



## **Bollettino ufficiale della Regione Puglia n. 36 del 13/03/2014**

### **FIERA DEL LEVANTE BARI**

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 Fiera del Levante per il periodo 2014-2015.

#### **Art. 1**

##### **Premesse e motivazioni**

Il Consiglio di Amministrazione dell'E.A. Fiera del Levante, con delibera assunta in data 4 marzo 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 e marketing, la realizzazione di servizi multimediali e la manutenzione e l'implementazione del sito web, delle App per smartphone e di una Web TV della Fiera.

Si premette che, ai sensi del Regio Decreto 3 ottobre 1929, n. 1874, avente ad oggetto la costituzione dell'Ente autonomo Fiera del Levante, e del proprio Statuto, la Fiera del Levante ha tra i suoi scopi quelli di:

- promuovere e valorizzare l'economia della Puglia e dell'intero Mezzogiorno, ed in particolare le imprese attive sul territorio regionale, creando le condizioni per attrarre in Puglia investimenti italiani ed esteri;
- promuovere attività di coordinamento con altre Fiere italiane e straniere anche per favorire business nazionali o internazionali, in particolare nel Mezzogiorno e nel bacino del Mediterraneo, intraprendendo ogni utile iniziativa tesa a favorire la collaborazione con organismi consimili operanti nelle altre regioni italiane e in tutta l'area euromediterranea, al fine di promuovere e sostenere la cooperazione tra le due sponde del Mediterraneo nei campi economici, imprenditoriali, turistici e culturali;
- sviluppare attività di marketing finalizzate alla promozione del territorio regionale in Italia e all'estero.

Tutto ciò premesso, la Fiera del Levante ha la necessità di individuare una società cui affidare la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionale e marketing, la realizzazione di servizi multimediali e la manutenzione e l'implementazione del sito web, servizi meglio dettagliati nell'allegato Capitolato Tecnico di Gara, situati presso la sede legale e operativa della Fiera.

#### **Art. 2**

##### **Campo di attività, obiettivi**

##### **e destinatari dell'azione di comunicazione**

Nell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali, la Fiera del Levante ha l'obiettivo primario di attrarre sul territorio investitori ed aziende che vogliano ampliare i loro mercati di riferimento alle aree precedentemente indicate, attraverso mezzi e strumenti differenti.

In particolare, l'Ente intende perseguire l'obiettivo su indicato promuovendo:

- il marchio Fiera del Levante e l'immagine dell'Ente nel suo complesso;
- ogni attività corporate;
- la Campionaria internazionale di settembre e le sue rassegne specializzate;
- sino a due Fiere organizzate direttamente dall'Ente nel corso dell'anno oggetto del presente bando;
- l'attività di ospitalità di eventi congressuali e/o spettacolari promossa anche a livello internazionale.

A cornice dell'attività di comunicazione e marketing, il sito internet istituzionale: [www.fieradellelevante.it](http://www.fieradellelevante.it) è lo strumento della principale veicolazione di contenuti e aggiornamenti alla platea di addetti ai lavori e non.

Questo 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). Di fondamentale utilità anche la Web TV alla quale vanno destinati continuativamente: operatore di ripresa, attrezzature e attività di montaggio. L'attività giornalistica è invece curata direttamente dagli uffici dell'Ente che supervisioneranno complessivamente anche tutte le fasi di lavorazione.

L'immagine aziendale dovrà essere promossa anche attraverso le campagne di comunicazione e marketing oggetto della presente procedura di gara.

Il target della comunicazione è costituito, a seconda dei progetti e delle attività oggetto di attenzione, dal panorama nazionale e internazionale dell'imprenditoria nei comparti economici di riferimento dell'Ente Autonomo Fiera del Levante, dall'intera popolazione centro-meridionale, dal 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;
- Manutenzione e implementazione sito e servizi web;
- Elaborazione piano media e mezzi.
- Attivazione Web TV

Qui di seguito il brief per l'attività di comunicazione relativa alla Fiera Campionaria Internazionale.

Descrizione della Campionaria di settembre:

1. è considerata l'evento fieristico barese per eccellenza, che attrae visitatori dalla Puglia e da fuori regione;
2. rappresenta l'evento identificativo dell'Ente stesso per tutti gli interlocutori, sia aziende che pubblico generico;
3. è una fiera generalista per i consumatori con una offerta multisetoriale;
4. rappresenta un grande punto di incontro tra domanda e offerta che mostra un'inversione di tendenza nella capacità attrattiva verso i visitatori, tornati ad aumentare dopo il crollo del 2011 e giunti a oltre 250.000 (265.000 paganti certificati nella scorsa edizione);

L'edizione 2014 della Campionaria Internazionale ripropone l'offerta merceologica degli anni passati, ma a questa aggiunge una serie di elementi spettacolari per rendere la Fiera più accattivante.

La lista dei saloni conferma la vocazione consumer della Campionaria:

Arredamento per interni e complementi d'arredo;

Sistemi di riposo;

Edilizia Abitativa e Outdoor, dalle porte alle finestre, alle finiture e materiali, agli arredi per esterni;

Agroalimentare;

Automotive e moto, dal nuovo all'usato garantito;

Artigianato internazionale (da tutti conosciuto come la "galleria delle nazioni");

Abbigliamento; Estetica e Wellness;

Pet world, animali da compagnia, alimentazione e accessori, acquari, assistenza veterinaria;

Shopping, accessori moda, articoli da regalo, piccoli elettrodomestici, casalinghi.

### Obiettivi

- Offrire ai suoi potenziali visitatori una forte diversificazione degli articoli esposti e contare così su una maggiore forza di attrazione;
- Rendere la Fiera l'ideale proseguimento delle vacanze estive.

### Strategia

Questi scopi vengono perseguiti anche con:

- una maggiore tendenza all'organizzazione di attività esperienziali in cui l'utente possa testare, apprendere (learning by doing), comprare.
- appuntamenti fissi con eventi spettacolari che connoteranno fortemente la manifestazione settembrina.

### Insight

L'identità di questa fiera generalista è legata alla percezione di scoperta del nuovo che, in passato, era in grado di generare nei visitatori. Oggi, in un mondo iperconnesso, questa identità deve contaminarsi e completarsi con esperienze utili alla domanda e all'offerta, aggiungendo servizi utili al visitatore (dalla visita con la App a laboratori di apprendimento, dal test di prodotto all'evento spettacolare), proponendo una nuova idea di scoperta e di luogo/momento in cui concedersi svago e shopping.

Questi aspetti sono connessi con ogni merceologia presente.

### Promessa

Inoltre, il periodo di svolgimento della rassegna -all'indomani delle vacanze estive- facilita l'idea di una giornata in Fiera come ideale proseguimento delle ferie. L'obiettivo deve essere vivere la fiera per una giornata intera.

Adulti e ragazzi dovranno, durante i giorni della Campionaria, sentirsi ancora liberi di passeggiare, di farsi attrarre dagli articoli in esposizione ed assistere a spettacoli musicali e di intrattenimento gustando prodotti tipici e prelibatezze anche estere, così come avranno fatto fino a pochi giorni prima nei posti di vacanza.

### Target di riferimento:

#### a) Visitatori

- Famiglie;
- Giovani generazioni;
- Bambini
- Business man
- Operatori italiani ed esteri

L'evento fieristico, dovrà essere considerato: utile, conveniente, allegro, divertente, ma sarà anche importante occasione di business per tutti gli operatori specializzati provenienti dal bacino di utenza della Fiera del Levante (Centro-Sud Italia, bacino del Mediterraneo ed Europa) che costantemente la considerano un appuntamento irrinunciabile.

#### b) Espositori

- Espositori fidelizzati
- Aziende, potenziali espositori, operanti nei settori interessati dalla manifestazione

Il messaggio dovrà essere chiaro e convincente nei confronti degli espositori (quelli fidelizzati ed i potenziali), che devono considerare utile e conveniente partecipare alla rassegna settembrina, anche in relazione al trend positivo del numero di visitatori degli ultimi anni, che è aumentato del 21% dal 2011 al 2012 e del 23% dal 2012 al 2013 (dati certificati ISFCERT).

### Creatività

La creatività dovrà, dunque, avere caratteristiche di validità e di efficacia sia per un utilizzo nei confronti di potenziali espositori che di potenziali visitatori (sia operatori qualificati che pubblico generico) ed essere, inoltre, adattabile con successo a diverse tipologie di media (stampa, tv, radio, affissione, dinamica, internet).

### 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 due rapporti di monitoraggio - uno riferito alla Campionaria, l'altro al resto delle attività - contenenti 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 Fiera del Levante.

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 Fiera lo ritenga necessario.

#### 2. ELABORAZIONE MATERIALI GRAFICI

L'attività riguarda la progettazione grafica dei prodotti (artwork) indicati nel capitolato.

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.

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

- Fiera del Levante;
- Comune di Bari;
- Provincia di Bari;
- Camera di Commercio di Bari;
- Regione Puglia;
- Banca Popolare di Bari

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 essere innovativi e diretti.

Le società partecipanti dovranno presentare esclusivamente - a pena di esclusione - una (1) sola proposta di campagna pubblicitaria istituzionale per ciascuna tipologia prevista.

### 4. SERVIZI WEB

Con riferimento al SITO, i servizi manutentivi richiesti sono:

- restyling di pagine esistenti;
- progettazione e sviluppo di pagine;
- sviluppo di pagine;
- attività di copy legata ad elementi strutturali del sito.

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.

L'aggiudicatario dovrà inoltre progettare e realizzare, di concerto con i relativi uffici dell'Ente interessati per quanto riguarda i contenuti, i seguenti tre servizi web:

- azioni di Direct E-mail Marketing per la sensibilizzazione di aziende potenziali espositori delle manifestazioni ad organizzazione diretta dell'Ente al fine della loro eventuale acquisizione come tali. Le citate azioni di D.E.M. andranno realizzate dall'aggiudicatario e, nella forma grafica, nei contenuti e nelle modalità operative, supervisionate dagli uffici dell'Ente interessati.
- una newsletter "Fiera del Levante" quindicinale, da realizzare su contenuti forniti dagli uffici dell'Ente interessati, la cui progettazione, sviluppo di template e sistema di invio saranno condotte dall'aggiudicatario su piattaforme mail-up o mail-chimp.
- cura e sviluppo dei profili social dell'Ente (soprattutto Facebook), sviluppati su due direttrici:

- composizione e inserimento, sotto la supervisione degli uffici dell'Ente interessati, di messaggistica informativa (post, tweet o altro) nei profili, con controllo costante dei commenti e, più in generale, della brand reputation dell'Ente e degli eventi in calendario;
- realizzazione di campagne adv e di post sponsorizzati su Facebook, da progettare ad integrazione delle campagne conventional di cui al punto 3. sotto la supervisione degli uffici dell'Ente interessati.

## 5. SVILUPPO APP

Sviluppo App Mobile "Fiera del Levante" per Android e iOS da collegare anche ad alcune sezioni del portale [www.fieradellevante.it](http://www.fieradellevante.it) e da coordinare ad esse nel funzionamento.

Le App dovranno integrarsi ed interfacciarsi con la base dati del portale, prevedendo attività di import dati di catalogo, mappe, immagini; dovranno altresì contemplare la gestione di un sistema di utenze e accessi.

Esse dovranno rappresentare un valido strumento di ausilio alla visita per gli operatori ed il pubblico generico e, contestualmente, un utile sistema di comunicazione diretta espositore-visitatore e viceversa, finalizzato al miglioramento della customer satisfaction.

## 6. ATTIVAZIONE WEB TV

L'aggiudicatario dovrà fornire:

- un cameraman;
- struttura di montaggio e tecnico che si occupi delle operazioni di messa on line. A disposizione per tutto il periodo indicato nel presente bando.

Sarà necessario integrare il personale tecnico di cui sopra nonché le strutture e le attività indicate, durante i periodi di svolgimento della Campionaria Internazionale (10 giorni) e delle altre due eventuali manifestazioni ad organizzazione diretta (5 giorni ciascuna), come meglio precisato nel Capitolato Tecnico, al fine di fronteggiare esigenze maggiori ad esse relative, nonché l'effettuazione di dirette streaming.

## 7. 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 Fiera del Levante, e che rimarrà di esclusiva pertinenza dell'agenzia aggiudicataria l'azione di esecuzione del piano media concordato con l'Ente 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 rimanda al capitolato tecnico per le aree di azione, le attività, gli strumenti, le quantità e la descrizione dei singoli servizi richiesti.

## Art. 4

Importo a base di gara

L'importo complessivo a base di gara per l'intera durata del contratto (periodo maggio 2014 - maggio 2015, fatte salve eventuali proroghe del progetto), è pari a euro 64.700,00 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 dalla 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";
- un direttore creativo d'agenzia;
- un esperto grafico nel settore editoriale e pubblicitario;
- un copywriter esperto in comunicazione di impresa;
- un esperto programmatore/sviluppatore web;
- un cameraman che sarà a disposizione dei giornalisti interni o esterni all'Ente, al bisogno;
- un tecnico di montaggio;

La mancanza, anche di una sola delle figure professionali richieste, determina l'esclusione dalla gara.

#### Art. 6

Termini di partecipazione alla gara

Per partecipare alla gara, gli operatori economici interessati dovranno far pervenire tutta la documentazione richiesta, predisposta con le modalità di seguito indicate, entro e non oltre le ore 12.00 del 9 aprile 2014, a pena di esclusione, con qualsiasi mezzo, presso

Ente Autonomo Fiera del Levante

Lungomare Starita 4, 70132 Bari

Si precisa che gli orari di apertura al pubblico sono dal lunedì al venerdì 9.30/13.30 -15.00/17.30.

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 Fiera del Levante 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 ricevuti 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 Fiera del Levante per il periodo 2014-2015.

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 Fiera del Levante”

All'interno della busta va inserita la domanda di partecipazione redatta conformemente al fac-simile qui allegato e contenente:

- 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.

Tutta la documentazione comprovante i requisiti di ordine generale, nonché quelli di ordine economico-finanziario e tecnico potrà essere resa 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 Fiera del Levante”

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
- Servizi web;
- Attivazione Web Tv
- 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 tecnico, 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;
- 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 Fiera del Levante”

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 Fiera del Levante con delibera del CdA.

La prima fase si svolgerà in seduta pubblica in data 11 aprile 2014, alle ore 10,00, nella sede legale e operativa della Fiera del Levante. 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:

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:

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.

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

##### Durata del contratto

Il contratto avrà la durata di 12 (dodici) 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 Fiera del Levante.

L'E.A. Fiera del Levante potrà recedere, con un preavviso di tre mesi, in caso di conclusione delle procedure di privatizzazione dell'Ente.

L'E.A. Fiera del Levante 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 tali eventuali proroga alle condizioni del contratto inizialmente sottoscritto, nessuna esclusa.

#### Art. 10

##### Termini di pagamento

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

Ente Autonomo Fiera del Levante

Sede Legale:

Lungomare Starita, 4 - 70132 Bari

Codice fiscale e P. I. 00260030729

La fattura dovrà riportare la seguente dicitura: "Attività di comunicazione Fiera del Levante 2014-2015", oltre al CIG indicato dall'Ente.

Si precisa altresì che al fine dell'erogazione, alla scadenza dei termini di pagamento previsti (120 gg.), si dovrà produrre copia conforme all'originale del DURC (Documento Unico di Regolarità Contributiva) in corso di validità 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 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 120 (centoventi) giorni dalla data di ricezione della medesima. Eventuali contestazioni sospenderanno tale termine.

I pagamenti avranno luogo a 120 giorni fine mese data ricezione fattura, subordinatamente agli adempimenti previsti dal D.M. Economia e Finanze n.40/2008 ed agli ulteriori obblighi di legge. Prima della stipula del contratto, previo accordo tra le parti, il termine di pagamento potrà essere fissato a 120 giorni fine mese data ricezione fattura. Durante la vigenza contrattuale, il committente liquiderà tutte le competenze, dietro presentazione di regolare fattura, in n.06 rate posticipate.

L'aggiudicataria si obbliga ed accetta espressamente di non poter sospendere le proprie prestazioni, qualora il ritardo nel pagamento dei corrispettivi dovuti non sia superiore al limite massimo di 120 (centoventi) giorni, rispetto al termine contrattuale.

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 Fiera del Levante alleggerà alla fattura, liberatoria al pagamento da parte dell'amministrazione fiscale dello Stato.

#### Art. 11

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 l'E.A. Fiera del Levante.

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.

#### Art. 12

Contatti e info

Per delucidazioni circa la presente gara o informazioni, si prega di contattare la Fiera del Levante per e-mail all'indirizzo

marketing@fieradellevalente.it specificando nell'oggetto della stessa "Gara comunicazione Fiera del Levante - periodo 2014-2015", 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.fieradellevalente.it](http://www.fieradellevalente.it).

E.A. FIERA DEL LEVANTE

Il Responsabile Marketing

e Responsabile Unico del Procedimento

Andrea Cassio

E.A. FIERA DEL LEVANTE

Il Presidente

Prof. Ugo Patroni Griffi