



**PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI PIANIFICAZIONE E
ACQUISTO DI SPAZI PUBBLICITARI**

PROGETTO TECNICO

INDICE

1. OGGETTO.....	2
1.1 ATTIVITÀ OGGETTO DELLA PROCEDURA.....	2
2. FASI DEL PROCESSO DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO.....	3
3. ANALISI DELLA DOMANDA.....	3
4. ANALISI DELL'OFFERTA.....	4
5. STRATEGIA DI GARA.....	4
IMPORTO COMPLESSIVO DELLA PROCEDURA E BASE D'ASTA.....	4
6. AGGIUDICAZIONE E STRUMENTO D'ACQUISTO.....	5
7. DURATA ED OPZIONI.....	6

1. OGGETTO

La presente procedura ha per oggetto il servizio di pianificazione ed acquisto degli spazi pubblicitari su mezzi di comunicazione di massa per attività di comunicazione istituzionale della Regione Emilia-Romagna, in particolare per Giunta regionale ed Assemblea.

La procedura è ricompresa nel piano di attività dell'Agenzia ed è stata richiesta con comunicazione ns Prot. 03/01/2023.0000301.E inviata a quest'Agenzia tramite PEC a firma del Capo gabinetto della Giunta regionale.

La procedura è alla sua prima edizione ed è rivolta in particolar modo ai soggetti di cui sopra, è previsto, comunque dai documenti di gara, la possibilità per altre Agenzie prive di personalità giuridica e/o le Agenzie regionali di cui all'art. 1, comma 3 bis, lett. b), della L.R. n. 43/2001 e/o altre pubbliche Amministrazioni della regione Emilia-Romagna che manifestassero interesse di aderire nel corso dell'appalto. La loro adesione dipenderà dal nulla osta dell'Agenzia Intercent-ER e dalla capienza della Convenzione.

1.1 ATTIVITÀ OGGETTO DELLA PROCEDURA

Le attività ricomprese nel servizio sono le seguenti:

- supporto strategico alla pianificazione degli spazi pubblicitari da destinarsi alle campagne di comunicazione sia *on line* che *off line*;
- acquisto degli spazi pubblicitari;
- invio alle concessionarie di pubblicità, se richiesto, di tutti i prodotti e materiali di comunicazione sviluppati;
- elaborazione e invio della reportistica di servizio;
- messa a disposizione di studi di settore (Stime/Listini realizzati da enti terzi quali Nielsen, Auditel, etc.);
- messa a disposizione di un servizio di call center/helpdesk agli utenti;
- fornitura di dati di scenario media su base semestrale e annuale;
- erogazione di giornate di formazione volte alla condivisione di strumenti e linguaggi con gli Enti;
- attivazione di possibili collaborazioni / sponsorizzazioni / partnership con i concessionari pubblicitari per ottenere spazi gratuiti per la promozione di iniziative regionali.

2. FASI DEL PROCESSO DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO

Richiesta pianificazione

L'Amministrazione interessata invia al Fornitore una richiesta di pianificazione, contenente i dati necessari alla formulazione di una pianificazione strategica



Pianificazione acquisto spazi

Il Fornitore sarà tenuto ad elaborare un Documento di Pianificazione strategica degli spazi pubblicitari in funzione del budget indicato dall'Amministrazione nella richiesta che dovrà essere approvato dall'Amministrazione stessa.



Accettazione documento pianificazione

Successivamente al benestare dell'Amministrazione il Fornitore deve acquistare gli Spazi pubblicitari nel rispetto di quanto riportato dalla medesima Richiesta.

Al fornitore gli sarà riconosciuto un FEE d'agenzia sull'importo previsto nel documento di pianificazione approvato (costo degli Spazi pubblicitari).



Rifiuto della pianificazione

L'Ente richiede modifiche al fornitore e riprende il processo ...

3. ANALISI DELLA DOMANDA

Al fine di verificare l'interesse alla presente procedura di altre strutture della Regione Emilia-Romagna l'Agenzia di Informazione e Comunicazione della Giunta regionale, tramite lettera a firma del capo Gabinetto, ha inviato una richiesta di «manifestazione di interesse» ai seguenti soggetti:

- Agenzia regionale per il lavoro
- Agenzia regionale per la protezione civile
- Agenzia regionale per le erogazioni in agricoltura (AGREA)
- Agenzia per lo sviluppo dei mercati telematici (INTERCENTER)
- Agenzia regionale per la prevenzione, l'ambiente e l'energia dell'Emilia-Romagna (ARPAE).

Alla scadenza data per il riscontro, non si è rilevato un elevato interesse, ma tenuto conto:

- che si tratta di una nuova modalità di individuazione del servizio in oggetto;

Procedura aperta per l'affidamento del servizio di pianificazione e acquisto di spazi pubblicitari

- che l'Agenzia di Informazione e Comunicazione della Giunta ritiene che una volta pubblicata la Convenzione anche altri soggetti saranno interessati ad aderire;
- che potrebbero essere interessati anche Amministrazioni comunali che nella fase richiesta fabbisogno non sono state interpellate.

Si è ritenuto di prevedere la possibilità di adesione, su benestare dell'Agenzia Intercent-ER di altri soggetti come specificato nel disciplinare di gara.

4. ANALISI DELL'OFFERTA

L'analisi dell'offerta è stata condotta, unitamente al servizio richiedente la gara, ricercando altre gare avente medesimo oggetto della presenta procedura, ed esaminando quelle ritenute più significative. Attraverso tale analisi si è cercato di conoscere gli elementi utile per la determinazione della strategia di gara.

Sono state esaminate le gare di ARIA LOMBARDIA, di TRENINO SVILUPPO, esperite entrambe nel 2021, e la gara di LAZIO INNOVA esperita nel 2019 , tutte procedure con aggiudicazione in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo che hanno generato convenzioni o accordi quadro.

5. STRATEGIA DI GARA

IMPORTO COMPLESSIVO DELLA PROCEDURA E BASE D'ASTA

Sulla base degli elementi fino ad ora evidenziati e delle esigenze espresse dal servizio richiedente è stato stimato un valore globale dell'appalto pari ad € 9.000.000,00 al netto di Iva e/o di altre imposte e contributi di legge, così suddiviso:

Importo complessivo a base di gara per 24 mesi	Importo eventuale rinnovo di 24 mesi della convenzione	opzione Art. 106, comma 11, (sei mesi)	Valore globale a base di gara
€ 4.000.000,00	€ 4.000.000,00	€ 1.000.000,00	€ 9.000.000,00

L'importo a base di gara è stato determinato dall'Agenzia di Informazione e Comunicazione della Giunta regionale sulla base delle spese storiche dichiarate all'AGICOM (2019-2021) e tenuto in considerazione che altre Amministrazioni potranno manifestare interesse al servizio.

La gara è costituita da un unico lotto in quanto trattasi di servizio omnicomprensivo, le cui attività non sono frazionabili. Gli operatori del settore della comunicazione fungono da intermediari unici tra

Procedura aperta per l'affidamento del servizio di pianificazione e acquisto di spazi pubblicitari

inserzionisti e concessionarie di pubblicità per la negoziazione e l'acquisto di spazi pubblicitari e si occupano di tutte le altre attività propedeutiche o comunque connesse all'acquisto di spazi pubblicitari, come ad es. Analisi del mercato dei media; Definizione ed ottimizzazione del media mix; Pianificazione e gestione delle campagne di comunicazione ecc. Pertanto, per la natura del servizio è necessario garantire l'affidamento della fornitura ad un unico operatore, che sia in grado di massimizzare le economie di scopo.

Base d'asta

All'operatore individuato quale esecutore del servizio sarà riconosciuta una Fee d'agenzia per l'acquisto di spazi pubblicitari che sarà calcolata sul budget della campagna di comunicazione per la quale è stata approvata, da parte dell'Amministrazione contraente, la pianificazione proposta dal fornitore.

Si è prevista una unica FEE d'agenzia a base d'asta pari al 2% sia per l'acquisto di spazi pubblicitari offline che per l'acquisto di spazi pubblicitari online.

Pertanto, in sede di presentazione dell'offerta, sulla piattaforma SATER, il concorrente dovrà offrire: uno sconto sulla Fee d'agenzia a base d'asta. Tale sconto applicato sulla Fee d'agenzia, a base d'asta, determinerà la Fee offerta (es: base d'asta 2%- sconto offerto 4 = Fee d'agenzia 1,92%). La Fee offerta sarà il corrispettivo riconosciuto al fornitore come meglio dettagliato al paragrafo corrispettivi dello schema di convenzione.

6. AGGIUDICAZIONE E STRUMENTO D'ACQUISTO

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, ai sensi dell'art. 95, comma 2, del Codice.

La valutazione dell'offerta tecnica e dell'offerta economica sarà effettuata in base ai seguenti punteggi.

	PUNTEGGIO MASSIMO
Offerta tecnica	80
Offerta economica	20
TOTALE	100

I criteri di valutazione dell'offerta tecnica e le formule per le assegnazione dei punteggi tecnici ed economici sono riportati nel disciplinare di gara.

L'affidamento dell'appalto avverrà mediante procedura aperta a seguito della quale, con l'aggiudicatario, verrà stipulata una Convenzione quadro ai sensi dell'art. 21 della Legge Regionale dell'Emilia-Romagna 24 maggio 2004, n. 11. Ai sensi dell'art. 58 del Codice, l'Agenzia si avvale del Sistema per gli Acquisti Telematici dell'Emilia-Romagna (SATER).

7. DURATA ED OPZIONI

La Convenzione

avrà durata di 24 mesi, a decorrere dalla data di sottoscrizione.

Gli ordinativi di fornitura:

- Emessi dalle singole Amministrazioni contraenti (in particolare Giunta ed Assemblea);
- Durata: dalla loro emissione e per il tempo concordato dalla singola amministrazione e dal Fornitore in ragione della o delle campagne di comunicazione oggetto della relativa pianificazione strategica, prevista e descritta dal Capitolato tecnico a cui l'OdF fa riferimento;
- Durante la convenzione saranno emessi più ordinativi, L'ODF potrà fare riferimento ad una o a più campagne che l'ente intende attivare in un dato periodo.

Le opzioni

Le opzioni sono quelle indicate al disciplinare di gara e allo schema di convenzione tra cui:

- il rinnovo della convenzione di 24 mesi, su comunicazione scritta dell'Agenzia se le Amministrazioni interessate al servizio manifesteranno l'esigenza al rinnovo, per un valore massimo pari ad ulteriori € 4.000.000,00 IVA esclusa;
- la proroga art. 106 una proroga tecnica, fino al completamento della procedura d'aggiudicazione dell'affidamento successivo, avviata prima della scadenza della Convenzione, e comunque per un periodo massimo di 6 mesi alle medesime condizioni contrattuali ed economiche in vigore o più favorevoli.