

RELAZIONE TECNICA E QUADRO ECONOMICO

SERVIZIO: “Servizio di realizzazione della campagna di comunicazione, informazione e sensibilizzazione in materia di energia e di sviluppo sostenibile”. CIG: 88555463BD

1. IMPORTO BASE DELLA PROCEDURA

L'importo complessivo stimato dei servizi a base di gara della presente procedura è di Euro **51.983,61** al netto di Iva e/o di altre imposte e contributi di legge, nonché degli oneri per la sicurezza dovuti a rischi da interferenze ed il quadro economico è così articolato:

Quadro economico		
Importo servizi		Euro
a	importo base procedura	51.983,61
b	importo Duvri	0,00
c	somma (a+b)	51.983,61
Somme a disposizione dell'amministrazione		51.983,61
d	iva	11.436,39
e	incentivi art 113 del D.lgs 50/2016+ - DGR 1214/2020 (aliquota 2%)	0
f	somma	63.420,00
Totale		63.420,00

L'importo degli oneri per la sicurezza da interferenze è pari a € 0,00.

La stima dell'importo a base di gara è stata effettuata in base alle tariffe relative ad affidamenti recenti di servizi analoghi.

Risulta, pertanto, che i costi dei singoli elementi che hanno determinato la stima della base di appalto sono i seguenti.

Descrizione attività	U.M	Costo unitario (€)	Quantità (N.)	Costo totale (€)
1) studio e definizione di un progetto di comunicazione per il settore Energia;	a corpo	5.000,00		5.000,00
2) elaborazione dei testi , comunicati stampa e miglioramento dei contenuti del sito regionale relativo all'energia e allo sviluppo sostenibile (prezzo per cartella di 30 righe per 60 battute per un totale di 1.800 battute, spazi inclusi);	cartella	100,00	30	3.000,00
3) Ideazione di una linea grafica e definizione migliorativa del logo della Strategia Regionale Sviluppo Sostenibile;	a corpo	5.000,00		5.000,00
4.1) comunicazione strumenti social	a corpo	6.600,00		6.600,00

4.2) realizzazione spot radiofonico (ideazione, realizzazione e duplicazione per tutte le radio pianificate)	a spot	1.700,00	1	1.700,00
5) diffusione via radio di spot, interviste e interventi redazionali;	a corpo: 8/10 spot al gg. per 30/60 gg su 4 radio + eventuali interventi redazionali e interviste	9.883,61		9.883,61
6.1) video-interviste su sviluppo sostenibile e settore energetico, della durata di 2 minuti circa, con filmati girati sul territorio interessato (VIDEO-PILLOLE)	a video	5.000,00	2	10.000,00
6.2) storytelling video sulla strategia regionale di sviluppo sostenibile, della durata di 5 minuti circa	a video	6.000,00	1	6.000,00
7) Conferenze/Webinar	a webinar	1.600,00	3	4.800,00
			TOT	51.983,61

2. DURATA DELL'APPALTO

L'appalto termina il 15/12/2022, salvo eventuali e motivate proroghe, per un massimo di 6 mesi.

Le attività relative allo sviluppo sostenibile devono essere svolte tassativamente entro la scadenza dell'Accordo con il MiTE (prot. 224 del 10/02/2020, approvato con DGR n. 4/2020) prevista entro giugno 2022, pena perdita delle risorse. Per tali attività non è prevista alcuna proroga.

3. REQUISITI DI PARTECIPAZIONE, VALUTAZIONE E CRITERI

3.1 Requisiti di ordine generale

Sono ammessi a partecipare alla presente procedura le ditte che hanno i requisiti di legge e, pertanto, non si trovano in alcuna delle condizioni ostative di cui all'art. 80 del D.lgs. 50/2016.

3.2 Requisiti di ordine speciale

Gli offerenti devono dimostrare la propria idoneità professionale per eseguire i lavori oggetto del presente bando di gara.

A. REQUISITI DI IDONEITÀ PROFESSIONALE.

Per la partecipazione alla presente procedura è necessario il possesso del seguente requisito professionale:

- Iscrizione nel Registro delle Imprese presso la CCIAA.

Nel caso di Organismo non tenuto all'obbligo di iscrizione in C.C.I.A.A., dichiarazione del legale rappresentante resa in forma di autocertificazione ai sensi del DPR 445/2000, con la quale si dichiara l'insussistenza del suddetto obbligo di iscrizione alla C.C.I.A.A. e l'eventuale iscrizione in Albi o Registri, in base alla propria natura giuridica, allegando copia dell'Atto Costitutivo e dello Statuto.

B. REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA

- Non richiesto

C. REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA

- Non richiesto

D. REQUISITI DI CAPACITÀ PROFESSIONALE

- Non richiesto

4. CRITERI DI VALUTAZIONE

Il servizio verrà aggiudicato valutando, oltre all'offerta economica, anche la qualità del servizio stesso mediante la valutazione degli aspetti di seguito dettagliati. A tal fine gli operatori economici

interessati sono chiamati a fornire nell'offerta tecnica idee e dettagli migliorativi su come intendano procedere nell'esecuzione dei servizi, nella misura necessaria ad ottenere i risultati richiesti. L'**offerta tecnica** vale per un massimo di 70 punti, così suddivisi:

A	Criteri di valutazione	Punteggio massimo
A.1	Coerenza ed incisività del messaggio	20
A.2	Ideazione creativa e strategia di comunicazione	15
A.3	Pianificazione dei mezzi di comunicazione in relazione ai target	15
A.4	Capacità organizzativa e logistica dell'operatore economico di rispondere agli obiettivi del progetto	10
A.5	Flessibilità comunicativa del progetto	10
Totale offerta tecnica		70

Criterio / sub criterio		Peso
A.1	Coerenza ed incisività del messaggio	20
A.1.1	Qualità delle componenti del servizio. Il concorrente dovrà descrivere tutte le componenti del servizio in termini qualitativi (obiettivi, strategia, target e tono di comunicazione). <u>Evidenza:</u> Verranno valutati i profili di coerenza tra la creatività proposta e gli obiettivi di comunicazione indicati nel capitolato.	7
A.1.2	Logica interna: chiarezza nella logica interna dell'offerta, attraverso il legame tra le varie attività. <u>Evidenza:</u> Verrà valutato il grado con cui le varie attività sono collegate tra di loro mediante il richiamo agli obiettivi dello sviluppo sostenibile anche per i temi dell'energia.	7
A.1.3	Presenza di un'analisi di rischio: identificazione delle possibili criticità nello svolgimento del servizio e nel coinvolgimento dei target (analisi di rischio) e identificazione delle soluzioni da mettere in atto. <u>Evidenza:</u> In caso di assenza di un'analisi del rischio: 0 punti; presenza di un'analisi del rischio: 3 punti; presenza di soluzioni da mettere in atto: 3 punti.	6
A.2	Ideazione creativa e strategia di comunicazione	15
A.2.1	Ideazione creativa. Proposte creative rispetto alle forme e strumenti di comunicazione. <u>Evidenza:</u>	10

	Verranno valutati le forme e gli strumenti di comunicazione proposti in base alla loro creatività.	
A.2.2	Metodologie di valutazione della campagna. Il concorrente dovrà descrivere le metodologie per la valutazione dell'efficacia campagna. <u>Evidenza:</u> verrà valutato il grado di adeguatezza degli strumenti e metodologie proposti, rispetto al fine di rilevare l'efficacia della campagna.	5
A.3	Pianificazione dei mezzi di comunicazione in relazione ai target	15
A.3.1	Pianificazione canali non social di comunicazione in relazione ai target. Proposta dettagliata degli ulteriori canali e strumenti di comunicazione oltre ai canali e strumenti social, rispetto ai target individuati. Il concorrente dovrà illustrare dettagliatamente e documentare la pianificazione dell'utilizzo degli ulteriori canali e strumenti di comunicazione in relazione ai target di riferimento individuati nel capitolato. <u>Evidenza:</u> Verranno valutati la completezza e la coerenza dell'analisi svolta e della proposta.	8
A.3.2	Pianificazione comunicazione social in relazione ai target. Analisi dettagliata e documentata dei target e proposta degli specifici canali e strumenti di comunicazione social. Il concorrente dovrà illustrare dettagliatamente e documentare la logica della pianificazione dell'utilizzo degli strumenti social in relazione ai target di riferimento della campagna. <u>Evidenza:</u> Verranno valutati la completezza e la coerenza dell'analisi svolta e della proposta.	7
A.4	Capacità organizzativa e logistica dell'operatore economico di rispondere agli obiettivi del progetto	10
A.4.1	Ruoli e responsabilità: elenco e descrizione dei ruoli e delle figure professionali del team coinvolto nelle varie attività in cui si articola il servizio. <u>Evidenza:</u> fornire dettagli su ruoli e figure professionali impiegate nel servizio.	4
A.4.3	Curriculum aziendale. Il concorrente illustra l'esperienza nella realizzazione di servizi analoghi (per strumenti utilizzati in riferimento ai target). <u>Evidenza:</u> fornire il curriculum aziendale con i riferimenti per un massimo di 3 lavori svolti negli ultimi 5 anni per servizi analoghi. 1 servizio svolto: 2 punti, 2 servizi svolti: 4 punti, 3 servizi svolti: 6 punti.	6
A.5	Flessibilità comunicativa del progetto	10

A.5.1	Flessibilità comunicativa del progetto Il concorrente dovrà descrivere gli elementi dell'ideazione creativa e della strategia comunicativa che rendono i prodotti previsti adattabili ai diversi canali che saranno utilizzati per la veicolazione dei messaggi della campagna. <u>Evidenza:</u> descrivere in che modo l'ideazione creativa e la strategia comunicativa rendono i prodotti previsti adattabili ai diversi canali	10
Totale offerta tecnica		70

La valutazione sopra riportata sarà applicata all'offerta tecnica presentata dall'operatore economico (Allegato 4).

A ciascuno dei criteri o sub criteri qualitativi della tabella soprastante, verrà attribuito un punteggio variabile tra 0 e 1 come segue:

1 = ottimo; 0,8 buono; 0,6 discreto; 0,4 sufficiente; 0,2 scarso, 0 insufficiente.

Il calcolo dei punteggi viene fatto sino alla seconda cifra decimale.

Si procederà ad assegnare all'operatore economico che ha ottenuto il coefficiente più alto su un singolo criterio o sub-criterio il coefficiente pari a 1 e alle altre offerte un punteggio proporzionale decrescente.

Per ogni operatore economico, si moltiplicherà il coefficiente di ciascun criterio di valutazione con il punteggio relativo al fine di ottenere un punteggio per ogni criterio.

Il punteggio totale dell'offerta tecnica per ciascun operatore economico è dato dalla sommatoria dei punteggi ottenuti per ciascun criterio/sub-criterio qualitativo, più i punteggi relativi ai criteri quantitativi (calcolati come esposto nella tabella soprastante).

L'assegnazione del punteggio relativo all'**offerta economica**, per un massimo di 30 punti, avverrà attraverso l'applicazione della seguente formula:

$$PA = 30 * (P_{min} / P_{off}),$$

dove:

PA = Punteggio attribuito;

P_{min} = prezzo minimo offerto;

P_{off} = Prezzo dell'offerta in esame.

Sono inammissibili le offerte economiche che superino l'importo a base d'asta.

Terminata l'attribuzione dei punteggi relativi all'offerta tecnica e economica, si procederà alla compilazione di una tabella riassuntiva indicante i punteggi attribuiti per l'offerta tecnica ed economica e il **punteggio totale**.

Denominazione operatore	Punteggio A (offerta tecnica)	Punteggio B (offerta economica)	Somma punteggio (=A+B)
1			
2			
3			
Totali			

La proposta di aggiudicazione viene attribuita all'operatore economico la cui offerta ha totalizzato il punteggio A+B più elevato.