

Bari, 10 agosto 2010
Prot. N. 886/10/U

GARA AD OFFERTA ECONOMICAMENTE PIÙ VANTAGGIOSA, AI SENSI DELL'ART. 83 DEL D. LGS. 163/2006 E S.M., PER L'INDIVIDUAZIONE DI UNA SOCIETÀ DI CONSULENZA DI COMUNICAZIONE E DI SERVIZI MULTIMEDIALI DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE DELLA FONDAZIONE APULIA FILM COMMISSION PER IL TRIENNIO 2010 - 2013.

Art. 1. Premessa e motivazioni

Il Consiglio di Amministrazione della Fondazione **Apulia Film Commission** (AFC), con delibera assunta in data 06.7.2010, indice la presente gara con il criterio della offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi di quanto previsto dal Codice degli Appalti pubblici (D.Lgs. 163/2006 Art. 83), allo scopo di individuare un'impresa – o un'associazione temporanea di imprese – avente ad oggetto la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionali o straordinarie, la manutenzione e l'implementazione del sito web della medesima Fondazione.

Si premette che, ai sensi della Legge regionale istitutiva n. 6/2004 e del proprio Statuto, la Fondazione Apulia Film Commission ha tra i suoi scopi quelli di:

- promuovere e valorizzare il patrimonio artistico e ambientale, la memoria storica e le tradizioni delle comunità della Puglia, le risorse professionali e tecniche attive sul territorio regionale, creando le condizioni per attrarre in Puglia le produzioni cinematografiche, televisive, audiovisive e pubblicitarie italiane ed estere;
- promuovere attività di coordinamento con altre *film commission* italiane e straniere anche per favorire coproduzioni internazionali o interregionali, in particolare nel Mezzogiorno e nel bacino del Mediterraneo, intraprendendo ogni utile iniziativa tesa a favorire la collaborazione con organismi consimili operanti all'interno della regione, nelle altre regioni italiane e in tutta l'area euromediterranea, al fine di promuovere e sostenere la cooperazione tra le due sponde del Mediterraneo nel campo dell'industria del cinema, dell'audiovisivo e delle nuove tecnologie della comunicazione;
- sostenere la produzione e la distribuzione delle opere cinematografiche ed audiovisive realizzate nella regione che promuovono e diffondono l'immagine e la conoscenza della Puglia, concedendo contributi ed agevolazioni attraverso l'istituzione di un fondo specifico (Film Fund);
- promuovere in Puglia iniziative nel settore della produzione cinematografica e televisiva, anche digitale; presentare le produzioni pugliesi nei festival nazionali e internazionali; sviluppare attività di marketing finalizzate alla promozione del territorio regionale in Italia e all'estero; assicurare, anche in concorso con altri soggetti pubblici e privati, la formazione delle competenze, la ricerca, lo studio, la sperimentazione; in

particolare, provvedere alla costituzione di un centro di formazione di eccellenza nel settore audiovisivo, facendo confluire tutte le possibili risorse finanziarie disponibili a tal fine a livello nazionale e comunitario;

- salvaguardare, valorizzare e favorire, anche a fini espositivi, la fruizione del patrimonio storico-culturale della Mediateca regionale pugliese e, mediante le opportune intese, del materiale audiovisivo e filmico d'archivio del Centro di cultura cinematografica ABC di Bari e di cineteche, circoli cinematografici, associazioni, collezionisti e archivi familiari presenti in Puglia; salvaguardare e valorizzare altresì il patrimonio delle attrezzature tecniche di pregio storico;
- interagire con le istituzioni e le amministrazioni competenti (Soprintendenze regionali, Uffici demaniali, etc.) al fine di facilitare e accelerare le procedure di rilascio di autorizzazioni, permessi, concessioni e quant'altro si renda necessario alla realizzazione delle produzioni cinematografiche e televisive;
- presentare le produzioni pugliesi nei festival e partecipare a festival e mercati cinematografici specializzati, nazionali e internazionali per valorizzare le diversità culturali espresse dal territorio.

Inoltre, in attuazione delle Convenzioni e degli atti amministrativi con cui la Regione Puglia ha affidato ed intende affidare alla Fondazione Apulia Film Commission la realizzazione di interventi su varie linee di finanziamento (FESR, FAS, POIN ed ogni risorsa attivata a favore di AFC), nonché per attività finanziate dalla Unione Europea ai cui bandi stabilmente partecipa (Media, Eurimages, IPA), la Fondazione intende ricorrere ai servizi oggetto della presente gara di cui all'articolo 2.

Art. 2. Campo di attività

Nell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali, la Fondazione Apulia Film Commission ha la necessità di realizzare – per il prossimo triennio – una serie di campagne che ne accompagnino la penetrazione presso i mercati nazionali ed internazionali della produzione audiovisiva.

Presso i principali festival internazionali, sulle principali riviste di settore, all'interno di iniziative pubbliche regionali ed extra regionali la Fondazione comunica il proprio brand e le proprie attività adattando campagne precedenti o realizzandone di nuove.

A cornice il sito internet istituzionale: www.apuliafilmcommission.it è lo strumento della principale veicolazione di contenuti e aggiornamenti alla platea di addetti ai lavori. Tale portale viene aggiornato con personale interno, mantenuto e implementato tramite consulenze esterne.

L'immagine aziendale dovrà essere promossa attraverso le campagne di comunicazione oggetto della presente procedura di gara, predisposta conformemente alle *guidelines* della ASSOREL (Associazione Italiana delle agenzie di relazioni pubbliche).

La Fondazione si avvarrà dei servizi richiesti anche per le azioni di comunicazione relative ai progetti realizzati dalla Fondazione su linee di finanziamento non afferenti al bilancio

ordinario della medesima. Con riferimento a tali servizi addizionali, la Fondazione AFC usufruirà delle medesime voci di costo indicate per ciascun servizio richiedendo separata fatturazione.

Alle imprese di consulenza viene richiesta una offerta tecnica (che contempli il pregio artistico della proposta, le caratteristiche estetiche e funzionali, il servizio successivo alla vendita, l'assistenza tecnica, le date di consegna e quant'altro meglio dettagliato nella descrizione dell'art. 3 a fronte di un prezzo da individuare per ciascuna tipologia di servizio.

L'attività oggetto dell'eventuale affidamento è, dunque, così articolata:

1. Redazione del piano di comunicazione della Fondazione in collaborazione con il suo management;
2. 1 campagna annuale da declinare in un numero massimo di 48 artwork annuali (per tre annualità);
3. restyling una tantum, manutenzione e implementazione sito web istituzionale della Fondazione per tre anni;
4. 1 o più campagne annuali da declinare in un numero massimo di 48 artwork annuali (p.es. il Bif&st festival).

Art. 3 Brief di comunicazione e artwork da produrre in sede di esecuzione dell'appalto e di partecipazione alla gara

La comunicazione di Apulia Film Commission, dopo una prima fase istituzionale di creazione del brand, è stata indirizzata al rafforzamento del brand stesso.

In questa sede si individuano le principali voci che andranno a comporre la successiva stesura di un piano di comunicazione e marketing triennale per la definizione puntuale di obiettivi e strategie.

Per ulteriori informazioni sulle attività di AFC: www.apuliafilmcommission.it

- Target

I target individuati sono:

- le produzioni cinematografiche, audiovisive, pubblicitarie e televisive, nazionali e internazionali;
- i registi, gli sceneggiatori, i location manager, le maestranze tecniche, i cinefili, regionali, nazionali e internazionali;
- il pubblico dei lettori di quotidiani e spettatori televisivi nazionali, nonché il popolo del web;
- i turisti ed i potenziali visitatori della Puglia.

- Attività richieste in capitolato

Nella determinazione del prezzo di offerta dei servizi di comunicazione l'agenzia interessata dovrà considerare i seguenti servizi da erogare nel triennio:

- Redazione del “Piano di Comunicazione triennale” di AFC;
- Ideazione e realizzazione di tre campagne istituzionali (una per anno) per AFC che veicolino a consuntivo le attività della Fondazione presentandone risultati e obiettivi, sensibilizzando, allo stesso tempo, i potenziali beneficiari.
- Realizzazione di 48 artwork/anno, declinazioni delle precedenti campagne istituzionali, tra cui annunci stampa, inviti per iniziative, eventi, minicampagne dedicate, ristampa e/o re-design biglietti da visita, locandine, manifesti 6x3, pubblicazione DVD. A mero titolo esemplificativo forniamo lista di probabili eventi nazionali e internazionali per i quali potrebbero essere richieste le suddette attività:
 - Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia
 - Toronto International Film Festival
 - Festa del Cinema di Roma
 - AFM, Los Angeles American Film Market
 - Torino Film Festival
 - Sundance Film Festival
 - Berlino Film Festival
 - Tribeca Film Festival
 - Pusan Film Market
 - David di Donatello
 - Nastri d'argento
- Ideazione e realizzazione di una o più ulteriori campagne per AFC che comunichino le attività che la stessa potrà realizzare a valere su risorse straordinarie (ad esempio Bif&st festival, eventi in Italia o all'estero, ecc. Per ciascuna di queste ulteriori possibili campagne, va valutato un numero massimo di 48 artwork/anno.
- Manutenzione grafica del sito web www.apuliafilmcommission.it e presa in carico del sistema di gestione contenuti. Implementazione del restyling sul sistema di gestione contenuti. In tali attività vanno incluse:
 - Registrazione di tutti i domini internet ad AFC collegati (apuliafilmcommission.com, apuliafilmcommission.eu, apuliafilmcommission.it, apuliafilmcommission.net, apuliafilmfund.it, pugliafilmcommission.eu, pugliafilmfund.com, pugliafilmfund.it) nonché della casella di posta certificata (email@pec.apuliafilmcommission.it);
 - Hosting sito web (minimo 20gb hd, 50gb traffico/mese);
 - Attivazione della sezione inglese del sito;
 - Traduzione in inglese di tutti i contenuti inseriti nel secondo semestre 2010 (a far data dal 01/07/2010) e inserimento degli stessi nel Content Management System;

- Verifica e mantenimento della compatibilità con le previsioni di legge in materia di leggibilità, navigabilità, sicurezza e privacy;
- Potenziamento della sezione Cineporti;
- Gestione del canale Youtube di Apulia Film Commission;
- Gestione sezione “talenti di puglia”, con conversione video e pubblicazione sul suddetto canale;
- Assistenza tecnica dal lunedì al venerdì con numero telefonico dedicato, per l’eventuale assistenza telefonica, operativo nei giorni dal lunedì al venerdì dalle ore 8.00 alle ore 18.00, nonché un indirizzo di posta elettronica e una applicazione di trouble ticketing accessibile via web, per consentire la tracciabilità degli interventi.

- Proposta tecnico – artistica e offerta economica oggetto della presente gara.

Alle agenzie viene richiesta una offerta onnicomprensiva di proposta tecnico – artistica ed economica.

Per proposta tecnico – artistica (“Elaborati”), ai fini della valutazione di gara, si intende una presentazione organica che, introdotta da una relazione tecnica, rispetti il seguente ordine:

1. proposta di campagna annuale;
2. bozza manifesto 6x3 declinazione campagna annuale;
3. bozza brochure a tre o più ante con presentazione attività Fondazione AFC;
4. bozza falsa mezza pagina quotidiano o settimanale con lancio proposta campagna annuale;
5. bozza manifesto evento speciale (p.es. un festival);
6. web AFC: bozza home page, bozza pagina contenuto, bozza pagina evento speciale.

Per proposta economica si intende la quotazione delle attività di cui ai punti 1, 2, 3, 4 dell’art. 2.

Come da testo di gara, la Fondazione AFC, in attuazione delle Convenzioni e degli atti amministrativi con cui la Regione Puglia ha affidato ed intende affidare alla Fondazione Apulia Film Commission la realizzazione di interventi su varie linee di finanziamento (FESR, FAS ed ogni risorsa attivata a favore di AFC), intende ricorrere ai servizi oggetto del presente capitolato qualora necessario. Con riferimento a tali servizi addizionali, la Fondazione AFC usufruirà delle medesime voci di costo indicate per ciascun servizio richiedendo separata fatturazione.

Art. 4. Compiti delle agenzie invitate concorrenti e offerta tecnico – artistica

Alla presente gara sono ammessi gli operatori economici (art. 3, comma 22 del D.Lgs 163/2006) di cui all’art. 34 del D.Lgs 163/2006 che dimostrino l’insussistenza delle condizioni di esclusione dalla partecipazione agli appalti pubblici di cui all’articolo 38,

comma 1 del D.Lgs 163/2006, all'art. 1-bis della legge 383/2001 s.m.i. (norme sull'emersione), alla legge Regione Puglia 28/2006 (Disciplina in materia di contrasto al lavoro non regolare) e il possesso di requisiti di seguito indicati.

Con la presente richiesta di offerta si intende invitare le imprese interessate alla partecipazione a **inviare** la migliore offerta tecnica e la migliore offerta economica **entro e non oltre le ore 18 del giorno venerdì 10 settembre 2010** pena l'esclusione dalla selezione. Farà fede il protocollo in entrata della Fondazione Apulia Film Commission.

Le proposte potranno pervenire esclusivamente a mezzo posta raccomandata o tramite corriere espresso autorizzato, all'indirizzo sotto indicato in busta chiusa sigillata, siglata sui lembi di chiusura con la chiara indicazione sulla faccia principale della seguente dicitura:

“Offerta tecnica ed economica triennale per attività di comunicazione della Fondazione Apulia Film Commission”

presso

Fondazione Apulia Film Commission
Cineporto c/o Fiera del Levante
Lungomare Starita, 1
70132 Bari

La Fondazione non assume alcuna responsabilità per la dispersione di comunicazioni dipendente da inesatta indicazione del recapito da parte degli aspiranti o da mancata oppure tardiva comunicazione di qualsiasi variazione dell'indirizzo indicato nella domanda, né per eventuali disguidi postali o telegrafici o comunque imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o forza maggiore.

Le proposte dovranno essere contenute in un **unico plico** contenente le seguenti due (2) buste separate e sigillate:

Busta A “Elaborati”, contenente i progetti tecnico-artistici;

Busta B “Offerte economiche” contenente le sole offerte economiche come sopra. La Ditta dovrà indicare il prezzo complessivo oltre IVA, quale risultante della somma di tutti i servizi offerti e oggetto del capitolato tecnico, secondo lo schema in esso contenuto con il dettaglio delle singole voci che compongono il capitolato, con la quantificazione economica per ciascuna di esse.

Alla “Offerta economica” va allegata anche la **documentazione amministrativa** prova della capacità finanziaria ed economica nonché tecnica delle imprese concorrenti e composta di:

- fatturato globale complessivo dell'impresa e conseguito nel triennio 2007-2008-2009 quale prova della capacità economico-finanziaria, ai sensi dell'art. 41 del D.

- Lgs 163/2006, anche mediante dichiarazioni rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR. 445/2000;
- fatturato specifico realizzato dall'impresa per servizi simili nel triennio 2007-2008-2009 quale prova della capacità economico-finanziaria, ai sensi dell'art. 41 del D. Lgs 163/2006, anche mediante dichiarazioni rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR. 445/2000;
 - descrizione di regolare esecuzione, nel triennio 2007-2008-2009, di servizi simili indicando gli importi, le date e i soggetti destinatari, pubblici e/o privati, dei servizi mediante dichiarazioni rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR. 445/2000;

L'apertura dei plichi avverrà alle **ore 10 del giorno martedì 14 settembre p.v.** presso la sede legale della Fondazione. Alla apertura delle buste possono assistere i legali rappresentanti delle società partecipanti ovvero soggetti minuti di procura speciale con sottoscrizione ai sensi di legge, loro conferita dai suddetti legali rappresentanti.

Le proposte tecniche unitamente a quelle economiche (Buste A e B) saranno successivamente e dettagliatamente esaminate da una commissione debitamente nominata e composta dal Direttore generale della Fondazione AFC, dalla Responsabile dei progetti UE della Fondazione AFC e da un esperto in materie di comunicazione.

L'aggiudicazione avverrà a favore della Società che a giudizio della Commissione aggiudicatrice avrà ottenuto il punteggio più elevato fatto **base massima 100 punti**.

Alle agenzie viene richiesta l'offerta di una proposta tecnico–artistica ed economica.

Art. 5. Modalità di attribuzione dei punteggi e selezione agenzia

La Commissione procederà alla selezione attraverso la compilazione della griglia di valutazione e dei criteri di seguito riportati.

CRITERI	Nome Agenzia 1	Nome Agenzia 2	Nome Agenzia....
Prezzo offerto per la campagna ordinaria annuale per tre anni (max 48 artwork l'anno), per la redazione del "Piano triennale di comunicazione" della Fondazione AFC, per la gestione e implementazione del sito web di cui ai punti 1 – 2 – 3 dell'art. 2 Massimo 20 punti. All'impresa che offrirà il prezzo complessivo inferiore sarà attribuito il punteggio massimo, mentre alle altre ditte saranno attribuiti punteggi			

secondo la seguente formula: Punteggio = Pm / Pe * 0,85 dove per Pm si intende la prestazione migliore (minor costo) e per Pe si intende la prestazione in esame			
Prezzo offerto per una singola campagna straordinaria (festival, evento, altro) comprensivo di 48 artwork l'anno per singola campagna di cui al punto 4 dell'art. 2 Massimo 10 punti. All'impresa che offrirà il prezzo complessivo inferiore sarà attribuito il punteggio massimo, mentre alle altre ditte saranno attribuiti punteggi secondo la seguente formula: Punteggio = Pm / Pe * 0,85 dove per Pm si intende la prestazione migliore (minor costo) e per Pe si intende la prestazione in esame.			
Campagna istituzionale AFC, forza della proposta, capacità espressiva dei contenuti tipici di AFC, qualità delle declinazioni Massimo 40 punti			
Manifesto (campagna o evento speciale) Massimo 15 punti			
Home page, pagina interna e pagina evento speciale Massimo 15 punti			
TOTALE su base 100			

Sulla base delle risultanze, si formerà una graduatoria ordinata secondo il punteggio più alto e la prima offerta in graduatoria sarà considerata vincitrice e l'agenzia offerente sarà considerata aggiudicataria.

La gara sarà ritenuta valida anche in presenza di una sola offerta.

Dell'aggiudicazione sarà data comunicazione alla sola agenzia prescelta.

Si precisa che l'agenzia è vincolata all'offerta fin dalla sua presentazione, mentre la procedura non impegnerà l'Apulia Film Commission.

Art. 6. Tempi di realizzazione di arte work, produzione materiali e durata del contratto

Data l'importanza strategica delle attività segnalate – dopo la firma dell'incarico da parte del legale rappresentante della Fondazione AFC – dal momento della consegna del brief, la società aggiudicataria avrà a disposizione gg. 20 per la presentazione delle bozze definitive delle nuove campagne; gg. 10 per la consegna degli art work di declinazione della campagna principale.

Il contratto avrà la durata di 36 (trentasei) mesi con decorrenza dalla data della sua sottoscrizione.

Trascorsa la data di scadenza sopra indicata, il contratto si intenderà cessato senza preavviso alcuno da parte della Fondazione Apulia Film Commission.

La Fondazione Apulia Film Commission si riserva la facoltà di prorogare la validità del contratto per il periodo strettamente necessario all'espletamento di una nuova procedura di gara e, comunque, per non oltre mesi 6 (sei), previo avviso da comunicarsi per iscritto all'Aggiudicataria almeno 15 (quindici) giorni prima della scadenza del termine contrattuale. L'Aggiudicataria deve impegnarsi ad accettare tale eventuale proroga alle condizioni del contratto inizialmente sottoscritto.

Art. 7. Termini di pagamento

La Società assuntrice del servizio dovrà presentare le relative fatture alla

Fondazione Apulia Film Commission
Sede Legale: Cineporto c/o Fiera del Levante, Lungomare Starita, 1 - 70132 Bari
Codice fiscale: 93332290720 - P. I. 06631230726

La fattura dovrà riportare la seguente dicitura:

<<Attività di comunicazione triennale per conto della Fondazione Apulia Film Commission>>

In fattura sarà fornito il dettaglio delle attività svolte e da svolgere per singola iniziativa ed ogni altro elemento utile per poter verificare l'importo totale dei servizi da liquidare. Unitamente alla fattura, l'aggiudicatario dovrà consegnare copia del materiale comunicazionale e promozionale realizzato, ove possibile, o invece prova della sua realizzazione (foto o screen shot, ad esempio).

Con riferimento ai possibili servizi addizionali, la Società emetterà separata fattura con dettaglio delle attività svolte per i singoli progetti ed ogni altro elemento utile per poter verificare l'importo totale dei servizi da liquidare. Anche in tal caso, unitamente alla fattura, l'aggiudicatario dovrà consegnare copia del materiale comunicazionale e promozionale

realizzato, ove possibile, o invece prova della sua realizzazione (foto o screen shot, ad esempio).

La fattura, dopo la verifica effettuata dal Responsabile del Procedimento, sarà liquidata entro 30 (trenta) giorni fine mese dalla data di ricezione della medesima. Eventuali contestazioni sospenderanno tale termine.

L'agenzia aggiudicataria dichiara sin d'ora di non avere pendenze e contenziosi con l'Agenzia delle Entrate e con il servizio di riscossione Equitalia SpA, posto che la Fondazione Apulia Film Commission allegherà alla fattura, liberatoria al pagamento da parte dell'amministrazione fiscale dello Stato.

Art. 9. Contatti e info

Per delucidazioni circa la presente richiesta d'offerta o informazioni, si prega di contattare la AFC, nella persona della segretaria di direzione dott.ssa Alessandra Aprea al numero 080 975 29 00 ovvero per e-mail all'indirizzo email@apuliafilmcommission.it o, in sua assenza, della dott.ssa Cristina Piscitelli. Gli uffici della Fondazione rimarranno chiusi per ferie dal 9 al 22 agosto p.v., in caso di necessità, si prega di contattare il numero di telefono cellulare 340 31 61 293.

Fondazione Apulia Film Commission
Per il Consiglio di Amministrazione
Il Direttore generale e Responsabile Unico del Procedimento
P.O. FESR Puglia 2007 – 2013
Asse IV, Azioni 4.3.1 e 4.1.2

Dott. Silvio Maselli

