agenzie creative e con le Amministrazioni, di cui al paragrafo 2.2.2 del presente Capitolato Tecnico.

Nel caso in cui l'Amministrazione richieda più di una figura professionale, nelle modalità di cui all'articolo 6 della Convenzione, il Fornitore dovrà individuare, all'interno del team di lavoro, una figura con ruolo di coordinamento, in grado di:

- gestire i rapporti con l'Amministrazione;
- organizzare le attività del team di lavoro;
- coordinare i rapporti di collaborazione tra il Fornitore e la/e Agenzia/e creativa/e coinvolta/e dall'Amministrazione nella Campagna di comunicazione.

I componenti del team di lavoro saranno obbligati a tenere un comportamento improntato alla massima educazione e correttezza sia nei confronti del personale delle Amministrazioni, sia verso il personale di altri fornitori coinvolti nelle Campagne di comunicazione e ad agire in ogni occasione con diligenza professionale in maniera tale da assicurare la realizzazione del servizio a perfetta regola d'arte ed entro i termini fissati e nel pieno rispetto degli obblighi contrattuali.

Il Fornitore, nel corso dell'erogazione del Servizio, potrà sostituire o integrare uno o più componenti del gruppo di lavoro, esclusivamente previa autorizzazione scritta rilasciata dall'Amministrazione. I nuovi componenti del team di lavoro dovranno possedere requisiti equivalenti o superiori a quelli offerti in sede di gara i quali dovranno essere comprovati fornendo idonea documentazione, quale almeno il curriculum vitae.

Sarà facoltà del Fornitore mettere a disposizione un numero di figure professionali superiore a quello di cui al presente paragrafo, senza alcun costo aggiuntivo per l'Amministrazione.

Qualora il budget indicato nella Richiesta di Pianificazione sia inferiore a 80.000 (ottantamila/00) Euro, IVA esclusa, l'Amministrazione non potrà richiedere un team di lavoro, salvo diverso accordo tra le parti.

2.1.3. Analisi periodica del target

Il Fornitore sarà tenuto, pena l'esclusione dalla procedura, ad elaborare periodicamente, laddove richiesto dall'Amministrazione e senza alcun costo aggiuntivo per l'Amministrazione medesima, un documento che dovrà, almeno:

- individuare tutti i target potenziali dell'Amministrazione;
- definire le caratteristiche socio-demografiche di ogni target;

- consentire di selezionare i target a seconda delle specifiche Campagne di comunicazione;
- individuare il livello di fruizione dei diversi mezzi di comunicazione da parte di ogni target (quale, a titolo esemplificativo e non esaustivo, il numero medio di ore giornaliere di esposizione di un particolare target ad uno specifico Mezzo di comunicazione);
- individuare i mezzi di comunicazione più idonei per raggiungere ogni target.

2.1.4. Reportistica di servizio

A decorrere dall'invio della Richiesta di Fornitura da parte di ogni singola Amministrazione e per tutta la durata della Convenzione, fino alla data di emissione dell'ultima fattura emessa dal Fornitore, il Fornitore sarà tenuto, pena l'esclusione dalla procedura, a trasmettere all'Amministrazione la Reportistica di servizio, aggiuntiva rispetto alla reportistica di cui all'articolo 12 della Convenzione richiesta da Lombardia Informatica S.p.A., contenente le informazioni di dettaglio degli Spazi pubblicitari acquistati.

La Reportistica di servizio dovrà essere trasmessa congiuntamente alle fatture di cui all'articolo 9 della Convenzione.

Le informazioni contenute nella Reportistica di servizio dovranno essere di tipo tabellare e trasmesse in formato elettronico (foglio elettronico, quale a titolo esemplificativo e non esaustivo Microsoft Excel). In particolare, ciascun record informativo (riga) dovrà corrispondere a ciascun singolo Spazio pubblicitario acquistato ed indicare almeno le seguenti informazioni (ognuna corrispondente ad un campo informativo):

- Numero di protocollo assegnato dall'Amministrazione ad ogni Richiesta di Fornitura;
- Dati anagrafici del soggetto autorizzato ad emettere la Richiesta di Fornitura;
- Data di invio della Richiesta di Pianificazione;
- Data di invio del Documento di Pianificazione;
- Data di invio della Richiesta di Fornitura;
- Le caratteristiche di ogni Spazio pubblicitario acquistato, quali almeno:
 - la tipologia del Mezzo di comunicazione;
 - per la televisione: 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, le dimensioni degli impianti, i luoghi;

- per la stampa: la tipologia del mezzo stampa (a titolo esemplificativo e non esaustivo, quotidiano, periodico, di settore, magazine), la tiratura del mezzo stampa, il formato dello spazio pubblicitario, la collocazione della pagina dedicata allo spazio pubblicitario all'interno del mezzo stampa, il periodo e il numero delle uscite;
- per il web: il tipo di spazio pubblicitario (a titolo esemplificativo e non esaustivo, banner, pop-up, antipixel, mailing list, ecc.), la frequenza, i siti e portali proposti;
- per gli altri mezzi innovativi: la tipologia e le caratteristiche del Mezzo di comunicazione, la durata e la frequenza di utilizzo;
- l'importo unitario di ogni Spazio pubblicitario acquistato, IVA esclusa.

La predetta reportistica dovrà inoltre contenere informazioni sulla ripartizione del budget delle Campagne pubblicitarie su ogni Mezzo di comunicazione, espressa in termini percentuali. Nel caso in cui vengano emesse più Richieste di Fornitura dalla medesima Amministrazione, tali percentuali dovranno essere fornite anche in forma cumulata, indicando la ripartizione della spesa totale sui diversi Mezzi di comunicazione adottati nelle Campagne di comunicazione avviate nel corso di validità della Convenzione.

2.2 Processo di erogazione del Servizio

Il Fornitore sarà tenuto ad erogare il Servizio nel pieno rispetto dei livelli di servizio di seguito indicati. In particolare, il processo di erogazione del Servizio è costituito dalle seguenti fasi:

- **elaborazione e consegna del Documento di Pianificazione (paragrafo 2.2.1);**
- **(eventuale) partecipazione agli incontri con le Amministrazioni e con le Agenzie creative anche tramite la messa a disposizione di un team di lavoro (paragrafo 2.2.2);**
- **approvazione del Documento di Pianificazione (paragrafo 2.2.3);**
- **(eventuale) richiesta/e di rettifica (paragrafo 2.2.4);**
- **acquisto degli Spazi pubblicitari (paragrafo 2.2.5);**
- **(eventuale) erogazione del servizio di Analisi periodica del target (paragrafo 2.2.6).**

2.2.1. Elaborazione e consegna del Documento di Pianificazione

Il Fornitore, entro **5 (cinque) giorni lavorativi** decorrenti dalla ricezione della Richiesta di Pianificazione, salvo diverso accordo scritto tra le parti, dovrà, a proprio esclusivo onere e spese e

senza alcun costo aggiuntivo per l'Amministrazione, trasmettere il Documento di Pianificazione, di cui al precedente paragrafo 2.1.1, pena l'applicazione delle penali di cui alla Convenzione.

All'interno del Documento di Pianificazione, il Fornitore sarà tenuto ad elaborare un numero di proposte di pianificazione degli Spazi pubblicitari in funzione del budget indicato dall'Amministrazione nella Richiesta di Pianificazione, ed in particolare:

- almeno 1 (una) proposta di pianificazione per un budget inferiore o uguale a Euro 80.000,00 (ottantamila/00) IVA esclusa;
- almeno 2 (due) proposte di pianificazione per un budget superiore a Euro 80.000,00 (ottantamila/00) IVA esclusa e inferiore o uguale a Euro 250.000,00 (duecentocinquantamila), IVA esclusa;
- almeno 3 (tre) proposte di pianificazione per un budget superiore a Euro 250.000,00 (duecentocinquantamila), IVA esclusa.

Qualora l'Amministrazione emetta una Richiesta di Pianificazione per un budget superiore a Euro 80.000,00 (ottantamila/00), IVA esclusa, e inferiore o uguale a Euro 250.000,00 (duecentocinquantamila), IVA esclusa, sarà facoltà dell'Amministrazione medesima richiedere 1 (una) proposta di pianificazione.

Qualora l'Amministrazione emetta una Richiesta di Pianificazione per un budget superiore a Euro 250.000,00 (duecentocinquantamila), IVA esclusa, sarà facoltà dell'Amministrazione medesima richiedere 1 (una) o 2 (due) proposta/e di pianificazione.

Le proposte di pianificazione dovranno essere redatte nel rispetto dei Contenuti di Pianificazione richiesti e/o indicati dall'Amministrazione nella Richiesta di Pianificazione.

Qualora il Fornitore non sia in grado di rispettare il dettaglio dei Contenuti di Pianificazione indicati dall'Amministrazione nella Richiesta di Pianificazione, il Fornitore medesimo sarà tenuto a darne idonea giustificazione nel Documento di Pianificazione e ad indicare una proposta alternativa.

2.2.2. Partecipazione agli incontri con l'Amministrazione e con le Agenzie creative

Il Fornitore, laddove richiesto dall'Amministrazione nella Richiesta di Pianificazione, a partire dalla data di ricezione della stessa e per tutta la durata della Campagna di comunicazione, dovrà partecipare ad incontri con l'Amministrazione e con le Agenzie creative, tramite il team di lavoro, di cui al paragrafo 2.1.2 del Capitolato tecnico.

Congiuntamente all'invio della Richiesta di Pianificazione, l'Amministrazione potrà richiedere un professionista per ognuna delle figure professionali tra quelle di cui al paragrafo 2.1.2 e tra le eventuali figure professionali aggiuntive offerte in sede di gara.

Gli incontri con l'Amministrazione e con le Agenzie creative saranno finalizzati a:

- mettere a disposizione le proprie competenze e informazioni per la definizione delle più efficaci strategie di Pianificazione;
- collaborare con le Agenzie creative per la definizione dei Contenuti della Pianificazione;
- condividere le informazioni necessarie per valutare il raggiungimento degli obiettivi della Campagna di comunicazione;
- se necessario, fornire alle Agenzie creative le informazioni utili a permettere alle Agenzie medesime di gestire il traffico dei contenuti degli Spazi pubblicitari con le Concessionarie di pubblicità.

Il Fornitore è tenuto a comunicare via fax all'Amministrazione i riferimenti, quali almeno il nominativo, l'indirizzo di posta elettronica ed un recapito telefonico, di tutti i componenti del team di lavoro entro il termine massimo, salvo diverso accordo scritto tra le parti, di 1 (uno) giorno lavorativo decorrente dalla data di ricezione della Richiesta di Pianificazione, pena l'applicazione delle penali di cui alla Convenzione.

2.2.3. Approvazione del Documento di Pianificazione

A seguito della ricezione del Documento di Pianificazione l'Amministrazione è tenuta ad emettere una Richiesta di Fornitura, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 7 della Convenzione.

Resta inteso che il Fornitore non è tenuto a garantire l'acquisto degli Spazi pubblicitari per proposte di pianificazione il cui periodo di validità sia spirato.

2.2.4. Richiesta di rettifica

Nel caso in cui l'Amministrazione non intenda accettare la/e soluzione/i proposta/e dal Fornitore nel Documento di Pianificazione, sarà facoltà della stessa richiedere una rettifica a quanto proposto dal Fornitore nello stesso Documento, nel rispetto di quanto indicato all'articolo 6 della Convenzione.

Il Fornitore, entro **3 (tre) giorni lavorativi** dalla data di ricezione della richiesta di rettifica, dovrà darne riscontro all'Amministrazione integrando e/o modificando il Documento di Pianificazione

sulla base di quanto specificato nella richiesta di rettifica, pena l'applicazione delle penali di cui alla Convenzione.

Successivamente alla ricezione delle integrazioni e/o delle modifiche proposte dal Fornitore, l'Amministrazione è tenuta ad emettere una Richiesta di Fornitura, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 7 della Convenzione. Nel caso in cui l'Amministrazione non intenda accettare quanto proposto nella risposta alla richiesta di rettifica, sarà facoltà della stessa richiedere nuove rettifiche al Documento di Pianificazione, nel rispetto di quanto indicato nel presente paragrafo.

2.2.5. Acquisto degli Spazi pubblicitari

A seguito della ricezione della Richiesta di Fornitura di cui all'articolo 7 della Convenzione, il Fornitore è tenuto ad acquistare gli Spazi pubblicitari nel pieno rispetto di quanto riportato dalla medesima Richiesta.

Il Fornitore è responsabile a tutti gli effetti sia della correttezza degli Spazi pubblicitari acquistati, sia di tutte le eventuali procedure successive all'acquisto degli stessi.

2.2.6. Analisi periodica del target

A decorrere dalla data di emissione della Richiesta di Pianificazione e per tutta la durata della Campagna di comunicazione, il Fornitore sarà tenuto, laddove richiesto dall'Amministrazione nella Richiesta di Pianificazione, ad erogare il servizio di Analisi periodica del target, nel rispetto dei requisiti minimi di cui al paragrafo 2.1.3 e di quanto offerto in sede di gara.

Il documento di Analisi periodica del target dovrà essere trasmesso congiuntamente al Documento di Pianificazione, salvo diverso accordo scritto tra le parti, e dovrà essere aggiornato con cadenza semestrale, a partire dalla data di trasmissione del primo Documento di Pianificazione.

3. PRESTAZIONI ACCESSORIE

Le Prestazioni descritte nel presente paragrafo, nonché le ulteriori attività ivi riportate, ovvero comunque necessarie per l'esatto adempimento degli obblighi contrattuali, sono connesse ed accessorie alla fornitura del Servizio. Dette Prestazioni accessorie sono, quindi, erogate dal Fornitore unitamente al Servizio medesimo ed il relativo corrispettivo deve intendersi incluso nei corrispettivi di cui all'articolo 8 della Convenzione.

Le Prestazioni accessorie includono:

- La Valutazione della Campagna di comunicazione;

- Il call center;
- Il Responsabile del servizio.

3.1 Valutazione delle Campagne di comunicazione

L'Amministrazione, con l'emissione della Richiesta di Fornitura di cui all'articolo 7 della Convenzione, potrà richiedere il servizio di Valutazione della campagna di comunicazione, finalizzato a valutare l'efficacia della Campagna di cui alla Richiesta di Pianificazione, rispetto agli obiettivi comunicati nella stessa.

Il Fornitore è tenuto ad erogare i seguenti servizi di valutazione:

- misurazione e monitoraggio *in itinere* della Campagna di comunicazione, attraverso un'analisi quali-quantitativa realizzata con gli strumenti di valutazione utilizzati a livello nazionale e internazionale (quali a titolo esemplificativo e non esaustivo auditel, audipress, audiradio, etc.)
- redazione di una relazione di fine campagna, contenente:
 - i risultati della valutazione effettuata *in itinere*;
 - i risultati complessivi della Campagna di comunicazione;
 - le informazioni necessarie per valutare il raggiungimento degli obiettivi proposti nel Documento di Pianificazione.

La relazione dovrà essere trasmessa all'Amministrazione entro il termine di **7 (sette) giorni lavorativi** dalla data di fine Campagna di comunicazione riportata nella Richiesta di Fornitura, pena l'applicazione delle penali di cui alla Convenzione.

3.2 Call Center

Il Fornitore, alla data di attivazione della Convenzione, pena l'applicazione delle penali di cui alla Convenzione, dovrà avere avviato e reso operativo un servizio di Call Center, il quale dovrà essere disponibile per tutta la durata della Convenzione stessa e dei singoli contratti di fornitura, mediante la predisposizione di almeno:

- un numero di telefono;
- un numero di fax;
- un indirizzo di posta elettronica (e-mail).

In caso di mancato funzionamento di uno dei predetti strumenti, il Fornitore dovrà tempestivamente comunicare alle Amministrazioni l'eventuale indisponibilità del servizio che, comunque, dovrà essere temporaneamente sostituito da un numero di telefono e/o di fax e/o un indirizzo e-mail, aventi le medesime caratteristiche del servizio richiesto.

Il servizio dovrà essere disponibile in tutti i giorni lavorativi dell'anno, esclusi il sabato, la domenica e le festività nazionali, almeno dalle ore 8:30 alle ore 18:30.

Durante queste fasce orarie le chiamate effettuate dalle Amministrazioni devono essere ricevute da un operatore addetto, mentre dopo tali orari deve essere attiva una segreteria telefonica che registri le chiamate.

Il Call Center deve consentire alle Amministrazioni di:

- richiedere chiarimenti sulle modalità di compilazione e di invio della Richiesta di Fornitura, della Richiesta di Pianificazione e delle ulteriori comunicazioni previste nel presente Capitolato Tecnico;
- richiedere chiarimenti sulle modalità e sulle tempistiche di acquisto degli Spazi pubblicitari;
- inoltrare i reclami.

Il Call Center dovrà essere costantemente in contatto con il Responsabile del Servizio, di cui al successivo paragrafo 3.3 al fine di trasmettere tempestivamente ogni segnalazione ed i reclami effettuati dalle Amministrazioni.

3.3 Responsabile del Servizio

Per tutta la durata della Convenzione e dei singoli Contratti di Fornitura, il Fornitore dovrà mettere a disposizione un Responsabile del Servizio i cui riferimenti dovranno essere indicati a Lombardia Informatica S.p.A. nella documentazione richiesta ai fini della stipula della Convenzione, secondo quanto indicato al paragrafo 5.2 del Disciplinare di gara.

Il Responsabile del Servizio dovrà essere in grado di:

- essere il referente per tutte le Amministrazioni che emettono Richieste di Fornitura e Richieste di Pianificazione;
- identificare ed implementare le azioni necessarie per garantire il rispetto delle prestazioni richieste;
- supportare le Amministrazioni nella gestione di imprevisti;

- gestire gli eventuali reclami/disservizi provenienti dalle Amministrazioni e/o da Lombardia Informatica S.p.A.;
- coordinare i team di lavoro impegnati su Campagne di comunicazione commissionate da Amministrazioni differenti;
- fornire informazioni sugli Spazi pubblicitari proposti e sui risultati delle analisi svolte dal Fornitore e riportate nel Documento di Pianificazione, nonché sulla modalità di esecuzione del Servizio e sulle Prestazioni accessorie;
- garantire la propria reperibilità negli orari di apertura del Call Center.

In caso di sostituzione del Responsabile del Servizio nel corso della Convenzione e dei Contratti di Fornitura, il Fornitore dovrà tempestivamente darne comunicazione a Lombardia Informatica S.p.A., inviando congiuntamente i riferimenti del Responsabile del Servizio proposto in sostituzione.

4. VISITE E VERIFICHE

I livelli di Servizio nonché delle Prestazioni accessorie sono indicati nel corpo del presente Capitolato Tecnico e della Convenzione, in ragione delle singole attività e/o servizi ai quali sono riferiti.

Per tutta la durata della Convenzione e dei singoli Contratti di Fornitura, ciascuna Amministrazione nonché Lombardia Informatica S.p.A., anche tramite terzi da essa incaricati hanno facoltà di effettuare unilaterali verifiche, in corso d'opera, anche a campione, di corrispondenza del Servizio richiesto con quello offerto dal Fornitore, e, comunque, con quanto indicato nel corpo del presente Capitolato Tecnico, ciò anche al fine di verificare eventuali inadempimenti del Fornitore. Sudette verifiche potranno essere, altresì, effettuate da Lombardia Informatica S.p.A. presso le sedi delle Amministrazioni al fine di monitorare il grado di soddisfazione delle stesse circa i servizi e le prestazioni offerti. I costi delle verifiche saranno a totale carico di Lombardia Informatica S.p.A..

La verifica, pertanto, si intende positivamente superata solo se i Servizi e le prestazioni accessorie erogate non presentino alcuna difformità con quanto richiesto nel corpo del presente Capitolato Tecnico ed offerto dal Fornitore in sede di gara. Al positivo completamento delle attività di verifica, verrà redatto un apposito Verbale.

Resta inteso che i livelli di servizio previsti nel corpo del presente Capitolato Tecnico potranno altresì essere oggetto di verifica, per quanto di rispettiva competenza, dalle Amministrazioni nel corso della Convenzione e/o dei singoli Contratti di Fornitura.

Il mancato rispetto dei livelli di servizio da parte del Fornitore comporta, laddove prevista, l'applicazione delle penali stabilite nella Convenzione.

4.1 Gestione dei reclami delle Amministrazioni

Le Amministrazioni potranno segnalare, mediante comunicazione da inviare al Fornitore e per conoscenza a Lombardia Informatica S.p.A., le disfunzioni di qualsiasi genere recanti pregiudizio alla regolarità del servizio erogato e delle prestazioni accessorie ad essa connesse, utilizzando il "Modulo di Reclamo" di cui alla Convenzione.

Ai fini della validità del reclamo, dovranno essere fornite almeno le informazioni che nel predetto modulo, allegato alla Convenzione, sono contrassegnate con l'asterisco (campi obbligatori). Nel caso in cui non vengano fornite dette informazioni, il reclamo s'intenderà "non ricevibile" e il Fornitore, nel rispondere all'Amministrazione, richiederà di inviare nuovamente il reclamo integrato con le informazioni obbligatorie. Il suddetto "Modulo di Reclamo" potrà essere inviato dalle Amministrazioni via e-mail, via fax o tramite posta ordinaria (raccomandata A/R).

Il Fornitore è tenuto ad eliminare, entro 3 (tre) giorni lavorativi dalla data di ricezione del reclamo, le disfunzioni di qualsiasi genere recanti pregiudizio alla regolarità del servizio (in questo caso il reclamo s'intenderà "Chiuso"), ferma rimanendo in ogni caso l'applicazione delle eventuali penali previste dalla Convenzione per le singole fattispecie.

Inoltre, il Fornitore è tenuto ad inviare a Lombardia Informatica S.p.A. ciascuna comunicazione di contestazione ricevuta dalla singola Amministrazione e la relativa risposta risolutiva dell'addebito entro 20 (venti) giorni dall'avvenuta risoluzione.

Qualora il numero totale di reclami pervenuti in un mese solare sia:

- uguale o superiore a n. 3 (tre) Reclami della tipologia di reclamo "A" e/o "C" di cui alla successiva Tabella 5,
ovvero
 - uguale o superiore a n. 2 (due) Reclami della tipologia "B" di cui alla successiva Tabella 5

Lombardia Informatica S.p.A. potrà applicare le relative penali stabilite nella Convenzione.

Tabella 5

TIPOLOGIA RECLAMO	DESCRIZIONE DEL RECLAMO
A	Mancata collaborazione con le Amministrazioni

	Mancata collaborazione con le Agenzie creative
	Mancata rispondenza tra le informazioni richieste nella Richiesta di Pianificazione e quelle fornite nel Documento di Pianificazione
B	Mancata rispondenza tra gli Spazi pubblicitari richiesti nella Richiesta di Fornitura e quelli acquistati
	Mancata rispondenza tra la frequenza e il periodo temporale accettati tramite l'emissione della Richiesta di Fornitura e la frequenza e il periodo temporale di effettivo utilizzo dello Spazio pubblicitario acquistato
C	Mancata rispondenza tra gli Spazi pubblicitari acquistati e le informazioni contenute nella reportistica di servizio e/o la documentazione a comprova inviata

Quanto stabilito nel presente paragrafo, comprese le conseguenze in caso di rilevazione di valori oltre detti limiti di tolleranza, valgono altresì in caso di verifica in corso contrattuale da parte di Lombardia Informatica S.p.A., o di terzi da essa autorizzati.