

## **CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE**

*Allegato 2 al Disciplinare di Gara*

***Procedura aperta in ambito comunitario, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, volta alla stipulazione di un accordo quadro avente ad oggetto la pianificazione e l'acquisto di spazi pubblicitari***

**CPV: 79341000-6, 79341200-8, 79341400-0**

**CIG: 79832301CE**

**CUP: F84F19000220008**

**Lazio Innova S.p.A.**

società soggetta a direzione  
e coordinamento della Regione Lazio  
sede legale  
Via Marco Aurelio, 26/a - 00184 Roma  
t +39 06 605160 - f +39 06 60516601  
numero verde 800 989 796

www.lazioinnova.it  
info@lazioinnova.it  
lazioinnova@pec.lazioinnova.it  
registro delle imprese di Roma  
partita iva e codice fiscale 05950941004  
Rea RM-938517  
capitale sociale € 48.927.354,56 i.v.



## INDICE

1. Premessa .....	3
2. Definizioni .....	4
3. Normativa di riferimento .....	4
4. Oggetto.....	5
4.1. <i>Elaborazione della strategia media funzionale alla diffusione del/dei Contenuti/oli sulla base del Target indicato nel Brief.</i> .....	6
4.2. <i>Acquisto dei Mezzi</i> .....	6
4.3. <i>Elaborazione e invio della reportistica di servizio</i> .....	7
5. Team di lavoro.....	7
6. Il processo di svolgimento del servizio .....	8
6.1. <i>Presentazioni dell'Aggiudicatario</i> .....	9
6.2. <i>Approvazione o richiesta di modifiche</i> .....	9
6.3. <i>Approvazione finale</i> .....	9
7. Criteri di remunerazione dell'Aggiudicatario .....	9
8. Responsabilità dell'agenzia.....	10
9. Segreto professionale .....	10
10. Segni distintivi.....	10
11. Penali .....	11

## I. Premessa

Lazio Innova s.p.a. è la società *in house* creata dalla Regione Lazio, e partecipata al 19,50% dalla Camera di Commercio di Roma, che opera nella progettazione e gestione di azioni e programmi di aiuto per la crescita economica, l'accesso al credito, lo sviluppo del territorio e il sostegno all'innovazione.

Lazio Innova opera a vantaggio delle imprese e della pubblica amministrazione locale attraverso:

- l'erogazione di incentivi a valere su risorse regionali, nazionali e/o europee;
- l'informazione e l'orientamento in merito alle opportunità di finanziamento e ai progetti europei;
- il sostegno al credito e il rilascio di garanzie;
- interventi nel capitale di rischio (venture capital);
- l'erogazione di servizi per l'internazionalizzazione;
- la promozione delle reti d'impresa e delle eccellenze regionali;
- l'erogazione di servizi per la nascita e lo sviluppo d'impresa;
- il microcredito e le misure per l'inclusione sociale.

In particolare Lazio Innova ha la missione di creare un ambiente favorevole alla nascita e allo sviluppo di nuove imprese innovative e sostenere la crescita delle aziende e i giovani talenti nella Regione Lazio.

Lazio Innova promuove il rafforzamento delle imprese agendo sulla loro struttura patrimoniale e più in generale incentivando gli investimenti in grado di accrescerne la competitività.

Lazio Innova assiste l'Autorità di Gestione del Programma Operativo Regionale del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (il "POR FESR") allo scopo di assicurare un'efficace ed efficiente implementazione delle azioni programmate.

Le attività di assistenza tecnica riguardano la definizione del sistema di gestione e controllo, delle modalità attuative, degli strumenti di intervento e delle procedure di selezione e monitoraggio fisico, procedurale e finanziario dei progetti cofinanziati dall'Unione Europea.

Nell'ambito di tale attività di assistenza, Lazio Innova affianca la Regione Lazio e le altre amministrazioni eventualmente coinvolte nell'attuazione del POR FESR per porre in essere le iniziative previste nel Piano di comunicazione del suddetto programma.

Lazio Innova garantisce inoltre il collegamento con le strutture comunitarie, nazionali e regionali per la progettazione e l'attuazione dei diversi programmi europei nei quali la Regione Lazio (o la società stessa) assumono un ruolo di promotori diretti o partner.

Lazio Innova può supportare la Regione Lazio anche nella definizione di specifici programmi operativi per la valorizzazione territoriale negli ambiti infrastrutture, beni culturali e paesaggistici, sociale e urbanistica nel rispetto dei principi di sostenibilità.

Lazio Innova opera infine anche a vantaggio delle pubbliche amministrazioni locali attraverso l'erogazione di incentivi a valere su risorse regionali, nazionali ed europee. I principali campi di intervento riguardano la sostenibilità economica e ambientale e il miglioramento dei servizi attraverso la promozione delle IC.

Nell'ambito delle attività sopra individuate, Lazio Innova ha interesse a individuare un operatore economico, anche plurisoggettivo, con cui sottoscrivere un accordo quadro avente ad oggetto il servizio di pianificazione e acquisto di spazi per la diffusione di campagne di comunicazione nonché di spazi per la diffusione di contenuti editoriali e publiregionali all'interno dei mezzi di comunicazione di massa.

## 2. Definizioni

Nel presente capitolato saranno utilizzate le seguenti definizioni:

- **Accordo Quadro:** l'accordo quadro che verrà sottoscritto con l'Aggiudicatario della presente procedura
- **Aggiudicatario:** l'operatore economico che risulterà aggiudicatario dei servizi oggetto della presente procedura in esito alla stessa;
- **Brief:** il documento con cui la Committente attiverà di volta in volta l'Accordo Quadro fornendo indicazioni sui contenuti da diffondere, il target, i mezzi di comunicazione da utilizzare, il budget complessivamente a disposizione ed eventuali informazioni specifiche legate, in particolare, all'utilizzo dei Fondi strutturali d'investimento;
- **Committente:** la società Lazio Innova s.p.a. con sede legale in Roma, alla via Marco Aurelio 26 A, Partita Iva e Codice fiscale 05950941004;
- **Contenuti:** le campagne di comunicazione, i publiregionali e in generale qualsiasi tipologia di messaggio che la Committente vorrà diffondere attraverso i mezzi di comunicazione di massa;
- **Fee media:** compenso per l'attività di pianificazione e acquisto dei mezzi di volta in volta richiesti per la diffusione dei Contenuti;
- **Mezzi:** i media e i canali individuati per colpire il Target destinatario dei Contenuti quali, a titolo meramente indicativo e non esaustivo, radio, televisione, cinema, stampa, affissioni, web;
- **Spazi:** gli spazi all'interno dei Mezzi nei quali saranno inseriti i Contenuti;
- **Target:** l'insieme di persone che la Committente si propone di interessare, coinvolgere e informare con la diffusione di ciascun Contenuto;
- **Valore dell'Accordo Quadro:** l'entità complessiva dei budget che potranno essere stanziati per la diffusione dei Contenuti nei 24 mesi dalla sottoscrizione dell'Accordo Quadro.

## 3. Normativa di riferimento

- Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture" e sue modifiche e integrazioni;
- Direttiva 2014/24/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, sugli appalti pubblici che abroga la direttiva 2004/18/CE;
- D.P.R. 5 ottobre 2010 n. 207, limitatamente al testo vigente;

- D.Lgs 159/2011 “Codice leggi antimafia” testo vigente e Legge 19/3/90, n. 55 recante disposizioni per la prevenzione della delinquenza di tipo mafioso testo vigente;
- D.Lgs. n. 81/2008 e s.m.i. recante norme in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro;
- D.Lgs. 10/9/2003 n. 276 e s.m.i., recante norme in materia di occupazione e mercato del lavoro;
- Legge n. 68/99 recante le norme sulla promozione dell’inserimento e dell’integrazione lavorativa delle persone disabili nel mondo del lavoro;
- D.Lgs. 196 del 30 giugno 2003(Codice Privacy) e Reg. (UE) 679/2016;
- D.Lgs. 231 del 8 giugno 2001 “Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica”;
- Legge 13 agosto 2010, n. 136 “Piano straordinario contro le mafie nonché delega al governo in materia di normativa antimafia” testo vigente;
- Legge 17 dicembre 2012, n. 221, di conversione in legge, con modificazioni, del Decreto-Legge 18 Ottobre 2012 n. 179, recante ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese;
- DGR 252 del 26 maggio 2015 recante “Adozione della Strategia unitaria per le attività di comunicazione e informazione relative alla programmazione 2014-2020”;
- Determinazione dirigenziale n. G04393 del 29/04/2016 che ha approvato il Piano di Comunicazione per l’intero periodo di programmazione 2014-2023;
- Convenzione stipulata in data 11 maggio 2016 tra Regione Lazio e Lazio Innova che disciplina i rapporti giuridici tra le parti relativamente allo svolgimento delle attività di comunicazione che Lazio Innova dovrà condurre in qualità di società *in house* della Regione Lazio nell’ambito delle Azioni di Assistenza tecnica del POR FESR;
- Delibera del Consiglio di Amministrazione di Lazio Innova del 24.05.2019 che ha approvato gli “elementi qualificanti” della procedura e conferito al Presidente, anche in qualità di Responsabile Unico del Procedimento, i necessari poteri per procedere all’espletamento della procedura di gara e successivamente a contrarre.

#### 4. Oggetto

La presente procedura ha la finalità di individuare un operatore economico, anche plurisoggettivo, con cui sottoscrivere un Accordo Quadro avente ad oggetto la pianificazione e l’acquisto di Spazi per la diffusione di Contenuti finalizzati alla promozione e informazione dei cittadini in merito alle iniziative gestite da Lazio Innova sia direttamente sia per conto della Regione Lazio nell’attuazione di programmi comunitari e di altri progetti specifici.

Il valore dell’Accordo Quadro è determinato in Euro 610.000,00 oltre IVA sulla base dell’entità complessiva dei budget che potranno essere impegnati per la ideazione e diffusione di Contenuti nei 24 mesi dalla sottoscrizione dell’Accordo Quadro medesimo.

La sottoscrizione dell’Accordo Quadro non obbliga la Committente ad affidare all’Aggiudicatario la realizzazione di servizi per l’intero Valore dell’Accordo Quadro né per un importo minimo ma comporta per l’Aggiudicatario l’obbligo di accettare gli incarichi che gli saranno affidati fino alla concorrenza del Valore dell’Accordo Quadro. Qualora la Committente non attivi l’Accordo Quadro, alcuna pretesa potrà essere avanzata nei confronti della stessa.

In base all’esperienza maturata, può affermarsi, a titolo meramente indicativo e senza che ciò possa ingenerare aspettative da parte dei concorrenti, che il budget mediamente destinato alla pianificazione di ciascun Contenuto

oscilla tra 50.000 e i 150.000 Euro ma non è da escludere l'esigenza di pianificazioni destinate, per esempio, a un target più diffuso per le quali sia previsto di impegnare importi più alti (anche 250.000 euro) ovvero di pianificazioni destinate a un target circoscritto per le quali siano impegnati importi anche inferiori a 50.000 Euro.

I servizi oggetto dell'Accordo Quadro che potranno essere richiesti parzialmente o singolarmente con riferimento a ciascun Contenuto sono i seguenti:

- a) elaborazione, sulla base del Brief fornito dalla Committente, di un progetto di pianificazione del/dei Contenuto/i sui Mezzi più adatti al Target;
- b) prenotazione, trattativa e acquisto, per conto della Committente, degli Spazi sui Mezzi prescelti dalla Committente;
- c) elaborazione e invio della reportistica di servizio.

#### **4.1. Elaborazione della strategia media funzionale alla diffusione del/dei Contenuto/i sulla base del Target indicato nel Brief.**

L'aggiudicatario dovrà elaborare, sulla base del Brief fornito dalla Committente, del Target e del budget stanziato, un documento di pianificazione del/dei Contenuto/i che dovrà contenere:

- la descrizione del o dei Target in funzione del Contenuto e degli obiettivi istituzionali cui la relativa diffusione è finalizzata;
- la strategia di pianificazione raccomandata per raggiungere nella maniera più efficace il o i Target, inclusa la raccomandazione dei Mezzi idonei ad ottimizzare il budget;
- la durata ottimale della pianificazione;
- la proposta di media mix più coerente con il raggiungimento degli obiettivi;
- la validità temporale della proposta;
- le eventuali modalità di fatturazione;
- la descrizione degli strumenti analitici che, tenuto conto delle modalità di diffusione del/dei Contenuto/i, saranno utilizzati per valutare l'incidenza della pianificazione (Audience, GRP, copertura netta, contatti, etc.)
- l'importo unitario di ogni Spazio, Iva esclusa, alla quotazione net net

Per ogni Mezzo dovranno essere specificate tutte le informazioni di dettaglio atte ad individuarne l'efficacia, supportate da fonti certificate a livello nazionale (p.e. Nielsen, Auditel, Audipress, Eurisko etc) quali a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- per la televisione e radio: i canali, numero di uscite, collocazione temporale
- per la stampa: tipologia, tiratura della testata, formato e posizione dell'annuncio, numero di uscite e periodo
- per il web: tipologia, numero di contatti del sito tipologia e formato dello spazio etc
- per altri mezzi/soluzioni innovative: tipologia e caratteristiche della singola proposta, dati disponibili a supporto.

#### **4.2. Acquisto dei Mezzi**

Successivamente all'approvazione definitiva del documento di pianificazione l'Aggiudicatario sottoporrà alla Committente l'elenco dei Mezzi pianificati con i relativi costi per avere la conferma all'acquisto.

Con la conferma dell'ordine di acquisto l'Aggiudicatario sarà legittimato ad acquistare i Mezzi in nome proprio e

per conto della Committente.

Lazio Innova garantirà la propria obbligazione di rimborso dei costi dei mezzi previo rilascio di apposita garanzia fideiussoria come previsto nell'accordo quadro.

L'Aggiudicatario sarà responsabile a tutti gli effetti della correttezza degli spazi acquistati per conto della Committente.

### **4.3. Elaborazione e invio della reportistica di servizio**

Al termine di ogni pianificazione, l'Aggiudicatario trasmetterà alla Committente un report dettagliato degli spazi pubblicitari acquistati cui dovrà essere allegata la documentazione utile a certificare l'effettivo utilizzo di ciascun Mezzo nei tempi e con le modalità concordate (fotografie, giustificativi, etc).

I costi dei Mezzi acquistati per conto della Committente saranno rimborsati all'Aggiudicatario esclusivamente ove ne sia dimostrato l'utilizzo.

Resta inteso che, nel caso in cui una o più uscite di cui sia stato confermato l'acquisto, siano state annullate per volontà della Committente in tempi tali per cui non sia possibile recedere dal relativo acquisto e non sia possibile negoziare con le concessionarie una sostituzione, la Committente liquiderà comunque all'Aggiudicatario il costo degli spazi annullati e ogni altra spesa comunque sostenuta oltre che il corrispettivo previsto per la pianificazione e l'intermediazione all'acquisto degli Spazi.

Il report e la documentazione ad esso allegata potranno essere trasmessi alla Committente in formato elettronico (p.e. Microsoft excel) e su supporti (chiavi usb, cd, etc); a ciascuna riga dovrà corrispondere un singolo spazio pubblicitario acquistato con riferimento al quale dovranno essere fornite al minimo le seguenti informazioni:

- riferimenti al documento di pianificazione approvato dalla Committente
- caratteristiche dello Spazio acquistato come segue:
  - per la tv: i canali, il numero di uscite, data e ora di trasmissione;
  - per le affissioni: il numero degli impianti, la durata dell'esposizione, il periodo di esposizione, la dimensione degli impianti, i luoghi;
  - per la stampa: tipologia, tiratura, formato, posizione, periodo e numero delle uscite
  - per il web: tipologia sito, tipo di spazio (a titolo esemplificativo, banner, pop-up, antipixel, mailing list, ecc.), frequenza, diti e portali proposti, altre caratteristiche
  - altri mezzi innovativi: tipologia, caratteristiche, durata e frequenza di utilizzo, etc

## **5. Team di lavoro**

L'Aggiudicatario dovrà mettere a disposizione della Committente per l'esecuzione dell'Accordo Quadro le seguenti professionalità:

- I account manager con almeno 10 anni nella gestione di progetti avente ad oggetto la diffusione di campagne di comunicazione per clienti istituzionali (PA nazionali e locali) e/o per grandi clienti (organizzazioni e aziende di grandi dimensioni con una molteplicità di funzioni/aree/società) che sarà nominato referente tecnico dell'Aggiudicatario ai fini della esecuzione dell'Accordo Quadro.

Il suddetto referente svolgere le seguenti attività:



- implementare le azioni necessarie per garantire il livello dei servizi attesi nonché il rispetto delle prestazioni richieste;
- gestire e coordinare tutto il team messo a disposizione dall'Aggiudicatario;
- garantire l'efficienza del team e dei processi lavorativi impiegati con conseguente rispetto dei tempi;
- essere il riferimento per la gestione delle criticità e per ricevere i reclami con riferimento alla esecuzione dei servizi;
- garantire supporto alla Committente per tutta la durata dell'Accordo Quadro;
- partecipare agli incontri con la Committente.
- un media planner supervisor, con almeno 5 anni di esperienza nel settore della pianificazione e acquisto su televisione, radio, stampa, affissioni e internet;
- un new-media manager, con almeno 5 anni di esperienza nella definizione e attuazione di strategie media e di acquisto sui nuovi media digitali;
- un responsabile controllo qualità e traffico, con almeno 5 anni di esperienza nel controllo quantitativo e qualitativo della filiera di produzione.

I profili dei componenti del gruppo di lavoro, in forma anonima, dovranno essere allegati all'offerta tecnica e saranno oggetto di valutazione come previsto nel disciplinare di gara.

Nel corso di esecuzione dell'Accordo Quadro l'Aggiudicatario potrà sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro a condizione che gli eventuali sostituti siano in possesso di requisiti pari o superiori a quelli offerti in sede di gara.

In caso di campagne di comunicazione di particolare complessità o che prevedano iniziative particolari, la Committente potrà richiedere all'Aggiudicatario di integrare il gruppo di lavoro con profili adatti alle esigenze.

E' facoltà della Committente chiedere la sostituzione di uno o più componenti del gruppo di lavoro qualora non sia soddisfatta delle modalità di interazione degli stessi con la Committente e con lo stesso gruppo di lavoro e/o ne lamenti la scarsa efficienza. In tal caso la Committente riconoscerà all'Aggiudicatario un termine non inferiore a 30 giorni per individuare un sostituto che abbia analoghi requisiti.

## **6. Il processo di svolgimento del servizio**

Il processo di svolgimento del servizio seguirà indicativamente il seguente work flow.

L'Accordo Quadro sarà attivato mediante invio all'Aggiudicatario di una richiesta contenente il Brief con le informazioni sui Contenuti da diffondere e sui Mezzi da utilizzare.

In relazione alla complessità del Brief, le parti potranno decidere di organizzare una o più sessioni di lavoro congiunte, presso la sede di Lazio Innova in Roma, alla Via Marco Aurelio n. 26.

Alle sessioni di lavoro iniziali, salvo che non sia diversamente convenuto tra le parti, dovrà partecipare l'Account manager. Alle sessioni di lavoro potranno partecipare anche soggetti terzi (agenzie pubblicitarie, responsabili eventi, etc.) a qualsiasi titolo coinvolti nella ideazione, produzione e diffusione dei Contenuti al fine di garantire il massimo allineamento di tutti gli attori sugli obiettivi strategici da perseguire e un rigoroso coordinamento nella esecuzione dei servizi di relativa competenza anche, ma non solo, sotto il profilo della tempistica di esecuzione.



In ogni fase di sviluppo e finalizzazione del lavoro, l'Aggiudicatario dovrà garantire un costante scambio di aggiornamenti e informazioni anche con i soggetti terzi (agenzie pubblicitarie, giornalisti, etc.) a qualsiasi titolo interessati e previamente indicati dalla Committente.

### **6.1. Presentazioni dell'Aggiudicatario**

In relazione al Brief condiviso con la Committente, l'Aggiudicatario dovrà presentare:

- almeno due proposte di pianificazione media se il budget è inferiore a Euro 100.000,00 iva esclusa;
- in alternativa al punto che precede, almeno tre proposte di pianificazione media se il budget è uguale o superiore a Euro 10.000,00 iva inclusa

Salvo diverso accordo scritto tra le parti, le proposte dovranno pervenire entro 5 gg lavorativi dalla data di approvazione del Brief definitivo e comunque non meno di 2 gg lavorativi.

### **6.2. Approvazione o richiesta di modifiche**

La Committente, qualora nessuna delle proposte presentate sia ritenuta idonea può chiedere all'Aggiudicatario di formulare proposte diverse fornendo ogni informazione utile per comprendere le ragioni di non gradimento delle proposte ricevute e per permettere all'Aggiudicatario di formulare proposte più coerenti con gli obiettivi condivisi.

Una volta individuata la proposta di pianificazione, la Committente potrà comunque richiedere di intervenire sugli elementi di dettaglio.

Nel caso sia richiesta la elaborazione di una nuova proposta di pianificazione, la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non inferiore a 5 giorni lavorativi per la presentazione di una nuova proposta mentre, nel caso siano richieste mere modifiche alla proposta già approvata, la Committente concederà all'Aggiudicatario un termine non inferiore a 3 giorni lavorativi.

Il processo di valutazione e selezione delle proposte di pianificazione sarà gestito secondo la prassi e nel rispetto dei principi di buon senso e di ragionevolezza, favorendo il massimo e aperto confronto tra i componenti del gruppo di lavoro e le figure di volta in volta individuate dalla Committente che possano fornire valore aggiunto nella messa a fuoco della finalità e delle peculiarità del settore cui si riferisce il Contenuto.

### **6.3. Approvazione finale**

A seguito dell'approvazione finale l'Aggiudicatario provvederà a prenotare e acquistare gli Spazi oggetto del documento di pianificazione garantendo uno stretto coordinamento con i terzi coinvolti nella produzione dei materiali necessari per la diffusione dei Contenuti tenuto conto dei tempi di consegna imposti dalle concessionarie dei Mezzi prescelti.

## **7. Criteri di remunerazione dell'Aggiudicatario**

A titolo di compenso per l'attività di pianificazione e intermediazione nell'acquisto dei Mezzi relativi a ciascun Contenuto, all'Aggiudicatario sarà riconosciuto, a seconda dell'entità del budget, il compenso forfettario denominato "Fee media" offerto nell'ambito della presente procedura.

## **8. Responsabilità dell'agenzia**

L'Aggiudicatario dovrà svolgere gli incarichi facendo uso della diligenza professionale non inferiore alla media attenendosi alle direttive della Committente e nel rispetto della normativa vigente in materia di comunicazione ed annunci pubblicitari e alle norme contenute nel Codice di Autodisciplina della Comunicazione commerciale vigente in Italia.

L'Aggiudicatario dovrà osservare la normativa vigente in materia di lavoro, infortuni sul lavoro, d'igiene e di previdenza sociale, nonché le altre disposizioni applicabili contenute nel D.Lgs. 81/2008 esonerando il Cliente da qualsiasi responsabilità in merito.

Nel corso delle sessioni di lavoro presso la sede della Committente, il personale dell'Aggiudicatario svolgerà le attività astenendosi dal porre in essere comportamenti che possano interferire con il regolare svolgimento delle attività o provocare danni o interferenze alle apparecchiature e/o ai locali eventualmente messi a disposizione della Committente, obbligandosi sin da ora a rispondere di qualsiasi danno da essi commesso, fatte salve le necessarie sospensioni e interruzioni dovute alle attività di cui alla proposta.

## **9. Segreto professionale**

L'Aggiudicatario si impegna, durante il periodo di durata dell'Accordo Quadro, a mantenere il segreto professionale sulle informazioni, le notizie e i dati inerenti all'attività della Committente che saranno dallo stesso di volta in volta qualificate come "riservate" (le "Informazioni Riservate").

Si precisa sin da ora che non saranno considerate Informazioni Riservate, quelle che risultino:

- stampate (a cura e/o con il consenso della Committente) in una pubblicazione comunque facilmente reperibile sul mercato, precedentemente o successivamente alla sottoscrizione del presente accordo, o comunque resa pubblica secondo qualsiasi differente modalità;
- di dominio pubblico al momento della rivelazione;
- note (o divenute tali) all'Aggiudicatario grazie a fonti media indipendenti dallo stesso;
- da diffondere in osservanza di leggi, regolamenti o atti dell'Autorità;
- già diffuse a terzi di comune accordo tra le Parti

## **10. Segni distintivi**

I segni distintivi di Lazio Innova sono di esclusiva proprietà della stessa e, di conseguenza, l'Aggiudicatario dovrà utilizzarli esclusivamente per l'esecuzione e nei limiti previsti nell'accordo quadro nonché nel rispetto delle indicazioni fornite da Lazio Innova.

## II. Penali

Impregiudicato ogni ulteriore rimedio di legge, ivi incluso il diritto al risarcimento del danno, in caso di mancato rispetto dei tempi di realizzazione dei Servizi, Lazio Innova, fermo l'impegno dell'Aggiudicatario di fare quanto necessario per rimediare al proprio inadempimento, anche effettuando attività straordinarie, avrà il diritto di sospendere il pagamento del Corrispettivo e di ottenere dall'Aggiudicatario stesso, a titolo di penale per il semplice ritardo, il pagamento di Euro 100,00 euro per ogni giorno di ritardo nella presentazione delle elaborazioni per le quali, in sede di approvazione definitiva del brief, sia stata espressamente indicata la natura essenziale del termine di consegna.

