



*Direzione Ricerca Innovazione Sviluppo*

*DRIS-DT0076*

*Servizio Progettazione*

*ps-rf-gb*

Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta  
differenziata per la durata di 12 mesi

Disciplinare Tecnico

R2

giugno 2020




**A.S.I.A. • Azienda Servizi Igiene Ambientale - Napoli S.p.A.**

Società soggetta alla attività di direzione e coordinamento del Comune di Napoli.

**Sede Legale e Direzionale:** 80146 NAPOLI • via Ponte dei Francesi 37/D

Tel. +39 081 73515xx • Fax +39 081 7351577 • e-mail: [info@asianapoli.it](mailto:info@asianapoli.it) • [www.asianapoli.it](http://www.asianapoli.it) • C.F. e P.Iva 07494740637



|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

## Sommario


|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | Premessa e definizioni   | 3  |
| 2 | Generalità   | 3  |
| 3 | Attività A1 – Elaborazione grafica e creativa ( <i>attività a corpo</i> )                              | 4  |
| 4 | Attività A2 – Progettazione e produzione contenuti digitali e multimediali ( <i>attività a corpo</i> ) | 5  |
| 5 | Attività A3- Sviluppo grafico e produzione campagna di comunicazione ( <i>attività a misura</i> )      | 7  |
| 6 | Traduzione in lingue straniere   | 10 |
| 7 | Modalità di trasmissione delle bozze e degli esecutivi   | 10 |
| 8 | Presentazione dell'offerta tecnica   | 11 |
| 9 | Parametri a punteggio e modalità di attribuzione dei punteggi  | 11 |



CERT. N. 2851/4

CERT. N. 0795A/0



|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

## 1 Premessa e definizioni

La Centrale di Committenza, costituita in data 6 settembre 2017 ai sensi dell'art. 37, comma 10, del D. Lgs n. 50/2016 e sue modifiche ed integrazioni, tra il Comune di Napoli e ASIA Napoli S.p.A. con il presente disciplinare tecnico definisce i requisiti e le modalità di erogazione di un servizio integrato di comunicazione a supporto della raccolta differenziata da erogarsi sul territorio del Comune di Napoli, e fissa i risultati attesi ed i criteri di valutazione degli stessi.

Ai fini del presente documento si intende per:

**Stazione appaltante:** la centrale di committenza

**ASIA:** ASIA Napoli SpA, leggasi gestore dei servizi di raccolta rifiuti ed igiene ambientale nel territorio del Comune di Napoli

**DT:** disciplinare tecnico

**Concorrente:** ogni Impresa che presenta offerta

**RD:** raccolta differenziata

**PaP:** raccolta differenziata domiciliare

**Agenzia:** l'impresa vincitrice della gara

**Materiale illustrativo:** tutti gli elaborati grafici (opuscoli, pieghevoli, volantini, adesivi) elaborati per la distribuzione diretta all'utenza

**Schema grafico generale:** il modello tipo per ciascuna tipologia di materiale illustrativo

**Soggetto:** il contenuto specifico di un materiale illustrativo, elaborato secondo uno schema grafico generale


**Campagna di comunicazione:** attività coordinata e declinata sui diversi canali mediatici

## 2 Generalità

L'obiettivo della campagna di comunicazione è quello di rafforzare la comunicazione sulla raccolta differenziata e la persuasione dell'utenza ad aderire alle buone pratiche della separazione dei





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

materiali, attraverso una presenza mediatica sempre più moderna e coordinata nelle varie declinazioni.

L'agenzia dovrà dunque contribuire a sviluppare un'identità mediatica ed una campagna di comunicazione coordinata nel tempo, che risulti funzionale alla trasmissione e alla diffusione dei messaggi sulla raccolta differenziata.

Per l'espletamento delle attività connesse alla comunicazione, l'agenzia dovrà avere una sede operativa nel territorio del comune di Napoli.

Di seguito sono elencate le attività minime ed essenziali richieste, nell'ambito della campagna di comunicazione:

- attività A1: elaborazione grafica e creativa dei materiali illustrativi da pubblicizzare all'utenza
- attività A2: elaborazione grafica e creativa, progettazione e produzione dei contenuti digitali e multimediali per applicazioni, sito web, app, programmi gestionali
- attività A3: sviluppo e coordinamento di una campagna di comunicazione.

### 3 Attività A1 – Elaborazione grafica e creativa (*attività a corpo*)

L'elaborazione grafica e creativa dei materiali illustrativi da diffondere all'utenza consiste nell'elaborazione e nello sviluppo di schemi grafici generali (modelli) relativi, ad esempio, a:


1. istruzioni per la corretta esecuzione della raccolta differenziata, secondo le diverse modalità di servizio erogato;
2. calendari di esposizione delle varie frazioni raccolte con sistema PaP, variabili in base al territorio;
3. indicazioni relative alle isole ecologiche;
4. adesivi da applicare sulle attrezzature stradali e domiciliari;
5. materiali a supporto di manifestazioni ed eventi;
6. fascicoli illustrativi sulla raccolta differenziata e sulle attività aziendali.

In funzione delle attività svolte durante il periodo contrattuale, la Stazione Appaltante potrà richiedere l'elaborazione di modelli di materiali illustrativi secondo necessità, senza alcuna limitazione nel numero e della tipologia dei modelli stessi. A riguardo si precisa che l'elenco di tipologie di modelli sopra riportato è puramente indicativo e non esaustivo, essendo possibile per la Stazione Appaltante richiedere lo sviluppo di eventuali ulteriori schemi grafici generali.

Ciascun soggetto di particolarizzazione del modello sarà individuato da un codice di riferimento, che conterrà informazioni anche circa la revisione e sarà indicato dalla Stazione Appaltante al





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

momento della commissione della elaborazione o della revisione del soggetto, e dovrà essere indicato nell'etichetta del documento in formato elettronico.

La Stazione Appaltante fornirà i contenuti dei soggetti che l'agenzia dovrà sviluppare secondo una grafica coordinata anche con il sito ASIA (attività A2); nell'ambito dello sviluppo grafico l'agenzia è chiamata, anche, a rivedere ed elaborare i messaggi forniti dalla Stazione Appaltante, onde renderli più efficaci a livello comunicativo, secondo le regole del marketing.

Le revisioni della struttura e dello schema grafico generale di ciascun modello possono essere richieste fino ad un numero di 4 nel periodo contrattuale, e servono come base per le elaborazioni dei vari soggetti particolari; la particolareggiatura di un soggetto a partire dal modello non va annoverata nel computo delle revisioni; ciascuna particolareggiatura del messaggio di un modello soggetto può subire, fintanto che è in bozza, tutte le correzioni ai contenuti (in questo caso intendendosi per contenuti i giorni e gli orari di esposizione, le indicazioni a margine, le intestazioni e piccole modifiche dell'iconografia) che si rendessero necessarie.

I soggetti dovranno essere prodotti in bozza in bassa risoluzione in formato .pdf; una volta definita la bozza, dovrà essere trasmesso il documento esecutivo di stampa in alta risoluzione sempre in .pdf od in formati gestibili dalla suite Acrobat (in particolare da Acrobat Illustrator); unitamente dovranno essere passati gli stili di stampa ed eventuali caratteri particolari utilizzati; per la stampa, ai fini di un'adeguata resa cromatica, l'agenzia dovrà interfacciarsi con la tipografia di riferimento della Stazione Appaltante.

I documenti definitivi prodotti, trasmessi in formato multilivello, resteranno di proprietà del Comune di Napoli e affidati fin da subito a ASIA che potrà disporne al meglio.

Il numero delle particolareggiature di un modello che possono essere richieste non è soggetto a limitazione.

Le grafiche devono essere prodotte secondo i seguenti tempi, valutati in giorni lavorativi dalla trasmissione della richiesta di elaborazione da parte della Stazione Appaltante:

|                             |          |
|-----------------------------|----------|
| modello ex novo             | 4 giorni |
| revisione modello           | 2 giorni |
| particolarizzazione modello | 1 giorno |


#### 4 Attività A2 – Progettazione e produzione contenuti digitali e multimediali (attività a corpo)

*Elaborazione grafica, la progettazione e la produzione dei contenuti digitali e multi mediali per le*







|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

applicazioni, il sito, i programmi gestionali ed i canali social.

Con una progettazione ed uno stile coordinato con l'elaborazione grafica di cui al punto 3 (Attività A1), l'agenzia dovrà realizzare i contenuti multimediali (animazioni, video, etc.), le grafiche e le icone da inserire nei profili social, nel portale di servizio rivolto all'utenza (sito internet), nelle APP rivolte sia agli utenti esterni (cittadini) sia agli utenti aziendali, nei gestionali interni ed all'interno dei vari canali di distribuzione multimediale internet.

Sempre a titolo esemplificativo, sono racchiuse in questa categoria:

- 4.1 video grafiche animate (produzione di almeno 10/anno, **elemento soggetto a punteggio**);
- 4.2 video pubblicitari girati in interni/esterni con attori interni (produzione di almeno 8/anno della durata minima di 1 minuto cad., **elemento soggetto a punteggio**);
- 4.3 video pubblicitari professionali girati in interni/esterni con attori esterni (produzione di almeno 5/anno in due versioni della durata minima rispettivamente di 1 min e di 3 min, **elemento soggetto a punteggio**);
- 4.4 registrazione per pubblicità radiofoniche con speaker professionisti (produzione di almeno 15/anno della durata di 30 secondi cad.);
- 4.5 banner digitali (produzione senza limiti);
- 4.6 icone e loghi (produzione senza limiti);
- 4.7 materiali video didattici (7 video da 10 minuti).

Il processo di sviluppo ed elaborazione dei contenuti digitali deve seguire un flusso di lavoro tracciato, attraverso proposte, variazioni, validazioni, in cui ogni nuovo elemento deve essere individuato con un proprio codice di riferimento che conterrà informazioni anche circa la revisione. I file sorgente prodotti resteranno di proprietà del Comune di Napoli ed affidati sin da subito in gestione ad ASIA che potrà disporne al meglio.

La realizzazione dei contenuti digitali e multimediali dovrà avvenire con la seguente tempistica, in termini di giornate lavorative, valutata dalla trasmissione della specifica richiesta da parte della Stazione Appaltante:


|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| Video grafiche animate            | 5 giorni  |
| Video pubblicitario amatoriale    | 10 giorni |
| Video pubblicitario professionale | 15 giorni |
| Pubblicità radiofonica            | 5 giorni  |
| Banner digitale                   | 1 giorno  |
| Icane e loghi                     | 1 giorno  |
| Materiali video didattici         | 5 giorni  |



CERT. N. 2851/4

CERT. N. 0795A/0



|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

## 5 Attività A3- Sviluppo grafico e produzione campagna di comunicazione (attività a misura)

Lo sviluppo e la produzione di una campagna di comunicazione sono finalizzati alla realizzazione di n. 1 campagna di comunicazione ed informazione territoriale ad ampio respiro su tutto il territorio cittadino.

La campagna deve essere sviluppata ed articolata su tutto il periodo contrattuale.


Nella pianificazione della campagna, in coerenza con gli obiettivi di comunicazione della Stazione Appaltante, è richiesto un piano operativo che, partendo da un'analisi strategica della Stazione Appaltante sul territorio ed in rete, individui le azioni più efficaci per il massimo incremento di visibilità e di diffusione dei messaggi e la conseguente crescita della fedeltà degli utenti.

Le attività minime richieste sono:

- elaborazione dei messaggi concordati con la Stazione Appaltante secondo le più efficaci tecniche della comunicazione;
- sviluppo dei messaggi atti a veicolare, nel modo più efficace, le informazioni che la Stazione Appaltante intende divulgare;
- sviluppo della grafica coordinata tra i vari canali media e con il sito ASIA;
- analisi dei canali media da attivare;
- pianificazione di un palinsesto dei canali media;
- definizione di un portafoglio fornitori dei canali media;
- presentazione e sviluppo di idee ed azioni di coinvolgimento degli utenti;
- progettazione, sviluppo e produzione di contenuti multimediali (messaggi vocali, jingle, video, animazioni);
- individuazione dei testimonial (escluso eventuale ingaggio degli stessi);
- elaborazione grafica dei materiali per le affissioni (almeno 10 soggetti);
- proposta e ricerca sul mercato di gadget con relative personalizzazioni coordinate con la campagna di comunicazione generale finalizzata alla promozione della raccolta differenziata;
- realizzazione cronoprogramma della campagna;
- analisi consuntiva dell'efficacia della campagna in termini di indici di ascolto, incrementi di accesso al sito nei giorni di *spinta* della campagna, etc.
- rendicontazione delle attività, anche di terzi fornitori.





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

Sono, inoltre, a cura ed a carico dell'aggiudicataria le seguenti forniture di servizi di diffusione contenuti sui canali pubblicitari, da articolarsi a seconda del piano di comunicazione approvato:


- 5.1 produzione dei materiali per le affissioni e l'acquisto degli spazi (almeno 100 affissioni 6x3 + 5 maxi metri quadri di 14 gg ciascuna x 8 periodi all'anno, per un totale di 800 affissioni 6x3 e 40 affissioni maxi all'anno, in posizioni centrali a scelta della Stazione Appaltante; **(elemento soggetto a punteggio)**;
- 5.2 produzione dei materiali ed acquisto degli spazi per le affissioni sulle pensiline ANM (almeno 50 affissioni di 14 gg ciascuna x 20 periodi all'anno, per un totale di 1.000 affissioni all'anno), su circuiti scelti dalla Stazione Appaltante; **(elemento soggetto a punteggio)**;
- 5.3 produzione dei materiali ed acquisto degli spazi per le affissioni tipo "decoro integrale" delle vetture ANM (Azienda Napoletana Mobilità, leggesi Azienda di trasporto pubblico operante sul territorio del Comune di Napoli) del tipo (almeno 25 autobus per un periodo di 28 gg ciascuno all'anno);
- 5.4 acquisto degli spazi sui totem digitali delle fermate della metropolitana (presenza di 14 gg ciascuna su 26 totem per 4 periodi all'anno, per un totale di 78 presenze all'anno);
- 5.5 acquisto degli spazi in rete e delle campagne di promozione online (banner, Google AdWords, pubblicità su Facebook...) per il raggiungimento di almeno 300.000 visualizzazioni complessive;
- 5.6 ingaggio dei testimonial: la campagna di comunicazione deve prevedere anche l'ingaggio di alcuni personaggi noti legati alla città di Napoli (almeno uno) che promuovano la Raccolta Differenziata; ciascun concorrente dovrà presentare un portafoglio di possibili testimonial di riferimento, che abbiamo dichiarato la propria disponibilità a tale ingaggio;
- 5.7 spazi pubblicitari per video:
  - a. TV locali: per almeno 25 passaggi di 30 secondi (o equivalente) al giorno per 20 settimane per tre emittenti locali, per un totale di 1.500 passaggi all'anno;
  - b. Pubblicità nei cinema: programmazione per almeno 15 settimane, con proiezione di spot da 20 secondi in tutte le sale dei principali 5 multicinema di Napoli (e dintorni), per un totale di 75 settimane all'anno concentrate nel periodo invernale;
  - c. video metrò, per almeno 10 settimane di presenza per anno, con 40 spot al giorno in tutte le stazioni;
- 5.8 spazi per messaggi audio, per almeno 5 passaggi di 30 secondi a giorno nelle fasce orarie di punta, per 30 giorni su almeno 5 radio locali e digitali, per un totale di 1.500 passaggi all'anno.

La scelta delle emittenti televisive e radiofoniche deve essere concordata con la Stazione Appaltante.







|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

La distribuzione delle pubblicazioni come sopra riportato è puramente indicativa, potendo la Stazione Appaltante scegliere di concentrare la fruizione di uno o più canali pubblicitari in un periodo unico di durata equivalente.

L'agenzia deve proporre, per valutazione preliminare, almeno due bozze distinte per la campagna di comunicazione da realizzare.

Ciascuna bozza deve essere contenuta in una relazione che descriva le azioni che si intendono condurre; deve, pertanto, essere prevista una dettagliata calendarizzazione delle attività, che preveda fasi di *spinta* dei messaggi, da concentrare nei periodi più significativi da febbraio a giugno e da settembre a novembre, e fasi di *mantenimento* nei mesi di gennaio e dicembre, in cui i messaggi vengono veicolati con una logica di *presidio del territorio*. Il cronoprogramma della campagna, dunque, deve chiaramente definire le varie fasi in cui essa si articola, suddivise in progettazione, avvio, gestione; in particolare la gestione deve essere ulteriormente dettagliata con l'articolazione *spinte/mantenimenti*, con chiara indicazione dei contenuti veicolati ed i canali attivati in ciascun periodo.

La relazione di presentazione della campagna deve essere corredata di un'analisi preventiva dell'efficacia della stessa, che riporti la stima della potenzialità di ciascuna azione contemplata, in termini di utenti raggiungibili e di tutti gli altri indicatori che si ritengano utili a tal fine; al termine di ciascuna fase dovranno essere consuntivate e rendicontate le prestazioni raggiunte secondo gli indicatori di prestazione individuati in fase di proposta, i cui valori devono essere almeno l'ottanta per cento (80%) dei valori prefissati; gli indicatori possono essere esplosi anche per ciascun singolo elemento componente la campagna.

Sono da prevedere minimo 3 (tre) revisioni della bozza scelta; le revisioni si applicano a ciascun elemento della campagna separatamente (cioè tre per il jingle, tre per le affissioni, tre per ciascun video, e così via).

La bocciatura di una bozza alla prima stesura non viene annoverata tra le revisioni.

La revisione di una bozza è da intendersi come richiesta di una variazione dello schema proposto secondo una diversa architettura della struttura grafica e con elaborazione di elementi grafici specializzati.


La correzione di dettagli (colori, ordine dei messaggi, errori di trascrizione, variazione di un testo, etc.) non costituisce una revisione della bozza.

Le attività erogate rispetto al cronoprogramma dovranno essere consuntivate per Stati di Avanzamento trimestrali, che dovranno essere approvati dal DEC e dal RUP della Stazione Appaltante ai fini della fatturazione.

Sono a cura ed onere dell'aggiudicatario:





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

- la produzione dei materiali (a titolo esemplificativo e non esaustivo: audio, video, infografica, manifesti, ...)
- l'acquisto degli spazi (a titolo esemplificativo e non esaustivo: affissioni, pubblicità radiofonica e/o televisiva, campagne sui social, quotidiani...)
- l'ingaggio dei testimonial.

## 6 Traduzione in lingue straniere

I principali materiali divulgativi di cui al punto 3 ed i principali contenuti del sito devono essere tradotti in almeno 3 tra le principali lingue straniere parlate da residenti a Napoli, identificabili in:

- inglese
- cinese
- spagnolo
- srilankese
- arabo

La remunerazione di tale attività è compresa nel canone delle attività A1e A2

## 7 Modalità di trasmissione delle bozze e degli esecutivi

### 7.1 Modalità di trasmissione per le Attività A1 e A2

Per le attività di sviluppo degli schemi grafici generali e dei soggetti deve essere reso disponibile un sistema di gestione documentale via internet che deve almeno consentire la condivisione e validazione delle bozze di lavoro.

Nell'ambito dell'offerta tecnica verranno valutate soluzioni migliorative, quali ad esempio:

1. la definizione di profili gerarchici di autorizzazioni e validazione delle bozze, configurabili per ciascun soggetto;
2. la creazione di un profilo amministratore che può gestire ed abilitare gli altri profili;
3. il tracciamento dello stato delle lavorazioni;
4. il mantenimento della cronologia delle revisioni;
5. l'invio di notifiche di avvenuti cambi di stato di una lavorazione.


### 7.2 Modalità di trasmissione per le Attività A3

Le attività di revisione della bozza devono essere inserite nel sistema di gestione sopra indicato.

Sono da prevedere invece incontri presso la sede direzionale di ASIA per le attività preliminari di commissione della campagna e per le presentazioni delle prime bozze.





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

## 8 Presentazione dell'offerta tecnica

In fase di gara ciascun concorrente dovrà presentare una relazione tecnico-illustrativa come di seguito richiesto.

La relazione tecnica di offerta, in formato A4 con stampa fronte/retro, di non più di 12 facciate (allegati esclusi), carattere Times New Roman, corpo 12, interlinea 1 ½, margini normali, deve riguardare l'offerta tecnica relativa alla campagna di comunicazione articolata nei seguenti punti:

1. presentazione della struttura dell'agenzia di comunicazione che sarà messa a supporto delle attività;
2. illustrazione del sistema di gestione documentale;
3. referenze e progettazioni in settori simili (in allegato);
4. proposta grafica di esempio per calendario e istruzioni RD (in allegato);
5. proposta dei testimonial;
6. proposta della campagna di comunicazione con indicazione, quantificazione e valutazione (in termini percentuali sul complesso della pianificazione) dell'efficacia delle soluzioni e dei canali media proposti, di seguito elencati in modo esemplificativo e non esaustivo:
  - o spot radio
  - o spot televisivi
  - o campagne social
  - o circuiti di affissioni
7. proposta di piano temporale della campagna;
8. portafoglio emittenti radiofoniche;
9. portafoglio emittenti televisive;
10. portafoglio circuiti di affissione con elencazione degli impianti gestiti (in allegato);
11. CV degli addetti con cui la agenzia intende costituire il gruppo di lavoro che svolgerà il servizio, anche in forma anonima ma circostanziata (cioè CV reali resi anonimi) (in allegato).


## 9 Parametri a punteggio e modalità di attribuzione dei punteggi

Durante la gara, la commissione giudicatrice all'uopo nominata dalla stazione appaltante provvederà ad analizzare le offerte tecniche presentate, al fine della attribuzione dei punteggi ai parametri premianti.

Le attività saranno condotte sulla base dei contenuti dell'offerta tecnica presentata da ciascun concorrente.





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

La attribuzione dei punteggi avviene definendo per ciascun parametro di valutazione un coefficiente moltiplicativo del punteggio massimo previsto per tale parametro; tale coefficiente è variabile tra 0 (zero) ed 1 (uno).

La determinazione dei coefficienti avviene come di seguito illustrato.

### 9.1 Tabella dei punteggi

| Parametro | descrizione                          | riferimento            | peso      | modalità     |
|-----------|--------------------------------------|------------------------|-----------|--------------|
| A         | Numero video grafiche animate        | punto 4.1              | 3         | quantitativa |
| B         | Numero video spot con attori interni | punto 4.2              | 2         | quantitativa |
| C         | Numero video spot professionali      | punto 4.3              | 5         | quantitativa |
| D         | Affissioni 6x3                       | punto 5.1              | 5         | quantitativa |
| E         | Affissioni pensiline                 | punto 5.2              | 5         | quantitativa |
| F         | Presentazione della struttura        | punto 8 comma 1        | 10        | qualitativa  |
| G         | Sistema di gestione documentale      | punto 8 comma 2        | 7         | qualitativa  |
| Parametro | descrizione                          | riferimento            | peso      | modalità     |
| H         | Referenze                            | punto 8 comma 3        | 6         | qualitativa  |
| I         | Proposta grafica                     | punto 8 comma 4        | 15        |              |
| L         | Proposta campagna di comunicazione   | punto 8 commi da 6 a 7 | 15        | qualitativa  |
| M         | Curricula                            | punto 8 comma 11       | 7         | qualitativa  |
|           | Totale                               |                        | <b>80</b> |              |

### 9.2 Definizione della graduatoria

Per ciascun lotto la graduatoria viene determinata con il metodo aggregativo compensatore:

$$P_i = C_{ai} \cdot P_a + C_{bi} \cdot P_b + \dots + C_{ni} \cdot P_n$$

dove

**P<sub>i</sub>** punteggio concorrente i

**C<sub>ai</sub>** coefficiente criterio a, del concorrente i


**C<sub>ni</sub>** coefficiente criterio n, del concorrente i



CERT. N. 2851/4

CERT. N. 0795A/0



|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

**Pa** peso criterio a

**Pn** peso criterio n

### 9.3 Parametri qualitativi

I parametri di natura qualitativa verranno valutati come di seguito descritto. Ciascun commissario potrà attribuire, discrezionalmente, un coefficiente il cui valore è compreso tra 0 (zero) e 1 (uno) secondo la seguente scala (con possibilità di attribuzione di coefficienti intermedi in caso di giudizi intermedi):

| Giudizio            | Valori coefficiente | Criterio di giudizio della proposta                            |
|---------------------|---------------------|--|
| Eccellente          | 1,0                 | è ragionevolmente esclusa la possibilità di soluzioni migliori |
| Ottimo              | 0,8                 | aspetti positivi elevati                                       |
| Buono               | 0,6                 | aspetti positivi evidenti ma inferiori a soluzioni ottimali    |
| Discreto            | 0,4                 | aspetti positivi apprezzabilmente di qualche pregio            |
| Modesto             | 0,2                 | aspetti positivi minimi  |
| Assente irrilevante | 0,0                 | nessun aspetto di rilievo                                      |

Una volta che il singolo commissario ha attribuito il coefficiente a ciascun concorrente, viene calcolata la media dei coefficienti attribuiti; quindi si procederà a riparametrizzare a uno i coefficienti ottenuti dalla media: i coefficienti definitivi saranno ottenuti assegnando il valore 1 al coefficiente più elevato e, di conseguenza, proporzionando ad esso il valore conseguito dagli altri concorrenti, mediante interpolazione lineare, secondo la formula:

$$V_i(a) = P_i / P_{\max}$$

dove:

$V_i(a)$  è il coefficiente della prestazione dell'elemento dell'offerta (a) relativo a ciascun elemento (i), variabile da zero a uno;




CERT. N. 2851/4

CERT. N. 0795A/0





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

$P_i$  è la somma dei punteggi attribuiti dai commissari all'elemento dell'offerta in esame;

$P_{max}$  è la somma più alta dei punteggi attribuiti dai commissari all'elemento tra tutte le offerte.

Qualora dovesse pervenire una sola offerta non si procederà al calcolo dei coefficienti definitivi.

Ad ogni concorrente per ciascun elemento sarà attribuito il punteggio derivante dal prodotto del coefficiente determinato in base al metodo sopra descritto per il peso attribuito al medesimo elemento.

#### 9.4 Parametri quantitativi

I coefficienti relativi ai parametri quantitativi saranno determinati come di seguito.

- 9.4.1 Criterio A: numero di video grafiche animate (punto 4.1) in più rispetto al minimo richiesto; il coefficiente viene valutato rispetto al numero di video grafiche animate offerto; i coefficienti vengono assegnati come in tabella.

| Video grafiche animate anno | coefficiente |
|-----------------------------|--------------|
| 10                          | 0            |
| 15                          | 0,4          |
| 20                          | 0,8          |
| 30                          | 1            |


- 9.4.2 Criterio B: numero di video spot girati in interni/esterni con attori interni (punto 4.2) in più rispetto al minimo richiesto; il coefficiente viene valutato rispetto al numero di video spot offerto; i coefficienti vengono assegnati come in tabella.

| spot girati con attori interni all'anno | coefficiente |
|---|--------------|
| 8                                       | 0            |
| 12                                      | 0,4          |
| 16                                      | 0,8          |
| 20                                      | 1            |

- 9.4.3 Criterio C: numero di video spot professionali girati in interni/esterni con attori esterni (punto 4.3) in più rispetto al minimo richiesto; il coefficiente viene valutato rispetto al numero di video spot offerto; i coefficienti vengono assegnati come in tabella.





|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <p>Servizi integrati di comunicazione per lo sviluppo della raccolta differenziata</p> <p>giugno 2020</p> | <p><b>DRIS</b></p> <p><i>Servizio Progettazione</i></p> <p><b>DRIS-DT0076</b><br/><b>R2</b></p> <p><i>ps-rf-gb</i></p> |
|---|---|--|

| spot girati con attori esterni all'anno | coefficiente |
|---|--------------|
| 5                                       | 0            |
| 7                                       | 0,4          |
| 10                                      | 1            |

9.4.4 Criterio D: produzione dei materiali per le affissioni e l'acquisto degli spazi di affissioni 6x3 (punto 5.1); il coefficiente viene valutato rispetto al numero di affissioni 6x3 offerto; viene assegnato il coefficiente 0 al concorrente che offre il numero minimo richiesto ed 1 a quello che offre il massimo, ripartendo in modo proporzionale le offerte intermedie. vengono considerati validi incrementi multipli 40 affissioni x 14 giorni all'anno, rispetto alle 800 minime richieste. Per la determinazione dei valori intermedi viene usata la seguente formula di ripartizione proporzionale: attribuito il coefficiente 1 (uno) all'offerta più vantaggiosa  $O_{MAX}$  e il coefficiente 0 (zero) al valore posto a base di gara  $O_{min}$ , i coefficienti intermedi  $C_i$  sono ricavati a mezzo di interpolazione lineare per le offerte intermedie  $O_i$

$$C_i = \frac{O_i - O_{min}}{O_{max} - O_{min}}$$

9.4.5 Criterio E: produzione ed acquisto dei materiali per le affissioni sulle pensiline ANM (punto 5.2); il coefficiente viene valutato rispetto al numero di affissioni sulle pensiline ANM offerto; viene assegnato il coefficiente 0 al concorrente che offre il numero minimo richiesto ed 1 a quello che offre il massimo, ripartendo in modo proporzionale le offerte intermedie; vengono considerati validi incrementi multipli di 20 affissioni x 14 giorni all'anno, rispetto alle 1.000 minime richieste. Per la determinazione dei valori intermedi viene usata la seguente formula di ripartizione proporzionale: attribuito il coefficiente 1 (uno) all'offerta più vantaggiosa  $O_{MAX}$  e il coefficiente 0 (zero) al valore posto a base di gara  $O_{min}$ , i coefficienti intermedi  $C_i$  sono ricavati a mezzo di interpolazione lineare per le offerte intermedie  $O_i$

$$C_i = \frac{O_i - O_{min}}{O_{max} - O_{min}}$$



CERT. N. 2851/4 CERT. N. 0795A/0