

**DISCIPLINARE DI GARA**

**A PROCEDURA APERTA PER LA FORNITURA DEL  
SERVIZIO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA**



**PREMESSA****1. Amministrazione aggiudicatrice e bando**

Gara comunitaria a procedura aperta, ai sensi del Codice dei Contratti Pubblici, D.Lgs. n. 163/2006 s.m.i. (di seguito Codice), indetta dalla Scuola Superiore Sant'Anna con delibera del Consiglio di Amministrazione n. 112 del 23/07/2008 per la fornitura del servizio di comunicazione integrata, di cui al Bando di gara inviato per la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee **in data 21/11/2008**, e pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, nonché per estratto sui seguenti quotidiani: Il Sole 24 ore, La Repubblica, La Nazione ed Il Tirreno.

**2. Categoria e codice cpv**

La categoria ed il codice cpv del servizio di cui alla presente procedura d'appalto sono,

*Categoria:* 13

*Codice CPV:* 79341000 come da allegato 1 del Regolamento (CE) N. 213/2008 della Commissione Europea del 28 novembre 2007.

**3. Documenti di gara e riferimenti di contatto**

Oltre al bando di cui al punto 1, sono documenti di gara: il presente Disciplinare, che illustra i requisiti di ammissione e le modalità di svolgimento della gara; il Capitolato d'onori, in cui sono descritte le condizioni contrattuali per l'esecuzione del servizio. Il presente Disciplinare è altresì corredato in allegato di ulteriori informazioni e fac-simili per la presentazione della domanda di partecipazione, nonché degli "Elementi di immagine coordinata" della Scuola.

Tutta la documentazione di gara è disponibile in formato elettronico PDF sul sito della Scuola Superiore Sant'Anna ([www.sssup.it](http://www.sssup.it)), con accesso libero, diretto e completo. Il formato cartaceo è inoltre disponibile presso l'Amministrazione Contraente all'indirizzo: Scuola Superiore Sant'Anna – U.O. Provveditorato, Via Santa Cecilia, 3, Pisa – Italia.

I riferimenti della Scuola, ai fini della presente procedura d'appalto, sono i seguenti.

Amministrazione aggiudicatrice:

Scuola Superiore Sant'Anna

Piazza Martiri della Libertà, 33 – 56127 PISA

Punti di contatto:

U.O. Provveditorato

Via Santa Cecilia, 3 – 56127 Pisa

*Tel:* +39.050.883111 *Telefax:* +39.050.883595

*e-mail:* [infogare.prov@sssup.it](mailto:infogare.prov@sssup.it)

*Responsabile del procedimento:* Dott. Mario Toscano;

*e-mail del responsabile del procedimento:* [infogare.prov@sssup.it](mailto:infogare.prov@sssup.it)

Eventuali informazioni complementari e/o chiarimenti sul contenuto del bando di

gara, del presente Disciplinare di gara, del Capitolato d'oneri e degli altri documenti di gara, potranno essere richiesti in lingua italiana al suddetto numero di fax e dovranno pervenire entro e non oltre le ore 12.00 del giorno 29/12/2008. Oltre tale termine non verrà data alcuna risposta.

I chiarimenti e/o le rettifiche agli atti di gara verranno inviati a mezzo fax soltanto al richiedente. Al fine di consentire la massima trasparenza, ogni risposta a richieste di informazioni complementari e/o chiarimenti, verrà inoltre pubblicata in formato elettronico, sul sito dell'Amministrazione: [www.sssup.it](http://www.sssup.it).

#### **4. Codice identificativo di gara (CIG)**

Il codice CIG attribuito alla presente procedura, ai fini del versamento del contributo dovuto a **pena di esclusione** dalla gara all'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici di Lavori, Servizi e Forniture, ai sensi della deliberazione del 24 gennaio 2008 dell'Autorità stessa (pubblicata sulla G.U. n. 23 del 28 gennaio 2008), è il seguente: **0241368F28**.

### **ART. 1 – CONTESTO**

Ai sensi della legge 150/2000, la Scuola Superiore Sant'Anna intende sviluppare le proprie attività di informazione, di comunicazione e di promozione, con azioni adeguate nei tempi e nei modi per posizionare meglio la propria immagine di istituto universitario pubblico ad ordinamento speciale, inserito nella rete delle "Scuole Superiori ad Ordinamento Speciale", dette di eccellenza. La Scuola Superiore Sant'Anna opera nel campo delle scienze applicate: Scienze Economiche, Scienze Giuridiche e Scienze Politiche per la Classe Accademica di Scienze Sociali e Scienze Agrarie, Scienze Mediche, Ingegneria Industriale e dell'Informazione per la Classe Accademica di Scienze Sperimentali.

Gli scopi della Scuola Superiore Sant'Anna sono promuovere lo sviluppo della cultura, della ricerca scientifica e tecnologica, dell'innovazione; curare la formazione universitaria, post-universitaria e la formazione continua; assicurare la continua interazione fra le attività di ricerca e di formazione a beneficio dell'alta qualità degli studi.

A tale riguardo la Scuola, a seguito di idonei concorsi e selezioni, accoglie: allievi ordinari di I livello (ossia studenti che hanno ottenuto il diploma di scuola media superiore); allievi ordinari di II livello (ossia studenti che hanno ottenuto il diploma di laurea); allievi perfezionandi/dottorandi (ossia studenti che hanno ottenuto il diploma di laurea specialistica o magistrale); allievi di master universitari di I e II livello (rispettivamente studenti che hanno ottenuto il diploma di laurea o il diploma di laurea specialistica o magistrale) o di master non universitari (comunque rivolti a laureati); allievi di corsi di alta formazione (rivolti in generale a laureati ovvero a soggetti con esperienza professionale).

La Scuola Superiore Sant'Anna si pone l'obiettivo di sperimentare percorsi innovativi nella formazione e nella ricerca, per rispondere alle esigenze di modernizzazione e di innovazione provenienti dalla società. Questa missione è perseguita valorizzando le

istanze di autonomia e di flessibilità che la caratterizzano.

La Scuola Superiore Sant'Anna ha adottato tre principi che costituiscono la base della propria missione.

Eccellenza nella formazione, nella ricerca e in ogni altra attività, è assicurata dalla selezione degli allievi all'ingresso; dalla collaborazione con docenti e ricercatori di alto profilo scientifico, culturale e motivazionale; dall'elevata qualità di strutture e di servizi; dall'alta professionalità del personale tecnico e amministrativo.

Interdisciplinarietà utilizzata come prospettiva culturale e di metodo. Lo strumento per affrontare problemi e complessità dell'attuale realtà scientifica e sociale.

Internazionalizzazione intesa come creazione di rapporti con istituti e centri d'eccellenza a livello internazionale. E come attenzione ai problemi di formazione e di crescita culturale dei giovani provenienti dai Paesi emergenti.

La Scuola ha inoltre natura residenziale ospitando gli allievi in proprie strutture collegiali.

## **ART. 2 – OGGETTO DELL'APPALTO**

L'appalto ha per oggetto il servizio di comunicazione e di promozione d'immagine, nonché l'aggiornamento del sito internet e della rete intranet della Scuola, per i quali saranno richieste nello specifico le seguenti prestazioni:

- a) la realizzazione della comunicazione pubblicitaria da diffondere tramite campagne di *advertising*, per far conoscere, in ambito nazionale e locale, nonché in Stati membri dell'Unione Europea e in Stati extra Unione Europea, le attività della Scuola. Tali prestazioni, includono: la fase di brief (ricevimento del *briefing* e successivo *debriefing*); la definizione degli obiettivi e della strategia di comunicazione; lo studio di creatività; la finalizzazione della proposta scelta, sia nella forma che nei contenuti; la gestione generale e di coordinamento di tutte le fasi di realizzazione della proposta creativa; i diritti di utilizzo della creatività per tutto il periodo di durata del contratto e successivamente alla cessazione dello stesso; i materiali per la presentazione, la redazione di testi e/o l'editing di testi forniti dalla Scuola, la trasmissione degli impianti di stampa agli editori e/o alle concessionarie e comunque tutto il lavoro necessario per arrivare all'approvazione da parte della Scuola e alla successiva divulgazione delle campagne pubblicitarie, pianificate su mezzi *tabellari* (stampa quotidiana e periodica e relativi allegati; affissioni esterne di ogni tipo; banner su siti web, annunci pubblicati in forma digitale su testate on-line; radiocomunicati e telecomunicati da diffondere su reti televisive, siti web o sale cinematografiche; e ogni altro mezzo che possa veicolare messaggi pubblicitari); il controllo qualitativo e quantitativo dell'esecuzione della diffusione delle campagne pubblicitarie da parte dei mezzi; le trattative con i mezzi e i fornitori in modo da consentire il recupero della pubblicità realizzata in modo difettoso; il controllo sulle fatturazioni di mezzi, fornitori e terzi in

genere; il tutto in relazione alle seguenti campagne pubblicitarie:

- 1 (una) campagna per i corsi ordinari di I livello e di II livello;
- 6 (sei) campagne per i corsi master e di alta formazione;
- 2 (due) campagne istituzionali per la Scuola, oppure collegate a eventi o celebrazioni particolari.

Inoltre, dovranno essere svolte nel rispetto degli “Elementi di immagine coordinata” di cui all'allegato 3 al presente Disciplinare;

- b) la definizione della strategia media, la pianificazione e la selezione dei mezzi pubblicitari, con l'ausilio dei più idonei e aggiornati strumenti di rilevazione presenti sul mercato, nonché le trattative contrattuali con i mezzi e le loro concessionarie, i fornitori di materiale pubblicitario e i terzi in genere;
- c) l'aggiornamento del sito internet istituzionale e della rete intranet della Scuola, nonché l'implementazione di nuove sezioni, in relazione a corsi, notizie, scadenze e altri contenuti in genere, elaborando, secondo le modalità di presentazione e la strategia comunicativa più adatta al web, i contenuti in arrivo da un pool di referenti interni alla Scuola. Tali prestazioni, includono: l'editing di testi forniti dalla Scuola; la creazione di titoli ed occhielli; la scelta e l'utilizzo del materiale fotografico fra quello già disponibile o comunque trasmesso; il coordinamento della traduzione dei testi approvati in inglese, a cura di traduttori identificati di comune accordo con la Scuola e della loro approvazione finale da parte della Scuola; coordinamento del flusso dei materiali da e per la Scuola, nella persona di figure identificate, e della loro approvazione finale prima della messa on-line. Per svolgere l'aggiornamento, la Scuola metterà a disposizione via internet idoneo “CMS”, ovvero software per la pubblicazione dei contenuti.

**Le prestazioni sopra elencate dovranno essere rese a corpo e saranno remunerate con un corrispettivo fisso a forfait.**

Inoltre, la Scuola potrà richiedere alla Società aggiudicatrice dell'appalto la fornitura a misura dei seguenti servizi, in base alle effettive esigenze manifestate di volta in volta e formalizzate con specifici ordinativi e che pertanto saranno remunerate con un corrispettivo eventuale e complessivamente variabile, determinato dai prezzi unitari preventivabili proposti ai sensi del successivo art. 14:

- d) la realizzazione di strumenti di comunicazione *below the line*, come campagne promozionali o informative interne, brochure istituzionali o di prodotto, pieghevoli, pubblicazioni, strumenti di comunicazione per l'allestimento di spazi in occasione di eventi, ecc., per le stesse finalità di cui alla lett. a). Tali prestazioni includono: la creatività, la finalizzazione della proposta scelta, sia nella forma che nei contenuti, l'impaginazione di testi e immagini; l'assistenza alla produzione, che può comportare per esempio la

scelta del fotografo, illustratore o altro, la negoziazione del suo compenso e dei diritti di utilizzo della sua opera, la supervisione creativa di eventuali fornitori esterni e del processo di stampa attraverso definizione delle caratteristiche tecniche dei materiali, verifica delle prove colore e correzione delle bozze cianografiche, l'acquisto di immagini da banche-immagini; le eventuali spese di trasferta per assistenza alla produzione; interventi di o assistenza alla post-produzione, se quest'ultima è svolta da fornitori esterni, per esempio per fotoritocchi digitali, montaggio audio-video, missaggio; la realizzazione degli impianti di stampa; l'invio degli impianti di stampa agli stampatori per via telematica, o l'eventuale loro spedizione qualora non sia possibile farlo per via telematica e comunque le spedizioni del materiale lavorato in generale, e infine quant'altro necessario alla corretta realizzazione degli strumenti informativi, siano essi stampati su supporto cartaceo o riprodotti su supporto digitale.

Tra le prestazioni elencate, quelle relative all'assistenza alla produzione e alla post-produzione che risultano compatibili con la realizzazione delle campagne advertising di cui alla lett. a) e con l'aggiornamento web/intranet di cui alla lett. c) e che non siano già incluse tra le prestazioni descritte nelle stesse lett. a) e c), sono comunque da rendersi a misura, secondo le modalità di ordinativo e remunerazione sopra stabilite;

- e) la realizzazione di nuovi template grafici o altra creatività non esistente sul sito web e sulla rete intranet;
- f) la collaborazione alla gestione dell'Ufficio Stampa, per l'implementazione delle relazioni con i media nazionali ed esteri, che includa quindi media relation;
- g) supporto all'organizzazione degli eventi culturali/accademici della Scuola di rilievo nazionale o internazionale, finalizzato al consolidamento del livello d'immagine pubblicizzato per mezzo delle prestazioni di cui alle precedenti lettere. Tale supporto può richiedere, a seconda delle occasioni, e comunque sempre sotto il coordinamento di un pool di referenti interni alla Scuola, lo svolgimento di specifiche attività del tipo di quelle sotto elencate a titolo di esempio:
  - gestione degli inviti e/o iscrizioni;
  - allestimento degli spazi in cui si svolgerà l'evento;
  - organizzazione di servizi logistici, tecnologici e di assistenza;
  - organizzazione di iniziative collaterali;
  - e quant'altro sia necessario affinché l'esperienza dell'evento sia la migliore realizzazione delle attese create dall'attività di comunicazione.

Nel successivo art. 13, relativo ai contenuti dell'offerta tecnica da presentare, vi sono informazioni complementari alle modalità di esecuzione delle prestazioni sopra elencate.

**ART. 3 - IMPORTO A BASE DI GARA**

L'importo posto a base di gara per l'appalto è di Euro 450.000,00 (Quattrocentocinquantamila/00), ad esclusione dell'Iva di legge.

Ai sensi dell'art. 29 c. 1 e dell'art. 57 c.5 lett. b) del Codice il suddetto importo include gli eventuali rinnovi dell'appalto previsti dal successivo art. 4.

Tale importo è riferito al valore delle prestazioni da rendere a corpo, come descritte nell'art. 2.

Nel successivo art. 14 vi sono ulteriori indicazioni per la predisposizione dell'offerta economica.

**ART. 4 – DURATA DELL'APPALTO**

L'appalto per il servizio di cui all'art. 2 avrà durata di anni tre, a partire dalla data specificata all'art. 4 del Capitolato d'onori.

Sarà facoltà della Scuola avvalersi di una procedura negoziata ai sensi dell'art. 57 c. 5 lett. b) del Codice, per appaltare per ulteriori tre anni un servizio di comunicazione integrata analogo a quello oggetto della presente procedura.

**ART. 5 – PARTECIPANTI ALLA GARA**

Possono partecipare alla gara operatori economici singoli o riuniti che operano nei settori della pubblicità o della comunicazione e che siano costituiti, ai sensi degli artt. 34, 35, 36 e 37 del Codice.

I concorrenti devono soddisfare i requisiti previsti nei successivi artt. 6, 7 e 8, **pena l'esclusione dalla gara**. I requisiti richiesti per la qualificazione dei concorrenti tengono conto del possesso delle capacità per lo svolgimento tanto delle prestazioni da rendere a corpo, quanto delle prestazioni da rendere a misura.

In caso di presentazione delle offerte da parte di operatori economici riuniti i requisiti economico-finanziari e tecnico-professionali devono essere posseduti dagli stessi nel loro complesso, salvo quanto precisato negli artt. 7 e 8.

Gli operatori associati o associandi in qualsiasi forma dovranno indicare, **a pena di esclusione**, le parti dell'appalto che verranno svolte da ciascuno di essi, corrispondenti alla quota percentuale di partecipazione al raggruppamento.

In ogni caso l'impresa mandataria, o designata come tale, dovrà possedere i suddetti requisiti in misura maggioritaria, nonché nella misura minima del 40%; la restante percentuale cumulativamente dovrà essere posseduta dalle imprese mandanti, ciascuna delle quali dovrà possederne almeno il 10%.

Nel caso di operatori economici appartenenti a diverso Stato, saranno applicate le disposizioni previste all'art. 38 comma 4 e 5, art. 39 comma 2 e 3, art. 41 comma 2 e art. 47 del Codice

### **ART. 6 – REQUISITI DI CARATTERE GENERALE**

I requisiti di carattere generale che devono essere posseduti dai concorrenti sono i seguenti:

- a) non trovarsi in nessuna delle condizioni di esclusione dalla partecipazione alle gare previste dall'art. 38 del Codice;
- b) essere iscritti al Registro delle Imprese della C.C.I.A.A. con un oggetto sociale compatibile con quello del presente appalto, ovvero in caso di raggruppamento temporaneo di concorrenti compatibile con la parte dell'appalto effettivamente svolta;
- c) di non trovarsi in situazione di controllo con altri concorrenti secondo quanto disposto dall'art. 2359 del Codice Civile e di non presentare offerte che siano imputabili, insieme a quelle di altri concorrenti, singoli o raggruppati, ad un unico centro decisionale, ai sensi dell'art. 34 del Codice.

In caso di presentazione delle offerte da parte di concorrenti riuniti i requisiti di carattere generale devono essere dimostrati da ciascun concorrente.

### **ART. 7 – REQUISITI DI CARATTERE ECONOMICO E FINANZIARIO**

La dimostrazione della capacità finanziaria ed economica dei concorrenti deve essere fornita con:

- a) realizzazione nel triennio 2005-2006-2007 di un fatturato complessivo, al netto dell'Iva, non inferiore a Euro 1.400.000,00 (Unmilionequattrocentomila/00);
- b) realizzazione nel triennio 2005-2006-2007 di un fatturato, al netto dell'Iva, non inferiore, rispettivamente nei seguenti servizi analoghi:
  - b1) a Euro 400.000,00 (Quattrocentomila/00) per la creazione e realizzazione di campagne pubblicitarie e strumenti di comunicazione *below the line*;
  - b2) a Euro 250.000,00 (Duecentocinquantamila/00) per l'aggiornamento dei contenuti web/intranet e creazione ed implementazione grafica per web;
  - b3) a Euro 75.000,00 (Settantacinquemila/00) per l'ufficio stampa ed il supporto all'organizzazione di eventi accademici/culturali;



- c) referenze bancarie, tramite dichiarazioni di almeno due banche o intermediari autorizzati ai sensi del D.Lgs. 385/93, che specifichino testualmente: *“In relazione alla prestazione del servizio di comunicazione integrata per la Scuola Superiore Sant'Anna, si attesta la piena solidità dell'offerente sul piano patrimoniale, economico e finanziario”*. In caso di presentazione dell'offerta da parte di operatori economici riuniti, le due referenze bancarie devono entrambe riferirsi ad uno solo degli operatori raggruppati.

Se il concorrente, ai sensi dell'art. 41 comma 3 del Codice, non è in grado per giustificati motivi di presentare le referenze richieste, può provare la propria capacità economica e finanziaria mediante qualsiasi altro documento la cui idoneità sarà valutata dalla commissione di gara.

### **ART. 8 – REQUISITI DI CARATTERE TECNICO E PROFESSIONALE**

La dimostrazione delle capacità tecnico/professionali dei concorrenti deve essere fornita con le modalità di cui all'articolo 42 del Codice, attraverso:

- a) una relazione di presentazione del concorrente che includa la descrizione dell'organizzazione aziendale e da quanti anni l'impresa è presente nel mercato della pubblicità o della comunicazione. Nel caso di operatori economici riuniti, la suddetta relazione dovrà essere prodotta da ciascuno degli operatori;
- b) un elenco dei principali servizi prestati nel triennio 2005-2006-2007 con l'indicazione degli importi, al netto dell'Iva, delle date, dei committenti pubblici e privati, da cui si rilevi che:
- b1) sono state create e realizzate almeno due campagne pubblicitarie inerenti il tema dell'istruzione universitaria e l'alta formazione;
- b2) sono state create e realizzate almeno due campagne pubblicitarie o altra tipologia di strumenti di comunicazione rivolti anche al pubblico straniero.
- Nel caso di operatori economici riuniti, il suddetto elenco dovrà essere prodotto da ciascuno degli operatori, sebbene i requisiti di cui alle lett. b1) e b2) potranno essere soddisfatti cumulativamente;
- c) indicazione dei titoli di studio e professionali del personale che sarà concretamente adibito all'espletamento delle prestazioni richieste per l'appalto. I suddetti titoli dovranno corrispondere ai requisiti di qualificazione ritenuti minimi per la partecipazione alla presente procedura di gara, che sono i seguenti:
- c.1) profilo professionale con funzioni di coordinatore operativo e di account director, con esperienza almeno triennale in media planning e nella progettazione e attuazione di piani di comunicazione e con consolidata

- esperienza in comunicazione integrata;
- c.2) profilo professionale a supporto della P.A. nel campo della realizzazione e gestione di attività di comunicazione pubblica;
  - c.3) profilo professionale con funzioni di web content management, con esperienza in creazione e gestione di siti web/intranet;
  - c.4) profilo professionale con funzioni di copywriter in comunicazione istituzionale e su web;
  - c.5) profilo professionale di grafico pubblicitario, con competenze anche di web-designer.

Vi è inoltre un profilo professionale ulteriore, sempre da intendersi come requisito minimo di partecipazione, che dovrà integrare il gruppo di lavoro in relazione allo svolgimento della prestazione di cui alla lett. f) dell'art. 2 del presente Disciplinare:

- c.6) profilo professionale con iscrizione all'Ordine dei Giornalisti (elenco pubblicitisti o professionisti).

Si precisa che un'unica risorsa di personale può possedere più di uno dei suddetti profili professionali.

#### **ART. 9 – AVVALIMENTO**

Per il ricorso all'istituto dell'avvalimento, si applicano le disposizioni contenute nell'art. 49 del Codice. In particolare, il concorrente che intenda usufruirne deve presentare, **a pena di esclusione**, la documentazione indicata al comma 2 del predetto articolo.

#### **ART. 10 – SUBAPPALTO**

E' ammesso il subappalto, nella misura non superiore al 30% dell'importo contrattuale, ai sensi dell'art. 118 del Codice.

Il subappalto non comporta alcuna modificazione agli obblighi e agli oneri dell'aggiudicatario, che rimane responsabile nei confronti della Scuola di quanto subappaltato.

L'affidamento in subappalto è sottoposto, alle seguenti condizioni:

- a) il concorrente, all'atto dell'offerta deve indicare le prestazioni che intende subappaltare, nonché il nominativo dell'affidatario del subappalto prescelto;
- b) l'aggiudicatario deve depositare il contratto di subappalto almeno venti giorni prima dell'inizio dell'esecuzione delle prestazioni subappaltate;
- c) con il deposito del contratto di subappalto l'appaltatore deve trasmettere, altresì, la documentazione attestante il possesso da parte del subappaltatore dei requisiti di qualificazione previsti dal bando di gara e dalla normativa vigente, per lo svolgimento delle prestazioni a lui affidate;
- d) che non sussista, nei confronti del subappaltatore, alcuno dei divieti previsti

- dall'art. 10 della Legge n.575/65 s.m.i.;
- e) le prestazioni affidate in subappalto non possono essere oggetto di ulteriore subappalto.

L'Amministrazione provvederà a corrispondere al subappaltatore l'importo per le prestazioni dallo stesso eseguite.

Per quanto non previsto nel presente articolo si applicano le disposizioni dell'art. 118 del Codice.

### **ART. 11 – GARANZIA PROVVISORIA**

A garanzia della serietà e della irrevocabilità dell'offerta e, in particolare, dell'autenticità della certificazione prodotta e della veridicità delle dichiarazioni rese nell'offerta medesima, nonché della obbligazione di sottoscrivere il contratto in ipotesi di aggiudicazione dell'appalto, ciascun concorrente deve prestare una garanzia di € 9.000,00 (Novemila/00), pari al 2 % dell'importo globale a base di gara di cui al precedente art. 3, al netto dell'Iva, ai sensi e con le modalità previste dall'art. 75 del Codice.

A scelta del concorrente, la garanzia può essere prestata sia nella forma della cauzione che nella forma della fideiussione.

La cauzione può essere costituita, a scelta del concorrente:

- i) con assegno circolare non trasferibile intestato alla Scuola;
- ii) in titoli del debito pubblico garantiti dallo Stato al corso del giorno del deposito, presso una sezione di tesoreria provinciale o presso le aziende autorizzate, a titolo di pegno a favore della Scuola;

La fideiussione, a scelta del concorrente, può essere:

- iii) bancaria;
- iv) assicurativa;
- v) rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art. 107 del D.Lgs. 385/93, che svolgono in via esclusiva o prevalente attività di rilascio di garanzie, a ciò autorizzati dal Ministero dell'economia e delle finanze.

La fideiussione deve, **a pena di esclusione**:

- a) indicare testualmente il seguente oggetto: *“Gara con procedura aperta per l'appalto del servizio di comunicazione integrata della Scuola Superiore Sant'Anna – fideiussione quale cauzione provvisoria richiesta all'art. 11 del Disciplinare di Gara”*;
- b) in relazione alla gara in oggetto garantire:
  - l'autenticità della certificazione prodotta e la veridicità delle dichiarazioni rese dal concorrente nella presentazione dell'offerta;
  - l'obbligazione di sottoscrivere il contratto alle condizioni indicate nell'offerta e nel Capitolato d'onori, in ipotesi di aggiudicazione della gara;
- c) nel caso in cui il concorrente sia un raggruppamento temporaneo di imprese da costituirsi:

- essere resa espressamente in favore di tutte le imprese del costituendo raggruppamento;
- garantire l'autenticità della certificazione prodotta e la veridicità delle dichiarazioni rese da ciascuna impresa raggruppanda nonché la sottoscrizione del contratto per il fatto anche di una sola delle imprese raggruppande;
- d) prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale e la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957 c. 2 del Codice Civile;
- e) prevedere che il pagamento dell'importo garantito avvenga non oltre quindici giorni dal ricevimento della semplice richiesta scritta dell'Amministrazione aggiudicatrice, inoltrata a mezzo lettera raccomandata A/R;
- f) avere validità di almeno 180 (centottanta) giorni dal termine ultimo per la presentazione delle offerte;
- g) essere corredata dall'impegno del garante a rinnovare, su richiesta della Scuola, la garanzia per la durata di ulteriori 90 (novanta) giorni qualora al momento della sua scadenza non sia ancora intervenuta l'aggiudicazione.

L'importo della garanzia, e del suo eventuale rinnovo, è ridotto del cinquanta per cento per i concorrenti in possesso dei requisiti di cui al comma 7 dell'art. 75 del Codice. Per fruire di tale beneficio, i concorrenti devono segnalare, in sede di offerta, il possesso del requisito, e devono documentarlo nei modi prescritti dalle norme vigenti.

L'offerta deve essere altresì corredata, **a pena di esclusione**, dall'impegno di un fideiussore a rilasciare la garanzia fideiussoria per l'esecuzione del contratto di cui all'art. 7 del Capitolato d'Oneri, nella misura del 10% dell'importo dell'aggiudicazione, qualora il concorrente risultasse affidatario.

La garanzia sarà svincolata automaticamente nei confronti dell'aggiudicatario al momento della sottoscrizione del contratto medesimo, mentre, nei confronti di tutti gli altri offerenti all'atto della comunicazione dell'aggiudicazione e comunque entro un termine non superiore a trenta giorni dall'aggiudicazione stessa, anche quando non sia ancora scaduto il termine di validità della stessa.

La garanzia provvisoria verrà escussa:

- i) in caso di mancata produzione della documentazione che sarà richiesta dalla Scuola all'aggiudicatario provvisorio, nel termine stabilito o in quello eventualmente prorogato;
- ii) in caso di falsa dichiarazione nella documentazione presentata in sede di offerta, ovvero qualora non venga fornita la prova del possesso dei requisiti di capacità morale, economico-finanziaria e tecnico-professionale richiesti;
- iii) in caso di mancata sottoscrizione del contratto per fatto dell'aggiudicatario.

In caso di presentazione delle offerte da parte di operatori economici riuniti, la garanzia provvisoria dovrà essere presentata dalla sola mandataria o designata tale.

**ART. 12 – MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL’OFFERTA**

L’offerta, redatta in lingua italiana, dovrà pervenire alla Scuola Superiore Sant’Anna – Ufficio Protocollo, Via Santa Cecilia, 3 – 56127 Pisa (Italia), entro e non oltre il termine ultimo delle **ore 13.00 del giorno 13/01/2009, pena l’esclusione dalla gara**. L’offerta dovrà essere contenuta, **a pena di esclusione** dalla gara, in **un unico plico chiuso** che sia sigillato e firmato dal legale rappresentante/procuratore speciale dell’offerente lungo i lembi di chiusura. La sigillatura deve avvenire con ceralacca o nastro adesivo al fine di garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni sui lembi di chiusura. Al fine dell’identificazione della provenienza del plico, quest’ultimo dovrà, **a pena di esclusione**, recare il timbro con denominazione o ragione sociale dell’offerente o altro diverso elemento di identificazione del mittente, oltre la seguente dicitura:

- *“Gara con procedura aperta per l’appalto del servizio di comunicazione integrata della Scuola Superiore Sant’Anna – **Offerta**”*.

Il plico potrà essere inviato mediante servizio postale, a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento, o mediante corrieri privati o agenzie di recapito debitamente autorizzati, ovvero consegnato a mano da un incaricato del concorrente - soltanto in tale ultimo caso verrà rilasciata apposita ricevuta con l’indicazione dell’ora e della data di consegna - nelle giornate dal lunedì al venerdì (non festive), dalle ore 9.00 alle ore 13.00, fino al termine ultimo sopra indicato.

L’invio del plico contenente l’offerta è a totale ed esclusivo rischio del mittente; restando esclusa qualsivoglia responsabilità della Scuola ove per disguidi postali o di altra natura, ovvero, per qualsiasi motivo, il plico non pervenga entro il previsto termine ultimo di scadenza all’indirizzo di destinazione.

Non saranno in alcun caso presi in considerazione i plichi pervenuti oltre il suddetto termine ultimo di scadenza, anche indipendentemente dalla volontà del concorrente ed anche se spediti prima del termine medesimo; ciò vale anche per i plichi inviati a mezzo raccomandata con avviso di ricevimento, a nulla valendo la data di spedizione risultante dal timbro postale dell’agenzia accettante. Trascorso il termine fissato non verrà riconosciuta valida alcuna altra offerta, anche se sostitutiva od integrativa di offerta precedente.

Tali plichi non verranno aperti e verranno considerati come non consegnati.

All’interno del plico dovranno essere inserite, **a pena di esclusione**, tre distinte buste, A, B e C, non trasparenti (tali da non rendere conoscibile il loro contenuto), sigillate e firmate dal legale rappresentante/procuratore speciale dell’offerente lungo i lembi di chiusura. La sigillatura deve avvenire con ceralacca o nastro adesivo al fine di garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni sui lembi di chiusura. Al fine dell’identificazione della provenienza delle buste, queste dovranno, **a pena di esclusione**, recare il timbro con denominazione o ragione sociale dell’offerente o altro diverso elemento di identificazione del mittente, oltre le seguenti rispettive

diciture:

**Busta A** - *Gara con procedura aperta per l'appalto del servizio di comunicazione integrata della Scuola Superiore Sant'Anna – Documenti*

**Busta B** - *Gara con procedura aperta per l'appalto del servizio di comunicazione integrata della Scuola Superiore Sant'Anna – Offerta tecnica*

**Busta C** - *Gara con procedura aperta per l'appalto del servizio di comunicazione integrata della Scuola Superiore Sant'Anna – Offerta Economica.*

Il contenuto della busta “**A**” è indicato nell'allegato **1** al presente Disciplinare di gara. Il contenuto della busta “**B**” deve essere conforme a quanto previsto dal successivo art. 13. Il contenuto della busta “**C**” deve essere conforme a quanto previsto dal successivo art. 14 e predisposto come indicato nell'allegato **4**.

I concorrenti che intendano presentare un'offerta in raggruppamento temporaneo o con l'impegno di costituire un raggruppamento temporaneo, ovvero in Consorzio, dovranno osservare le seguenti condizioni:

- il **plico** e le buste “**A**”, “**B**” e “**C**” dovranno riportare all'esterno l'intestazione, nonché la firma lungo i lembi di chiusura del legale rappresentante/procuratore speciale:
  - di tutti gli operatori economici, in caso di raggruppamento temporaneo o Consorzi non formalmente costituiti al momento della presentazione dell'offerta;
  - dell'Impresa mandataria, in caso di raggruppamento temporaneo formalmente costituiti prima della presentazione dell'offerta;
  - del Consorzio, in caso di Consorzio.
- l'offerta tecnica e l'offerta economica, rispettivamente contenute nelle buste “**B**” e “**C**”, dovranno essere firmate in ogni pagina dal legale rappresentante:
  - di tutti gli operatori economici, in caso di raggruppamento temporaneo o Consorzi non formalmente costituiti al momento della presentazione dell'offerta;
  - dell'Impresa mandataria, in caso di raggruppamento temporaneo formalmente costituito prima della presentazione dell'offerta;
  - del Consorzio, in caso di Consorzio;

### **ART. 13 – FORMULAZIONE DELL'OFFERTA TECNICA**

L'offerta tecnica dovrà essere elaborata sulla base delle informazioni riportate di seguito, complementari rispetto al contesto in cui opera la Scuola descritto all'art. 1 del presente Disciplinare.

Dal 2001 la Scuola ha sviluppato le proprie attività di comunicazione integrata, essenzialmente verso l'esterno e fondamentalmente con un duplice obiettivo: aumentare la notorietà del proprio "brand" presso i pubblici di riferimento e presso i suoi "stakeholders" e incrementare il numero dei partecipanti ai concorsi e alle selezioni per entrare alla Scuola Superiore Sant'Anna come allievo. Negli anni, la qualità e la quantità delle azioni di comunicazione verso l'esterno attuate dalla Scuola sono cresciute sia in termini qualitativi che quantitativi. Il sistema di comunicazione integrata si compone, oggi, di un mix in cui vengono utilizzati usualmente:

- il sito Internet istituzionale, strumento indispensabile per parlare all'esterno e per veicolare il nome e l'immagine della Scuola in tutto il mondo;
- le campagne advertising, sia su mezzi tradizionali che su nuovi media, per attuare politiche di "recruitment" per allievi, con particolare riferimento al concorso per allievi ordinari di I e di II livello e per le selezioni ad alcuni Master e Corsi di Alta Formazione;
- i prodotti a stampa "below the line", come locandine, brochure e pieghevoli, che offrono informazioni su corsi, appuntamenti di carattere accademico e culturale, specifiche iniziative istituzionali, da utilizzare sia all'interno della Scuola che presso a saloni e fiere, oltre che da spedire "on demand";
- la partecipazione a fiere e a saloni di settore, per i quali talvolta può essere richiesta la produzione di materiale promozionale cartaceo o gadget ad hoc;
- le pubblicazioni quali "Year Book", che a cadenza periodica enfatizzano particolari aspetti della Scuola, come quelli che, agendo su formazione e ricerca, la proiettano in una dimensione internazionale;
- l'ufficio stampa interno, che diffonde una media di venticinque comunicati al mese, su iniziative che spaziano su tutti i campi della formazione e della ricerca, afferenti alla Scuola;
- la rete Intranet, la cui versione ulteriormente implementata, costituirà il principale strumento di comunicazione interna e il "desktop" di lavoro, attraverso il quale i diversi clienti interni (docenti, allievi, personale) accederanno ad applicativi informatici in grado di aumentare l'efficacia e l'efficienza di numerosissime operazioni quotidiane;
- l'organizzazione di eventi, quali presentazione di libri, svolgimento di workshop, di congressi, ecc. con rilevanza non soltanto italiana ma anche internazionale. A titolo di esempio si elencano soltanto alcuni degli eventi più recenti e significativi organizzati dalla Scuola:
  - Forum Italia-Spagna, con la partecipazione di esponenti dei due Governi e dell'Unione Europea (ottobre 2008);
  - Vertice italo-cinese, con la partecipazione di rappresentanti dei due Governi per la firma di atti di collaborazione (giugno 2008);

- Convegno celebrativo per i dieci anni dall'idea di creazione del Polo Sant'Anna Valdera (gennaio 2008);
- Convegno celebrativo dei vent'anni dalla legge istitutiva della Scuola, con la presenza del Presidente della Repubblica (ottobre 2007);
- Presentazione del libro di Roberto Colaninno (luglio 2006);
- 2° Forum Italia-Corea, con la partecipazione del Ministero Affari Esteri italiano e del Ministero della Scienza e della Tecnologia coreano (novembre 2005).

Partendo dalle informazioni messe a disposizione, oltre che da quanto è possibile acquisire tramite lo stesso sito web della Scuola, nonché, se necessario, per mezzo di opportune richieste scritte da presentare con le modalità di cui al punto 3 della Premessa al presente Disciplinare, il concorrente dovrà innanzitutto redigere, dal suo punto di vista, una breve relazione sullo stato delle attività di comunicazione messe in campo fino ad oggi dalla Scuola, nel contesto del panorama universitario nazionale ed internazionale, con particolare riferimento a quello delle *Scuole di eccellenza*.

Partendo da tale analisi e tenuto conto delle prestazioni richieste all'art. 2, il concorrente dovrà provvedere a formulare una proposta migliorativa che:

- illustri la strategia di comunicazione integrata ritenuta più efficace per la Scuola, definendo le linee guida di un progetto di comunicazione comprensivo di un "piano mezzi advertising";
- provveda a dare maggiore enfasi al carattere di internazionalità assunto dalla Scuola;
- risulti compatibile con l'offerta economica;
- includa una descrizione relativa alla ubicazione, struttura organizzativa e modalità di funzionamento del Gruppo di lavoro multidisciplinare, avente i requisiti minimi richiesti nell'art. 8 lett. c), nonché un organigramma nominativo dei componenti, il ruolo di ciascuno di loro e la motivazione della loro scelta.

Per quanto concerne l'aggiornamento del sito internet e della rete intranet, il concorrente dovrà descrivere le modalità di organizzazione ed esecuzione di questo servizio, tenendo conto che gli aggiornamenti dovranno essere curati a cadenza giornaliera, elaborando e pubblicando il materiale in arrivo dalla rete di referenti interna alla Scuola. La pubblicazione avverrà quando il materiale elaborato sarà stato approvato dalla rete di supervisor interni alla Scuola che sarà individuata all'atto di attivazione del servizio. Data la peculiarità del web/intranet content management, esso dovrà essere attivo tutti i giorni feriali, dalle ore 08.00 alle ore 19.00. Gli aggiornamenti quotidiani dovranno essere garantiti nel minor tempo possibile, comunque entro un termine massimo di quattro ore dall'invio del materiale grezzo e comunque entro la fine della giornata (ore 19.00) durante la quale è stato inviato il materiale grezzo. Ancora, il concorrente dovrà illustrare le ulteriori modalità di organizzazione del servizio per l'implementazione occasionale delle nuove sezioni del sito internet e della rete intranet.



Il concorrente, nella propria offerta tecnica, ha inoltre facoltà di aggiungere ulteriori prestazioni tra quelle richieste dalla Scuola a corpo, scegliendole tra quelle richieste a misura o indicando comunque nuove prestazioni non descritte nell'art. 2. In quest'ultimo caso dovrà essere esplicitata la rilevanza ad esse attribuite in relazione alle esigenze della Scuola. Tutte le suddette prestazioni aggiuntive si intenderanno comunque incluse tra quelle remunerate a corpo in base alla relativa offerta economica presentata dal concorrente.

Con riferimento alla necessità di commisurare quanto proposto nell'offerta tecnica all'offerta economica presentata dal concorrente, per le prestazioni da rendersi a misura potranno essere prese come riferimento ipotetico le rispettive quantificazioni riportate nel successivo art. 14.

L'offerta tecnica dovrà essere scritta in carattere Times New Roman, dimensione 12, interlinea 1,5 e margini di cm. 2x2x2x2, ed essere contenuta in massimo 30 pagine. Dovrà inoltre essere sottoscritta in ogni pagina dal legale rappresentante o da chi ha poteri di firma, secondo le condizioni formali di cui all'allegato A.

#### **ART. 14 – FORMULAZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA**

L'offerta economica complessiva, con riferimento a quanto definito nell'art. 2 del presente Disciplinare, deve essere formulata tenendo conto:

- a) delle prestazioni da rendere a corpo e per le quali la Scuola ha stabilito di remunerare l'Aggiudicatario con un corrispettivo fisso a forfait;
- b) delle prestazioni da rendere a misura, ossia in base alle effettive esigenze manifestate di volta in volta dalla Scuola e formalizzate con specifici ordinativi e che pertanto sono remunerate con un corrispettivo eventuale e complessivamente variabile.

L'offerta economica di cui alla lett. a) deve essere formulata a corpo ( $P_c$ ), con riferimento al corrispettivo annuale per il presente appalto. Il valore di tale offerta, moltiplicato per sei, non potrà superare l'importo posto a base di gara, **a pena di esclusione**.

L'offerta economica di cui alla lett. b) deve essere formulata presentando un listino di prezzi unitari ( $P_1, P_2, P_3, \dots$  ecc.,  $P_{19}$ ), al netto dell'Iva, corrispondente alle voci di costo sotto elencate. Al termine della descrizione di ciascuna voce di costo, tra parentesi quadre, è riportata una quantificazione ipotetica annua [ $Q_n$ ] delle prestazioni a cui applicare il prezzo unitario proposto, di cui il concorrente potrà tenere conto per effettuare la propria offerta:

- 1) commissione, espressa con valore percentuale, sui costi dell'investimento media, al netto della commissione di agenzia che solitamente le concessionarie

- riconoscono alle agenzie pubblicitarie. Tale commissione sarà rapportata ad un valore medio ipotetico di spesa di € 15.000,00 (quindicimila) per ciascun investimento media, al fine di poterla inserire nel calcolo dell'offerta economica complessiva. [Q<sub>1</sub>=9];
- 2) commissione, espressa con valore percentuale, sui costi di produzione e post-produzione fatturati da fornitori terzi, come remunerazione dell'attività di assistenza alla produzione e alla post-produzione, di supervisione creativa e di controllo qualità. Tale commissione sarà rapportata ad un valore medio ipotetico di spesa di € 2.000,00 (duemila), al fine di poterla inserire nel calcolo dell'offerta economica complessiva. [Q<sub>2</sub>=21];
  - 3) costo dello studio di creatività e del progetto grafico per la realizzazione di uno strumento informativo o promozionale. [Q<sub>3</sub>=8];
  - 4) costo dello studio di creatività e del progetto grafico per la realizzazione di più strumenti di comunicazione a supporto di un convegno o altro evento, come per esempio, locandina a uso interno, inviti per convegno, buste, pass parcheggio, cartellina-raccoglitore personalizzata. [Q<sub>4</sub>=9];
  - 5) costo per adattamento ad un nuovo strumento informativo di un progetto grafico preesistente. [Q<sub>5</sub>=1];
  - 6) costo dello studio di un marchio per un laboratorio o un centro di ricerca o un corso master della Scuola, fornitura di *master* digitali del marchio in varianti per diversi utilizzi, inclusa loro applicazione a elementi di immagine coordinata di base (carta, buste, biglietti da visita) e realizzazione di sintetico manuale d'uso. [Q<sub>6</sub>=2];
  - 7) costo orario per interventi di fotoritocco, come attività di post-produzione effettuata direttamente dall'Aggiudicatario o da esso affidata in outsourcing. [Q<sub>7</sub>=8 ore];
  - 8) costo di impaginazione di testi e immagini per singola facciata, in caso di realizzazione di brochure e stampati in genere. [Q<sub>8</sub>=342];
  - 9) costo di realizzazione di tabelle grafiche da inserire in strumenti informativi. [Q<sub>9</sub>=5];
  - 10) costo per l'applicazione della grafica esistente del sito web a nuovi template grafici. [Q<sub>10</sub>=18];
  - 11) costo di realizzazione di un impianto digitale di stampa nel formato standard (annunci stampa e materiali informativi per facciata), come attività di produzione effettuata direttamente dall'Aggiudicatario o da esso affidata in outsourcing. [Q<sub>11</sub>=62];
  - 12) costo di realizzazione di un impianto digitale di stampa per locandine, manifesti, e stendardi, come attività di produzione effettuata direttamente dall'Aggiudicatario o da esso affidata in outsourcing. [Q<sub>12</sub>=33];
  - 13) costo di realizzazione di un impianto digitale di stampa per facciate di prodotti editoriali di elevata foliazione (al di sopra delle 24 facciate), come attività di produzione effettuata direttamente dall'Aggiudicatario o da esso affidata in outsourcing. [Q<sub>13</sub>=314];

- 14) costo di produzione per la realizzazione di banner internet, a partire da creatività approvata per altri mezzi. [Q<sub>14</sub>=4];
- 15) costo di adattamento del banner realizzato ad altri formati. [Q<sub>15</sub>=10];
- 16) costo giornaliero/uomo delle eventuali trasferte per assistenza alla produzione e post-produzione, da parte di un creativo o di un delegato alla produzione incaricato dall'aggiudicatario. [Q<sub>16</sub>=16 giornate/uomo];
- 17) costo dell'insieme delle seguenti attività da realizzare, da parte dell'addetto all'Ufficio Stampa, per la gestione di un particolare evento (es: un convegno): definizione mailing-list delle testate prescelte; redazione comunicato stampa; recall; preparazione della cartella stampa; comunicato post-evento; rassegna stampa. [Q<sub>17</sub>=2 eventi];
- 18) costo dell'insieme delle seguenti attività per il supporto all'organizzazione e gestione di un particolare evento (es. un convegno internazionale di un giorno con la partecipazione di 200 persone): gestione della mailing-list dei partecipanti, anche stranieri (per l'invio cartaceo degli inviti, sono esclusi i costi di spedizione); registrazione delle adesioni e compilazione dell'elenco partecipanti; gestione delle prenotazioni alberghiere per 30 persone; allestimento degli spazi riservati al convegno (esclusi i costi vivi, per es. degli ornamenti floreali); servizio di reception e assistenza agli ospiti e relatori con cinque hostess bilingue (italiano/inglese). [Q<sub>18</sub>=1 evento];
- 19) costo dell'insieme delle seguenti attività per il supporto all'organizzazione e gestione di un particolare evento (es. un convegno internazionale di un giorno): fornitura di un impianto di traduzione simultanea composto da una cabina e 200 cuffie, con tecnico a disposizione (escluse eventuali spese di viaggio e soggiorno); traduzione simultanea dall'italiano all'inglese e dall'inglese all'italiano, effettuata da due interpreti. [Q<sub>19</sub>=2 eventi].

Si evidenzia che la suddetta quantificazione delle prestazioni a misura, derivata dalle precedenti forniture di servizi acquisite dalla Scuola e da quanto prevedibile per il futuro, è puramente indicativa e presuntiva relativamente all'intero periodo di affidamento del presente appalto. Pertanto, tenuto conto che le prestazioni da rendersi a misura sono eventuali e complessivamente variabili, nessuna contestazione potrà essere sollevata dall'Aggiudicatario qualora tali rispettive quantità dovessero modificarsi in base alle contestuali esigenze della Scuola e/o a seguito di eventuali disposizioni di legge che ne limitassero la spesa.

I prezzi offerti devono essere espressi in cifre e in lettere.

I prezzi che in ogni caso il concorrente indicherà nella propria offerta verranno ritenuti comprensivi di tutti gli oneri previsti per l'esecuzione dell'appalto, incluso a titolo esemplificativo, le spese previdenziali ed assistenziali, i costi relativi alla gestione e agli utili d'impresa. Si precisa che nei prezzi offerti saranno ritenuti inclusi i costi relativi alle trasferte presso le sedi della Scuola per attività di coordinamento, nei limiti di 10 giornate lavorative annue.

### ART. 15 – MODALITA' DI AGGIUDICAZIONE DELLA GARA

L'aggiudicazione dell'appalto avverrà, ai sensi dell'art 83 del Codice, in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, da determinarsi secondo i criteri e le modalità di seguito stabiliti.

<i>RIPARTIZIONE TRA OFFERTA TECNICA ED ECONOMICA</i>	<i>PUNTEGGIO MASSIMO</i>
<i>OFFERTA TECNICA</i>	<b>80</b>
<i>OFFERTA ECONOMICA</i>	<b>20</b>
<b><i>TOTALE</i></b>	<b>100</b>

Un'apposita commissione nominata dall'Amministrazione ai sensi dell'art. 84 del Codice, valuterà le offerte presentate dai concorrenti.

Alla valutazione delle offerte economiche saranno ammessi esclusivamente i concorrenti che avranno eguagliato o superato una soglia di valutazione delle offerte tecniche pari a 37/80, avendo in ogni caso acquisito:

- almeno 18 punti per la categoria 1 di valutazione (Strategia di comunicazione);
- almeno 10 punti nella categoria 2 di valutazione (Web/Intranet content management);
- almeno 9 punti nella categoria 3 di valutazione (Gruppo di lavoro).

**I concorrenti che non avranno raggiunto tali soglie di valutazione delle proprie offerte tecniche, saranno esclusi.**

La valutazione di quanto proposto con le offerte tecniche avverrà a giudizio insindacabile della commissione sulla base dei criteri e dei punteggi così articolati:

CATEGORIA	ELEMENTO	PARAMETRO MIGLIORE VALUTAZIONE	SISTEMA VALUTAZIONE	Max
<b>1. Strategia di Comunicazione</b>				<b>32</b>
<b>1.1</b>	Metodologia progettuale della strategia di comunicazione	Migliore metodologia per impostazione, originalità e coerenza interna per il progetto proposto nel suo complesso	fino a 8 punti (0-8)	8
<b>1.2</b>	Rispondenza della strategia di comunicazione presentata alle esigenze della Scuola	Maggiore rispondenza alle esigenze istituzionali della Scuola, valutando anche l'articolazione delle azioni di comunicazione proposte tra le dimensioni internazionale, nazionale e locale	fino a 8 punti (0-8)	8
<b>1.3</b>	Definizione del Piano mezzi advertising	Migliore Metodologia per l'elaborazione di un'efficace Piano mezzi, valutando anche le motivazioni addotte dal concorrente e la congruenza con le esigenze della Scuola	fino a 8 punti (0-8)	8

1.4	Definizione complessiva degli strumenti di comunicazione per la promozione dell'immagine della Scuola	Migliore elaborazione per organicità, completezza ed innovazione del Piano degli Strumenti di comunicazione da utilizzare (oltre i Media già considerati al punto di valutazione 1.3), coerentemente con la strategia di comunicazione proposta	fino a 8 punti (0-8)	8
<b>2. Web/Intranet content management</b>				<b>18</b>
2.1	Aggiornamento del sito web e della rete intranet	Migliore organizzazione qualitativa (addeito, strumenti, interazione con la Scuola) e quantitativa (disponibilità oraria) per un'efficiente gestione degli aggiornamenti del sito web e della rete intranet	fino a 18 punti (0-18)	18
<b>3. Gruppo di Lavoro</b>				<b>16</b>
3.1	Organizzazione interna	Migliore proposta organizzativa del gruppo di lavoro multidisciplinare, in termini di composizione, oltre i requisiti minimi di cui all'art. 8 lett. c), e di coordinamento interno	fino a 8 punti (0-8)	8
3.2	Interazione con la Scuola	Migliore proposta organizzativa del gruppo di lavoro multidisciplinare, per una efficiente, costante e rapida interazione con i referenti della Scuola	fino a 8 punti (0-8)	8
<b>4. Prestazioni a corpo aggiuntive</b>				<b>14</b>
4.1	Forfait per le prestazioni richieste a misura	Prestazioni o parti di esse scelte dal concorrente tra quelle richieste a misura dalla Scuola nelle lett. d), e), f) e g), da aggiungersi a quelle da rendersi a corpo di cui alle lett. a), b) e c) dell'art. 2	fino a 1 punto (0-1) per ciascuna prestazione aggiuntiva proposta	8
4.2	Prestazioni aggiuntive rilevanti per la Scuola	Prestazioni nuove (non richieste nel presente Disciplinare) da aggiungere a quelle richieste a corpo nelle lett. a), b) e c) dell'art. 2, ritenute rilevanti in relazione alle esigenze della Scuola	fino a 1 punto (0-1) per ciascuna prestazione aggiuntiva proposta	6

La Commissione, nell'attribuzione dei punteggi sopra previsti per la valutazione dell'offerta tecnica, terrà conto anche della rispondenza, completezza e chiarezza espositiva di quanto proposto dai concorrenti.

Quanto alla valutazione delle offerte economiche il punteggio sarà attribuito secondo la formula:

$$VE_i = 20 - 20 * [(P_i - P_{min}) / (P_{base} - P_{min})]$$

dove:

$P_i$  = "prezzo complessivo" offerto dal concorrente i-esimo

$P_{\min} = P_i$  minimo offerto

$P_{\text{base}}$  = prezzo a base di gara

20 = punteggio massimo attribuito alle offerte economiche con la suddetta formula.

Il “prezzo complessivo” utilizzato nella suddetta formula sarà determinato, per ciascun concorrente, nel modo seguente:

- ciascuno dei prezzi unitari proposti per la composizione del listino ( $P_1, P_2, P_3, \dots$  ecc.,  $P_{19}$ ), corrispondente all’offerta economica per le prestazioni a misura, di cui alla lett. b) dell’art. 14, sarà moltiplicato per la rispettiva quantità ipotetica annua indicata in parentesi quadra ( $Q_1, Q_2, Q_3, \dots$  ecc.,  $Q_{19}$ ). I valori ottenuti saranno arrotondati alla quarta cifra decimale;
- i prodotti ottenuti saranno sommati, ottenendo l’offerta economica annua relativa a tutte le prestazioni a misura;
- infine, tale sommatoria sarà aggiunta all’offerta economica a corpo ( $P_c$ ), formulata ai sensi della lett. a) dell’art. 14.
- 

Dunque il “prezzo complessivo”, che costituirà il  $P_i$  di ciascun concorrente, è dato dalla seguente formula:

$$P_i = [(P_1 * Q_1) + (P_2 * Q_2) + (P_3 * Q_3) + \dots (P_{19} * Q_{19})] + P_c$$

Il servizio sarà aggiudicato al concorrente, tra quelli che avranno superato la soglia di valutazione delle offerte tecniche, che avrà ottenuto il maggior punteggio sommando i punti relativi alla proposta tecnica e all’offerta economica.

Nel caso in cui due o più Società partecipanti alla gara ottengano lo stesso punteggio complessivo l’aggiudicazione è disposta a favore dell’offerta che ha ottenuto il maggior punteggio in relazione agli elementi tecnici.

Si precisa che:

- saranno **esclusi dalla gara** i concorrenti che presentino offerte nelle quali siano sollevate eccezioni e/o riserve di qualsiasi natura alle condizioni di fornitura del servizio in appalto specificate nel presente Disciplinare o nel Capitolato d’oneri, ovvero che siano sottoposte a condizione, nonché risultino offerte parziali o espresse in modo indeterminato;
- saranno **esclusi** i partecipanti che abbiano omesso di presentare i documenti richiesti a pena di esclusione, che non si siano attenuti alle modalità ed alle formalità previste, ovvero che abbiano reso false dichiarazioni;
- la Scuola si riserva di richiedere ai concorrenti di completare o di fornire chiarimenti in ordine al contenuto della documentazione e delle dichiarazioni presentate;

- in caso di discordanza tra il prezzo indicato in cifre e quello in lettere sarà ritenuto valido il prezzo più conveniente per l'Amministrazione;
- le offerte anormalmente basse verranno sottoposte a verifica ai sensi del Codice, richiedendo alle imprese concorrenti di fornire precisazioni e giustificazioni al riguardo, con facoltà della Scuola di assegnare un termine perentorio, entro cui le imprese concorrenti devono far pervenire le dette precisazioni e/o giustificazioni, pena l'esclusione dalla gara;
- gli offerenti sono vincolati alle offerte presentate per un periodo di 180 (centottanta) giorni dal termine ultimo per la presentazione delle offerte, nonché, su richiesta della Scuola, per un periodo di ulteriori 90 (novanta) giorni qualora alla scadenza dei suddetti 180 giorni non sia ancora intervenuta l'aggiudicazione;
- la Scuola si riserva il diritto di non procedere all'aggiudicazione, nel caso in cui nessuna delle offerte presentate venga ritenuta idonea; di procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida ritenuta soddisfacente; nonché di sospendere, reindire o non aggiudicare la gara motivatamente.

#### **ART. 16 – SEDUTE DELLA COMMISSIONE GIUDICATRICE**

La gara sarà dichiarata aperta da un'apposita Commissione nominata dalla Scuola ai sensi dell'art. 84 del Codice, la quale, **il giorno 16/01/2009**, con inizio **alle ore 10.00**, presso gli uffici della Scuola stessa, in Pisa (Italia), Via Santa Cecilia n. 3, procederà:

- alla verifica dell'integrità e della tempestività della ricezione dei plichi pervenuti, nonché all'apertura dei plichi medesimi, alla verifica della presenza delle buste **A, B e C**;
- all'apertura delle buste **A** di tutte le offerte ed alla constatazione della presenza dei documenti ivi contenuti; successivamente procederà all'esame del contenuto dei documenti delle buste **A**. In caso di mancanza di uno dei documenti attestanti il possesso dei requisiti richiesti provvederà alla esclusione del candidato. In caso di irregolarità formali non compromettenti la "*par condicio*" fra i concorrenti e nell'interesse della Scuola, il concorrente verrà invitato, a mezzo di opportuna comunicazione scritta, anche solo a mezzo fax, a completare o a fornire i chiarimenti in ordine ai documenti presentati.

**Qualora si rendesse necessario modificare la data e/o l'ora della suddetta prima seduta pubblica della Commissione, ne sarà data comunicazione sul sito della Scuola Superiore Sant'Anna ([www.sssup.it](http://www.sssup.it)).**

A tale seduta della Commissione, nonché alle successive sedute aperte al pubblico potrà assistere un incaricato di ciascun concorrente il cui nominativo, in considerazione delle procedure riguardanti l'accesso di terzi presso la sede della Scuola dovrà essere comunicato mediante fax da trasmettere al n. 050.883595 entro il giorno precedente la data di seduta, con allegata fotocopia di un documento di identificazione con fotografia, nonché con l'indicazione dei relativi poteri o degli estremi della procura speciale.

L'accesso e la permanenza dei rappresentanti del concorrente nei locali ove si procederà alle operazioni di gara sono subordinati all'assoluto rispetto delle procedure di accesso e di sicurezza in vigore presso la Scuola ed all'esibizione dell'originale del documento di identificazione. Al fine di consentire al personale della Scuola di procedere alla sua identificazione, l'incaricato del concorrente dovrà presentarsi all'ingresso visitatori almeno 15 (quindici) minuti prima degli orari fissati per ciascuna delle sedute aperte al pubblico. Non saranno ammessi ad assistere i soggetti i cui estremi non sono stati comunicati secondo la procedura sopra detta.

Al termine della verifica dei documenti delle buste **A**, la Commissione, in seduta pubblica, procederà all'apertura delle buste **B** per accertare l'esistenza di quanto in esse contenuto. Successivamente procederà, in sedute riservate, alla valutazione delle offerte tecniche ed alla assegnazione dei punti in base ai parametri di valutazione prestabiliti.

Terminato l'esame delle offerte tecniche, verrà fissata un'apposita riunione della Commissione aperta al pubblico per procedere alla lettura dei punteggi attribuiti alle offerte tecniche, all'apertura delle buste **C** ed alla lettura dei prezzi offerti da ciascun concorrente.

Successivamente, la Commissione procederà in seduta riservata all'esame e verifica delle offerte economiche presentate, alla verifica dell'esistenza di eventuali offerte anormalmente basse, in base a quanto stabilito dal Codice, nonché all'attribuzione dei relativi punteggi.

Al termine dei lavori la Commissione procederà alla somma di tutti i punteggi parziali attribuiti alle diverse offerte per la parte tecnica e per la parte economica, attribuendo il punteggio complessivo a ciascuna offerta e formando la graduatoria provvisoria.

La Scuola provvederà a comunicare ai concorrenti l'avvenuta aggiudicazione, ai sensi dell'art. 79 del Codice.

Le sedute della Commissione diverse da quelle di apertura delle buste e di verifica dei loro contenuti, si svolgeranno a porte chiuse.

Le sedute aperte al pubblico, diverse da quella iniziale, saranno comunicate ai concorrenti a mezzo fax, con congruo anticipo. La partecipazione del rappresentante del concorrente è regolata da quanto espresso in precedenza.

## **ART. 17 – RISERVATEZZA DELLE INFORMAZIONI**

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 196/2003 "*Codice in materia di protezione dei dati personali*" (di seguito la "Legge") la Scuola fornisce le seguenti informazioni sul trattamento dei dati personali alla stessa forniti.

### Finalità del trattamento

- I dati inseriti nelle buste "A" "B" e "C" vengono acquisiti dalla Scuola per verificare la sussistenza dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara ed in particolare dei requisiti morali, delle capacità economico-finanziarie e



tecnico-professionali dei concorrenti richieste per l'esecuzione del servizio nonché per l'aggiudicazione e, per quanto riguarda la normativa antimafia, in adempimento di precisi obblighi di legge.

- I dati forniti dal concorrente aggiudicatario vengono acquisiti dalla Scuola ai fini della stipula del contratto, per l'adempimento degli obblighi legali ad esso connessi, oltre che per la gestione ed esecuzione economica ed amministrativa del contratto stesso.
- Tutti i dati acquisiti dalla Scuola potranno essere trattati anche per fini di studio e statistici.

#### Natura del conferimento

Il conferimento dei dati ha natura facoltativa, tuttavia, il rifiuto di fornire i dati richiesti dalla Scuola potrebbe determinare, a seconda dei casi, l'impossibilità di ammettere il concorrente alla partecipazione alla gara o la sua esclusione da questa o la decadenza dall'aggiudicazione.

#### Dati sensibili e giudiziari

Di norma i dati forniti dai concorrenti e dall'aggiudicatario non rientrano tra i dati classificabili come "sensibili" e "giudiziari", ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettere d) ed e) del D.Lgs. 196/2003.

#### Modalità del trattamento dei dati

Il trattamento dei dati verrà effettuato dalla Scuola in modo da garantirne la sicurezza e la riservatezza e potrà essere attuato mediante strumenti manuali, informatici e telematici idonei a trattarli nel rispetto delle regole di sicurezza previste dalla Legge e/o dai Regolamenti interni.

#### Ambito di comunicazione e di diffusione dei dati

I dati potranno essere comunicati:

- al personale della Scuola che cura il procedimento di gara e la successiva esecuzione del contratto, nonché al personale in forza all'Ufficio Studi interno della Scuola;
- a collaboratori autonomi, professionisti, consulenti, che prestino attività di consulenza od assistenza alla Scuola in ordine al procedimento di gara o per studi di settore o fini statistici;
- ai soggetti esterni, i cui nominativi sono a disposizione degli interessati, facenti parte delle Commissioni di aggiudicazione e di collaudo che verranno di volta in volta costituite;
- ad altri concorrenti che facciano richiesta di accesso ai documenti di gara nei limiti consentiti, ai sensi della legge 7 agosto 1990 n. 241 e dell'art.13 del Codice.

I dati conferiti dai concorrenti, trattati in forma anonima, nonché il nominativo del concorrente aggiudicatario della gara ed il prezzo di aggiudicazione della fornitura, potranno essere diffusi tramite il sito internet della Scuola [www.sssup.it](http://www.sssup.it).

## Diritti del concorrente interessato

Al concorrente, in qualità di interessato, vengono riconosciuti i diritti di cui all'articolo 7 del D.Lgs. 196/2003.

## Titolare del trattamento

Titolare del trattamento è la Scuola Superiore Sant'Anna, con sede in Pisa, Piazza Martiri della Libertà, n. 33.

Responsabile per il riscontro all'interessato in caso di esercizio dei diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. 196/2003 è il Prof. Riccardo Varaldo, Presidente della Scuola, fermo restando che l'elenco aggiornato dei responsabili è sempre a disposizione per la consultazione presso gli uffici della Scuola medesima.

## Consenso del concorrente interessato

*Acquisite, ai sensi dell'articolo 13 del D.Lgs. 196/2003, le sopra riportate informazioni, con la presentazione dell'offerta e la sottoscrizione del contratto, il concorrente acconsente espressamente al trattamento dei dati personali come sopra definito.*

Il concorrente potrà specificare nelle premesse dell'Offerta Tecnica (busta "B" Offerta tecnica) se e quale parte della documentazione presentata, ritiene coperta da riservatezza, con riferimento a marchi, know-how, brevetti ecc.: in tal caso la Scuola consentirà l'accesso a tale documentazione mediante visione, ma non l'estrazione di copia.

## **ALLEGATI**

Sono parte integrante del presente Disciplinare di gara i seguenti allegati:

- Allegato 1 – Documenti e Modello 1
- Allegato 2 – Facsimile domanda di ammissione
- Allegato 3 – Elementi di immagine coordinata
- Allegato 4 – Facsimile di dichiarazione d'offerta

Pisa, lì 21/11/2008

Il Direttore Amministrativo