

BANDO DI GARA

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 2014 – 2017

CUP B39E12000810004 - B39E12000820004 - B39E12000900004 - B39E12000890004
B39E12000880004 - B39E12000850004 - B39E12000860004 B99G13000400006 -
B39E130006200009¹
CIG 5597805ECE

¹ Si precisa che potrebbero aggiungersi nuovi CUP relativi ad altre azioni affidate alla Fondazione AFC e che saranno comunicati appena resi disponibili.

Bari, 7 febbraio 2014
Prot. N. 646/14/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 2014 – 2017.

Art. 1. Premesse e motivazioni

Il Consiglio di Amministrazione della Fondazione **Apulia Film Commission** (AFC), con delibera assunta in data 16.01.2014, 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, la realizzazione di servizi multimediali e 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.

Premesso altresì che la Fondazione Apulia Film Commission (AFC):

- con Deliberazione n. 1825 del 05.08.2011 la Giunta Regionale ha approvato le modifiche al PPA 2007-2013 relativo all'Asse IV, Linea 4.3. e con nota del 16 novembre 2011 Prot. AOO_171/0000/999, e successiva sottoscrizione delle Convenzioni rispettivamente in data 28 marzo 2012, e 12 aprile 2012, la Regione Puglia ha affidato alla Fondazione AFC l'attuazione di una serie di interventi sull'Azione 4.3.1 di seguito elencati:
 - *“Attività di promozione e comunicazione dei cineporti di Bari e Lecce”;*
 - *“Valorizzazione delle location pugliesi di interesse storico culturale, artistico e naturalistico attraverso l'organizzazione di educational tour”;*
 - *“Dotazione di supporti tecnologici e digitali per i Cineporti di Bari e Lecce”;*
 - *“Apulia Audiovisual Workshop”*
 - *“Forum EuroMediterraneo di coproduzione”;*
 - *“Creazione di un circuito di sale cinematografiche di qualità”*
 - *“Mediateca regionale pugliese”.*
- con successiva nota del 24 settembre 2013 Prot. N. AOO_171/00003052 la Regione Puglia ha affidato alla Fondazione Apulia Film Commission la realizzazione di *“Interventi per la promozione della cultura cinematografica e la valorizzazione del patrimonio produttivo pugliese – BIF&ST 2014”;*
- la Fondazione Apulia Film Commission, con opportuna Convenzione siglata il 29 ottobre 2013, è stata individuata dalla Regione Puglia – Assessorato al Mediterraneo, Cultura e Turismo, come soggetto realizzatore di un'azione a valere su risorse del P.O. FESR 2007-2013 Asse IV, linea d'intervento 4.1 - *“Incremento dei flussi cine turistici tramite attività di promozione, comunicazione e attrazione troupe cinematografiche – 2013 - 2015 – Promuovere Cinema (PRO.CINE)”;*
- con contratto del 4 ottobre 2010 Prot. N. 1120/10/U è stata aggiudicata in via definitiva la gara ad offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 83 del D.Lgs. 163/2006 per l'individuazione di una società cui affidare i servizi di comunicazione per il triennio 2010-2013;
- con addendum Prot. N. 3998/13/U del 02/10/2013 è stato prorogato di ulteriori sei mesi il contratto Prot. N. 1120/10/U del 4 ottobre 2010;

tanto considerato, in qualità di soggetto attuatore dei citati interventi, nonché di ulteriori progetti futuri che ad essa potranno essere affidati, tramite Convenzioni con la Regione Puglia la cui realizzazione inciderà su varie linee di finanziamento (FESR, FAS, POIn, FSE ed ogni altra risorsa attivata a favore di AFC), nonché per attività finanziate dalla Unione Europea ai cui bandi stabilmente partecipa (MEDIA, Eurimages, IPA), la Fondazione AFC ha la necessità di individuare una società cui affidare la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionali, la realizzazione di servizi multimediali e la manutenzione e l'implementazione del sito web della medesima Fondazione, servizi meglio dettagliati nell'allegato Capitolato Tecnico di Gara, situati presso la sede legale e operativa della medesima Fondazione.

Art. 2. Campo di attività, obiettivi e destinatari dell'azione di comunicazione

Nell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali, la Fondazione Apulia Film Commission ha l'obiettivo primario di **attrarre sul territorio le produzioni audiovisive**, attraverso mezzi e strumenti differenti per due target distinti: nazionali e internazionali.

Apulia Film Commission, attraverso i risultati e i riconoscimenti conseguiti dal 2007, ha raggiunto e superato gli obiettivi di accreditamento presso l'industria audiovisiva italiana. Nel biennio 2014-2016 la comunicazione destinata al **mercato italiano** dovrà incentrare il messaggio sul "sistema Puglia" cresciuto intorno e grazie ad Apulia Film Commission e che vede al centro i professionisti pugliesi iscritti alla Production Guide, nonché le società aderenti al Distretto produttivo "Puglia creativa", sezione audiovisivo. La presenza in Puglia di figure di reparto altamente specializzate è motivo attrattivo per le produzioni nella scelta delle location, nell'ottica di ottimizzazione dei budget e di abbattimento dei costi di trasferta della troupe tecnica in un momento di grave crisi del mercato cinematografico. Parallelamente si dovrà insistere sul messaggio dell'innovatività dei bandi, rinnovati nel 2013, che sono automatici, veloci e trasparenti e si differenziano da altri fondi locali attivati in Italia. I bandi di Apulia Film Commission, destinati alle produzioni nazionali, consentono ai produttori di sapere l'importo che riceveranno se decidono di girare in Puglia prima ancora di presentare domanda, poiché i contributi sono calcolati sulla spesa sul territorio. In periodo di grave crisi il contributo di Apulia Film Commission può rivestire un ruolo fondamentale nella chiusura del budget di un progetto audiovisivo, rendendo così la regione molto attrattiva per produzioni audiovisive indipendenti. I fondi di Apulia Film Commission consentono un calcolo esatto degli impatti sul territorio in quanto seguono il meccanismo di rimborso, tecnicamente definito "rebate": le cifre stanziato vengono erogate solo dopo la presentazione della rendicontazione completa agli uffici di Apulia Film Commission.

Apulia Film Commission ha varato dal 2013 **Apulia Development Film Fund**, un fondo dedicato allo sviluppo di progetti di sceneggiature ambientati dichiaratamente in tutto o in parte in Puglia. Scopo di questo sostegno allo sviluppo è favorire la crescita delle professionalità regionali artistiche e tecniche nella produzione audiovisiva, diffondere la cultura dell'audiovisivo in Puglia, già nella prima fase di sviluppo contribuendo altresì alla

diffusione delle identità culturali e creative pugliesi. La strategia di comunicazione della Fondazione dovrà necessariamente farsi carico della promozione del bando presso il mercato e i professionisti presenti sul territorio nazionale e internazionale.

La comunicazione destinata alle **produzioni internazionali**, con particolare interesse per le aree bersaglio (India, UK, Francia, Germania, USA) dovrà invece incentrarsi sul mix di location, fondi (incluso tax credit per produzioni estere) e qualità dell'offerta locale di professionisti e fornitori. Alle produzioni internazionali sono rivolti tre bandi: Apulia International Film Fund, Apulia Hospitality Film Fund e Apulia Development Film Fund.

La Fondazione Apulia Film Commission inoltre realizza attraverso l'uso strategico dei Fondi Europei di Sviluppo Regionale (Asse 4, Linea d'Intervento 4.3 e 4.1, oltre all'Asse 6 del PO FESR Puglia 2007- 2013) una serie di **progetti** che insistono sul territorio: Bif&st Bari International Film Festival, Circuito d'Autore, Apulia Audiovisual Workshop, Mediterranean Coproduction Forum. Inoltre attraverso l'uso di fondi di cooperazione e a gestione diretta realizza anche Euroscreen, Enter Europe, Closing the Gap, ArTVision. Con riferimento alle attività di comunicazione dei progetti, non si richiede di provvedere alla loro comunicazione, ma a considerarne le specificità e gli elementi di forte innovatività nella ideazione e nella creazione di materiali informativi destinati alla diffusione delle informazioni sulle attività svolte grazie all'utilizzo strategico dei Fondi europei da parte della Regione Puglia attraverso Apulia Film Commission.

Alla Fondazione Apulia Film Commission fanno capo i tre **Cineporti** di Bari, Lecce e – ultimo nato – quello di Foggia ove vengono accolte le produzioni ospiti in Puglia e realizzata una serie di molteplici eventi, dai casting alle prove costume, dalle prove attori alle proiezioni di rassegne, convegni, iniziative di genere diverso, ma sempre coerenti con le finalità della Fondazione AFC. Fanno inoltre capo alla Fondazione la **Mediateca Regionale Pugliese** e il **Centro Studi**. La prima è una struttura sita a Bari, di oltre 350mq dedicata alla conservazione e alla promozione della cultura audiovisiva. Il secondo è un tavolo di confronto sui temi della cultura audiovisiva, tra la Fondazione AFC e i principali Dipartimenti universitari che per temi siano coerenti con le finalità dello studio e l'approfondimento dell'audiovisivo.

Per il triennio 2014-2017 si richiede l'ideazione di una strategia di comunicazione utile a diffondere il brand Cineporti di Puglia (Bari, Lecce e Foggia). Cuore logistico delle attività della Fondazione Apulia Film Commission, i Cineporti sono hub attrezzati per l'accoglienza delle produzioni audiovisive che girano in Puglia e contenitori culturali aperti alle città. Apulia Film Commission ha lavorato sulla domanda, mettendo a disposizione degli operatori pugliesi i suoi spazi per ospitare le programmazioni serali di eventi e rassegne a ingresso gratuito, registrando nel 2013 presenze da record: 30.000 spettatori, più di 150 eventi culturali ospitati e oltre 90 giornate di lavorazione di attività di pre-produzione cinematografica e televisiva. Perseguendo un triplo obiettivo: dare respiro e sostenere le realtà locali, ampliare l'offerta culturale a favore del pubblico e contribuire al processo di riqualificazione urbanistica delle aree periferiche in cui sorgono tutti i tre Cineporti. Tutto questo è stato reso possibile dall'utilizzo di Fondi Europei di Sviluppo che hanno

consentito la pubblicazione di una “Manifestazione di Interesse per l’ideazione e la realizzazione di progetti culturali di promozione e diffusione della cultura audiovisiva per i Cineporti e per la Mediateca - 2013” rivolta alle imprese private, alle associazioni e ai professionisti (Programma Pluriennale dell’Asse IV, Linea di Intervento 4.3, Azione 4.3.1 del P.O. FESR 2007-2013), con un budget complessivo di 183.432,28 oltre IVA. I progetti sono stati selezionati tramite procedura di evidenza pubblica. La medesima Manifestazione è stata pubblicata anche nel 2014 ed è estesa al Cineporto di Foggia.

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 e non. Tale portale viene aggiornato con personale interno, ma va mantenuto e implementato ciclicamente (restyling, progettazione e sviluppo nuove pagine come meglio specificato nel capitolato tecnico di gara).

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

Nello specifico, **gli obiettivi delle azioni di informazione e comunicazione** sono i seguenti:

- far conoscere a tutti i potenziali beneficiari le finalità e le opportunità offerte dalla Fondazione AFC e le modalità per accedervi al fine di incrementare il numero di operatori del settore coinvolti e ottenere la maggior partecipazione possibile di pubblico, di visitatori e di cittadini in generale anche provenienti da altre regioni o territori della Unione Europea alle attività istituzionali e di progetto;
- garantire la trasparenza nell’utilizzo delle risorse pubbliche attraverso la diffusione chiara delle informazioni e l’utilizzo di procedure e strumenti di partecipazione semplici ed efficaci;
- comunicare efficacemente all’opinione pubblica le finalità politiche e strategiche che la Fondazione AFC, attraverso la risorse dei soci, regionali e comunitarie, si prefigge di conseguire attraverso le proprie attività ed il ruolo svolto dagli operatori del settore nonché dall’utenza;
- migliorare l’efficacia e l’efficienza delle attività di comunicazione attraverso un processo di monitoraggio e valutazione dei risultati.

Il **target della comunicazione** è costituito, a seconda dei progetti e delle attività oggetto di attenzione, dalla intera popolazione attiva pugliese oltre che:

- 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;
- i turisti ed i potenziali visitatori della Puglia;
- il pubblico dei lettori di quotidiani e spettatori televisivi nazionali, nonché il popolo del web.

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

- Redazione della metodologia per lo svolgimento dei servizi;
- Elaborazione di materiali grafici;
- Campagne di comunicazione (N. 2 campagne per target nazionale ed internazionale, N. 1 per i Cineporti di Puglia);
- Manutenzione e implementazione sito e servizi web;
- Elaborazione piano media e mezzi.

Art. 3 Descrizione servizi richiesti

La fornitura dei servizi di comunicazione di cui all'articolo precedente interesserà:

1. METODOLOGIA PER LO SVOLGIMENTO DEI SERVIZI

La società aggiudicataria dovrà garantire lo svolgimento dei servizi attraverso la presentazione di una **metodologia** che descriva le modalità organizzative, ivi compresa la gestione dei fornitori di spazi pubblicitari di cui al piano media proposto.

Tale metodologia dovrà altresì comprendere il **monitoraggio e la verifica dei risultati** raggiunti, allo scopo di verificare l'efficienza e l'efficacia dell'azione di informazione e pubblicità in termini di visibilità e sensibilizzazione. Si richiede pertanto l'esecuzione almeno di:

- elaborazione e trasmissione di tre rapporti di monitoraggio (uno annuale) ed un rapporto finale contenente la descrizione puntuale ed i dati quantitativi relativi alle attività realizzate e ai risultati ottenuti.

In particolare il Concorrente dovrà fornire:

- A. resoconto complessivo dei risultati quantitativi effettivamente generati dalla campagna pubblicitaria;
- B. collaborazione atta a consentire al Committente la verifica di regolarità e buona esecuzione del servizio (per esempio: la documentazione fotografica relativa alla localizzazione degli impianti di affissione, pagine pubblicitarie dei quotidiani e/o periodici, ecc.);
- C. questionari rivolti a campioni rappresentativi sia di pubblico utente sia di addetti ai lavori, nonché somministrati in occasione di incontri ed eventi indicati dal Committente;
- D. indice GRP (Gross Rating Point) che sintetizza la quantità di comunicazione prodotta da una pianificazione in relazione al target.

Ai precedenti strumenti l'Affidatario dovrà aggiungere ogni ulteriore strumento di monitoraggio necessario a svolgere l'attività di valutazione del servizio.

Tutte le attività connesse al servizio richiesto saranno realizzate con la supervisione di Apulia Film Commission.

La presentazione dei singoli progetti creativi dovrà avvenire in sede di briefing. Pertanto, la metodologia dovrà contenere le modalità attraverso cui l'aggiudicatario sarà tenuto ad

apportare agli elaborati eventuali modifiche o a provvedere alla realizzazione di nuovi elaborati nel caso in cui la Fondazione lo ritenga necessario.

2. ELABORAZIONE MATERIALI GRAFICI

L'attività riguarda la progettazione grafica dei seguenti prodotti (artwork):

- Brochure istituzionali e no;
- Flyer
- Realizzazione di banner per sito;
- Realizzazione agenda annuale e/o prodotti simili di complimentary;
- Realizzazione application form in formato pdf compilabile;
- Restyling dell'immagine coordinata dei lavori grafici già esistenti inerenti i progetti finanziati con fondi europei.

Tutti i materiali dovranno essere corredati da un documento esplicativo che comprenda tutti gli elementi grafici coordinati (indicazione dei pantoni, linee guida del sistema di identità, del font o dei font utilizzati) con il relativo manuale.

3. CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

Le **campagne pubblicitarie** dovranno essere di tipo **istituzionale**, utilizzando le azioni di comunicazione previste dal capitolato ed i singoli target di riferimento. Nello specifico si richiede:

- Realizzazione di 2 (due) campagne di comunicazione destinate al target nazionale
- Realizzazione di 2 (due) campagne di comunicazione destinate al target internazionale
- Realizzazione di 1 (una) campagna di comunicazione destinata a promuovere le attività legate agli eventi e alla programmazione dei Cineporti di Puglia (Bari, Lecce e Foggia).

Le campagne, a seconda delle indicazioni della Fondazione AFC, dovranno contenere i seguenti loghi:

- **Unione Europea;**
- **Regione Puglia;**
- **Apulia Film Commission,**

riprodotti secondo le specifiche grafiche previste dai regolamenti comunitari.

Per la realizzazione delle campagne è necessario inoltre considerare:

- **l'immediatezza:** il messaggio deve essere trasmesso in maniera diretta, esplicita e senza possibilità di equivoci e confusione;
- **l'accuratezza:** la grafica non deve essere approssimativa;
- **la coerenza:** il linguaggio deve essere calzante sia con il messaggio che si intende

- lanciare sia con i contenuti che vengono promossi;
- la precisione: le immagini devono essere accurate e credibili, evitando presentazioni palesemente artefatte;
- la specificità: la pubblicità deve riuscire a comunicare con la tipologia di utenti a cui si rivolge;
- la creatività: il visual, il claim e il pay off delle campagne dovranno sorprendere i target di riferimento e colpire per la loro innovatività, pulizia, bellezza.

Le società partecipanti dovranno presentare **esclusivamente – a pena di esclusione – una (1) sola proposta di campagna pubblicitaria istituzionale per ciascuna tipologia prevista**. In caso di presentazione di campagne superiori a una unità, la Commissione valuterà esclusivamente la prima campagna in ordine di presentazione.

4. SERVIZI WEB

Con riferimento al **SITO**, i servizi richiesti sono:

- Unificazione della gestione del database dei siti italiano e inglese: <http://apuliafilmcommission.it> e <http://en.apuliafilmcommission.it>;
- Realizzazione di tema multilingua con supporto mobile;
- Attività di copy legata agli elementi strutturali del sito (parte statica);
- Implementazione delle funzionalità collegata alla geolocalizzazione;
- Implementazione multilingua (italiano/inglese) del front-end della Production Guide
- Ottimizzazione e creazione grafica dei layout del sito per dispositivi mobili e smartphone;
- Implementazione multilingua (italiano/inglese) del front-end della Location Gallery con possibilità di esportare, tramite widget, una selezione di contenuti da caricare sulla home page del sito apuliafilmcommission.it.

Tra i servizi web si richiede anche:

- **restyling di pagine esistenti;**
- **progettazione e sviluppo di pagine;**
- **sviluppo di pagine.**

Per quanto concerne la gestione del sito, l'Aggiudicatario si impegnerà a garantire autonomia di gestione, tramite CMS di tutte le sezioni del sito.

L'aggiudicatario dovrà rendere il servizio di consulenza qualificata e assistenza tecnica per tutto il periodo del contratto.

Ed infine **la newsletter**: progettazione e sviluppo di template e sistema di invio della Newsletter Apulia Film Commission su piattaforma mail chimp o similari.

5. SVILUPPO APP

Sviluppo APP Mobile AFC per Android e iOS: realizzazione di MovieMApp, applicativo mobile contenente le indicazioni geografiche riguardanti le location pugliesi utilizzate nei progetti audiovisivi. La App deve dare la possibilità di costruire percorsi cineturistici e deve contenere un sistema di news legato alle news del sito ufficiale AFC ed alla sezione "Girano in Puglia" in modo da poter vedere i set attivi.

6. PIANO MEDIA e MEZZI

I servizi che la società aggiudicataria dovrà assicurare, nell'ambito di campagne di comunicazione originali, integrate e innovative sono articolati in aree di azione sviluppate come di seguito indicato. Sulla base delle azioni previste viene richiesta l'elaborazione di un **piano mezzi**.

Si precisa che la realizzazione dei servizi qui indicati (stampa, allestimenti, realizzazione gadget, acquisto inserzioni ecc.) **sarà a cura e spese di Apulia Film Commission**, e che rimarrà di esclusiva pertinenza dell'agenzia aggiudicataria l'azione di esecuzione del piano media concordato con la AFC e quindi di coordinamento e monitoraggio, oltre all'elaborazione di un piano mezzi.

A tal fine la società concorrente dovrà presentare, in sede di offerta, anche un **crono-programma** che identifichi la successione logico temporale delle attività che possa garantire un rapido ed efficiente raggiungimento degli obiettivi di comunicazione e offrire quindi la propria **consulenza strategica** per l'individuazione dei mezzi.

Si riportano di seguito le aree di azione, le attività, gli strumenti, le quantità e si rimanda al capitolato tecnico per la descrizione dei singoli servizi richiesti

AZIONE	ATTIVITA'	STRUMENTI	QUANTITA' 2014-2016	NOTE/DETTAGLI
CAMPAGNE	Campagna di comunicazione - target nazionale (N. 2 campagne distinte)	Banner	N. 4 artwork da declinare a seconda delle misure (per N. 2 campagne)	
		Roll up	N. 2 (uno per campagna)	
		Inserzione pubblicitaria	N.6 adattamenti della campagna da declinare per il piano media	
		Flyer	N. 6 Flyer	
		Banner	N. 4 artwork da declinare a seconda delle misure (per N. 2 campagne)	
		Roll up	N. 2 (uno per campagna)	
	Campagna di comunicazione - target internazionale (N. 2 campagne distinte)	Flyer	N.6 Flyer	
		Inserzioni pubblicitaria	N.6 adattamenti della campagna da declinare per il piano media	
		Locandina 26x78 cm (istituzionale, bacheca)	N. 4 artwork da declinare a seconda delle misure	
		Flyer	N.6 Flyer	
		Locandina digitali	N. 30 Locandine	
	Campagna di comunicazione - attività Cineporti Puglia	Roll up	N.1 (uno per campagna)	
		Insegne Cineporti	N.8	N. 4 insegne di dimensioni: 1,5 m x 6 m N. 4 insegne di dimensioni: 1,5 m x 1,5 m
		Manifesti 6x3	N. 4 artwork	
	Cartoline digitali	N. 120 Cartoline/ Volantino per singolo evento		

AZIONE	ATTIVITA'	STRUMENTI	QUANTITA' 2014-2016	NOTE/DETTAGLI
WEB	Restyling Sito istituzionale	Home Page, Servizi, Girano in Puglia, Trasparenza, Bandi e Fornitori, Lavora con noi	N.6 Pagine Web	
	Restyling dell'immagine coordinata dei lavori grafici già esistenti inerenti i progetti finanziati con fondi europei	Mediateca, Forum, PugliaExperience, Progetto Memoria	N. 4 Pagine web	
	Progettazione e Sviluppo sezioni sito istituzionale	Progetti, Centro Studi, Eventi Cineporti, Impatti economici di tutte le attività di AFC, Open data, Rassegna video con collegamento al canale YouTube di Apulia Film Commission	N.6 Sezioni sito web	
	Sviluppo della pagine	Fondi, Progetto Memoria, Puglia Experience, Apulia Film House	N. 4 Pagine web	
	Progettazione e sviluppo template e sistema invio Newsletter su piattaforma mailchimp o similari, creazione e importazione database	Newsletter	N. 1 sistema	
		Implementazione Multilingua (italiano/inglese) del front end della Production Guide		
		Implementazione delle funzionalità collegate alla geolocalizzazione		
		Implementazione multilingua (italiano/inglese) del front-end della Location Gallery con possibilità di esportare, tramite widget, una selezione di contenuti da caricare sulla home page del sito www.apuliafilmcommission.it		
		Unificazione della gestione del database dei siti http://apuliafilmcommission.it http://en.apuliafilmcommission.it		
		Implementazione Realizzazione di tema multilingua con supporto mobile. Nello specifico si richiede la realizzazione di un unico tema (multilingua e responsivo) oppure di una coppia di temi (versione desktop e versione mobile entrambi multilingua) da decidere in base all'alberazione dei contenuti e alla veste grafica		
	Attività di copy legata agli elementi strutturali del sito (parte statica)			
	Ottimizzazione e grafica layout del sito per dispositivi mobili e smartphone			

AZIONE	ATTIVITA'	STRUMENTI	QUANTITA' 2014-2016	NOTE/DETTAGLI
PROMOZIONE ATTIVITÀ ED EVENTI	Presentazioni	Presentazioni in PPT di 10-30 slide	N. 30	
	Pdf Compilabili	Application Form PDF Compilabile	N. 60	
	Brochure	Brochure istituzionali in doppia lingua (8-16 pagine)	N.3	
	Brochure	Brochure focus numeri e impatti AFC (8-16 pagine)	N.3	
	Brochure	Brochure su fondi europei (8-16 pagine)	N.3	
	Locandina / Cartolina / Volantino/ per singolo evento	N. 30 Cartoline/ Volantino per singolo evento	N.30	
	Flyer	Flyer per la promozione delle attività	N.30	
	Web Banner	Realizzazione di 30 Banner per sito en.apuliafilmcommission.it	N.30	
	Agenda	Realizzazione grafica Agenda Apulia Film Commission 2015 e 2016	N.2	
	SVILUPPO APP MOBILE	APP AFC	Sviluppo App mobile per Android e iOS	N.1

Art. 4. Importo a base di gara

L'importo complessivo a base di gara per l'intera durata del contratto (annualità 2014-2017, fatte salve eventuali proroghe del progetto), è pari a **euro 170.000,00 (centosettantamila/00), oltre I.V.A.**

Si precisa che in caso di proroghe, l'importo aggiudicato per i servizi richiesti resterà invariato e verrà riparametrato sul periodo di proroga concordato, comunque non superiore a mesi 6 dalla naturale scadenza del contratto.

Art. 5. Soggetti economici ammessi a presentare offerte e requisiti di partecipazione

La partecipazione alla gara è aperta ai soggetti (detti anche operatori economici) di cui all'art. 34 del D.Lgs 12 aprile 2006, n. 163 e s.m.i.

Si applicano le disposizioni di cui agli art. 36 e 37 D.lgs. 163/2006 ai consorzi stabili, ai raggruppamenti temporanei o ai consorzi ordinari di concorrenti.

L'ammissione alla partecipazione è subordinata al possesso dei seguenti requisiti:

- l'insussistenza delle condizioni di esclusione dalla partecipazione agli appalti pubblici di cui all'articolo 38, comma 1 del D.Lgs 163/2006 mediante dichiarazione resa ai sensi del DPR 445/2000;
- insussistenza della condizione di esclusione di cui all'art. 1-bis, comma 14, della L 383/2001, (Norme per incentivare l'emersione dell'economia sommersa) mediante dichiarazione di non avvalersi dei piani individuali di emersione;
- insussistenza delle cause di esclusione di cui alla L.R. Puglia 28/2006 (Disciplina in materia di contrasto al lavoro non regolare);
- il possesso dei requisiti di idoneità professionale di cui all'art. 39 del D.Lgs. 163/2006 mediante dichiarazione resa ai sensi del DPR 445/2000;
- **iscrizione al registro delle imprese** della Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura della Provincia in cui l'impresa ha sede, ovvero iscrizione in analogo registro dello Stato di appartenenza (all. XI C del Codice dei Contratti), dal cui oggetto sociale risulti che il campo di attività del concorrente sia: **servizi pubblicitari**. Nel caso di organismo non tenuto all'obbligo di iscrizione in C.C.I.A.A., deve essere presentata la dichiarazione del legale rappresentante resa in forma di autocertificazione ai sensi del D.P.R. n. 445/2000, con la quale si dichiara l'insussistenza del suddetto obbligo. In tale caso è necessaria la presentazione di copia dell'Atto Costitutivo e dello Statuto da cui risulti l'operatività del concorrente nel settore oggetto della presente gara: servizi pubblicitari.

Per partecipare alla gara, oltre ai requisiti di carattere generale di cui all'art. III.1, ai sensi dell'art. 41 del D.Lgs 163/2006 ai concorrenti è richiesta, a pena di inammissibilità, la prova della **capacità economico-finanziaria** mediante la produzione di uno tra i seguenti documenti:

- dichiarazione di almeno un istituto bancario o intermediario autorizzato ai sensi del D.Lgs. 385/1993;
- bilanci o estratti dei bilanci della società, ovvero dichiarazione sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/2000, relativa al triennio precedente la data di pubblicazione del presente bando;
- dichiarazione, sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/2000, concernente il fatturato globale dell'impresa e il fatturato specifico relativo ai servizi e forniture nel settore oggetto della gara, realizzati negli ultimi tre esercizi.

Per partecipare alla gara, oltre ai requisiti di carattere generale di cui all'art. III.1, ai sensi dell'art. 42 comma 1 lett. a) del D.Lgs 163/2006 ai concorrenti è richiesta la prova della **capacità tecnica** mediante la produzione di:

- elenco dei principali servizi e forniture prestate negli ultimi tre esercizi con l'indicazione degli importi, delle date e dei destinatari, pubblici o privati, dei servizi o forniture stessi; se trattasi di servizi e forniture prestati a favore di amministrazioni o Enti pubblici, esse sono provate da certificazioni rilasciate e vistate dalle amministrazioni o dagli Enti medesimi; se trattasi di servizi e forniture prestati a privati, l'effettuazione effettiva della prestazione è dichiarata da questi. In mancanza delle citate certificazioni o dichiarazioni, le stesse potranno essere prodotte dal concorrente in conformità alle disposizioni rese ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR 445/2000.

Nel **gruppo di lavoro** indicato nell'offerta dovranno, a pena di esclusione, essere inserite le seguenti figure professionali:

- un esperto, con funzione di capo-progetto/coordinatore "*account executive*", con almeno 3 anni di esperienza lavorativa nel settore della comunicazione d'impresa e/o istituzionale maturata alla data di pubblicazione del presente bando;
- un direttore creativo d'agenzia con almeno 5 anni di esperienza nella comunicazione d'impresa e/o istituzionale maturata alla data di pubblicazione del presente bando;
- un esperto grafico nel settore editoriale e pubblicitario con almeno 3 anni di esperienza lavorativa maturata alla data di pubblicazione del presente bando;
- un esperto programmatore/sviluppatore web con almeno 3 anni di esperienza lavorativa maturata alla data di pubblicazione del presente bando.

Il rispetto di tali requisiti verrà verificato sulla base dei curriculum vitae del gruppo di lavoro allegati alla domanda di partecipazione.

Il mancato possesso, anche di uno solo dei requisiti richiesti, determina l'esclusione dalla gara.

Art. 6. Termini di partecipazione alla gara

Per partecipare alla gara, gli operatori economici interessati dovranno spedire tutta la documentazione richiesta, predisposta con le modalità di seguito indicate, entro e non oltre le **ore 18.00 del 31 marzo 2014**, a pena di esclusione, con qualsiasi mezzo, presso

**Fondazione Apulia Film Commission
Cineporti di Puglia / sede di Bari
c/o Fiera del Levante, Lungomare Starita 1, 70132 Bari**

Si precisa che gli orari di apertura al pubblico sono dal lunedì al venerdì 9.30/13.30 – 15.00/18.00.

Oltre il predetto termine, non sarà ritenuta ammissibile alcuna altra offerta, anche se sostitutiva, integrativa o aggiuntiva di offerta precedente.

L'inoltro della documentazione è a completo ed esclusivo rischio del concorrente, restando esclusa qualsivoglia responsabilità di AFC ove, per disguidi postali o di qualsiasi altra natura ovvero per qualsiasi altro motivo, il plico non pervenga all'indirizzo di destinazione entro il termine perentorio sopra indicato.

Non saranno in alcun caso presi in considerazione i plichi spediti oltre il suddetto termine di scadenza, anche per ragioni indipendenti dalla volontà del concorrente. Tali plichi non verranno aperti e saranno considerati come non consegnati. Potranno essere restituiti al concorrente su sua richiesta scritta.

Ai fini dell'accertamento del rispetto del termine di presentazione farà fede unicamente il timbro postale o del corriere privato autorizzato con l'attestazione della data di spedizione (comprensiva di ora in caso in cui il recapito avvenga nell'ultimo giorno utile).

Art. 7. Modalità di partecipazione alla gara

Per poter partecipare alla presente procedura di gara i concorrenti interessati, in possesso dei requisiti previsti all'art. 5, dovranno far pervenire le offerte in un unico plico, opportunamente sigillato e siglato sui lembi di chiusura, contenente tutta la documentazione afferente la procedura di gara, avendo cura di apporre sul plico la dicitura

“Procedura di gara per l'affidamento servizi di comunicazione della Fondazione Apulia Film Commission per il triennio 2014 – 2017”.

All'interno del plico dovranno essere inserite, **a pena di esclusione**, e opportunamente sigillate e siglate sui lembi di chiusura, le seguenti buste, identificate come indicato:

- a) Busta A – Documentazione Amministrativa**
- b) Busta B – Offerta Tecnica**
- c) Busta C – Offerta Economica**

Sulla busta A, **a pena di esclusione**, dovrà apporsi la seguente dicitura:

“BUSTA A) – DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA – gara comunicazione AFC”

All'interno della busta va inserita la documentazione qui elencata:

- la Domanda di partecipazione redatta conformemente al fac-simile qui allegato;
- Dichiarazione sostitutiva resa ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR 445/2000 del Documento Unico di Regolarità Contributiva (come specificato nella domanda);
- Documentazione relativa ai requisiti di ordine generale di cui all'art. 5 del presente Bando di Gara;
- Documentazione relativa ai requisiti economico-finanziari di cui all'art. 5 del presente Bando di Gara;
- Documentazione relativa ai requisiti tecnici di cui all'art. 5 del presente Bando di Gara;
- I curricula in formato europeo, redatti in autocertificazione ai sensi del DPR n. 445/2000, relativi al gruppo di lavoro indicato all'art. 5, debitamente sottoscritti in modo leggibile dagli interessati, da cui si evincano le esperienze professionali idonee ai fini di quanto richiesto.
- Documentazione attestante l'avvenuto versamento da parte del concorrente del contributo dovuto a favore dell'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, nell'entità e con le modalità previste dalla Deliberazione del 21 dicembre 2011 in attuazione dell'art. 1, commi 65 e 67, della Legge 23 dicembre 2005, n. 266. I concorrenti a pena di esclusione, devono effettuare il pagamento del contributo previsto dalla legge in favore dell'Autorità, per un importo pari ad euro 20,00 scegliendo tra le seguenti modalità di cui alla deliberazione dell'Autorità del 21 dicembre 2011, allegando ricevuta di pagamento alla documentazione di gara:
 - a) online mediante carta di credito dei circuiti Visa, MasterCard, Diners, American Express collegandosi al “Servizio riscossione” dell'Autorità e seguendo le istruzioni a video oppure, ove emanato, il manuale del servizio.
 - b) in contanti sulla base del modello di pagamento rilasciato dal “Servizio di riscossione” dell'Autorità, presso tutti i punti vendita della rete dei tabaccai lottisti abilitati al pagamento di bollette e bollettini (il punto di vendita più vicino è individuato attivando la voce “contributo AVCP” tra le voci di servizio previste dalla funzione “Cerca il punto vendita più vicino a te”) all'indirizzo <http://www.lottomaticaservizi.it>.

Per i soli operatori esteri il pagamento potrà essere effettuato anche tramite bonifico bancario internazionale, sul conto corrente bancario n. 4806788, aperto presso il Monte dei Paschi di Siena (IBAN: IT 77 0 01030 03200 0000 04806788), (BIC: PASCITMMROM) intestato all'Autorità per la Vigilanza sui Contratti Pubblici di Lavori, Servizi e Forniture, riportando come causale del versamento esclusivamente il codice identificativo ai fini fiscali utilizzato nel paese di residenza o di sede del partecipante e il codice CIG che identifica la procedura alla quale si intende partecipare.

Si precisa che la stazione appaltante è tenuta (al fine di valutare una eventuale esclusione dalla gara) a controllare, tramite l'accesso al SIMOG, l'avvenuto pagamento del contributo all'Autorità, l'esattezza dell'importo e la rispondenza del CIG riportato sulla ricevuta di versamento con quello assegnato alla procedura in corso.

- Documento Pass rilasciato dopo aver effettuato la registrazione al servizio AVCPass al link <https://ww2.avcp.it/idp-sig/> ed aver indicato il CIG 5597805ECE relativo alla presente procedura.

Tutta la documentazione comprovante i requisiti di ordine generale, nonché quelli di ordine economico-finanziario e tecnico potranno essere rese in forma di copia autenticata ai sensi del DPR 445/2000 ovvero in forma di autocertificazione resa ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR 445/2000.

Si precisa che alle dichiarazioni e alle attestazioni di conformità all'originale ai sensi del DPR n. 445/2000 dovrà essere allegata **a pena di esclusione** copia fotostatica del documento d'identità, in corso di validità, del soggetto firmatario o di altro documento di riconoscimento equipollente ai sensi dell'art.35 secondo comma del D.P.R. n. 445/2000. La documentazione può essere sottoscritta anche dal "procuratore/i" della società ed in tal caso va allegata copia della relativa procura notarile (GENERALE O SPECIALE) o altro documento da cui evincere i poteri di rappresentanza.

Sulla busta B, **a pena di esclusione**, dovrà apporsi la seguente dicitura:

“BUSTA B) – OFFERTA TECNICA – gara comunicazione AFC”

La busta B deve contenere al suo interno un indice completo di quanto in essa contenuto, nonché, come da art. 3, **a pena di esclusione dalla gara**:

- Metodologia per lo svolgimento dei servizi;
- Materiali grafici;
- Campagne di comunicazione (N. 2 campagne per target nazionale ed internazionale, N. 1 per i Cineporti di Puglia);
- Servizi web;
- Piano media e mezzi.

L'offerta tecnica (progetto), dalla quale si evinca in modo completo e dettagliato la proposta creativa articolata coerentemente con il piano media e quanto previsto dal capitolato speciale, indicando anche le eventuali opzioni migliorative che l'offerente ritiene di proporre rispetto a quanto esplicitamente richiesto.

In particolare, la suddetta offerta dovrà essere:

- presentata su fogli singoli con una numerazione progressiva ed univoca delle pagine;
- contenuta entro e non oltre le 30 (trenta) pagine;
- prodotta anche su supporto informatico e, **a pena di esclusione**, essere sottoscritta con

firma leggibile dal legale rappresentante/procuratore – indicando la qualifica del sottoscrittore - dell'impresa concorrente in forma singola o del Consorzio di cui all'art. 34, comma 1 lett. b) e c) del Codice dei Contratti, ovvero dal legale rappresentante/procuratore dell'impresa capogruppo in caso di RTI o Consorzio già costituito, ovvero ancora nel caso di RTI o Consorzio da costituire, deve essere sottoscritta da tutti i legali rappresentanti/procuratori delle imprese costituenti il futuro raggruppamento temporaneo o consorzio.

Sulla busta C, **a pena di esclusione**, dovrà apporsi la seguente dicitura:

“BUSTA C) – OFFERTA ECONOMICA – gara comunicazione AFC”

La busta “C” dovrà contenere al suo interno l'offerta economica, da prodursi in una copia originale su carta intestata dell'azienda partecipante. L'offerta deve riportare:

- l'indicazione della percentuale di ribasso - con due cifre decimali - offerta sull'importo posto a base d'asta. Eventuali cifre decimali oltre la seconda non verranno considerate;
- il conseguente prezzo complessivo offerto per l'appalto, in cifra e in lettere (IVA esclusa).

L'offerta economica dovrà rimanere fissa ed invariabile a tutti gli effetti per un periodo pari a 180 giorni dalla scadenza del termine per la sua presentazione. Tutti gli importi di cui alla presente offerta dovranno essere espressi sia in cifre che in lettere. In caso di discordanza tra il prezzo espresso in cifre e quello indicato in lettere, prevarrà quello espresso in lettere. L'offerta economica, **a pena di esclusione dalla procedura di gara**, deve essere sottoscritta con firma leggibile dal legale rappresentante/procuratore – indicando la qualifica del sottoscrittore - dell'impresa concorrente in forma singola o del Consorzio di cui all'art. 34, comma 1 lett. b) e c) del Codice dei Contratti, ovvero dal legale rappresentante/procuratore dell'impresa capogruppo in caso di RTI o Consorzio già costituito, ovvero ancora nel caso di RTI o Consorzio da costituire, deve essere sottoscritta con firma leggibile da tutti i legali rappresentanti/procuratori delle imprese costituenti il futuro raggruppamento temporaneo o consorzio.

Art. 8. Criteri e procedure di valutazione e aggiudicazione

Fermi restando i requisiti di ammissione di cui all'art. 5, le offerte saranno valutate secondo i criteri di seguito stabiliti.

La selezione sarà svolta da una Commissione di Valutazione nominata dalla Fondazione Apulia Film Commission con successiva determinazione dirigenziale, ai sensi dell'articolo 84 Codice appalti e contratti pubblici.

La prima fase si svolgerà in seduta pubblica in data giovedì **10 aprile 2014**, alle ore 10,00, presso la sede legale e operativa dell'Apulia Film Commission. All'apertura delle Buste A) contenenti la documentazione amministrativa potranno quindi assistere i legali rappresentanti dei soggetti partecipanti ovvero soggetti muniti di procura speciale con sottoscrizione ai sensi di legge, loro conferita dai suddetti legali rappresentanti. In tale fase si verificherà preliminarmente il rispetto dei termini e delle modalità di presentazione delle

offerte, quindi si procederà al controllo di ammissibilità (Busta A), con particolare riferimento alla completezza e correttezza della documentazione presentata.

La mancanza anche di un solo documento comporta l'esclusione dell'offerta.

Terminata tale fase, la Commissione formerà l'elenco delle offerte ammesse alla valutazione.

Le operazioni proseguiranno, in seduta riservata, nel corso della quale la Commissione procederà alla valutazione delle offerte tecniche (Busta B) mediante l'applicazione dei seguenti parametri, attribuendo a ciascuna offerta un punteggio massimo di 100 punti articolato come segue:

- offerta tecnica (max punti 70/100; minimo 50 punti);
- offerta economica (max punti 30/100).

Si considerano non idonee le offerte che non raggiungono il punteggio minimo nelle voci sopra indicate.

L'offerta tecnica consentirà l'assegnazione di un punteggio massimo di 70 punti, sulla base dei criteri di seguito indicati e dei relativi sub-criteri con l'attribuzione dei relativi punteggi e sub-punteggi, come di seguito specificato:

Valutazione Offerta Tecnica (max 70 punti)		
Criterio	Sub Criterio	Punteggio massimo attribuibile
1. Coerenza e completezza della proposta progettuale		10
Totale 1		10
2. Qualità del progetto	Efficacia e funzionalità della strategia comunicativa in relazione agli obiettivi da realizzare	10
	Impatto visivo, creatività, bellezza e funzionalità dell'insieme della grafica proposta	25
	Coerenza ed efficacia dell'attività di monitoraggio	5
Totale 2		40

3. Approccio Metodologico impiegato per l'organizzazione e l'esecuzione del servizio	Modalità di pianificazione dei servizi da realizzare con riferimento a tempi e fasi di realizzazione del servizio	5
	Soluzioni organizzative individuate per la realizzazione delle diverse attività con particolare riferimento alla coerenza, all'efficienza ed all'efficacia nell'assegnazione dei compiti alle risorse impiegate	5
Totale 3		10
4. Qualità degli ulteriori servizi proposti	Proposte migliorative e/o servizi aggiuntivi	10
Totale 4		10

La Commissione, tenuto conto dei criteri stabiliti, assegnerà i relativi punteggi.

Al termine della valutazione, la Commissione stilerà la graduatoria delle concorrenti in base al punteggio conseguito per l'offerta tecnica e **saranno ammesse alla fase successiva di valutazione** dell'offerta economica le sole offerte che abbiano ottenuto un punteggio minimo di almeno 50/70.

La Commissione comunicherà quindi ai soggetti ammessi alla fase successiva di valutazione la data in cui si procederà, in seduta pubblica, all'apertura della Offerta Economica (Busta C).

In quella sede la Commissione procederà ad assegnare il relativo punteggio a ciascuna offerta tenendo conto che l'offerta economica consentirà l'assegnazione di massimo 30 punti relativamente al prezzo offerto.

Il punteggio sarà assegnato sulla base della seguente formula:

Valutazione Offerta Economica (max 30 punti)		
Criterio	Sub Criterio	Punteggio massimo attribuibile
Prezzo offerto per i servizi di comunicazione richiesti	Punteggio = $P_m / P_e \times 30$ (dove per P_m si intende minor prezzo offerto e per P_e si intende il prezzo dell'offerta esaminato)	30
TOTALE		30

Il prezzo offerto non potrà essere superiore, **pena l'esclusione**, al prezzo posto a base di gara.

La Commissione stilerà quindi la graduatoria provvisoria sulla base dei punteggi conseguiti da ciascun soggetto per l'offerta tecnica e per quella economica. L'aggiudicazione provvisoria avverrà a favore del soggetto primo in graduatoria.

Si precisa che la stazione appaltante provvederà, dopo la verifica dei requisiti tramite il sistema AVCPass come previsto dalla Delibera n. 111 del 20.12.2012 dell'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici, all'aggiudicazione definitiva. Nel caso in cui i controlli effettuati presso il sistema AVCPass non confermino le dichiarazioni rese dal concorrente, la stazione appaltante procederà all'esclusione dello stesso dalla gara.

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

La Stazione Appaltante si riserva comunque la facoltà di non aggiudicare il servizio qualora nessuna delle offerte presentate sia ritenuta idonea.

Le eventuali offerte anormalmente basse saranno sottoposte a verifica di anomalia ai sensi degli artt.86 e ss. D.Lgs. n.163/2006.

Dell'aggiudicazione sarà data comunicazione all'aggiudicatario e ai contro interessati tramite posta elettronica, all'indirizzo indicato nella domanda di partecipazione.

E' fatto assoluto divieto di subappalto anche parziale della fornitura aggiudicata.

Art. 9. Verifica dei requisiti

La verifica del possesso dei requisiti di carattere generale e di partecipazione alla procedura avverrà ai sensi dell'art. 6 bis del D.Lgs. 163/2006 e della delibera dell'AVCP n. 111 del 20.12.2013, attraverso l'utilizzo del sistema AVCPass, reso disponibile dall'Autorità, al quale tutti i soggetti interessati a partecipare alla presente procedura devono registrarsi accedendo all'apposito link sul portale AVCP (servizi ad accesso riservato /AVCPass: <https://ww2.avcp.it/idp-sig/>) secondo le istruzioni ivi contenute.

Art. 10. Durata del contratto

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, nessuna esclusa.

Art. 11. Termini di pagamento

La Società assuntrice del servizio dovrà presentare le relative fatture per **SAL mensili** (stato avanzamento lavori) sulla base del cronoprogramma proposto a:

Fondazione Apulia Film Commission
Sede Legale: Cineporti di Puglia/Bari 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 Apulia Film Commission 2014-2017", oltre al CIG e ai CUP di progetto, indicati dalla Fondazione. Si precisa altresì che al fine dell'erogazione, alla scadenza dei termini di pagamento previsti (30 gg.), si dovrà produrre la **dichiarazione sostitutiva della presentazione del Documento Unico di Regolarità e del Conto Corrente Dedicato** come previsto dalla legge 136/2010 e s.m.e i. (da produrre anche nel caso in cui le imprese non abbiano dipendenti, a condizione che abbiano l'obbligo di assicurarsi sia presso l'INAL che presso l'INPS), unitamente ad una **dichiarazione sostitutiva, resa ai sensi del DPR N. 445 del 2000**, con cui si attesta l'adempimento degli obblighi richiesti dal DL n. 83 del 2012, art 13-ter, nell'ambito dei contratti di appalto e subappalto di opere e servizi, ovvero il regolare versamento dell'IVA e delle ritenute.

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).

Le fatture, dopo la verifica effettuata dal Responsabile del Procedimento, saranno liquidate entro 30 (trenta) giorni 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 l'agente della riscossione Equitalia SpA o sue società controllate o collegate, posto che la Fondazione Apulia Film Commission allegherà alla fattura, liberatoria al pagamento da parte dell'amministrazione fiscale dello Stato.

Art. 12. Tutela della privacy e accesso agli atti

Ai sensi del D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i., s'informa che il titolare dei dati rilasciati per la partecipazione alla presente gara è la Fondazione Apulia Film Commission.
Il diritto di accesso agli atti potrà essere esercitato nelle forme e secondo le modalità di cui alla L. 241/90 ed al d.p.r. n.184 del 12.4.2006, ovvero in osservanza alle modalità previste dal "Regolamento per la disciplina del diritto di accesso ai documenti amministrativi della Fondazione Apulia Film Commission", approvato dal Consiglio di Amministrazione del 25 settembre 2012.

Art. 13. Contatti e info

Per delucidazioni circa la presente gara o informazioni, si prega di contattare la AFC per e-mail all'indirizzo email@apuliafilmcommission.pec.it, specificando nell'oggetto della stessa "Gara comunicazione Apulia Film Commission triennio 2014 - 2017", entro 5 giorni dal termine ultimo della presentazione delle offerte.

Il Capitolato tecnico, la modulistica ed ogni altro documento concernente la procedura è pubblicato ed a disposizione dei concorrenti sul sito www.apuliafilmcommission.it.

Fondazione Apulia Film Commission
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

Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2 del D.lgs. n.39 del 1993

Segue allegato capitolato tecnico e domanda di partecipazione.