



FONDAZIONE
SISTEMA TOSCANA

Gestione e attuazione di una Campagna di *web marketing*, *advertising* e promozione dell'accesso a contenuti multimediali finalizzata a contribuire al successo e agli obiettivi della Campagna promozionale "Marca Toscana. Voglio Vivere Così", cofinanziata dal FESR nell'ambito del POR CREO Regione Toscana 2007-2013, Attività 5.5.

Capitolato amministrativo e Specifiche tecniche del servizio

Settembre 2009

SOMMARIO

CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO	4
Art. 1 Oggetto.....	4
Art. 2 Decorrenza, durata, rinnovo e proroga.....	5
Art. 3 Importo stimato	6
Art. 4 Contenuto dell'offerta tecnica	6
Art. 5 Criterio di aggiudicazione Offerta tecnica	6
Art. 6 Criterio di aggiudicazione Offerta Economica	7
Art. 7 Efficacia del contratto, anticipo, fatturazione e pagamenti	8
Art. 8 Obblighi di informazione e di formazione	10
Art. 9 Obblighi dell'impresa.....	10
Art. 10 Verifica di regolare esecuzione	11
Art. 11 Proprietà dei prodotti di natura intellettuale	11
Art. 12 Modalità di presentazione delle offerte.....	11
Art. 13 Svolgimento della valutazione e della gara.....	13
Art. 14 Cauzione definitiva	14
Art. 15 Subappalto e cessione del contratto	14
Art. 16 Penali e risoluzione del contratto	15
Art. 17 Assicurazioni obbligatorie antinfortunistiche ed assistenziali - responsabilità del contraente	16
Art. 18 Trattamento dei dati personali	16
Art. 19 Stipula	16
Art. 20 Oneri tributari e spese contrattuali	17
Art. 21 Recesso	17
Art. 22 Foro competente	17
Art. 23 Norme di rinvio	17
SPECIFICHE TECNICHE	18
Oggetto della fornitura	18
Durata, rendicontazione e acquisto e trasferimento licenze software.....	19
Durata	19
Cronogramma di massima.....	19

Rendicontazione delle risorse	19
Monitoraggio e rendicontazione delle attività e dei risultati raggiunti	20
Trasferimento Licenze software	20
Elementi chiave del servizio e Contenuto dell'offerta tecnica	21
Offerta tecnica	21

CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO

Art. 1 Oggetto

La Fondazione Sistema Toscana, in quanto soggetto attuatore di parte della Campagna promozionale “Marca Toscana. Voglio Vivere Così”, per conto di Toscana Promozione, nell’ambito dell’attuazione dell’intervento 5.5 del POR CREO FESR Regione Toscana 2007-2013, intende acquisire un servizio di promozione finalizzato a raggiungere i seguenti obiettivi:

- Incrementare le presenze turistiche in Toscana
- Aumentare la visibilità e la qualificazione dell’immagine del sistema regionale
- Incrementare la visibilità e alto posizionamento del sistema regionale nel mondo web
- Aumentare l’immagine del sistema regionale nel target internazionale di riferimento della Campagna, ovvero giovani adulti, con buona cultura, tendenzialmente dotati di leadership locale o familiare, partecipanti creativamente alle dinamiche sociali del loro ambiente di riferimento, geograficamente facenti riferimento a Europa, Nord America e, accessoriamente, Giappone, Cina, India per il pubblico parlante inglese.

Al fine di raggiungere questi obiettivi, la FST ha avviato più interventi e attività congiunte che intendono:

- realizzare nuove forme di animazione e promozione dell’immagine della Toscana tramite social network, gruppi di discussione e nuove forme di comunicazione (organizzazione di un social media team di animazione);
- distribuire con continuità informazioni su ciò che accade in Toscana attraverso una forma innovativa di distribuzione delle notizie relative agli eventi, grandi e piccoli, che animano il sistema sociale e turistico toscano (organizzazione di un sistema innovativo di distribuzione delle notizie);
- aumentare i servizi disponibili al turista che organizza i propri viaggi e cerca informazioni sulle proprie mete via web, rafforzando le potenzialità e i servizi del portale “intoscana.it” ed in particolare la sua parte “turismo.intoscana.it” (anche attraverso servizi mobile collegati per i terminali mobili, per iphone eccetera).

L’insieme di queste attività, per motivi di animazione efficace e di maggiore attrattività degli eventi, dovrà essere completato acquisendo un servizio di promozione pubblicitaria tramite *advertising web* per:

- Incrementare le visite sul sito www.turismo.intoscana.it
- Incrementare la visibilità e ottenere alto posizionamento del sito nel mondo web attraverso un aumento di visibilità all’interno dei sistemi di ricerca web più utilizzati
- Aumentare il presidio delle *keyword* rappresentative ai fini della promozione territoriale, culturale e turistica nel contesto generale della Campagna “Marca Toscana. Voglio Vivere Così”
- Presidio delle posizioni display in Home Page di Youtube (www.youtube.com) e di altri siti simili che possano credibilmente raggiungere gli stessi risultati di visibilità dei contenuti multimediali inerenti gli eventi toscani e la Campagna promozionale.
- Realizzazione canale (su portale adeguatamente visibile e, comunque, almeno su Youtube), dedicato a “Voglio Vivere Così” che faciliti l’accesso a tutti i contenuti multimediali della Campagna e del sito www.turismo.intoscana.it

-
- Realizzazione *contest channel*
 - Realizzazione di servizi di *tracking* e monitoraggio per controllare l'effetto della Campagna in base alle azioni degli utenti.

Il target della Campagna sono Utenti del web a livello mondiale che usano il network mondiale tramite le sue principali porte di accesso (portali, motori di ricerca) segmentati secondo i paesi oggetto della Campagna, considerando soprattutto la lingua inglese e italiano. L'attività ha come fine l'incremento del traffico sul sito web www.turismo.intoscana.it, tramite la realizzazione di un progetto marketing legato alle modalità di navigazione e di ricerca degli utenti di internet.

Come primo *step* tale intervento si articola in una Campagna di Keywords Advertising: il progetto prevede l'impiego di annunci a pagamento con la modalità keywords advertising o altre modalità assimilabili. Verranno attivate una serie di keywords e chiavi di ricerca (concordate fra fornitore e committente) mirate e coerenti (quelle più frequentemente utilizzate dagli utenti) che favoriranno una elevata indicizzazione del sito www.turismo.intoscana.it sui motori di ricerca principalmente utilizzati.

Il traffico web, a seconda delle ricerche effettuate, potrà poi essere indirizzato su differenti aree del sito sulla base di esigenze specifiche. L'individuazione delle keywords è quindi frutto di un'attenta e ponderata analisi del comportamento degli utenti e anche del costo delle keywords stesse nel campo della pubblicità su spazi web e motori di ricerca.

Per quanto riguarda l'accesso a contenuti multimediali in matching con i motori di ricerca, si prevede di sviluppare le seguenti attività, esemplificate sulla base dei servizi di Youtube, per il posizionamento strategico, relativamente al traffico, alle quote di mercato e all'effettiva visibilità dei contenuti sui nostri mercati di riferimento:

- **Advertising e posizioni display:** posizionamento di banner e contenuti pubblicitari multimediali sulla home page di YouTube, selezionando i mercati di riferimento in lingua inglese.
- **Channel "Voglio Vivere Così":** repository unico per tutti i contenuti multimediali legati alla Campagna e alle attività correlate, oltre che punto di origine per le attività virali e social.
- **Contest Channel:** evoluzione del canale in un contest-channel, tecnologia messa a disposizione da Youtube ai clienti istituzionali o ai grandi clienti. Il Contest-channel offre infrastruttura per gestire contest online, permettendo di ricevere i video degli utenti sul canale.

Art. 2 Decorrenza, durata, rinnovo e proroga

Il contratto ha decorrenza dalla data di stipula fino alla conclusione presunta delle attività, ovvero il 31/12/2010. Nel caso in cui le attività si concludano prima o sia necessario proseguirne la gestione sarà cura dell'aggiudicatario presentare una richiesta di conclusione anticipata o di proroga delle attività.

La Fondazione Sistema Toscana si riserva di richiedere all'aggiudicatario di avviare quanto prima l'attività, anche nelle more della stipula del contratto, come permesso dal comma 12 dell'art. 11 del D.Lgs. 163/2006.

Art. 3 Importo stimato

L'ammontare dell'appalto è stimato in € 1.800.000 oltre IVA per un importo complessivo di € 2.160.000.

Art. 4 Contenuto dell'offerta tecnica

Le imprese devono presentare le offerte tecniche e possono presentare proposte per servizi aggiuntivi e integrativi alla stessa, coerentemente a quanto indicato nell'art. 1.

Indice obbligatorio dell'offerta tecnica contenuto nell'allegato tecnico al presente capitolato.

Le offerte tecniche non dovranno contenere nessuna stima di prezzi o costi proposti dagli offerenti, neanche per parti minori o per servizi aggiuntivi, pena esclusione dell'offerta.

Art. 5 Criterio di aggiudicazione Offerta tecnica

L'appalto si svolge secondo la procedura prevista all'art 58 e 59 del D. Lgs. n.163/06 ed è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa di cui all'art. 83 del DLgs. n.163/06.

Alle offerte saranno attribuiti i relativi punteggi sulla base degli elementi indicati nell'allegato tecnico al presente capitolato:

Qualità dell'offerta tecnica (max 50 punti), così articolati:

ID	Criterio	Specifiche	Punti
1	Strategia di utilizzo del budget e giustificazione delle scelte proposte		30
1.1		Strategia generale di utilizzo del budget, tenendo conto dell'integrazione fra l'individuazione delle keywords e le attività del resto della Campagna, con particolare riferimento ai <i>social network</i> e agli ambienti coerenti con la Campagna di Marca Toscana Voglio Vivere Così (eventi, contest e contenuti del sito www.turismo.intoscana.it in genere...).	10
1.2		Pianificazione generale proposta in relazione ai motori di ricerca e brand/contest channel. Metodologia di individuazione dell'utilizzo del budget in funzione degli obiettivi della Campagna.	18
1.3		Ripartizione temporale del budget e collegamento fra l'utilizzo dello stesso e le altre attività della Campagna.	2
2	Strumenti messi a disposizione della Campagna		12

2.1		Disponibilità di archivi o informazioni inerenti altre campagne svolte e che possono essere resi disponibili per l'implementazione e la qualificazione della Campagna.	2
2.2		Strumenti avanzati per la gestione delle keywords (multilingue) anche attraverso il presidio di ambienti in lingua diversa dall'inglese e l'italiano. Strumenti di simulazione, reportistica e feedback degli effetti delle scelte di keywords.	9
2.3		Ulteriori proposte di KPI per la valutazione periodica della Campagna	2
3	Organizzazione		8
3.1		Team di lavoro che si impegnerà nella Campagna, valutato tramite i cv presentati	4
3.2		Modalità di relazione con la Fondazione, con particolare riferimento alla disponibilità e alle modalità di co-working adottate.	2
3.3		Tempi di start up.	2

Nota Bene

1. Al fine di valutare l'efficacia potenziale e la qualità creativa della proposta, la commissione si baserà soprattutto sugli esempi e sui prodotti, soluzioni organizzative, modelli presentati. Non è necessario che per l'OT si producano soluzioni originali, ma è necessario dimostrare come si intende nel concreto realizzare una soluzione, con quali strumenti e adottando quali standard. Gli esempi potranno far riferimento ad attività nuove, in corso di svolgimento, svolte oppure realizzate da altri, ma accessibili nel contesto della valutazione. Esposizioni esclusivamente teoriche o che si riferiscono a qualcosa di non esemplificato o non visionabile (anche come esempio parziale) oppure la cui efficacia potenziale non è sostenuta da riferimenti ad esperienze concrete, non permetteranno alla commissione di valutare positivamente l'efficacia potenziale. Naturalmente, essendo molte di queste attività innovative o addirittura originali, le esemplificazioni e gli studi di riferimento potranno essere utili anche se riferiti ad altre attività che parzialmente ma esaustivamente siano in grado di far valutare alla commissione l'efficacia della proposta del proponente.
2. Normalmente, gli elementi che sono serviti al committente per valutare l'ammissibilità dei concorrenti alla presentazione dell'offerta tecnica ed economica, non dovrebbero essere sottoposti a nuova valutazione del merito tecnico dell'offerta. Il punto 3.1 dei criteri di valutazione, però, assume particolare importanza per l'offerta tecnica e della qualità potenziale del servizio proposto. Per questo, pur rispettando i criteri di ammissibilità inderogabili, si permette ai partecipanti di integrare nell'offerta tecnica i profili presentati o di inviare cv più dettagliati, che permettano effettivamente di valutare il contributo del gruppo di lavoro, dei manager e delle professionalità proposte all'attività della Campagna promozionale.

Art. 6 Criterio di aggiudicazione Offerta Economica

Offerta economica (max 50 punti)

L'offerta economica sarà composta da due parti. La somma delle due parti darà come risultato il punteggio (P1 + P2)

1

Numero minimo di click garantito:

$$P1 = (P \text{ off} / P \text{ max}) \times 30$$

dove

P1: punteggio assegnato a questa componente all'offerta economica

P max: numero max di click offerto (tra quelli presentati)

P off: numero di click dell'offerta in esame

2

percentuale del budget dedicata all'acquisto diretto di *web advertising*, spazi, pay per click, banner etc

N.B. Nessuno può offrire una percentuale inferiore al 70%

Per la valutazione della percentuale verrà applicata la seguente formula

$$P2 = (\text{Perc. off} / \text{Perc. max}) \times 20$$

dove

P2: punteggio assegnato a questa componente all'offerta economica

Per off: percentuale dell'offerta in esame

Per max: percentuale massima offerta

La gara sarà aggiudicata al concorrente la cui offerta avrà totalizzato il maggior punteggio sommando il punteggio ottenuto dalla valutazione dell'offerta tecnica con quello ottenuto dall'offerta economica.

Non saranno ammesse alla valutazione dell'offerta economica le offerte tecniche che abbiano conseguito un punteggio inferiore a 30 punti nel criterio "Qualità dell'offerta tecnica" né offerte economiche a rialzo o che violino i vincoli previsti per P2.

In caso di parità la gara sarà aggiudicata al concorrente che avrà totalizzato il maggior punteggio sull'offerta tecnica.

Art. 7 Efficacia del contratto, anticipo, fatturazione e pagamenti

Ai sensi del comma 12 dell'art. 11 del D.Lgs 163/2006, la FST si riserva di richiedere all'offerente che dovesse risultare aggiudicatario provvisorio l'avvio immediato delle attività nelle more delle verifiche sulle dichiarazioni presentate, della verifica del DURC e di tutti gli altri adempimenti prescritti e finalizzati alla predisposizione definitiva del contratto di servizio.

Una volta completata la procedura di gara e stabilita l'aggiudicazione provvisoria, la FST comunicherà l'esito via FAX a tutti i partecipanti e comunicherà, *altresì*, all'aggiudicatario provvisorio la documentazione originale finalizzata a verificare le autocertificazioni presentate, la fideiussione del 10% dell'importo aggiudicato, il DURC eccetera.

La FST concede, su richiesta dell'aggiudicatario, un'anticipazione del 10% dell'importo massimo contrattuale, ai sensi dell'art. 5, comma 1 del D.L. n.79/97 convertito, con modificazioni, nella legge n.140/97. L'anticipo sarà erogato a fronte di fattura da emettersi

entro 30 giorni dalla data di stipula del contratto, previa produzione di apposita fideiussione, aggiuntiva a quella obbligatoria di legge, di importo pari al totale della fattura e di durata pari alla cauzione o fideiussione da rilasciarsi per la stipula del contratto stesso.

I pagamenti avverranno seguendo le fasi di sviluppo del progetto e della pianificazione approvate dal RUP, secondo quanto indicato nel contratto e nell'offerta tecnica, previa presentazione di SAL (relazione di stato avanzamento lavori) per le fasi principali del progetto e presentazione di regolare fattura.

La FST si riserva di prevedere di riservare una percentuale non superiore al 10% del totale aggiudicato al fine di procedere ad adeguati test efficacia, rendicontazione e verifica dello svolgimento effettivo delle attività.

I pagamenti seguiranno, orientativamente, questa scansione:

1. completamento dell'organizzazione di tutte le attività, progettazione e budget definitivi, avvio della Campagna (almeno il 20% dell'importo aggiudicato oltre al rimborso di quanto impegnato in acquisto di cui al criterio 1 dell'offerta economica);
2. svolgimento del primo 30% della Campagna (almeno il 30% dell'importo restante);
3. svolgimento del secondo 30% della Campagna (almeno il 20% dell'importo restante);
4. completamento della Campagna e rendicontazione finale (circa il 20% dell'importo aggiudicato e comunque non superiore all'importo residuale dopo il pagamento di 1-3).

La percentuale di pagamento seguirà una pianificazione che corrisponderà sostanzialmente a tre criteri:

1. attività effettivamente svolta;
2. spese sostenute;
3. obblighi di rendicontazione della FST.

Quindi, gli importi indicati nel presente articolo sono da ritenere orientativi e non vincolanti per la FST.

A momento della stipula del contratto, verranno precisate queste percentuali di pagamento sulla base della OT approvata, delle esigenze di attuazione dell'iniziativa da parte della Fondazione e dei tre criteri indicati.

Alla conclusione delle attività, l'aggiudicatario presenterà una relazione finale di esecuzione che, una volta approvata, permetterà di liquidare il corrispettivo residuo derivante dall'importo aggiudicato al quale sono sottratti gli anticipi e i pagamenti eventualmente già fatturati.

Nella relazione finale in forma dettagliata e nei SAL in forma sintetica, l'aggiudicatario dovrà precisare lo stato di avanzamento della spesa del budget il punto 1 dell'offerta economica.

Se la FST, alla conclusione delle attività ritenesse insufficiente o poco attendibile la rendicontazione di questo budget, potrà richiedere all'aggiudicatario una rendicontazione di dettaglio certificata da un revisore dei conti debitamente abilitato. La FST, se l'aggiudicatario fruisce di servizio di certificazione di bilancio, potrà richiedere una relazione allo stesso certificatore.

In quel caso, la FST comunicherà all'aggiudicatario l'esigenza di procedere alla certificazione del rendiconto della spesa, richiedendo la produzione di tre cv di certificatori a sua scelta, di debita indipendenza rispetto all'aggiudicatario.

La FST, individuerà un certificatore che l'aggiudicatario incaricherà facendosi carico delle spese di certificazione. Una volta ricevuta la relazione del certificatore, la FST constaterà la correttezza del rendiconto presentato dell'impresa e procederà alla liquidazione totale o parziale dell'ultima tranche o, se del caso, procederà al recupero delle somme erroneamente erogate, escutendo se sufficiente la fidejussione in suo possesso, oppure in altre forme da concordare con l'aggiudicatario, ma di pari efficacia.

Art. 8 Obblighi di informazione e di formazione

La FST prima dell'avvio dell'esecuzione del contratto indice una riunione di coordinamento con l'impresa e fornisce le informazioni sui rischi esistenti nell'ambiente (la sua sede) ove l'impresa esegue parte delle prestazioni e sulle misure di prevenzione e di emergenza eventualmente da adottare in relazione alla prestazione da eseguire. Questa riunione verrà svolta alla presenza dei responsabili della sicurezza delle location degli interventi.

Art. 9 Obblighi dell'impresa

L'aggiudicatario, ai sensi dell'art.24 della L. R. Toscana n.38/07, ha l'obbligo di informare immediatamente la stazione appaltante di qualsiasi atto di intimidazione commesso nei suoi confronti nel corso del contratto con la finalità di condizionarne la regolare e corretta esecuzione.

L'aggiudicatario, inoltre, dovrà sottoporre tutta la propria attività, inerente nello specifico le scelte artistiche, d'immagine e inerenti le variazioni e integrazioni al capitolato, all'approvazione della FST nella persona del RUP.

L'impresa si impegna a seguire con attenzione quanto previsto, le indicazioni delle specifiche tecniche incluse nel presente capitolato, cosciente delle penali previste per inadempienza. Inoltre, per tutta la durata del contratto, l'impresa si impegna a fornire alla FST un referente e i suoi recapiti telefonici mobili e di posta elettronica, per le comunicazioni di servizio e il coordinamento.

La reperibilità deve essere garantita ordinariamente per tutti i giorni feriali, ma, vista l'esigenza di operare alcune attività anche con fusi orari diversi da quelli italiani e in orari non solo d'ufficio, deve essere rilasciato un recapito che preveda una reperibilità 144 ore settimana per eventuali emergenze. Il recapito può essere anche di cercapersone o pager, basta che sia garantita risposta (*recall*) entro le 2 ore.

L'aggiudicatario si impegna a seguire le indicazioni contenute nel regolamento CE 1828/2006 e in particolare ad adeguare per conto della FST tutte le comunicazioni e tutti i materiali distribuiti nel rispetto delle Responsabilità dei beneficiari relative agli interventi informativi e pubblicitari destinati al pubblico (art. 8, 9 e seguenti del medesimo regolamento).

In particolare, l'aggiudicatario dovrà organizzare un sito dedicato ad archiviare e raccogliere, rendere disponibile nelle forme previste dal regolamento tutti i materiali prodotti per la Campagna e durante il servizio. Visto che in altre parti della Campagna gestita dalla FST sono previste attività simili, l'aggiudicatario potrebbe essere tenuto a versare il materiale prodotto anche in altri siti, dalla FST indicati.

In questa direzione, nel contratto di servizio, saranno indicate le modalità specifiche per la gestione della pubblicità e modelli di comunicazione obbligatori da garantire per la presenza di cofinanziamento regionale, comunitario e inserimento dell'attività nella

Art. 10 Verifica di regolare esecuzione

La FST verificherà la regolare esecuzione delle prestazioni in relazione a quanto stabilito nel presente capitolato sulla base di rapporti di avanzamento (SAL) presentati dall'affidatario, a quanto contenuto nell'offerta tecnica e nelle specifiche tecniche e nel capitolato, oltre a quanto eventualmente contenuto nelle norme specifiche del contratto, facendo riferimento al cronogramma presentato.

La verifica della regolare esecuzione imporrà, periodicamente, la predisposizione di relazioni di esecuzioni che siano maggiormente dettagliate e capaci di comunicare l'efficienza e l'efficacia delle attività svolte, con particolare riferimento agli obblighi di rendicontazione delle attività all'Unione Europea da parte della Regione Toscana che finanzia la Campagna.

In particolare, si sottolineano gli obblighi informativi previsti dall'art. 7 del presente appalto.

Art. 11 Proprietà dei prodotti di natura intellettuale

Relativamente ai materiali prodotti nell'ambito del presente appalto comunque denominati, durante tutta la durata del medesimo appalto, la FST è proprietaria (in nome proprio o per conto delle istituzioni sue mandatarie) e titolare dei diritti esclusivi di utilizzazione economica e non, anche secondo quanto previsto dalla legge n. 633/41.

L'appaltatore rimane in ogni caso responsabile e proprietario delle applicazioni e dei servizi web sviluppati durante l'appalto per quanto concerne la manutenzione e la garanzia di corretto funzionamento nel periodo di vigenza del contratto.

L'appaltatore si impegna, inoltre, a mettere a disposizione della FST una versione completa di tutti i materiali prodotti sulla base del contratto che attuerà il presente capitolato.

La FST si riserva, entro la vigenza del contratto, di promuovere la conoscenza e diffondere le attività, i servizi e le applicazioni del presente contratto, anche attraverso presentazioni e dimostrazioni, concordando con il contraente le condizioni di sua eventuale partecipazione.

Art. 12 Modalità di presentazione delle offerte

I proponenti, entro le ore 13 della data indicata nella comunicazione dell'invito a presentare offerte, dovranno consegnare (con le modalità da loro preferite, tenendo conto che non farà fede il timbro postale, ma la data di consegna al protocollo della FST), in un plico chiuso in ogni sua parte, timbrato e siglato sui lembi di chiusura con sigle apposte in modo tale da escludere qualsiasi manomissione del plico (e **obbligatoriamente** sui lembi di chiusura del plico). Si farà riferimento, per la valutazione, alla vigente giurisprudenza amministrativa, cooperando lealmente, comunque, con il partecipante al fine di garantire la massima partecipazione alla procedura.

Sulla busta, oltre all'indirizzo della Fondazione Sistema Toscana, dovrà essere apposta la dizione dell'appalto come indicata nel presente capitolato e la scritta *NON APRIRE*. Il mittente dovrà essere chiaramente indicato e altrettanto il numero di fax o la casella di posta elettronica certificata che verrà utilizzato/a per ogni comunicazione fra la stazione appaltante e il partecipante.

All'interno del plico si troveranno tre buste, chiuse con le medesime modalità:

-
- busta Documenti amministrativi
 - busta Offerta tecnica
 - busta Offerta economica

La busta **Documenti amministrativi**, chiusa, siglata sui lembi di chiusura al fine di escludere qualunque manomissione, conterrà, nelle modalità previste dal presente capitolato:

- una dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa proponente o del capofila del raggruppamento dove si dichiara che si è preso visione del capitolato e che l'impresa partecipa all'appalto cosciente dei contenuti dei servizi da erogare nei termini previsti dai documenti di gara;
- una fotocopia del documento di chi firma
- fideiussione del 2% dell'importo a base d'asta con tutte le caratteristiche previste dalla corrente normativa (DLgs 163/2006) (se un'impresa l'ha già consegnata, è sufficiente una fotocopia o una dichiarazione che ne attesti la presenza nella documentazione già in disponibilità della FST);
- la ricevuta di pagamento del contributo di 70 euro all'autorità garante dei contratti (se un'impresa l'ha già consegnata, è sufficiente una fotocopia o una dichiarazione che ne attesti la presenza nella documentazione già in disponibilità della FST).

La busta **Offerta tecnica**, chiusa, siglata sui lembi di chiusura al fine di escludere qualunque manomissione, conterrà, nelle modalità previste dal presente capitolato, l'offerta tecnica ovvero il documento di proposta di realizzazione.

Il documento di massimo 20 pagine dovrà essere rilegato, siglato in ogni pagina e firmato nella pagina conclusiva da parte del rappresentate legale del proponente o del capofila della costituenda RTI o di altro raggruppamento ammesso nelle forme previste. Il documento dovrà essere composto in fogli A4, con carattere di dimensioni minima 10 (Arial, TMS, Garamond o assimilabili), con non più di trenta righe per foglio. Sono consentiti allegati esemplificativi delle funzionalità delle proposte, in forma di filmato mpeg o simile, stampe di pagine web, commentate o meno. Il tutto dovrà essere inserito all'interno di un supporto di memorizzazione (chiave flash usb, dvd, cdrom) di utilizzazione corrente e in formati normalmente utilizzati. Si gradirà la scelta di economizzare carta preferendo inserire immagini ed esemplificazioni, quando possibile, su supporto di memorizzazione o, se più efficace, su sito web accessibile.

La busta **Offerta Economica** conterrà, nelle modalità previste dal presente capitolato, il documento di proposta economica, composto dalle due parti, ed espressa in numeri o lettere, indicanti *P1: numero* e *P2: percentuale*. Si ricordano i vincoli minimi di P2 che comportano immediata esclusione dalla valutazione.

Nel caso in cui ci siano indicazioni difformi fra numeri e lettere, la FST considererà valida l'indicazione in lettere.

L'offerta andrà siglata su ogni foglio dal rappresentante legale dell'offerente o del capofila dell'eventuale raggruppamento, che ne firmerà anche l'ultima pagina.

NB: La mancanza nella busta Documenti amministrativi della fotocopia del documento di identità di chi firma, oppure la mancanza di sigla sui lembi delle buste e firma del rappresentante legale nei documenti ove previsto dal presente capitolato, è condizione di esclusione dalla valutazione e dalla gara.

Nel caso di più firmatari, o di firmatari diversi nei diversi documenti, il documento dovrà essere allegato per almeno una delle firme previste a partire dalla prima busta che verrà aperta, partendo dalla busta Documenti amministrativi, passando alla

Busta Offerta tecnica e, infine, alla Busta Offerta Economica.

Art. 13 Svolgimento della valutazione e della gara

La Commissione in seduta pubblica si riunirà alla data indicata sul sito della FST (www.fondazioneisistematoscana.it) per verificare il contenuto delle offerte e aprirà soltanto la busta generale e quella dell'offerta riferita all'avviso.

Constatata l'integrità del plico e delle buste, la Commissione verificherà il contenuto della busta **Documenti amministrativi**. Valutato il contenuto (e le eventuali integrazioni in essa contenute), la Commissione procederà a dichiarare gli ammessi alla valutazione dell'offerta tecnica.

La Commissione, dunque, si riunirà in seduta riservata per verificare le offerte tecniche. Una volta conclusa la valutazione delle stesse e attribuito il punteggio, la Commissione procederà a convocare via fax e mediante pubblicazione sul sito della FST (www.fondazioneisistematoscana.it) una riunione pubblica dove, comunicate le valutazioni tecniche, si procederà all'apertura della busta economica e ad attribuire il relativo punteggio.

Quindi, la Commissione procederà all'attribuzione provvisoria dell'appalto e procederà, nella stessa seduta, a consegnare ai rappresentanti presenti (o ad inviare via fax se non presenti) la richiesta di integrazione documentale utile alla stipula nei termini di Legge del contratto e la richiesta di avvio con urgenza dei servizi ai sensi del comma 12 dell'art. 11 del D.Lgs 163/2006.

Una volta completata la verifica, tenendo conto della garanzia fideiussoria definitiva e dei tempi di produzione da parte di altre amministrazioni del DURC o altri certificati, si procederà alla stipula del contratto.

Nel caso in cui ci si trovi di fronte ad offerte anormalmente basse, si procederà ai sensi di quanto previsto dal comma 2 e 5 dell'art. 86, dall'art. 87 e dall'art. 88 del D.Lgs. 163/06 alla richiesta della seguente documentazione aggiuntiva:

1) una previsione delle seguenti tipologie di costo che l'offerente prevede di dover sostenere nel periodo contrattuale per l'esecuzione delle prestazioni oggetto dell'appalto:

- costi del personale, con distinta indicazione di stipendi, oneri sociali, quota TFR, altri costi;
- ammortamenti delle immobilizzazioni materiali e immateriali;
- oneri diversi di gestione;

2) eventuali condizioni eccezionalmente favorevoli di cui dispone l'offerente per l'esecuzione delle prestazioni oggetto dell'appalto;

3) ogni altra eventuale informazione utile alla giustificazione del prezzo offerto.

NB:

- Determina l'esclusione dalla gara il fatto che i documenti di offerta non siano firmati e siglati come previsto dal presente capitolato.
- Determina l'esclusione dalla gara il fatto che l'offerta economica non sia firmata come previsto dal presente capitolato o sia superiore al minimo posto a base d'asta.
- Sono escluse offerte condizionate o espresse in modo indeterminato od incompleto, ovvero riferite ad offerta relativa ad altra gara.
- Non è possibile presentare offerte modificative o integrative di offerta già presentata. E' possibile, nei termini fissati, ritirare l'offerta presentata. Una volta ritirata un'offerta precedentemente presentata, è possibile, rimanendo nei termini fissati, presentare una nuova offerta.
- La FST si riserva la facoltà di non dare luogo alla gara o di prorogarne la data ove

-
- lo richiedano motivate esigenze, senza che i concorrenti possano avanzare alcuna pretesa al riguardo.
- La FST ha facoltà di non procedere all'aggiudicazione definitiva se nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto, ovvero nel caso in cui risulti per essa evidentemente conveniente rivolgersi direttamente al mercato dei motori di ricerca o del web advertising.
 - La FST si riserva la facoltà di non dar luogo all'aggiudicazione definitiva ove lo richiedano motivate esigenze di interesse pubblico.
 - L'aggiudicazione definitiva non equivale ad accettazione dell'offerta.
 - La FST si riserva di inserire clausole al contratto che stabiliscano significative penali in funzione di ritardi o di non adeguata esecuzione del contratto. Le penali non potranno superare l'importo a base d'asta maggiorato del 10%. Le penali saranno proporzionalmente attribuite sulla base del rilievo della mancanza, da commisurare sulla base dei criteri di valutazione del presente appalto.
 - L'aggiudicazione definitiva dell'appalto è adottata con decisione del direttore della Fondazione Sistema Toscana, o del responsabile del contratto, entro 30 giorni dal ricevimento dell'aggiudicazione provvisoria e di tutta la documentazione prevista per la stipula del contratto. Tale provvedimento, fino a quando il contratto non è stato stipulato, può essere revocato qualora la conclusione del contratto risulti superflua o dannosa per la FST.

Art. 14 Cauzione definitiva

Il contraente è obbligato a costituire una garanzia fideiussoria del 10% dell'importo contrattuale.

Ai sensi dell'art. 40 D.Lgs. 163/2006 la garanzia fideiussoria è ridotta del 50% qualora l'esecutore del contratto sia in possesso della certificazione del sistema di qualità conforme alle norme europee della serie UNI EN ISO 9001:2000.

La fideiussione bancaria o assicurativa di cui al comma 1 deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'articolo 1957, comma 2, del Codice Civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.

Ai sensi dell'articolo 113, quinto comma, del decreto legislativo n.163/06, la garanzia copre gli oneri per il mancato o inesatto adempimento e cessa di avere effetto solo alla data di emissione del certificato di regolare esecuzione.

Ai sensi dell'art. 113, c. 3 del D.Lgs. n. 163/06 la garanzia fideiussoria è progressivamente svincolata nei termini stabiliti nel contratto, in funzione del programma di esecuzione presentato e accettato tramite l'offerta tecnica. Lo svincolo non potrà mai rendere impossibile alla FST di avere a disposizione un importo a cauzione inferiore al 10% dell'importo non ancora approvato tramite la approvazione di SAL.

Per consolidata giurisprudenza, la fideiussione, qualora richiesta da soggetti che partecipano in RTI, costituito o costituendo, deve essere rilasciata in favore del RTI e non della sola ditta capofila/mandataria, a pena di esclusione dalla gara.

Art. 15 Subappalto e cessione del contratto

Il subappalto è permesso nei termini di Legge per un importo non superiore al 20% dell'importo posto a base d'asta. Per rendere efficace il contratto di subappalto, la FST si

riserva di compiere tutte le verifiche permesse dalla vigente normativa.

E' vietata la cessione totale o parziale del contratto.

La FST si riserva, in sede di contratto, di concordare con l'aggiudicatario le modalità di pagamento diretto per l'acquisto di alcuni servizi esterni di pubblicità, procedendo lei stessa al pagamento degli importi dei costi di acquisto di cui al punto 2 dell'offerta economica, per motivate ed eventuali condizioni di convenienza amministrativa o finanziaria, o di rendicontazione delle spese.

Art. 16 Penali e risoluzione del contratto

Il mancato e non puntuale rispetto degli obblighi contenuti nel presente Capitolato Speciale d'Appalto, nell'offerta tecnica e nel contratto comporta l'applicazione delle penali nelle fattispecie di seguito indicate, qualora queste dipendano da cause imputabili all'aggiudicatario:

1. in caso di ritardo nell'organizzazione delle attività rispetto a quanto concordato con i documenti di pianificazione e programmazione;
2. in caso di modifica delle funzionalità del servizio senza autorizzazione della FST;
3. in caso di inosservanza delle disposizioni in tema di riservatezza o proprietà degli elaborati;
4. in caso di non conforme realizzazione anche di una sola attività, rispetto a quanto previsto.

Per ognuna di queste mancanze, per ogni giorno successivo al secondo feriale successivo al ricevimento della comunicazione, potrà essere applicata una penale di 1.000 euro al giorno per la mancanza di intervento oppure di 500 euro al giorno per la mancanza di funzionalità o ritardo nell'attivazione fino ad un massimo del 110% dell'importo aggiudicato.

Trascorsi i termini indicati nel contratto, in caso perduri l'inadempimento, le penali giornaliere saranno raddoppiate per un ulteriore periodo di 10 giorni. Scaduto anche tale termine, la FST, ove perduri l'inadempimento, procederà ad inviare formale diffida all'aggiudicatario ai sensi dell'art.1454 del Codice Civile, assegnando allo stesso un congruo termine per l'adempimento, scaduto il quale sarà facoltà della FST risolvere il contratto; durante l'ulteriore periodo assegnato continueranno ad essere applicate le penali nella misura massima.

In tutti i casi, il responsabile del contratto provvederà a contestare l'inadempimento all'aggiudicatario e ad applicare la penale, ove ritenga che le motivazioni addotte, da inviarsi alla FST entro 5 giorni consecutivi dalla contestazione, non siano sufficienti ad escludere l'imputabilità dell'inadempimento all'impresa.

In caso di applicazione delle penali, la FST ha facoltà di rivalersi sui pagamenti dovuti all'aggiudicatario in relazione al presente contratto ovvero di escutere in tutto o in parte la cauzione definitiva.

In ogni caso, qualora la FST rilevi gravi o reiterate inadempienze dell'aggiudicatario rispetto alle attività oggetto dell'appalto e agli obblighi previsti dal presente capitolato, la stessa invierà formale diffida assegnando un congruo termine, scaduto il quale il contratto sarà risolto di diritto.

In caso di risoluzione, l'Amministrazione procederà all'escussione del deposito cauzionale definitivo prestato dall'appaltatore, salvo l'ulteriore risarcimento dei danni, anche derivante dalla necessità di procedere ad un nuovo affidamento, dalla mancata esecuzione delle attività, dal danno d'immagine eccetera. Anche in questo caso, l'amministrazione potrà rivalersi sui pagamenti ancora da effettuare.

Art. 17 Assicurazioni obbligatorie antinfortunistiche e assistenziali - responsabilità del contraente

L'aggiudicatario è tenuto all'osservanza delle norme relative alle assicurazioni obbligatorie e antinfortunistiche, previdenziali e assistenziali e dovrà adottare tutti i procedimenti e le cautele atti a garantire l'incolumità delle persone addette e dei terzi con scrupolosa osservanza delle norme antinfortunistiche in vigore; ogni più ampia responsabilità in caso di infortuni o danni eventualmente subiti da persone o cose, tanto dell'Amministrazione che di terzi, in dipendenza di omissioni o negligenze nell'esecuzione della prestazione ricadrà sul contraente restandone sollevata l'Amministrazione.

In particolare, l'aggiudicatario si impegna ad ottemperare a tutti gli adempimenti previsti dal D. Lgs. n. 81/08.

Art. 18 Trattamento dei dati personali

Ai sensi e per gli effetti della normativa in materia di protezione dei dati personali, emanata con il D.Lgs. 30 giugno 2003, n.196 e in relazione alle operazioni che vengono eseguite per lo svolgimento delle attività previste dal presente appalto, la FST, in qualità di Titolare, nomina l'aggiudicatario Responsabile esterno del trattamento.

Si precisa che tale nomina avrà validità per il tempo necessario per eseguire le operazioni affidate dal Titolare e si considererà revocata a completamento dell'appalto.

L'aggiudicatario, in quanto Responsabile esterno, è tenuto ad assicurare la riservatezza delle informazioni, dei documenti e degli atti amministrativi, dei quali venga a conoscenza durante l'esecuzione della prestazione, impegnandosi a rispettare rigorosamente tutte le norme relative all'applicazione del D.Lgs. 196/2003.

In particolare si impegna a: utilizzare i dati solo per le finalità connesse allo svolgimento dell'attività oggetto del contratto con divieto di qualsiasi altra diversa utilizzazione; nominare per iscritto gli incaricati del trattamento, fornendo loro le necessarie istruzioni; adottare idonee e preventive misure di sicurezza atte ad eliminare o, comunque, a ridurre al minimo qualsiasi rischio di distruzione o perdita, anche accidentale, dei dati personali trattati, di accesso non autorizzato o di trattamento non consentito o non conforme, nel rispetto delle disposizioni contenute nell'articolo 31 del D.Lgs. 196/2003; adottare tutte le misure di sicurezza, previste dagli articoli 33, 34, 35 e 36 del D.Lgs. 196/2003, che configurano il livello minimo di protezione richiesto in relazione ai rischi di cui all'articolo 31, analiticamente specificato nell'allegato B al decreto stesso, denominato "Disciplinare tecnico in materia di misure minime di sicurezza"; predisporre e trasmettere al Titolare Fondazione Sistema Toscana una relazione conclusiva in merito agli adempimenti eseguiti e alle misure di sicurezza adottate.

Art. 19 Stipula

La stipula del contratto avviene con le forme previste ai sensi dell'art. 11, comma 13, del D.Lgs. 163/2006.

L'impresa resta impegnata alla stipula fin dal momento della presentazione dell'offerta, mentre la FST resta impegnata dal momento dell'approvazione dell'aggiudicazione, salvo quanto previsto dall'art. 56 comma 3 della L.R. 38/2007.

Art. 20 Oneri tributari e spese contrattuali

I corrispettivi del presente contratto sono soggetti alle disposizioni del DPR 633/1972 per quanto concerne l'IVA, al DPR 131/1986 per quanto concerne l'imposta di registro e al DPR 642/1972 per l'imposta di bollo.

L'imposta di bollo e di registro e ogni altra spesa connessa al contratto sono a carico del contraente.

Art. 21 Recesso

La FST può, in qualsiasi momento, recedere dal contratto stipulato per sopravvenuti motivi di interesse pubblico o di autotutela. In caso di recesso il contraente ha diritto al pagamento dei servizi prestati, purché correttamente eseguiti, secondo il corrispettivo e le condizioni pattuite, rinunciando espressamente, ora per allora, a qualsiasi ulteriore eventuale pretesa anche di natura risarcitoria ed a ogni ulteriore compenso o indennizzo e/o rimborso spese, anche in deroga a quanto previsto dall'art. 1671 del Codice Civile.

E' fatto divieto al contraente di recedere dal contratto.

Art. 22 Foro competente

Per qualsiasi controversia inerente il presente contratto, ove la FST sia attore o convenuto, resta inteso tra le parti la competenza del Foro di Firenze con espressa rinuncia di qualsiasi altro.

Art. 23 Norme di rinvio

Per quanto non espressamente previsto dal presente capitolato, si fa riferimento alla Direttiva n. 2004/18/CE, al D.Lgs. 163/06, alla L.R. n. 38/07, al Regolamento di esecuzione della L.R. n.38/07 approvato con D.P.G.R. n. 30/R del 27/05/08, alle altre disposizioni vigenti in materia.

Specifiche tecniche

Oggetto della fornitura

L'oggetto della fornitura è descritto all'art. 1 del capitolato amministrativo. Viste le discussioni tenute durante il dialogo competitivo, si ritiene di doverle integrare solamente con le seguenti indicazioni:

1. Numero minimo di click da garantire tramite pay per click verso il sito www.turismo.intoscana.it (o sue estensioni che saranno indicate): 3.500.000;
2. Numero minimo di impressions su brand/contest channel: 60.000.000;
3. Budget minimo da dedicare all'acquisto di servizio di cui al punteggio P2 dell'offerta economica: 80%;
4. Sulla base dei colloqui di dialogo competitivo effettuati, FST ha stimato come ripartizione ottimale delle risorse da allocare fra il brand/contest *channel* e il keyword advertising importi dell'ordine del 10% per il brand/contest *channel* e del 90% per il keyword advertising. La strategia di allocazione delle risorse, comunque, dovrà essere illustrata sulla base delle esperienze, degli strumenti messi a disposizione e dei risultati attesi in termini di visibilità, traffico e conoscenza della Campagna MT VVC e del sito www.turismo.intoscana.it;
5. Strumenti e modalità per la gestione delle keywords (anche reportistica, simulazione, etc...): da descrivere nell'offerta tecnica sulla base delle proposte emerse durante il dialogo, integrabili e modificabili sulla base dei risultati dei colloqui.
6. Specificare con dettaglio le modalità di gestione della relazione con la FST proposte per la gestione della implementazione delle keywords da utilizzare, al fine di rendere agevole l'approvazione del committente sul set di keywords proposte dall'aggiudicatario.
7. Staff da rendere disponibile: da descrivere nell'offerta tecnica in seguito alle proposte emerse durante il dialogo, integrabili e modificabili sulla base dei risultati dei colloqui.
8. Accesso alle informazioni: nel caso in cui il committente intenda utilizzare pannelli di controllo corrispondenti ad un proprio account e utili per il controllo e monitoraggio delle attività, si dovranno rendere disponibili accessi amministrativi anche alla FST. Potranno altresì essere utilizzati gli account già attivati e utilizzati da FST che permetteranno peraltro una comparazione rispetto allo storico esistente.

Durata, rendicontazione e acquisto e trasferimento licenze software

Durata

La durata del progetto sarà equivalente alla durata della Campagna "Voglio Vivere Così": a partire dalla data di aggiudicazione della gara (stimata per mese di Settembre 2009) sino a tutto il mese di Dicembre 2010.

Il servizio dovrà essere reso operativo (anche se operativamente non al massimo del suo potenziale) entro 15 giorni lavorativi dalla data di aggiudicazione provvisoria della gara, come permesso dall'art. 11 comma 12 del D.Lgs. 163/2006. In quel momento andrà presentato un primo e provvisorio piano di lavoro che coprirà le prime settimane di servizio.

Entro il 15/10 andrà, invece, presentato Piano di Lavoro definitivo, ovvero la progettazione tecnica di dettaglio (R.2 nello schema seguente).

Cronoprogramma di massima

I tempi indicati nelle tabelle sono espressi in giorni solari.

ID	Risultato	Data
R. 1	Avvio delle attività e prime campagne preliminari sulla base dell'account e dell'esperienza svolta dalla FST e concordate con l'aggiudicatario.	Al momento dell'aggiudicazione provvisoria
R. 2	Progettazione tecnica di dettaglio dell'intero intervento in tutte le sue componenti, compresa la pianificazione esecutiva.	Entro 15 ottobre 2009
R. 3	Attivazione completa delle attività	Entro 15 gg. da R.2
R. 4	Attivazione a regime del servizio e presentazione della Campagna.	Entro 30 Ottobre
R. 5	Svolgimento di un 30% della Campagna come massimo	Entro il Marzo 2010
R. 6	Svolgimento di un ulteriore 30% della Campagna come massimo	Entro il 31 Luglio 2010
R. 7	Completamento della Campagna e presentazione del rendiconto, relazioni e monitoraggio finale	Entro il 31 Dicembre 2010

Rendicontazione delle risorse

Il soggetto partecipante dovrà presentare al Committente un documento in cui vengano dettagliate le modalità di utilizzo delle risorse con attenzione a quelle utilizzate per l'acquisto di servizi e spazi di cui il punto P2 dell'offerta economica.

E' richiesto l'utilizzo di strumenti software di controllo di gestione in grado di produrre un corretto resoconto delle attività svolte, tenendo conto delle due componenti del budget messo a disposizione del contraente.

Si ricordano, inoltre, le previsioni ex art. 7 del presente capitolato, al fine di sollecitare il contraente a curare con accuratezza e progressivamente la rendicontazione delle risorse.

Monitoraggio e rendicontazione delle attività e dei risultati raggiunti

Al fine di consentire valutazioni della qualità del progetto, il proponente ha l'obbligo di segnalare quali indicatori di monitoraggio dell'efficacia e delle attività intende utilizzare e la metodologia/strumenti che intende utilizzare. Si ricorda che, essendo questo servizio svolto nell'ambito dell'attuazione del POR CREO cofinanziato dal FESR, si deve ritenere che l'azione di monitoraggio e valutazione debba concorrere a misurare l'andamento degli indicatori dell'azione 5.5 del POR CREO FESR.

L'aggiudicatario dovrà proporre, periodicamente e in coincidenza dei SAL, specifici rapporti di monitoraggio e valutazione, adeguatamente dettagliati e utili a ridefinire le attività e a meglio mirare il servizio rispetto agli obiettivi che si vogliono raggiungere

Trasferimento Licenze software

L'acquisto di eventuali software o piattaforme informatiche che siano necessarie o di ausilio al corretto svolgimento del progetto sono a carico del fornitore.

Elementi chiave del servizio e Contenuto dell'offerta tecnica

Offerta tecnica

Il soggetto partecipante è chiamato alla stesura di un'offerta tecnica, secondo le specifiche contenute nell'art. 12 del presente capitolato, riguardante il servizio, che deve riportare e illustrare obbligatoriamente, ma sinteticamente i seguenti temi:

1	Strategia di utilizzo del budget e giustificazione delle scelte proposte	
1.1		Strategia generale di utilizzo del budget, tenendo conto dell'integrazione fra l'individuazione delle keywords e le attività del resto della Campagna, con particolare riferimento ai <i>social network</i> e agli ambienti coerenti con la Campagna di Marca Toscana. Voglio Vivere Così.
1.2		Pianificazione generale proposta in relazione ai motori di ricerca e agli ambienti web di diffusione dell'advertising.
1.3		Ripartizione temporale del budget e collegamento fra l'utilizzo dello stesso e le altre attività della Campagna.
2	Strumenti messi a disposizione della Campagna	
2.1		Archivi o informazioni inerenti altre campagne svolte e che possono essere resi disponibili per l'implementazione e la qualificazione della Campagna.
2.2		Strumenti avanzati per la gestione delle keyword, anche multilinguismo, attraverso il presidio di ambienti in lingua diversa dall'inglese e l'italiano, messi a disposizione della Campagna.
2.3		KPI per la valutazione periodica della Campagna e Strumenti di reportistica e feedback degli effetti delle scelte di keywords.
3	Organizzazione	
3.1		Team di lavoro che si impegnerà nella Campagna, valutato tramite i cv presentati.
3.2		Modalità di relazione con la Fondazione, con particolare riferimento alla disponibilità e alle modalità di co-working adottate, alla gestione della scelta delle keyword eccetera.
3.3		Tempi di start up.
4	Cronoprogramma e attività amministrative	
		Modalità di predisposizione dei documenti amministrativi e contabili di rendicontazione delle attività svolte.
		Cronoprogramma generale delle attività.

L'offerente è libero di strutturare la OT nella sua logica espositiva come ritiene più opportuno, ma i temi sopra ricordati e gli esempi devono essere chiaramente identificabili sin dall'indice dell'offerta stessa, indice che è, a sua volta, obbligatorio.

Si consiglia, visti i colloqui esaurienti e le competenze specifiche della commissione, di adottare un linguaggio e una forma espositiva tecnica e specialistica, al fine di minimizzare le esigenze retoriche di illustrazione e di rendere la valutazione più efficace. Nel caso in cui alcuni elementi tecnici risultino da chiarire, sarà onere della commissione richiedere integrazioni e delucidazioni.

Anche un'esposizione molto schematica che consideri i temi sopra illustrati alla stregua di domande alle quali rispondere, come in una sorta di questionario aperto, sarà considerata soddisfacente.

Nel caso in cui si intenda adottare una descrizione analitica di strumenti o di altri elementi

già in possesso dei partecipanti, si potranno allegare documenti tecnici o siti web, documenti remoti o altri esempi a discrezione del partecipante, purché rilevanti e strettamente correlati alla offerta tecnica.

Faranno parte delle 20 pagine della OT tutte le parti metodologiche ma non ne faranno parte:

1. copertina, indice (che risultano comunque obbligatori);
2. curriculum;
3. cronoprogramma sintetico;
4. esemplificazioni.

Tutta la documentazione dovrà essere fornita in formato cartaceo e digitale (PDF o formato .doc Microsoft Word) e raccolta in un unico supporto (CD, DVD) da consegnare al Committente secondo le modalità esplicitate nel capitolato, integrate con la relazione progettuale.