

AVVISO DI INDAGINE ESPLORATIVA PER LA RICHIESTA DI PREVENTIVI AL FINE DELL’AFFIDAMENTO DIRETTO, TRAMITE MERCATO ELETTRONICO (M.E.P.A.), DEL SERVIZIO DI REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA INFORMATIVA DI PREVENZIONE E CONTRASTO DELLE TRUFFE AGLI ANZIANI. CIG: Z21325438C

PREMESSA – INDICAZIONI GENERALI

L’Amministrazione Comunale di Ferrara intende procedere, a mezzo della presente indagine esplorativa, all’individuazione di un operatore economico per l’affidamento diretto del servizio di realizzazione di una campagna informativa di prevenzione e contrasto delle truffe agli anziani tramite trattativa diretta nel Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (M.E.P.A.).

Il presente avviso, predisposto nel rispetto dei principi di libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità e pubblicità, non costituisce invito a partecipare a gara pubblica, né un’offerta al pubblico (art. 1336 del codice civile) o promessa al pubblico (art. 1989 del codice civile), ma ha lo scopo di esplorare le possibilità offerte dal mercato al fine di affidare direttamente il servizio.

L’indagine in oggetto non comporta l’instaurazione di posizioni giuridiche od obblighi negoziali. Il presente avviso, pertanto, non vincola in alcun modo questa Stazione Appaltante che si riserva, comunque, di sospendere, modificare o annullare il presente avviso esplorativo e di non dar seguito al successivo procedimento di affidamento diretto, senza che i soggetti richiedenti possano vantare alcuna pretesa, nonché di procedere all’affidamento del servizio anche in presenza di un’unica offerta valida.

Le proposte ricevute si intenderanno impegnative per il fornitore per un periodo di massimo 60 giorni, mentre non saranno in alcun modo impegnative per la Stazione Appaltante, per la quale resta salva la facoltà di procedere o meno a successive e ulteriori richieste di offerte volte all’affidamento del servizio in di cui all’oggetto.

1. OGGETTO E DURATA DEL SERVIZIO

La presente indagine ha come oggetto **l’ideazione e progettazione:**

- di uno spot televisivo ed uno spot radiofonico, con acquisto di spazi pubblicitari per la relativa messa in onda;
- di uno spot grafico e di testo, con acquisto di spazi pubblicitari per la relativa pubblicazione sulla stampa locale;
- della grafica e del testo di un volantino/brochure pieghevole e della relativa stampa di almeno n. 5.00 unità per la distribuzione;
- della grafica e del testo di una locandina informativa, con previsione della relativa stampa di almeno n. 100 unità per la diffusione;
- di un video informativo sulla campagna di prevenzione della durata minima di due minuti;
- della grafica e del testo di un post da inserire nel sito istituzionale del Comune e da pubblicare sui canali social del Comune.

Scopo della campagna è quello di utilizzare una pluralità di strumenti comunicativi per ottenere la capillarità dell’informazione.

Tutte le attività di comunicazione dovranno contenere:

- il logo e lo slogan identificativi della campagna di prevenzione delle truffe, vincitori del *contest* effettuato presso gli studenti dell’Istituto Einaudi di Ferrara;
- consigli, suggerimenti e precauzioni semplici per prevenire e scongiurare le truffe, spiegati con linguaggio semplice ed immediato, che avverta del pericolo su tematiche quali, a titolo esemplificativo, furti, scippi, borseggi, truffe e raggiri presso la propria abitazione, al telefono, ed inoltre operazioni agli sportelli automatici di banca e posta,

suggerimenti per usare in tutta sicurezza internet, ecc.;

- un linguaggio finalizzato alla comprensione di un pubblico *over 65*. Pertanto, non dovranno essere utilizzati termini amministrativi o in lingua straniera e si dovranno veicolare le informazioni ed i contenuti “traducendo” concetti e termini tecnici con uno stile informativo oggettivo e parole di uso corrente per garantire la massima accessibilità alle informazioni da parte di tutti;

- i riferimenti a cui chiedere aiuto o per ricevere informazioni e consigli:

- telefono e recapiti dello Sportello Sociale Unico Integrato (sportello situato in Corso Giovecca n. 203 presso la Cittadella della Salute, che offre un servizio di primo ascolto e di informazione ed orientamento ai servizi presenti sul territorio – Recapiti telefonici: 349-3142452, 342-8951860, 0532-099932 - e-mail: sportellosocialeui@aspfe.it, sito internet: <http://www.aspfe.it/p/13/ssui.html>;
- sito web del Comune di Ferrara (<https://www.comune.fe.it/>),
- canali social comunali (Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Slideshare, Instagram, Pinterest),
- Forze dell’Ordine,
- ecc...

Tutti gli oneri correlati alla campagna informativa ed ogni e qualsivoglia altro costo non espressamente contemplato (es. eventuale pagamento dei diritti d’autore ecc) saranno a carico dell’offerente.

Resta inteso che il Comune di Ferrara rimane estraneo ai rapporti contrattuali tra l’affidatario e le concessionarie degli spazi pubblicitari; pertanto l’affidatario si obbliga a tenere indenne il Comune di Ferrara da qualsivoglia pretesa avanzata da queste ultime con riferimento ai servizi resi in relazione al presente affidamento.

Le campagne devono prevedere l’inizio della messa in onda degli spot televisivi e radiofonici, la pubblicazione su stampa locale, la stampa di volantini/brochure e locandine, la produzione del video e la pubblicazione sul sito e sui social comunali entro giorni 30 (trenta) dalla data di stipula del contratto mediante piattaforma del Mercato Elettronico e concludersi entro il 31 ottobre 2021.

L’iniziativa è finanziata dal Ministero dell’Interno, in collaborazione con Prefettura-UTG di Ferrara e di tale finanziamento/collaborazione si dovrà attribuire apposito riscontro in tutte le iniziative previste con modalità che verranno congiuntamente stabilite fra Comune e ditta affidataria del servizio.

Per conferire completezza e coerenza a tutti gli elementi grafici, comunicativi e multimediali, il Comune di Ferrara si riserva di validare preventivamente le attività comunicative, nonché di intervenire per definire aspetti di dettaglio rispetto a quanto proposto.

Specifiche Tecniche

A) Comunicazione televisiva

La campagna televisiva dovrà prevedere l’ideazione di uno spot della durata minima di trenta secondi e la messa in onda dello stesso nell’emittente locale Telestense.

La pianificazione dovrà prevedere la messa in onda dello spot esclusivamente in testa, in coda o durante l’edizione della sera del telegiornale dedicato alla città di Ferrara.

Non viene indicato un numero di passaggi minimi.

Si riporta di seguito l’elenco esplicativo, ma non esaustivo, dei servizi, prodotti e materiali da realizzare:

spot tv, comprensivo di *concept*, *script*, *storyboard*, riprese video, montaggio audio e video,

postproduzione, selezione musica *royalties free*, selezioni attori non famosi. Finalizzazione ed *export file* per messa in onda.

B) Comunicazione radiofonica

La campagna radiofonica dovrà prevedere l'ideazione di uno spot della durata minima di trenta secondi e la messa in onda dello stesso sulle emittenti locali Radio Dolce Vita, Rete Alfa e Radio Sound.

La pianificazione dovrà prevedere la messa in onda dello spot esclusivamente nella fascia oraria 7-13.

Non viene indicato un numero di passaggi minimi.

Si riporta di seguito l'elenco esplicativo, ma non esaustivo, dei servizi, prodotti e materiali da realizzare:

spot radiofonico, *speaker* non famoso, post-produzione e finalizzazione del *file* nei formati idonei per la messa in onda per le varie emittenti radiofoniche.

C) Spot per la stampa locale

L'attività si declina nell'ideazione e progettazione/composizione grafica di uno spot da pubblicare sulla stampa locale (La Nuova Ferrara, Il Resto del Carlino di Ferrara, estense.com), comprensiva di testi ed immagini.

La pianificazione della campagna deve prevedere:

- il numero di pubblicazioni che saranno effettuate su ciascun quotidiano fino alla fine della campagna;
- la posizione dello spot nella struttura del quotidiano e il taglio alto, medio o basso all'interno della pagina scelta.

D) Volantini o Brochure Pieghevoli

L'attività prevede l'ideazione e la progettazione di grafica e testo di un volantino o di una *brochure* pieghevole e della relativa stampa.

La pianificazione della stampa del materiale deve indicare la quantità di copie offerte, partendo da un minimo di 5.000 unità e tenendo in considerazione che il materiale cartaceo dovrà essere in quantità sufficiente per la diffusione porta a porta e nei maggiori punti di ritrovo degli anziani (studi medici, centri commerciali, associazioni che offrono servizi per anziani, ecc.).

La distribuzione del materiale cartaceo non è inclusa in questa attività.

E) LOCANDINA INFORMATIVA

L'attività prevede l'ideazione e la progettazione di grafica e testo di una locandina e della relativa stampa.

La pianificazione della stampa deve indicare la quantità di copie offerte, partendo da un minimo di 100 unità e tenendo in considerazione che il materiale cartaceo dovrà essere in quantità sufficiente per la distribuzione nei maggiori punti di ritrovo degli anziani (studi medici, centri commerciali, associazioni che offrono servizi per anziani, ecc.).

La distribuzione del materiale cartaceo non è inclusa in questa attività.

F) VIDEO

L'attività prevede l'ideazione di un breve cortometraggio che sia utile per veicolare i suggerimenti ed i consigli per evitare le truffe agli anziani in modo facilmente fruibile e accattivante.

Il video deve avere una durata minima di 2 minuti.

Si riporta di seguito l'elenco esplicativo, ma non esaustivo, dei servizi, prodotti e materiali da realizzare:

concept, script, storyboard, riprese video, montaggio audio e video, postproduzione, selezione musica *royalties free*, selezioni attori non famosi. Finalizzazione ed *export file* per riproduzione.

G) Post per sito web e canali social comunali

L'attività consiste nella progettazione della grafica e del testo di *post* da inserire o linkare nel sito internet istituzionale del Comune e sui canali *social* del Comune.

Proprietà e diritti

Il Comune di Ferrara acquisisce la proprietà piena ed esclusiva di tutti i prodotti di cui alla presente procedura con il diritto di utilizzarli liberamente e senza alcuna condizione o limitazione, sia per la diffusione sia per la realizzazione di altro materiale informativo.

Scelta della concessionaria di spazi pubblicitari

L'affidatario dovrà procedere all'individuazione delle concessionarie di spazi pubblicitari televisivi, radiofonici e sulla stampa locale facendo uso della massima diligenza professionale, in particolare adoperandosi per la scelta e la pianificazione secondo il più alto livello tecnico, per ottenere le tariffe più favorevoli e le migliori condizioni possibili per l'acquisto di spazi e servizi, e in generale per la migliore tutela degli interessi del Comune di Ferrara.

2. IMPORTO

L'importo massimo per l'espletamento del servizio è quantificato in € 37.000,00 (IVA ed oneri di legge inclusi), senza ammissioni di offerte in aumento.

Il suddetto corrispettivo è da intendersi complessivo, forfettario e omnicomprensivo, a remunerazione di ogni attività resa in relazione al servizio affidato, nonché comprensivo di tutte le spese inerenti e conseguenti alla sua esecuzione. Non sono presenti oneri di sicurezza.

3. REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

3.1 ISCRIZIONE MEPA

Abilitazione al MEPA, con attivazione all'iniziativa “**Servizi di informazione, Comunicazione e Marketing**” del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione.

3.2 REQUISITI GENERALI E DI IDONEITA'

Possono partecipare i soggetti di cui all'art. 45 del D.Lgs. n.50/2016, nel rispetto di quanto previsto agli artt. 47 e 48 del medesimo decreto ed in possesso dei seguenti requisiti:

- insussistenza di una qualsiasi causa di esclusione prevista dall'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016;
- Iscrizione nel registro tenuto dalla Camera di commercio industria, artigianato e agricoltura o nel registro delle commissioni provinciali per l'artigianato, o presso i competenti ordini professionali per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara.

La Ditta affidataria deve essere in regola con gli obblighi contributivi previdenziali e assistenziali.

La partecipazione alla presente trattativa diretta equivarrà ad una dichiarazione di possesso dei requisiti.

L'Amministrazione Comunale procederà, in capo all'aggiudicataria, all'espletamento dei controlli previsti delle linee Guida da ANAC n. 4.

4. CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE OFFERTE

Sarà oggetto di valutazione discrezionale la relazione descrittiva proposta dal concorrente contenente i seguenti elementi, elencati in ordine decrescente di importanza, di cui il RUP terrà conto al fine della valutazione del miglior preventivo:

A) IL PROGETTO CREATIVO: CONTENUTO DELLE ATTIVITA' COMUNICATIVE TELEVISIVE, RADIOFONICHE, SU STAMPA LOCALE, SU MATERIALE CARTACEO, SU VIDEO, SU WEB E CANALI SOCIAL

Saranno maggiormente e prioritariamente apprezzate le proposte che:

- utilizzino uno stile informativo semplice e diretto,
- propongano un contenuto ed una composizione grafica originali
- esprimano testi ed immagini efficaci per la veicolazione del messaggio con conseguente immediatezza e fruibilità del messaggio;
- utilizzino parole di uso corrente per garantire la massima accessibilità alle informazioni da parte di tutti.

Dovrà essere obbligatoriamente utilizzata una modalità di presentazione, ad esempio tramite indicazione di un *link* per la visione/ascolto degli spot, tramite la quale si possa fruire in modo chiaro dei contenuti della campagna informativa ideata.

La relazione descrittiva dovrà specificatamente contenere:

- a)** l'analisi del messaggio della campagna di comunicazione, con definizione della filosofia comunicativa e lo sviluppo del relativo progetto creativo;
- b)** lo studio del *target*, con individuazione del pubblico di riferimento e l'evidenziazione delle esigenze specifiche e delle aspettative attese;
- c)** la descrizione delle strategie di comunicazione che si intende adottare in relazione al *target* individuato ed al messaggio da veicolare.

B) IL PIANO D'AZIONE COMUNICATIVO

Saranno maggiormente e prioritariamente apprezzate le proposte che indicheranno in modo chiaro, puntuale ed esaustivo, anche con tabella di sintesi riepilogativa:

PER GLI SPOT TELEVISIVO E RADIOFONICO

- il numero di emittenti televisive e radiofoniche presso le quali andranno in onda gli spot;
- il numero passaggi degli spot per ciascuna emittente;
- i giorni e gli orari e la frequenza di messa in onda;
- la durata degli spot televisivo e radiofonico (saranno premiati formati di durata maggiore rispetto alla durata minima di 30 secondi);
- la tempistica di realizzazione;

PER LO SPOT SULLA STAMPA LOCALE

- la frequenza di pubblicazione dello spot su stampa;
- la posizione all'interno dei quotidiani e della pagina scelta;
- la tempistica di realizzazione;

PER I VOLANTINI/BROCHURE E PER LA LOCANDINA

- la quantità di materiale stampato (saranno premiate le offerte che includono il maggior numero di materiale stampato, partendo da un minimo di 5.000 unità per i volantini / *brochure* pieghevoli e di 100 unità per le locandine);
- la tempistica di realizzazione;

PER IL VIDEO

- la durata del cortometraggio (saranno premiati formati di durata maggiore rispetto alla durata minima di 2 minuti);
- la tempistica di realizzazione;

PER I POST SUL WEB E SUI SOCIAL

- le modalità ritenute più adeguate per inserire i post nel sito e nei canali social istituzionali (inserimento del post o tramite link esterno, contenuto fisso o con video/audio, frequenza di pubblicazione, ecc);
- la tempistica di realizzazione;

C) ESPERIENZA SPECIFICA ACQUISITA DALL'OPERATORE ECONOMICO IN SERVIZI ANALOGHI

Saranno maggiormente e prioritariamente apprezzate le proposte che indicheranno esperienza e competenza, dimostrabile con la presentazione di un elenco di servizi analoghi svolti nel quinquennio 2016-2020, con i seguenti dati:

- importi contrattuali (IVA esclusa);
- date di svolgimento;
- denominazione o ragione sociale e sede dei committenti dei servizi.

Per servizi analoghi si intendono servizi con le stesse caratteristiche prestazionali riguardanti cioè campagne di sensibilizzazione su tematiche di interesse pubblico.

Trattandosi di affidamento diretto previa richiesta di preventivi, il Responsabile Unico del Procedimento effettuerà discrezionalmente la valutazione dei preventivi stessi sulla base degli elementi sopra descritti, utilizzando come criteri di valutazione la qualità espressa per ciascun elemento, la qualità complessiva della proposta, la chiarezza e la completezza nella formulazione.

5. MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLA PROPOSTA

L'operatore economico interessato dovrà trasmettere la seguente documentazione firmata digitalmente dal titolare o legale rappresentante:

- DOMANDA DI PARTECIPAZIONE (allegato A al presente avviso);
- RELAZIONE DESCRITTIVA (con un'introduzione generale di presentazione e articolata secondo gli elementi specificati al punto 4 "Criteri di valutazione delle offerte").

La domanda di partecipazione e i relativi allegati dovranno essere inviati tramite pec all'indirizzo: serviziopolitichesociosanitarie@cert.comune.ferrara.it, indicando nell'oggetto "**Servizio di realizzazione di una campagna informativa di prevenzione e contrasto delle truffe agli anziani**".

La relazione e gli elaborati devono essere firmati digitalmente dal legale rappresentante. Nel caso di raggruppamento temporaneo di imprese, gli elaborati progettuali devono essere sottoscritti dal legale rappresentante di ciascuna delle imprese del raggruppamento.

6. TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLA PROPOSTA

L'offerta dovrà pervenire entro il termine perentorio delle **ore 12,00 del giorno 25 luglio 2021.**

ATTENZIONE: al fine di verificare il rispetto del termine di presentazione delle domande, faranno fede esclusivamente la data e l'ora di ricezione del servizio Protocollo del Comune di Ferrara.

7. PROCEDURA DI AFFIDAMENTO

Trattandosi di affidamento diretto previa richiesta di preventivi, il Responsabile Unico del

Procedimento effettuerà discrezionalmente la valutazione dei preventivi stessi sulla base degli elementi di cui sopra. L'affidamento consisterà in una Trattativa diretta, tramite Mercato elettronico (M.E.P.A.).

8. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679 GDPR - Regolamento generale sulla protezione dei dati - i dati personali forniti dai partecipanti saranno raccolti presso il Settore Servizi alla Persona, per le finalità di gestione della gara e saranno trattati con o senza ausilio di mezzi elettronici, limitatamente e per il tempo necessario agli adempimenti relativi alla gara.

Le medesime informazioni potranno essere comunicate alle amministrazioni pubbliche interessate alla verifica dei requisiti generali e speciali del partecipante.

Ai sensi dell'art. 15 del citato Regolamento l'interessato ha il diritto di ottenere la conferma che sia o meno in corso un trattamento di dati personali che lo riguardano e in tal caso, di ottenere l'accesso ai dati personali e alle informazioni specificate nel comma 1 del medesimo articolo. Inoltre l'interessato è titolare dei diritti di cui agli articoli 7, comma 3, 18, 20, 21 e 77 del suddetto Regolamento.

Il titolare dei Trattamenti di dati personali è il Comune di Ferrara (in seguito "Titolare"), con sede in Piazza del Municipio, 2 - Ferrara. Il Data Protection Officer (Responsabile della Protezione dei dati) è la Società Lepida S.c.p.a., email: dpo-team@lepida.it.

9. PUBBLICAZIONE DELL'AVVISO

L'avviso è visionabile sul sito internet Comune di Ferrara nella sezione Bandi di Gara.

10. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Ai fini del presente procedimento e ai sensi del D.Lgs. n. 50/2016 il Responsabile Unico del Procedimento è la Dott.ssa Alessandra Genesini, Dirigente del Settore Servizi alla Persona, nonché del Servizio Politiche Sociali, Sanitarie e Abitative del Comune di Ferrara.

**Logo e slogan da utilizzare per la campagna informativa
del Progetto "Prevenzione e contrasto delle truffe agli anziani"**

