

Avviso nel sito web TED: <http://ted.europa.eu/udl?uri=TED:NOTICE:48329-2011:TEXT:IT:HTML>

I-Roma: Servizi pubblicitari

2011/S 29-048329

BANDO DI GARA

Servizi

SEZIONE I: AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE

I.1) DENOMINAZIONE, INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO

Istituto nazionale di statistica

via Cesare Balbo, 16

Contatto: segreteria direzione centrale per l'attività amministrativa e gestione del patrimonio (DCAP) per ritiro documentazione cartacea (bando di gara, relativi allegati ed il capitolato tecnico). Per informazioni di carattere amministrativo contattare il referente amm.vo: dott.ssa Silvia Dini (mail: sidini@istat.it, tel. +39 0646733316, fax +39 0646733485). Per informazioni di carattere tecnico contattare il referente tecnico: dott. Fabio Cozzi (mail: fabcozzi@istat.it, tel. +39 0646732612, fax +39 0646732240)

00184 Roma

ITALIA

Telefono +39 0646733478/3389

Posta elettronica: dcap@istat.it

Fax +39 0646733476

Indirizzo(i) internet

Amministrazione aggiudicatrice <http://www.istat.it>

Profilo di committente <http://www.istat.it>

Ulteriori informazioni sono disponibili presso:

Istituto nazionale di statistica

via Cesare Balbo, 16

Contatto: Segreteria della direzione centrale per l'attività amministrativa e gestione del patrimonio (DCAP) via Agostino Depretis, 77 - 00184 Roma - (5° piano, stanza 503/B, nei giorni feriali escluso il sabato dalle ore 9:00 alle ore 13:00) per il ritiro documentazione cartacea (bando di gara e relativi allegati, capitolato tecnico).

00184 Roma

ITALIA

Telefono +39 0646733478-3389

Il capitolato d'oneri e la documentazione complementare (inclusi i documenti per il dialogo competitivo e per il sistema dinamico di acquisizione) sono disponibili presso: I punti di contatto sopra indicati

Le offerte o le domande di partecipazione vanno inviate a:

Istituto nazionale di statistica - ufficio posta - Roma

via Cesare Balbo, 16

All'attenzione Commissione di preselezione delle ditte da invitare alla procedura ristretta internazionale per la realizzazione della campagna di comunicazione pubblicitaria per il 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni 2011

00184 Roma

ITALIA

I.2) **TIPO DI AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE E PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ**

Organismo di diritto pubblico

Altro ricerca statistica

L'amministrazione aggiudicatrice acquista per conto di altre amministrazioni aggiudicatrici No

SEZIONE II: OGGETTO DELL'APPALTO

II.1) **DESCRIZIONE**

II.1.1) **Denominazione conferita all'appalto dall'amministrazione aggiudicatrice**

Procedura ristretta internazionale per la realizzazione della campagna di comunicazione pubblicitaria finalizzata all'esecuzione del 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni 2011.

II.1.2) **Tipo di appalto e luogo di esecuzione, luogo di consegna o di prestazione dei servizi**

Servizi

Categoria di servizi: N. 13

Luogo principale di esecuzione: Intero territorio nazionale.

Codice NUTS ITE43

II.1.3) **L'avviso riguarda**

un appalto pubblico

II.1.4) **Informazioni relative all'accordo quadro**

II.1.5) **Breve descrizione dell'appalto o degli acquisti**

L'ideazione e realizzazione di un progetto di campagna di comunicazione pubblicitaria articolato e integrato, che garantisca al 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni 2011 una forte riconoscibilità, visibilità e memorabilità attraverso l'efficacia dei messaggi e l'impiego di mezzi e strumenti diversi a copertura dell'intero territorio nazionale. La campagna di comunicazione pubblicitaria sarà parte di un più ampio sistema di azioni che prevede anche una campagna di pubbliche relazioni; pertanto, la società aggiudicataria dovrà interagire con la società che risulterà aggiudicataria di una analoga gara avente ad oggetto la campagna di pubbliche relazioni. Per opportuni chiarimenti circa lo scopo e le finalità del servizio oggetto della presente gara, nonché per eventuali ulteriori notizie necessarie per la formulazione dell'offerta tecnica, le società che saranno ritenute idonee alla presentazione dell'offerta, saranno invitate ad una riunione in cui verranno illustrati i contenuti tecnici per la realizzazione del servizio. I tempi e i luoghi della predetta riunione saranno comunicati nella lettera di invito.

II.1.6) **CPV (Vocabolario comune per gli appalti)**

79341000

II.1.7) **L'appalto rientra nel campo di applicazione dell'accordo sugli appalti pubblici (AAP)**

Sì

II.1.8) **Divisione in lotti**

No

II.1.9) **Ammissibilità di varianti**

No

II.2) **QUANTITATIVO O ENTITÀ DELL'APPALTO**

II.2.1) **Quantitativo o entità totale**

L'importo presunto della gara è di 5 200 000,00 EUR IVA esclusa e non include il costo relativo agli oneri per la sicurezza per eliminare i rischi interferenziali che è pari a 0,00 EUR (euro zero/00).

IVA esclusa 5 200 000,00 EUR

II.2.2) **Opzioni**

Sì

descrizione delle opzioni: L'ISTAT si riserva la facoltà di reinvestire l'importo corrispondente allo sconto praticato in sede di presentazione dell'offerta nell'eventuale acquisizione di ulteriori prestazioni e forniture, sulla base di quanto già previsto e quotato nell'offerta presentata oppure nell'acquisizione di altre prestazioni e forniture non previste che dovessero rendersi necessarie, sulla base di preventivi che saranno richiesti ad hoc previa approvazione della struttura competente dell'ISTAT.

II.3) DURATA DELL'APPALTO O TERMINE DI ESECUZIONE

dal 1.6.2011. al 30.6.2012

SEZIONE III: INFORMAZIONI DI CARATTERE GIURIDICO, ECONOMICO, FINANZIARIO E TECNICO

III.1) CONDIZIONI RELATIVE ALL'APPALTO

III.1.1) Cauzioni e garanzie richieste

Gli importi del deposito cauzionale provvisorio e definitivo in conformità a quanto previsto dall'art. 75 e dall'art. 113 del D.Lvo 163/2006 e s.m.i, saranno indicati rispettivamente nella lettera di invito alla gara e nello schema di contratto.

III.1.2) Principali modalità di finanziamento e di pagamento e/o riferimenti alle disposizioni applicabili in materia

Finanziamento statale secondo la L. n. 122 del 30.7.2010 (conversione in legge, con modifiche, del decreto-legge 31.5.2010 n. 78, recante misure urgenti in materia di stabilizzazione finanziaria e competitività economica). Pagamento secondo le modalità che verranno indicate nello schema di contratto allegato alla lettera di invito. A seguito delle modalità stabilite nella legge n. 122/2010 che ha indetto e finanziato i Censimenti generali della popolazione del 2011, l'ISTAT potrà corrispondere nel corso dell'anno 2011 l'importo massimo di 2 600 000,00 EUR IVA esclusa, e nel corso dell'anno 2012 l'importo a saldo per un massimo di 2 600 000,00 EUR IVA esclusa.

III.1.3) Forma giuridica che dovrà assumere il raggruppamento di operatori economici aggiudicatario dell'appalto

È consentita la partecipazione di imprese temporaneamente raggruppate o raggruppande con l'osservanza della disciplina di cui all'art. 37 del D.Lvo. 163/2006 e s.m.i. e di consorzi di imprese con l'osservanza della disciplina di cui agli artt. 34, 35, 36, 37 del richiamato decreto. Le imprese che concorrono in associazione non possono concorrere autonomamente, nè in altri raggruppamenti. In tali casi saranno esclusi dalla gara sia l'impresa che il RTI di cui la stessa fa parte. In caso di ricorso all'istituto dell'avvalimento, il concorrente dovrà produrre, a pena di esclusione, tutta la documentazione prevista dall'art 49 del D.Lvo 163/2006 e s.m.i.

III.1.4) Altre condizioni particolari cui è soggetta la realizzazione dell'appalto

No

III.2) CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

III.2.1) Situazione personale degli operatori, inclusi i requisiti relativi all'iscrizione nell'albo professionale o nel registro commerciale

Informazioni e formalità necessarie per valutare la conformità ai requisiti: Ai fini della partecipazione alla gara le imprese dovranno, a pena di esclusione:

a) non trovarsi in alcuna delle cause di esclusione di cui all'art. 38, 1° comma del D.Lvo n. 163/2006 e s.m.i (in merito alla lettera c dell'art. 38 i concorrenti dovranno indicare, a pena di esclusione, tutte le eventuali sentenze di condanna passate in giudicato riportate, senza o con il beneficio della non menzione e/o di decreti penali di condanna divenuti irrevocabili e/o sentenza di applicazione della pena su richiesta ai sensi dell'art. 444 del CPP con esclusione dei reati estinti o oggetto di riabilitazione);

b) non trovarsi, rispetto ad altro concorrente partecipante alla medesima procedura di affidamento, in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 del CC o in una qualsiasi relazione, anche di fatto, che comporti l'imputazione delle offerte ad un unico centro decisionale. Oppure trovarsi, rispetto ad un altro concorrente partecipante alla medesima procedura di affidamento, in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 del CC o in una qualsiasi relazione, anche di fatto, che integri un controllo e formulare l'offerta autonomamente;

c) essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili (legge n. 68 del 12.3.1999 s.mi.);

d) essere iscritti alla CCIAA per il ramo di attività corrispondente all'oggetto dell'appalto(vedi punto II.1.5 del presente bando), ovvero nel registro commerciale e professionale dello Stato di residenza per i candidati non aventi sede in Italia.

Le imprese dovranno attestare i requisiti di cui alle suddette lettere dalla a) alla d) mediante apposita dichiarazione sostitutiva di atto notorio resa in conformità al modello "mod. dich." predisposto dall'Istituto ed allegato al presente bando (allegato n.1).

Le suddette dichiarazioni dovranno essere sottoscritte dal rappresentante legale dell'impresa o da persona legittimata a rappresentarla, a pena di esclusione dalla gara ai sensi del D.P.R. 445/2000 e s.m.i. con le modalità indicate in calce al modello stesso. Le imprese, nella dichiarazione sostitutiva di atto notorio (mod. dich.), dovranno fornire, altresì le seguenti informazioni: Agenzia delle entrate territorialmente competente, numero di matricola INPS e INAIL, le relative posizioni, il tipo di contratto collettivo nazionale applicato e il Centro per l'impiego competente. In caso di raggruppamento di imprese e di Consorzi, la stessa dichiarazione dovrà essere resa da ciascuna impresa facente parte del raggruppamento, del consorzio e da ciascuna consorziata incaricata del servizio. I concorrenti che nella dichiarazione sostitutiva di atto notorio mod. dich., dichiarino di trovarsi in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 del c.c. o in una qualsiasi relazione anche di fatto, che integri un controllo devono:

- 1) indicare, in un apposita dichiarazione sottoscritta dal rappresentante legale o da persona legittimata a impegnare la società, il concorrente con cui sussista situazione di controllo;
- 2) allegare i documenti utili a dimostrare che la situazione di controllo non influirà sulla formulazione dell'offerta. Qualora il concorrente sia invitato a presentare offerta dovrà inserire, a pena di esclusione, i documenti sopra citati in una separata busta chiusa nel plico contenente l'offerta economica.

La mancanza di una sola delle dichiarazioni indicate nei predetti modelli relativi al possesso dei requisiti minimi richiesti ai fini della partecipazione alla gara, comporterà l'esclusione dalla gara stessa.

III.2.2) **Capacità economica e finanziaria**

Informazioni e formalità necessarie per valutare la conformità ai requisiti: Le imprese dovranno attestare il presente requisito mediante apposita dichiarazione resa in conformità al modello "mod. dich." predisposto dall'Istituto ed allegato al presente bando e mediante presentazione dell'elenco dei principali servizi analoghi a quello oggetto della gara (lett. f del mod. dich.). In caso di raggruppamento di imprese e di Consorzi la stessa dichiarazione dovrà essere resa da ciascuna impresa facente parte del raggruppamento, del consorzio e da ciascuna consorziata incaricata del servizio. La Capogruppo, il Consorzio nella sua autonomia strutturale o una delle consorziate incaricate del servizio dovranno possedere i livelli minimi di capacità economica e finanziaria, in misura non inferiore al 40 %. La restante percentuale dovrà essere posseduta dalle mandanti e/o dalle altre consorziate incaricate del servizio con un limite individuale comunque non inferiore al 10 % dei requisiti globali richiesti.

Livelli minimi di capacità eventualmente richiesti Le imprese dovranno aver conseguito complessivamente negli ultimi 3 esercizi finanziari chiusi, corrispondenti agli ultimi 3 bilanci depositati, un fatturato globale complessivo, al netto dell'IVA, non inferiore a 12 500 000,00 EUR (lett.e del mod. dich.) ed un fatturato specifico per servizi analoghi a quelli del settore oggetto della gara, al netto di IVA, non inferiore a 5 200 000,00 EUR (lett.e del mod. dich.).

III.2.3) **Capacità tecnica**

Informazioni e formalità necessarie per valutare la conformità ai requisiti:

Le imprese dovranno attestare il presente requisito mediante apposita dichiarazione resa in conformità al modello "mod. dich." predisposto dall'ISTAT ed allegato al presente bando e mediante presentazione dell'elenco dei principali servizi analoghi a quelli del settore oggetto della gara (lett.f del mod. dich.).

In caso di raggruppamento d'impres e di consorzi la stessa dichiarazione nonchè l'elenco dei principali servizi analoghi dovranno essere resi da ciascuna impresa facente parte del raggruppamento, del consorzio e da ciascuna consorziata incaricata del servizio. La capogruppo, il consorzio nella sua autonomia strutturale o una delle consorziate incaricate del servizio dovranno possedere i livelli minimi di capacità tecnica, ove frazionabili, in misura non inferiore al 40 %. La restante percentuale dovrà essere posseduta dalle mandanti e/o dalle altre consorziate incaricate del servizio con un limite individuale comunque non inferiore al 10 % dei requisiti globali richiesti.

Livelli minimi di capacità eventualmente richiesti

Le Società dovranno, a pena di esclusione:

1) avere, già prestato negli ultimi 3 anni servizi analoghi a quelli del settore oggetto della gara (vedi sez. II.1.5 del presente bando nonchè lett. f del mod. dich.);

2) avere a disposizione o impegnarsi ad attivare, in caso di aggiudicazione, un apposito team di progetto (lett. g del mod. dich.) costituito necessariamente dalle seguenti figure professionali:

— n. 1 capo progetto / account senior con almeno 8 anni di esperienza, che abbia gestito negli ultimi 5 anni almeno una campagna di comunicazione per un valore non inferiore a 4 000 000,00 di EUR, IVA esclusa,

— n. 1 direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo e che abbia realizzato almeno una campagna complessa e articolata su più mezzi di comunicazione (TV, radio, stampa, affissione, ecc.) di importo pari o superiore a 1 000 000,00 EUR IVA esclusa,

— n. 2 copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo,

— n. 2 art director con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo,

— n. 1 responsabile di produzione con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo,

— n. 2 media planner con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo,

— n. 1 web designer con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo,

— n. 1 web developer con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo.

I requisiti minimi previsti per le risorse umane richieste non sono frazionabili.

Le suddette dichiarazioni di cui ai punti 1) e 2) devono essere rese in conformità del mod. dich. allegato al presente bando di gara.

III.2.4) **Appalti riservati**

No

III.3) **CONDIZIONI RELATIVE ALL'APPALTO DI SERVIZI**

III.3.1) **La prestazione del servizio è riservata ad una particolare professione?**

No

III.3.2) **Le persone giuridiche devono indicare il nome e le qualifiche professionali delle persone incaricate della prestazione del servizio**

Sì

SEZIONE IV: PROCEDURA

IV.1) **TIPO DI PROCEDURA**

IV.1.1) **Tipo di procedura**

Ristretta

IV.1.2) **Limiti al numero di operatori che saranno invitati a presentare un'offerta**

IV.1.3) **Riduzione del numero di operatori durante il negoziato o il dialogo**

IV.2) **CRITERI DI AGGIUDICAZIONE**

IV.2.1) **Criteri di aggiudicazione**

Offerta economicamente più vantaggiosa in base ai criteri indicati di seguito

1. Identità. Ponderazione 12

2. Campagna pubblicitaria. Ponderazione 37

3. Strumenti below the line. Ponderazione 7

4. Servizi web. Ponderazione 10

5. Valutazione del team di progetto in relazione alle figure professionali di capo progetto/account senior, direttore creativo e web designer. Ponderazione 5

6. Strumenti e servizi aggiuntivi oltre i minimi richiesti. Ponderazione 4

7. Prezzo. Ponderazione 25

IV.2.2) **Ricorso ad un'asta elettronica**

No

IV.3) **INFORMAZIONI DI CARATTERE AMMINISTRATIVO**

IV.3.1) **Numero di riferimento attribuito al dossier dall'amministrazione aggiudicatrice**

IV.3.2) **Pubblicazioni precedenti relative allo stesso appalto**

Avviso di preinformazione

Numero dell'avviso nella GU: [2011/S 9-013523](#) del 14.1.2011

IV.3.3) **Condizioni per ottenere il capitolato d'oneri e la documentazione complementare**

Termine per il ricevimento delle richieste di documenti o per l'accesso ai documenti 14.3.2011 - 10:00

Documenti a pagamento No

IV.3.4) **Termine per il ricevimento delle offerte o delle domande di partecipazione**

14.3.2011 - 12:00

IV.3.5) **Data di spedizione ai candidati prescelti degli inviti a presentare offerte o a partecipare**

28.3.2011

IV.3.6) **Lingue utilizzabili per la presentazione delle offerte/domande di partecipazione**

italiano.

IV.3.7) **Periodo minimo durante il quale l'offerente è vincolato alla propria offerta**

IV.3.8) **Modalità di apertura delle offerte**

SEZIONE VI: ALTRE INFORMAZIONI

VI.1) **TRATTASI DI UN APPALTO PERIODICO**

No

VI.2) **APPALTO CONNESSO AD UN PROGETTO E/O PROGRAMMA FINANZIATO DAI FONDI COMUNITARI**

No

VI.3) **INFORMAZIONI COMPLEMENTARI**

Codice identificativo gara: (CIG: 0859492B39).

Deliberazione di espletamento gara n° 14/11/DGEN/DCAP del 8.2.2011.

Le istanze di partecipazione dovranno essere redatte in conformità al modello "mod. ist. part." (allegato n. 2) predisposto dall'ISTAT e allegato al presente bando. Nel modello sopra citato dovrà essere indicato obbligatoriamente, ai sensi del comma 5 bis dell'art. 79 del D.Lgs. 163/2006 e s.m.i., il numero di fax e il

domicilio eletto dove dovranno essere inviate tutte le comunicazioni relative alla presente gara. In caso di raggruppamento temporaneo di imprese e di consorzio, la stessa dichiarazione dovrà essere resa da ciascuna impresa facente parte del raggruppamento, dal consorzio e da ciascuna consorziata incaricata del servizio. Le istanze dovranno essere spedite entro il termine di cui alla sez. IV.3.4 del presente bando di gara, per raccomandata ovvero consegnate a mano, in busta chiusa e sigillata in modo da garantirne la segretezza, all'Ufficio posta dell'ISTAT (nei giorni feriali dal lunedì al venerdì dalle ore 8:30 alle ore 13:00). Per le istanze non pervenute o pervenute in ritardo non saranno ammessi reclami anche se spedite prima della scadenza del termine stesso. Ai fini della predetta scadenza faranno fede la data e l'ora apposte sul relativo plico dall'Ufficio Posta dell'Istat. Le dichiarazioni dei modelli allegati "mod. dich." e "mod. ist. part." devono essere rese e sottoscritte, a pena di esclusione, dal legale rappresentante della Società o da altra persona legittimata ad impegnare il concorrente, con le modalità indicate in calce agli stessi. Nel caso di partecipazione a raggruppamenti temporanei di imprese, la domanda di partecipazione, indicante la mandataria, deve essere sottoscritta da tutte le imprese raggruppate.

I modelli "mod. dich.", "mod. ist. part." ed il capitolato tecnico sono disponibili sul sito www.istat.it o possono essere richiesti ai numeri +39 0646733478/3389.

Criteri e subcriteri.

Specificazione dei criteri di aggiudicazione:

Prezzo: ponderazione 25;

Qualità: ponderazione 75 così suddivisi:

1) Identità: ponderazione fino a 12.

Subcriteri:

Efficacia del marchio/logo, fino a 9.

Sarà valutata in relazione alla capacità di rappresentare simbolicamente una grande operazione istituzionale in grado di coinvolgere tutti i cittadini:

Scarsa (fino a 1);

Sufficiente (fino a 3);

Buona (fino a 6);

Ottima (fino a 9);

Creatività dell'immagine coordinata, fino a 3.

Sarà valutata in relazione alla capacità di declinare gli elementi dell'identità del Censimento su strumenti diversi:

Scarsa (fino a 0,5);

Sufficiente (fino a 1);

Buona (fino a 2);

Ottima (fino a 3).

2) Campagna pubblicitaria. Ponderazione fino a 37.

Subcriteri:

Efficacia e pertinenza del complesso dei messaggi veicolati, fino a 9.

Sarà valutata con riferimento all'importanza per il Paese delle operazioni censuarie e al ruolo istituzionale dell'ISTAT:

Scarsa (fino a 2);

Sufficiente/buona (fino a 6);

Ottima (fino a 9).

Efficacia dello spot televisivo, fino a 10:

Scarsa (fino a 2);

Sufficiente (fino a 5);

Buona (fino a 7);

Ottima (fino a 10).

Efficacia dello spot radiofonico, fino a 5:

Scarsa (fino a 1);

Sufficiente (fino a 2,5);

Buona (fino a 3,5);

Ottima (fino a 5);

Efficacia strategica del piano mezzi, fino a 13.

Sarà valutata in relazione a dimensione, posizionamento e frequenza:

Scarsa (fino a 1);

Sufficiente (fino a 5);

Buona (fino a 10);

Ottima (fino a 13).

3) Strumenti below the line. Ponderazione fino a 7.

Subcriteri:

Efficacia comunicativa degli strumenti progettati, fino a 7.

Sarà valutata in relazione alla varietà e qualità dei materiali utilizzati:

Scarsa (fino a 1);

Sufficiente (fino a 3);

Buona (fino a 5);

Ottima (fino a 7).

4) Servizi WEB. Ponderazione fino a 10.

Subcriteri:

Efficacia del progetto complessivo del sito e orientamento alla comunicazione web 2.0, fino a 10:

Scarsa (fino a 2);

Sufficiente (fino a 6);

Buona (fino a 8);

Ottima (fino a 10).

5) Valutazione del team di progetto in relazione alle figure professionali di capo progetto/account senior, direttore creativo e WEB designer. Ponderazione fino a 5

Subcriteri:

Professionalità delle predette risorse dedicate al progetto, fino a 5;

Saranno valutati gli anni di esperienza e la qualità/complessità dei lavori svolti rispetto ai requisiti minimi richiesti.

Rispetto agli anni di esperienza, fino a 2:

Sufficiente (fino a 0,5);

Buona (fino a 1);

Ottima (fino a 2).

Rispetto alla qualità/complessità, fino a 3:

Sufficiente (fino a 0,5);

Buona (fino a 1,5);

Ottima (fino a 3).

6) Strumenti e servizi aggiuntivi oltre i minimi richiesti. Ponderazione fino a 4.

Subcriteri:

Le migliori offerte, dal punto di vista qualitativo e quantitativo, saranno valutate in relazione all'efficacia degli strumenti aggiuntivi progettati, fino a 4;

Scarsa (fino a 0,5);

Sufficiente (fino a 2);

Buona (fino a 3);

Ottima (fino a 4).

Verranno escluse dalla gara le offerte che non raggiungeranno, complessivamente il punteggio minimo di 30 punti.

Avvalimento: in caso di ricorso a tale istituto, il concorrente dovrà produrre, a pena di esclusione, la documentazione prevista ai sensi dell'art. 49 del D.Lvo 163/2006 e s.m.i.

Subappalto: si applicano le disposizioni di cui all'art.118 del D.Lvo 163/2006 e s.m.i. Qualora il concorrente intenda avvalersi del subappalto e comunque nella misura del 30 % dovrà farne esplicita dichiarazione al momento della presentazione dell'offerta. Non saranno ammesse richieste di subappalto o di associazione in partecipazione successive alla presentazione delle offerte.

Non saranno ammesse né offerte condizionate, né parziali.

Si procederà ad aggiudicare la gara anche in presenza di una sola offerta valida.

L'ISTAT qualora ne ravvisasse le ragioni si riserva la facoltà di non procedere agli inviti, nonché la possibilità di non approvare in tutto o in parte i risultati della gara qualora ne ravvisasse le ragioni di convenienza o riscontrasse l'inidoneità delle offerte in relazione all'oggetto del contratto e in ogni caso qualora emergessero obiettive irregolarità o motivi di illegittimità.

L'ISTAT si riserva la facoltà in caso di fallimento della Società o di risoluzione del contratto per grave inadempimento dell'impresa aggiudicataria di procedere all'affidamento del servizio ai sensi dell'art. 140 del D.Lvo 163/2006 e s.m.i.

Per l'individuazione dell'eventuale anomalia delle offerte, l'ISTAT si atterrà alle prescrizioni di cui agli artt. 86 e 87 del D.Lvo 163/2006 e s.m.i. In caso più offerte risultino anormalmente basse, l'ISTAT si riserva la facoltà, ai sensi del comma 7 dell'art. 88 del D.Lvo 163/2006, di procedere alla verifica contemporanea delle stesse.

Le società che saranno invitate a presentare offerta dovranno produrre attestazione di pagamento di 200,00 EUR (euro duecento/00) a favore dell'Autorità per la vigilanza dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, come disposto dall' articolo 1, lettera b) della deliberazione AVCP del 15.2.2010 e secondo le modalità previste nel successivo avviso dell'Autorità del 31.3.2010 "istruzioni relative alle contribuzioni dovute, ai sensi dell'art. 1 comma 67, della legge 23.12.2005 n. 266, dai soggetti pubblici e privati in vigore dal 1.5.2010".

Il Responsabile del Procedimento è il dirigente dell'unità operativa ABS/F dott.ssa Silvia Dini.

VI.4) **PROCEDURE DI RICORSO**

VI.4.1) **Organismo responsabile delle procedure di ricorso**

Tribunale amministrativo regionale del Lazio
via Flaminia, 189
00196 Roma
ITALIA

VI.4.2) **Presentazione di ricorso**

VI.4.3) **Servizio presso il quale sono disponibili informazioni sulla presentazione di ricorso**

VI.5) **DATA DI SPEDIZIONE DEL PRESENTE AVVISO:**

9.2.2011

Mod. Ist. Part.

Apporre Marca da Bollo
da € 14,62

Allegato n. 2

All'Istituto Nazionale di Statistica
Via C. Balbo, 16
00184 Roma

MODELLO DI RICHIESTA DI PARTECIPAZIONE

Il sottoscritto _____ nato a _____
il _____ e residente in _____, Via _____ in
qualità di¹ _____ dell'Impresa _____ con
sede in _____, Via _____ CAP _____
P.I. _____ C.F. _____ Tel. _____ Fax _____
_____ chiede di partecipare alla procedura ristretta internazionale per la realizzazione
della campagna di comunicazione pubblicitaria finalizzata all'esecuzione del 15° Censimento
Generale della Popolazione e delle Abitazioni 2011. **(CIG: 0859492B39)**
A tal fine allega il Mod. Dich..

Il sottoscritto dichiara che:

1) ai sensi dell'art. 79, comma 5 quinquies del D. Lvo n. 163/2006 e s.m.i. il domicilio eletto per
le comunicazioni è il seguente:

2) il numero di fax per le comunicazioni di cui all'art. 79, comma 5 quinquies del D. Lvo n.
163/2006 e s.m.i. è il seguente:

Il soggetto concorrente dichiara di essere consapevole che il numero di fax sopra indicato è
mezzo di notifica e che, pertanto, solleva la Stazione Appaltante da ogni responsabilità per la
mancata ricezione o per il non corretto funzionamento del proprio telefax.

Il sottoscritto dichiara, altresì di essere informato, ai sensi dell'art. 13 del D.Lvo n. 196/2003 e
s.m.i., che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici,
esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa,
anche sulla base di quanto espressamente specificato nell'*Informativa sul trattamento dei dati
personali* allegata al bando relativo alla presente gara e che qui si intende integralmente
trascritto.

Data

Sottoscrizione del legale rappresentante o di altra persona^{1 e 2}
legittimata ad impegnare il concorrente

¹ Rappresentante legale o soggetto legittimato ad impegnare l'impresa come da specifica procura da allegare alla dichiarazione.

² Nel caso di partecipazione di RTI la firma dovrà essere di tutti i Rappresentati delle imprese raggruppate o raggruppate.

All'Istituto Nazionale di Statistica
Via Cesare Balbo, 16
00184 Roma

MODELLO DI DICHIARAZIONI SOSTITUTIVE DI ATTO NOTORIO
(da allegare alla documentazione di gara)

Procedura ristretta internazionale per la realizzazione della campagna di comunicazione pubblicitaria finalizzata all'esecuzione del 15° Censimento Generale della Popolazione e delle Abitazioni 2011.
(CIG. 0859492B39)

Il sottoscritto _____ nato a _____ il
_____ e residente in _____, via
_____ in qualità
di¹ _____
dell'Impresa _____ con sede in _____ Via
_____ Partita Iva _____,
codice fiscale _____, Tel
n. _____ Fax _____
e.mail _____ consapevole della responsabilità penale per
falsità in atti e dichiarazioni mendaci e delle relative sanzioni, ai sensi dell'art.76 del DPR n.
445/2000 e s.m.i., dichiara che l'Impresa:

- a) non si trova in alcuna delle cause di esclusione previste dall'art.38 del D.Lvo n.163/06² e s.m.i.;
- b) non si trova, rispetto ad un altro partecipante alla medesima procedura di affidamento, in una situazione di controllo di cui all'articolo 2359 del codice civile o in una qualsiasi relazione, anche di fatto, che comporti l'imputazione delle offerte ad un unico centro decisionale;

OPPURE³

si trova, rispetto ad un altro partecipante alla medesima procedura di affidamento, in una situazione di controllo di cui all'articolo 2359 del codice civile o in una qualsiasi relazione, anche di fatto, che integri un controllo e formulare l'offerta autonomamente.

- c) è in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili (legge n. 68/99 e s.m.i.);

OPPURE³

non è tenuta ad osservare la normativa sul diritto al lavoro dei disabili (legge n. 68/99 e s.m.i.) per i seguenti motivi:

¹Rappresentante legale o soggetto legittimato ad impegnare l'impresa, risultante dalla documentazione di gara o da specifica procura da allegare alla dichiarazione.

²Indicare le eventuali condanne subite comprese quelle per le quali si è beneficiato della non menzione.

³Barrare la dichiarazione che non interessa.

- d) è iscritta alla C.C.I.A.A. per il ramo di attività corrispondente all'oggetto dell'appalto (vedi punto II.1.5 del bando), ovvero nel registro commerciale e professionale dello Stato di residenza per i candidati non aventi sede in Italia ;
- e) ha conseguito negli ultimi 3 esercizi finanziari chiusi un fatturato globale al netto dell'IVA, corrispondente agli ultimi 3 bilanci depositati, pari (vedi Sez.III.2.2. del bando) ad €..... così suddiviso:

€per l'anno

€per l'anno

€per l'anno

di cui un fatturato specifico per servizi analoghi a quelli del settore oggetto di gara (vedi Sez.III.2.2. del bando) pari ad €.....così suddiviso:

€per l'anno

€per l'anno

€per l'anno

- f) ha effettuato nell'ultimo triennio, a decorrere dalla data di pubblicazione del presente bando, i seguenti principali servizi analoghi a quelli del settore oggetto della gara.

Numero identificativo contratto	Ente/Società/Destinatario	Descrizione del servizio oggetto del contratto	Importo in euro IVA esclusa	Periodo (da a)

- g) dispone o si impegna ad attivare in caso di aggiudicazione un team di Progetto dedicato di cui alla Sez. III.2.3 del bando di gara, costituito da: n. 1 Capo progetto/Account senior con almeno 8 anni di esperienza, che abbia gestito negli ultimi 5 anni almeno una campagna di comunicazione per un valore non inferiore a 4.000.000,00 di euro IVA esclusa; n.1 Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo, che abbia realizzato almeno una campagna complessa e articolata su più mezzi di comunicazione (TV, radio, stampa, affissione, ecc.) di importo pari o superiore a 1.000.000,00 di euro IVA esclusa; n. 2 Copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo; n. 2 Art Director con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo; n. 1 Responsabile di produzione con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo; n. 2 Media Planner con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo; n. 1 Web Designer con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo; n. 1 Web Developer con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo;

- h) ha la seguente matricola INPS.....

Sede di.....Via.....

Posizione n.....

Sede di.....Via.....
Posizione n.....

i) ha la seguente matricola INAIL.....

Sede di.....Via.....
Posizione n.....
Sede di.....Via.....
Posizione n.....

j) C.C.N.L. applicato.....

k) il Centro per l'Impiego (Legge 68/99 e s.m.i.) competente è il seguente:

Sede diVia.....

l) ha come propria Agenzia delle Entrate territorialmente competente:

Sede di.....N.....Via.....

Il sottoscritto dichiara, altresì di essere informato, secondo quanto indicato nell'allegata "Informativa al trattamento dei dati personali", ai sensi dell'art.13 del D.Lvo n. 196/2003 e s.m.i., che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa, anche sulla base di quanto espressamente specificato nel bando di gara e che qui si intende integralmente trascritto.

Data

Sottoscrizione del legale rappresentante o di altra
persona legittimata ad impegnare il concorrente^{4/5}

⁴ Da apporre, a pena di esclusione, ai sensi dell'art.38, comma 3, del D.P.R. n.445 del 28 dicembre 2000, secondo una delle seguenti modalità: 1) in presenza del dipendente addetto; 2) allegando copia fotostatica di un documento di identità, anche non autenticata.

⁵ In caso di RTI tale dichiarazione deve essere resa da tutte le Società raggruppande o raggruppate.

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs.196/03 (cd. Codice della Privacy), si forniscono le seguenti informazioni rispetto al trattamento dei dati personali.

Finalità del trattamento: i dati personali vengono trattati per finalità legate all'espletamento della gara tra le quali la verifica del possesso dei requisiti di ordine generale, di capacità economico-finanziaria, tecnico-organizzativa nonché di tutti i requisiti richiesti dal bando per la partecipazione alla gara e lo svolgimento delle attività correlate e conseguenti, anche in adempimento di precisi obblighi di legge. I dati vengono acquisiti anche ai fini della successiva stipula ed esecuzione del contratto, ivi compresi gli adempimenti legali, fiscali, contabili ad esso connessi e la relativa gestione ed esecuzione economica ed amministrativa.

Modalità di trattamento dei dati: il trattamento dei dati viene effettuato in modo da garantire la massima sicurezza e riservatezza e potrà essere attuato mediante strumenti manuali, informatici e telematici idonei a memorizzarli, gestirli e trasmetterli.

Dati sensibili e giudiziari: il D.Lgs. n. 196/2003 definisce i dati "sensibili" e "giudiziari" all'art. 4, comma 1, lett. d) ed e). A tal riguardo si precisa che i dati personali conferiti ed in particolare i dati "giudiziari" sono trattati esclusivamente per valutare il possesso dei requisiti previsti dalla normativa vigente in materia di acquisizione di beni e servizi.

Ambito di comunicazione e di diffusione dei dati: i dati, per le finalità sopra evidenziate, potranno essere comunicati: 1) al personale dell'Istat; 2) ad Uffici o Enti Pubblici; 3) ad altri soggetti indicati dal D.Lgs.n.163/2006 e s.m.i. e, in particolare, all'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici ed all'Osservatorio dei contratti pubblici di cui rispettivamente agli artt. 6 e 7 del D.Lgs. n. 163/2006; 4) ad altri soggetti interessati che facciano richiesta di accesso ai documenti della procedura nei limiti consentiti ai sensi della Legge n. 241/1990.

Diritti dell'interessato: i diritti dell'interessato sono disciplinati dall'art. 7 del D.Lgs. n.196/2003. In particolare i soggetti cui si riferiscono i dati personali hanno il diritto in qualunque momento di ottenere la conferma dell'esistenza o meno dei medesimi dati e di conoscerne il contenuto e l'origine, verificarne l'esattezza o chiederne l'integrazione o l'aggiornamento, oppure la rettificazione. Ai sensi del medesimo articolo si ha il diritto di chiedere la cancellazione, la trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione di legge, nonché di opporsi in ogni caso, per motivi legittimi, al loro trattamento.

Titolare del trattamento e Responsabile del trattamento: Titolare del trattamento è l'Istituto Nazionale di Statistica, Via Cesare Balbo,16. Responsabile del trattamento è il Direttore Generale ad interim dott. Giovanni Fontanarosa.

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA DEL 15° CENSIMENTO GENERALE DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI - 2011

CAPITOLATO TECNICO (ADV)

- | | |
|--|---------------------------------|
| 1. SPECIFICHE MINIME RICHIESTE | 4. TEMPI DI ESECUZIONE |
| 2. SCHEMA REDAZIONALE DELL'OFFERTA TECNICA | 5. MODALITÀ OPERATIVE RICHIESTE |
| 3. SCHEMA REDAZIONALE DELL'OFFERTA ECONOMICA | |

Oggetto della gara

Oggetto della gara è l'ideazione e la realizzazione di un progetto di campagna di comunicazione pubblicitaria articolato e integrato, che garantisca al 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni 2011 una forte riconoscibilità, visibilità e memorabilità attraverso l'efficacia dei messaggi e l'impiego di mezzi e strumenti diversi a copertura dell'intero territorio nazionale. La campagna di comunicazione pubblicitaria sarà parte di un più ampio sistema di azioni che prevede anche una campagna di pubbliche relazioni; pertanto, la società aggiudicataria dovrà interagire con la società che risulterà aggiudicataria della gara avente ad oggetto la campagna di pubbliche relazioni.

La Società dovrà provvedere, come più dettagliatamente descritto nel punto 1 del presente capitolato, a quanto segue:

- ideazione e realizzazione del marchio/logo e dell'immagine coordinata;
- ideazione e realizzazione di una campagna pubblicitaria, above e below the line, rivolta all'intera popolazione italiana e che preveda, inoltre, anche messaggi rivolti in particolare ai seguenti segmenti di target:
 - giovani
 - anziani
 - stranieri
- ideazione e produzione, ove previsto, dei materiali e degli strumenti di cui ai punti da 1.1 a 1.3. Più dettagliatamente:
 - individuare le specifiche tecniche e i formati di ogni prodotto proposto;
 - provvedere a fornitura, consegna e distribuzione di quanto realizzato secondo le modalità indicate nel presente capitolato;
 - definire la strategia media, selezionare, pianificare i mezzi e acquistare gli spazi pubblicitari.
- progettazione, realizzazione, implementazione e gestione di un sito web dedicato;
- organizzazione, amministrazione, assistenza e quant'altro necessario per la realizzazione dell'intera campagna.

La Società si impegna a sostenere ogni onere economico anche nascosto e/o non esplicitato connesso alla progettazione ed esecuzione di tutte le attività e di tutti i prodotti previsti dal progetto e al pieno rispetto della normativa vigente.

L'insieme delle attività della campagna dovrà essere svolto in stretto contatto e con la supervisione della competente struttura dell'Istat.

Il marchio/logo della campagna, i materiali realizzati, gli esecutivi e i progetti creativi rimarranno di proprietà dell'Istat. Tutti i diritti acquisiti a qualsiasi titolo (ad esempio diritti di foto, illustrazioni, brani musicali etc.) vanno intesi come proprietà dell'Istat sia per tutta la durata e per tutti gli usi previsti dalla campagna stessa sia per la permanenza sul sito web, anche dopo la fine della campagna. Inoltre, vanno compresi eventuali usi successivi, comunque legati alla campagna, fino a tre anni dopo la fine del contratto.

L'Istat si riserva il diritto di realizzare per proprio conto altre azioni a carattere pubblicitario e informativo anche con altri partner. L'Istat si impegna a non utilizzare in tutto o in parte i progetti e/o i materiali proposti dalle Società che non risulteranno aggiudicatarie.

N.B.: La complessità organizzativa del censimento e l'ampiezza del target di riferimento, hanno indotto l'Istat a suddividere la campagna di comunicazione a supporto delle operazioni censuarie in due gare: una di advertising e una di pubbliche relazioni. Tale scelta, assunta nell'ottica di ottenere sul mercato le più alte competenze settoriali, vincolerà contrattualmente entrambe le società aggiudicatarie ad una integrazione permanente fra di loro, affinché non venga inficiata la strategia complessiva di comunicazione. Pertanto in tutte le fasi di realizzazione del progetto, le società dovranno collaborare e integrarsi, affinché tutte le azioni risultino tempestive, coerenti e concordi rispetto alla strategia definita.



1. Specifiche minime richieste

Ai fini della valutazione, il progetto presentato dovrà contenere tassativamente tutte le specifiche minime richieste di seguito elencate (da 1.1 a 1.8).

1.1 Identità

- Progettazione del marchio/logo del censimento da applicare su diversi supporti, compresi i new media. Si specifica che il marchio/logo – che dovrà contenere la dicitura “Censimento generale della popolazione e delle abitazioni 2011” – potrà vivere da solo o essere accostato al marchio Istat – rispetto al quale è indispensabile che presenti caratteri di compatibilità – e/o in abbinamento con i marchi di altri soggetti che potranno partecipare o sostenere la rilevazione censuaria;
- realizzazione dell'immagine coordinata e fornitura dei seguenti prodotti:
 - carta intestata con primo foglio, foglio successivo (formato A4) e busta (formato cm 22x11 o altro formato previsto dalla postalizzazione standard);
 - quantitativo primo foglio : 5.000 unità;
 - quantitativo secondo foglio: 5.000 unità;
 - quantitativo buste: 5.000 unità;
 - cover personalizzata per relazione sovrastampabile: 2.500 unità.
 - kit per convegno-conferenza in 2.500 pezzi completo di:
 - contenitore o borsa in materiale resistente (no cartotecnica);
 - blocco notes con almeno 25 fogli;
 - penna o matita o altro;
 - wafer card o chiavetta usb (con capacità di memoria pari ad almeno 2 GB).

Ogni elemento del kit per convegno-conferenza dovrà essere personalizzato con la grafica del censimento.

- kit per il rilevatore in 83.000 pezzi:
 - cartellina o raccoglitore o altro contenitore in materiale resistente atto a racchiudere documentazione;
 - penna e blocco da almeno 50 fogli (formato A4);
 - porta badge trasparente con laccio (atto a contenere un badge di dimensioni pari a circa cm13x10).

Ogni elemento del kit per il rilevatore dovrà essere personalizzato con la grafica del censimento. Nel porta badge la personalizzazione dovrà essere prevista sul laccio.

- I kit per i rilevatori dovranno essere allestiti e in seguito confezionati in circa 8.100 pacchi contenenti ciascuno un diverso numero di kit secondo un piano che verrà successivamente fornito da Istat. Ciascuno dei circa 8.100 pacchi dovrà recare incollata in modo visibile e leggibile una etichetta identificativa del comune di destinazione sia in formato testo sia mediante codice a barre. Le etichette dovranno essere elaborate, stampate ed apposte su ciascun pacco secondo le specifiche sopra descritte, a cura della Società a cui l'Istat fornirà il solo elenco dei comuni italiani interessati in formato excel. I circa 8.100 pacchi dovranno essere consegnati presso i tre centri di stoccaggio previsti nelle vicinanze di Milano, Bologna e Roma, sulla base del piano di spedizione che sarà a suo tempo fornito dall'Istat. Per consentire un'adeguata programmazione e organizzazione della consegna dei materiali censuari ai Comuni è assolutamente necessario che i kit per i rilevatori siano consegnati ai 3 centri di stoccaggio sul territorio entro e non oltre il 20 agosto 2011.

- produzione del layout grafico e delle gabbie pronte per l'impaginazione dei seguenti prodotti:
 - badge identificativo del rilevatore;
 - manuale di istruzione per i rilevatori (1a e 4a di copertina, indice, pagina interna, pagina interna con tabella, pagina interna con elenco numerato, pagina interna con figura/grafico).

Tutti i materiali indicati al punto 1.1, salvo diversa indicazione, dovranno essere opportunamente confezionati, trasportati e consegnati all'Istat o ad altro soggetto indicato dall'Istat.

1.2 Campagna pubblicitaria

- Ideazione e realizzazione di annunci stampa a colori per quotidiani e periodici, con successivi adattamenti per i diversi formati previsti dal piano mezzi;
- ideazione e realizzazione di spot TV da 30" ed eventuali relative riduzioni;
- ideazione e realizzazione di spot radiofonici da 30" e relative riduzioni;
- ideazione e realizzazione di impianti di affissione dinamica per i 12 comuni metropolitani (Torino, Milano, Verona, Venezia, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli, Bari, Palermo, Catania) nei diversi formati necessari;
- ideazione e realizzazione di impianti per l'affissione all'interno dei circuiti Cento stazioni e Grandi stazioni;
- ideazione e realizzazione di impianti per l'affissione presso le banchine delle principali fermate delle reti metropolitane delle principali città italiane;
- ideazione e realizzazione di banner (statici e animati) per pubblicità web con successivi eventuali adattamenti per i diversi formati;
- ideazione e realizzazione di un pulsante/icona da utilizzare su diversi siti web come link al sito dedicato, con successivi eventuali adattamenti a diversi formati;

Acquisizione di spazi (piano mezzi) su:

- stampa quotidiana nazionale e locale, free press, stampa periodica, stampa in lingua straniera destinata ai cittadini stranieri residenti e presenti in Italia, media on line;
- siti web di particolare interesse e principali motori di ricerca;
- emittenti televisive (digitali, satellitari, ecc) e radiofoniche nazionali e locali;
- mezzi di trasporto pubblici (v. punto d);
- stazioni ferroviarie e metropolitane (v. punti e, f);
- facebook (attraverso invii mirati a target specifici e campagna banner per lancio del profilo).

La strategia del piano mezzi dovrà tener conto delle quote di legge, essere dettagliatamente motivata e gli spazi acquisiti dovranno avere forte visibilità per dimensioni e/o frequenza e/o posizionamento. Vanno escluse dalla pianificazione le reti Rai poiché l'Istat accederà agli spazi gratuiti riservati ai messaggi di pubblica utilità.

Il Claim dovrà essere traducibile anche in lingue diverse e, nel complesso, l'idea creativa dovrà mantenere la propria efficacia comunicativa anche per gli italiani che appartengono a minoranze linguistiche presenti sul territorio (lingua tedesca, ladina, slovena, mòchena e cimbra) oppure prevedere messaggi specifici rivolti loro.

La campagna, nel suo insieme, dovrà rivolgersi a tutte le famiglie italiane e dovrà prevedere anche messaggi specifici rivolti a:

- giovani;
- anziani;
- stranieri residenti o presenti in Italia.

1.3 Strumenti below the line

- Ideazione e realizzazione di depliant informativo e/o prodotto analogo che risponda alle seguenti caratteristiche:
 - formato minimo cm 10 x 21;
 - foliazione pari ad almeno quattro pagine/ ante;
 - tiratura minima pari a 500.000 copie;
 - ulteriore tiratura di 10.000 copie per ognuna delle 6 lingue straniere che verranno indicate in seguito dall'Istat fra quelle più diffuse presso le comunità straniere in Italia;
- Ideazione e realizzazione di manifesti e/o locandine:
 - formato minimo cm 50 x 70;
 - tiratura minima pari a 30.000 copie;
 - ulteriore tiratura di 1.000 copie per ognuna delle 6 lingue straniere che verranno indicate in seguito dall'Istat fra quelle più diffuse presso le comunità straniere in Italia.
- Ideazione e realizzazione di un cartoncino informativo stampato in bianca e volta che risponda alle seguenti caratteristiche:
 - formato minimo cm 10 x 21;
 - tiratura minima pari a 1.000.000 di copie (di cui 940.000 andranno stampate in lingua italiana e 60.000 nelle sei lingue straniere più diffuse in Italia).
- Ideazione e realizzazione di gadget personalizzati con la grafica del censimento per bambini/ragazzi:
 - Pin (100.000 pezzi).
- Ideazione e realizzazione di gadget per i cittadini personalizzati con la grafica del censimento, da diffondere attraverso desk dedicati e interventi fieristici:
 - shopper (30.000 pezzi);
 - cap o altro gadget ad alta visibilità (10.000 pezzi);
 - T-shirt in 3 taglie diverse (uomo-donna-bambino; 10.000 pezzi per ogni taglia).
- Ideazione e realizzazione di vetrofanie (5.000 pezzi).

Tutti i materiali indicati al punto 1.3, salvo diversa indicazione, dovranno essere opportunamente confezionati, trasportati e consegnati all'Istat o ad altro soggetto indicato dall'Istat.

1.4 Adattamenti specifici per partnership

- Produzione di circa 25 esecutivi per ognuno dei seguenti strumenti: 1) spot tv; 2) locandina; 3) cartoncino informativo 4) depliant (o strumento equivalente) in cui il marchio del censimento andrà affiancato dal marchio di un altro soggetto coinvolto nelle operazioni censuarie. I marchi in formato vettoriale da apporre saranno a tempo debito forniti dall'Istat;
- produzione di circa 25 personalizzazioni dello spot radiofonico in cui comparirà una dicitura che sottolinei la collaborazione fra Istat e un altro soggetto coinvolto nelle operazioni censuarie;
- produzione di circa 25 adattamenti per affissione statica e/o dinamica in cui il marchio del censimento sarà affiancato da quello di altro soggetto coinvolto nelle operazioni censuarie.



1.5 Servizi web

Progettazione, realizzazione, implementazione e gestione del sito web dedicato, finalizzato a comunicare l'operazione censuaria in tutte le sue fasi, che sappia dare adeguato risalto alle caratteristiche proprie dell'informazione statistica e che preveda contenuti di tipo documentale e multimediale (a titolo di esempio: area documentale; sala stampa; news; eventi; informazioni metodologiche; area audio-video; area video tutorial; pagina junior; pagina multilingue per i cittadini stranieri; interfaccia grafica e collegamenti ad area riservata e al sistema di compilazione on line del questionario; countdown dei giorni che mancano al giorno di riferimento del censimento).

Il sito (fruibile anche da smartphone) dovrà garantire l'orientamento alla comunicazione 2.0 attraverso l'utilizzo dei social network e il trattamento di contenuti virali a cui affidare un effetto moltiplicatore e di stimolo alla partecipazione al censimento (a titolo di esempio: blog dedicato all'evento; pagina Facebook brandizzata che preveda componenti virali di carattere ludico, formativo e informativo realizzati ad hoc; invio di news tramite Twitter; RSS; apertura all'interazione con altri siti tramite la disponibilità di informazioni in formati aperti - XML, web services; utilizzo di strumenti tipo gapminder per la visualizzazione dinamica di dati; intervento sulle community di settore; video tutorial e clip pubblicitari su Youtube; newsletter push).

Inoltre, si richiede la produzione, l'adattamento al web e la fornitura di video tutorial (ad esempio per la compilazione del questionario) e video testimonial a supporto della campagna.

Il sito deve essere caratterizzato dall'interazione e dal coordinamento (grafico e contenutistico) con il sistema di compilazione del questionario on line, con il sito riservato alla rete censuaria e con il datawarehouse per il rilascio dei dati, attraverso la fornitura dei relativi layout grafici in linea con l'immagine coordinata. Nel suo complesso lo spazio web dovrà presentarsi come un ambiente unico, dedicato, riconoscibile.

Una particolare attenzione dovrà essere posta nell'ottimizzazione accurata del portale per una corretta e funzionale indicizzazione sui principali motori di ricerca. Tale ottimizzazione (SEO, Search Engine Optimization) parte sin dalla progettazione tecnica e dei contenuti del sito ed è direttamente correlata con l'analisi del traffico generato sul web.

La società aggiudicataria dovrà gestire il sito assicurando tempestività e accuratezza, secondo le indicazioni fornite dagli esperti dell'Istat e dalla società aggiudicataria della gara di Pubbliche Relazioni responsabile della redazione dei contenuti, con cui dovrà agire in sinergia. Dovrà comunque essere garantito un accesso diretto alla gestione del sito anche da parte dell'Istat.

Il sito dovrà essere collocato su un server definito dall'Istituto nazionale di statistica e rispondere ai criteri di accessibilità (Legge Stanca) e di validità (W3C). Inoltre il sito dovrà essere sviluppato compatibilmente alle tecnologie di sistema in uso presso l'Istat: ambienti Linux-Red Hat e software di base open source da definire ulteriormente una volta avvenuta l'aggiudicazione, nel rispetto del Codice dell'Amministrazione digitale.

1.6 Interazione con azioni di pubbliche relazioni

- La società aggiudicataria dovrà interfacciarsi, per tutta la durata della campagna, con una società di pubbliche relazioni, impegnandosi ad offrire la massima collaborazione in azioni che potranno prevedere la realizzazione di adattamenti della creatività a contesti al momento non definibili. Potrà trattarsi di personalizzare con la grafica della campagna oggetti, retro di bollette, card e quant'altro. Si dovranno prevedere, quindi circa 20 realizzazioni. Inoltre, la società aggiudicataria dovrà impegnarsi a fornire gli impianti di base per piccole realizzazioni grafiche (biglietti d'invito, segnaposto etc) che verranno realizzate direttamente dall'Istat o dalla società di PR;
- la società aggiudicataria dovrà ideare, per circa 10/15 eventi, la grafica (anche per supporti video) di allestimenti la cui produzione sarà ad onere della società di PR. Quest'ultima fornirà tutte le specifiche tecniche di quanto dovrà essere personalizzato con la grafica del censimento;
- la società aggiudicataria dovrà ideare la personalizzazione di un desk informativo (census point) le cui caratteristiche e dimensioni saranno comunicate in seguito e la cui produzione sarà ad onere della società di PR;
- la società aggiudicataria dovrà ideare la personalizzazione (la cui produzione sarà ad onere della società di PR) di un minibus/furgone per road show, dotato di gazebo o tenso-struttura mobile di ampliamento (le cui specifiche tecniche saranno fornite dalla società di PR);

- la società aggiudicataria dovrà ideare la personalizzazione di circa 5 diversi stand fieristici la cui produzione sarà ad onere della società di PR (le dimensioni e le caratteristiche tecniche saranno fornite dalla società di PR);
- la società aggiudicataria dovrà ideare e produrre 15 totem richiudibili e/o facilmente trasportabili personalizzati con la grafica del censimento.

1.7 Monitoraggio e Reportistica

- Attivazione di strumenti di misurazione dell'efficacia della campagna entro due settimane dall'avvio per valutare e, eventualmente, reindirizzare di concerto con l'Istat e non più tardi di una settimana dalla verifica, i diversi strumenti di comunicazione;
- produzione di report, a cadenza quindicinale, di tutte le azioni realizzate nel corso dello svolgimento della campagna di comunicazione;
- produzione e consegna all'Istat di un monitoraggio finale sull'efficacia complessiva delle azioni realizzate.

1.8 Risorse umane e strumentali

- attivazione di un team di Progetto dedicato, costituito necessariamente dalle seguenti figure professionali:
 - n. 1 Capo progetto/Account senior con almeno 8 anni di esperienza, che abbia gestito negli ultimi 5 anni almeno una campagna di comunicazione per un valore non inferiore ai 4.000.000,00 di euro, I.V.A esclusa;
 - n. 1 Direttore creativo con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo e che abbia realizzato almeno una campagna complessa e articolata su più mezzi di comunicazione (TV, radio, stampa, affissioni, ecc.) di importo pari o superiore a 1.000.000,00 di euro, I.V.A. esclusa;
 - n. 2 Copywriter con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo;
 - n. 2 Art director con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo;
 - n. 1 Responsabile di produzione con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo;
 - n. 2 Media planner con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo;
 - n.1 Web designer con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo;
 - n.1 Web developer con almeno 2 anni di esperienza nel ruolo.

Per tutti i componenti del team su indicati dovrà essere allegato il curriculum vitae da redigere in conformità del modello predisposto dall'Istat, che sarà trasmesso in allegato alla lettera di richiesta di offerta.

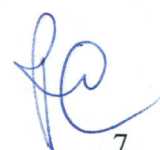
2. Schema redazionale dell'offerta tecnica

La Società dovrà presentare al massimo due Progetti alternativi. La valutazione sarà effettuata sulla base del progetto ritenuto più valido.

La presentazione di elementi integrativi rispetto a quelli minimi richiesti, opportunamente descritti e coerenti con il Progetto, costituiranno oggetto di valutazione.

In sede di presentazione dell'offerta, la Società dovrà allegare i seguenti materiali ad esemplificazione degli strumenti previsti dal Progetto:

- mock up dell'immagine coordinata e, fra gli strumenti below the line, del depliant e della locandina. Descrizione/foto/illustrazione degli altri prodotti below the line;
- rough degli annunci pubblicitari (almeno un esempio in formato A3 sia per la stampa sia per l'affissione, per i grandi formati è sufficiente una contestualizzazione);
- script dello spot radiofonico;
- storyboard dello spot televisivo (si precisa che verrà valutato esclusivamente lo storyboard);
- architettura e interfaccia grafica del sito;



- tempistica e dettaglio del piano mezzi, con tavola riassuntiva che contenga indicazione su dimensioni/formati, numero di uscite/passaggi, fasce orarie o posizionamento delle uscite/passaggi. La società nella formulazione nella pianificazione dovrà rispettare le quote di legge destinate alle diverse tipologie di mezzi (direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009 - "Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177") ed indicarle chiaramente nel prospetto riassuntivo.
- descrizione degli strumenti per la rilevazione dell'efficacia della campagna di comunicazione;
- per tutti i componenti del team su indicati dovrà essere allegato il curriculum vitae da redigere in conformità del modello predisposto dall'Istat, che sarà trasmesso in allegato alla lettera di richiesta di offerta;

Tutti i materiali indicati ai punti 1.1 e 1.3 salvo diversa indicazione dovranno essere opportunamente confezionati, trasportati e consegnati all'Istat o ad altro soggetto indicato dall'Istat.

3. Schema redazionale dell'offerta economica

La Società dovrà presentare la propria offerta economica con la percentuale di ribasso che intende praticare sul prezzo complessivo a base d'asta fissato dall'Istat per la fornitura oggetto della presente gara.

La Società dovrà quotare ogni macro-voce, relativa ai punti 1.1 – 1.7 e, all'interno delle macro-voci, ogni singola voce di prodotto previsto nell'elenco delle specifiche minime richieste (punto 1) indicando ove possibile **il prezzo unitario a scaglioni** (fino a 1.000, da 1.001 a 5.000, da 5.001 a 10.000, oltre i 10.000). A parte, dovranno essere quotati i prodotti/servizi eventualmente proposti ad integrazione.

Una volta aggiudicata la gara, l'Istat si riserva la facoltà di reinvestire l'importo corrispondente allo sconto praticato nell'eventuale acquisizione di ulteriori prestazioni e forniture sulla base di quanto già previsto e quotato nell'offerta presentata oppure nell'acquisizione di altre prestazioni e forniture che dovessero rendersi necessarie e per le quali sarà richiesto un preventivo ad hoc.

4. Tempi di esecuzione

La realizzazione di tutte le azioni e gli strumenti previsti nel Progetto dovrà essere effettuata dalla Società secondo il seguente calendario.

FASE PREOPERATIVA

La Società dovrà realizzare:

- 1) entro **7 giorni** dall'aggiudicazione, vettoriale del logo e layout grafico di:
 - badge identificativo;
 - manuale di istruzione per i rilevatori;
- 2) entro **il 10 luglio 2011** almeno i seguenti prodotti:
 - servizi web;
 - carta intestata e busta;
 - planning dettagliato con il timing di tutte le azioni e gli strumenti previsti;
- 3) entro **il 20 agosto 2011** almeno i seguenti prodotti:
 - ideazione della personalizzazione del minibus/furgone per road show;
 - ideazione della personalizzazione del desk informativo;
 - kit convegno/conferenza;
 - ideazione, realizzazione e consegna dei kit rilevatore ai centri di stoccaggio.
- 4) entro **il 5 settembre 2011**:
 - materiali below the line;
 - produzione e consegna dei totem di cui al punto 1.6.

- 5) entro il **12 settembre 2011**:
- avvio della campagna pubblicitaria.

La tempistica suddetta e quella di tutte le altre realizzazioni è suscettibile di possibili variazioni che verranno comunicate dall'Istat una volta avvenuta l'aggiudicazione.

La Società dovrà rispettare i tempi vincolanti delle operazioni censuarie affinché tutte le azioni e gli strumenti contemplati nel Progetto concorrano all'efficacia della campagna censuaria. Tutte le attività avranno in ogni caso termine entro giugno 2012.

5. Modalità operative richieste

Di seguito si riportano le indicazioni operative cui la Società dovranno attenersi per la realizzazione della campagna di comunicazione:

- la Società aggiudicataria dovrà sottoporre all'approvazione della competente struttura dell'Istat il Progetto particolareggiato di tutto quanto previsto dalla campagna (testi, eventuale casting, bozzetti, sceneggiature, illustrazioni, fotografie, ecc.);
- il Capo Progetto del team dedicato dovrà assicurare il massimo raccordo con l'Istat, nei cui confronti svolgerà il ruolo di referente unico per qualsiasi questione inerente la fornitura dei prodotti e dei servizi previsti dalla campagna pubblicitaria, e con il Capo Progetto della società di PR selezionata dall'Istat per la realizzazione della comunicazione integrata del Censimento. La Società dovrà inoltre impegnarsi a non sostituire i componenti del team per tutta la durata del progetto, fatte salve cause di forza maggiore; la sostituzione potrà avvenire soltanto con altro soggetto professionale che possieda gli stessi requisiti minimi richiesti ed equivalente esperienza professionale nel ruolo e il cui curriculum vitae sia stato valutato e approvato da Istat;
- ogni richiesta avanzata dall'Istat dovrà ottenere riscontro da parte della Società entro 24 ore; in casi particolari, si potrà richiedere disponibilità operativa anche di sabato e nei giorni festivi;
- tutte le riunioni dovranno svolgersi a Roma, presso la sede Istat di via Cesare Balbo 16 o presso altra sede concordata con l'Istituto;
- ogni 15 giorni il capo progetto dovrà partecipare a una riunione di raccordo con l'Istat e la società di Pubbliche relazioni;
- a fine lavorazione tutti gli esecutivi realizzati dovranno essere forniti all'Istat su supporto informatico in formato sorgente e, ove possibile, in pdf in alta risoluzione;
- il materiale prodotto per la campagna (depliant in formato elettronico, contenuti del sito web, ecc.) dovrà essere fruibile attraverso differenti *devices* (es IPad, Smartphone, Iphone, Ipod, Blackberry, ecc.);
- dovranno essere forniti i codici sorgente usati per la realizzazione del sito web; gli strumenti/software/know how di gestione compatibili con gli standard tecnologici in uso presso l'Istat;
- nella fase di realizzazione e gestione del sito, gli esperti web della Società dovranno operare in stretta collaborazione con gli esperti web dell'Istat;
- la Società dovrà interfacciarsi con l'Istat in lingua italiana e, salvo diversa specifica richiesta, in lingua italiana dovranno essere prodotti i materiali.

