Istituto Nazionale Previdenza Sociale

ISTITUTO NAZIONALE DELLA PREVIDENZA SOCIALE

Direzione Centrale Risorse Strumentali

CENTRALE ACQUISTI

Allegato 2 al Disciplinare di Gara

CAPITOLATO TECNICO

Procedura aperta di carattere comunitario, ai sensi dell'art. 55, 5° comma del D.Lgs. n. 163 del 12 aprile 2006, con dematerializzazione delle offerte, volta all'affidamento del «*Servizio di ideazione, strategia, progettazione, realizzazione, produzione di iniziative di comunicazione istituzionale*»

Via Ciro il Grande, 21 – 00144 Roma

tel. +390659054280 - fax +390659054240

C.F. 80078750587 - P.IVA 02121151001

PREMESSA

Le trasformazioni del tessuto economico-sociale, le nuove opportunità prodotte dalla società dell'informazione e i processi di integrazione europea attribuiscono oggi un ruolo cruciale ai servizi e alle attività delle amministrazioni pubbliche.

È necessario quindi che la PA, marciando verso un traguardo comune, riduca le situazioni frenanti, crei occasioni di crescita e segua un continuo processo di miglioramento dei propri servizi e della loro fruibilità. L'obiettivo è ottenere una pubblica amministrazione integrata e rinnovata nelle sue strutture, nelle sue procedure operative e nella propria cultura, orientata verso quei processi di cambiamento che lo scenario socio-politico ed economico richiedono.

In questo senso, l'INPS è diventato un esempio per la pubblica amministrazione, elaborando e proponendo un nuovo modello di managerialità pubblica, che ha consentito di superare con successo "la prova da sforzo" nel sostenere il Paese nel corso di una crisi economica e occupazionale, lavorando a fianco del Governo e delle Regioni.

La rilevanza dell'INPS, quale interlocutore privilegiato nello studio e analisi dell'evoluzioni sociali ed economiche risultanti da profondi mutamenti di questi ultimi anni, ha indotto l'Istituto a seguire una strategia di investimenti diretta, tra l'altro, alla realizzazione di campagne istituzionali, mirate alla personalizzazione dei rapporti con i cittadini e le imprese.

Con le campagne istituzionali l'Istituto si pone come obiettivo costruire un nuovo sistema identitario, forte e riconoscibile, basato su valori condivisi e comportamenti coerenti, in grado di porre al centro della sua azione i bisogni dei cittadini.

1 OGGETTO

L'Istituto intende individuare un soggetto cui affidare il *«Servizio di ideazione, strategia, progettazione, realizzazione, produzione di iniziative di comunicazione istituzionale»*.

Il Servizio comprende il supporto nella gestione e nella declinazione operativa del Piano di Comunicazione 2015 (disponibile sul sito www.inps.it), con particolare riferimento alla progettazione e alla realizzazione di iniziative/campagne integrate di comunicazione.

In particolare, con riferimento a ciascuna iniziativa, l'Aggiudicatario dovrà provvedere a:

a) sviluppo operativo della strategia di comunicazione adottata dall'Istituto, per valorizzare l'immagine dell'INPS e migliorare la sua reputazione, in relazione alla sua *mission*;

b) ideazione e definizione operativa di iniziative speciali, eventi, progetti editoriali, collaborazioni con i media che perseguono gli obiettivi indicati dall'Istituto;

c) negoziazione, prenotazione, stipula contratti con emittenti e testate, per l'acquisto degli spazi e la definizione di collaborazioni operative, nonché controllo della qualità e raccolta dei giustificativi elettronici, ove disponibili, o cartacei;

d) sviluppo creativo, elaborazione e realizzazione di iniziative e campagne di comunicazione che comprendano l'ideazione creativa, la produzione (reperimento immagine o illustrazione, scatti, impaginazione grafica, esecutivi etc.), fino alla consegna dell'impianto /materiale compreso;

e) realizzazione di tutti i materiali di produzione inerenti alle iniziative e campagne di comunicazione, quali composizioni, riproduzione, fotolito, esecutivi e adattamenti, traduzioni o simili, allestimenti, riprese televisive, realizzazioni di produzioni audio, video, web, nonché l'assolvimento, ove previsto, delle pratiche inerenti alla trattativa dei diritti SIAE e delle royalties per i soggetti fotografici o illustrati.

2 FINALITA' E OBIETTIVI DELL'APPALTO

L'Aggiudicatario dovrà garantire in particolare:

a. l'armonizzazione di ogni evento o campagna (istituzionale o di prodotto) con l'identità dell'INPS, in sintonia e continuità con le linee dell'Istituto;

b. l'ideazione, la strategia, la progettazione, la realizzazione e la produzione di iniziative/campagne istituzionale che assicurino l'elaborazione e la diffusione di messaggi strategici su diversi strumenti di comunicazione, con attenzione ai new media;

c. la strategia di pianificazione dei media e l'acquisto degli spazi in ottemperanza al D.lgs. 177/2005 (testo unico della radiotelevisione).

L'obiettivo generale è quello di incrementare la percezione di "prossimità" dell'INPS per consolidare su tutto il territorio nazionale il suo posizionamento attorno ai valori di efficienza, competenza, innovazione tecnologica e familiarità nei confronti dei cittadini e di partnership nei confronti delle imprese, mettendo in evidenza la *mission* dell'Istituto, in relazione alle attività indicate nel piano di comunicazione per l'anno 2015.

Gli obiettivi specifici consistono nel:

- costruire un nuovo sistema identitario, forte e riconoscibile, basato su valori condivisi;
- promuovere i valori di servizio e consulenza al cittadino come elementi costituenti l'identità dell'Istituto;

- far conoscere le attività, i servizi e le opportunità rese disponibili da Inps al cittadino, mediante l'elaborazione e la realizzazione di progetti e iniziative di comunicazione e informazione che siano coordinate e innovative;
- mettere in evidenza la capacità di ascolto, di coinvolgimento e di risposta di Inps e la sua vicinanza ai cittadini, facendo riferimento all'attività svolta su tutto il territorio con il coinvolgimento delle sedi territoriali che sono a diretto contatto con il cittadino.

3 MODALITA' DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO E REMUNERAZIONE DELL'APPALTATORE

Il Servizio oggetto di affidamento dovrà essere prestato dietro specifiche Richieste di Iniziativa che saranno formulate dalla Stazione Appaltante in relazione alle attività indicate nel Piano di Comunicazione dell'Istituto per il 2015, e, in ogni caso, previa discrezionale e insindacabile valutazione dei propri fabbisogni.

Entro 15 (quindici) giorni successivi alla ricezione della Richiesta di Iniziativa l'Appaltatore dovrà trasmettere al Direttore dell'Esecuzione un dettagliato Piano dell'Iniziativa, contenente il progetto, ossia l'ideazione, la definizione operativa, lo sviluppo creativo e l'elaborazione di ciascuna iniziativa di comunicazione istituzionale richiesta dalla Stazione Appaltante, nonché un preventivo relativo ai costi da sostenere.

Ricevuto il Piano dell'Iniziativa, il Direttore dell'Esecuzione potrà approvarne i contenuti, dandone comunicazione all'Appaltatore. In caso contrario, l'Appaltatore sarà tenuto ad adeguarsi alle modifiche indicate dalla Stazione Appaltante, trasmettendo, entro il termine da quest'ultima all'uopo stabilito, un nuovo Piano dell'Iniziativa conforme a quanto richiesto.

L'iniziativa dovrà essere avviata entro 20 (venti) giorni successivi all'approvazione del Piano dell'Iniziativa da parte dell'INPS.

Ai fini dell'esecuzione del Servizio, l'Appaltatore potrà acquistare, a nome e per conto dell'INPS, i seguenti beni e servizi:

- l'allestimento e la fornitura dei materiali da diffondere;
- gli spazi e i tempi sui veicoli di diffusione;
- ogni altro elemento necessario alla realizzazione della attività di comunicazione oggetto di Appalto.

L'Appaltatore dovrà sottoporre ciascun acquisto ad apposita autorizzazione da parte dell'Istituto, il quale, verificata la pertinenza con l'oggetto dell'Appalto, provvederà a rilasciare apposito mandato.

Sarà in ogni caso facoltà dell'Istituto, previa discrezionale e insindacabile valutazione dei propri fabbisogni, non autorizzare gli acquisti proposti dall'Appaltatore.

Con riferimento a ciascun acquisto, l'Appaltatore dovrà selezionare i relativi fornitori nel rispetto della normativa vigente in materia di contrattualistica pubblica (D.Lgs. 163/06, d.P.R. 207/10, e ss.mm.ii), nonché della normativa di settore e di eventuali prassi interpretative vigenti. Salvo diversa disposizione normativa di settore o prassi interpretativa, in particolare, la selezione dei fornitori da parte dell'Appaltatore dovrà avvenire mediante:

- specifiche indagini di mercato, in caso di affidamenti di importo inferiore a € 40.000;
- consultazione di almeno 5 operatori economici, se sussistono in tale numero soggetti idonei, individuati sulla base di indagini di mercato, in caso di affidamenti di importo pari o superiore a € 40.000,00 e inferiore a € 207.000,00;
- pubblicazione di apposito avviso pubblico sul proprio sito istituzionale, in caso di affidamenti di importo pari o superiore a € 207.000,00.

Gli importi di cui al precedente periodo saranno oggetto di revisione automatica in caso di modifica delle soglie previste dalla normativa comunitaria.

Prima della stipula di ciascun contratto di acquisto, l'Istituto provvederà a verificare il possesso dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 38 del D.Lgs. 163/06 in capo ai fornitori selezionati dall'Appaltatore.

Fermo restando quanto previsto dagli artt. 18 e seguenti del Contratto, all'esito di ogni campagna di comunicazione realizzata e prima dell'emissione della relativa fattura, l'Aggiudicatario sarà tenuto a trasmettere al Direttore dell'Esecuzione la documentazione a comprova degli acquisti effettuati.

Tale documentazione dovrà essere corredata da un prospetto riepilogativo, contenente almeno quanto segue:

- oggetto dell'acquisto
- importo;
- data dell'acquisto;
- denominazione del fornitore.

Il Direttore dell'Esecuzione, verificata la rispondenza degli acquisti effettuati rispetto a quelli autorizzati, provvederà pertanto ad approvarli.

La remunerazione dell'Aggiudicatario sarà commisurata alle iniziative effettivamente realizzate e sarà costituita dalla percentuale di *Fee* di Agenzia offerta dall'Appaltatore, applicata di volta in volta al valore complessivo dei costi relativi agli acquisti approvati per ciascuna iniziativa, al netto dell'IVA e di eventuali interessi.

L'importo fatturato dovrà ricomprendere i costi relativi agli acquisti approvati, nonché il *Fee* di Agenzia dovuto, calcolato secondo le modalità di cui al precedente periodo.

Tutte le attività di comunicazione dovranno essere svolte in cooperazione con la Direzione Centrale Comunicazione, secondo modalità condivise e concordate.

Nell'ambito delle campagne istituzionali da realizzare nel corso dell'esecuzione del contratto l'Aggiudicatario dovrà utilizzare il medesimo *layout* grafico e il medesimo stile dell'INPS rappresentati in sede di offerta.

Il ricorrere di periodi di chiusure o ferie annuali o qualsiasi periodo festivo non costituiscono motivo di differimento dei termini o di variazioni dei corrispettivi.