



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

**PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA**

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

**PROCEDURA APERTA, AI SENSI DELL'ART. 60 DEL D.LGS. 50/2016, PER
L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO INTEGRATO DI PROGETTAZIONE E
REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI PROMOZIONE ISTITUZIONALE DELLA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA IN ITALIA E ALL’ESTERO, ANCHE
ATTRAVERSO L’ACQUISIZIONE DI SPAZI PUBBLICITARI PER LA DIFFUSIONE DI
PRODOTTI DI COMUNICAZIONE STATICI E DINAMICI**

N. GARA: 8637082

CIG: 93123699FF

CUP: E59I22000340002

CUI S80002870923202200001

ALLEGATO 1

CAPITOLATO TECNICO



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

Sommario

PREMESSA	3
NORMATIVA DI RIFERIMENTO	3
1. OGGETTO DELL'APPALTO E SPECIFICHE TECNICHE DEL SERVIZIO	5
2. DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE MINIME DEI SERVIZI	6
2.1. Diffusione spot su emittenti televisive estere	6
2.2. Diffusione spot su emittenti televisive nazionali	6
2.3. Diffusione video spot sulle principali testate giornalistiche online nazionali e internazionali ...	7
2.4. Azioni di social media marketing	7
2.5. Pubblicazione su quotidiano estero nella versione cartacea e digitale	8
2.6. Realizzazione e diffusione di pannelli digitali statici promozionali nei punti di maggiore affluenza di pubblico di alcune delle maggiori metropoli mondiali	8
2.7. Supporto creativo ideazione messaggi promozionali e grafica	9
3. Gruppo di lavoro	9
4. MODALITÀ DI ESECUZIONE DEI SERVIZI	10
4.1. Luogo di esecuzione	10
4.2. Durata.....	10
4.3. Piano Operativo definitivo	10
5 CONDIZIONI DI ESECUZIONE. MODIFICA DEL CONTRATTO DURANTE IL PERIODO DI EFFICACIA	11
6 VERIFICA DI CONFORMITÀ DELL'APPALTO	11
7 OBBLIGHI E RESPONSABILITÀ DELL'APPALTATORE	12
8 RESPONSABILE DEL SERVIZIO	12
9 CORRISPETTIVO E PAGAMENTI	13
10 REVISIONE DEI PREZZI	13
11 TRACCIABILITÀ DEI FLUSSI FINANZIARI	14
12 PENALI	14
13 CONTROVERSIE - FORO COMPETENTE ESCLUSIVO	15
14 PROPRIETÀ DEI RISULTATI DELL'APPALTO	15

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

PREMESSA

Il presente documento costituisce il Capitolato tecnico relativo alla procedura aperta indetta ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016 per la selezione di operatori economici di consolidata esperienza e di adeguata capacità tecnico-economica ai quali la Regione Autonoma della Sardegna intende affidare il servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari e la distribuzione di prodotti multimediali, finalizzato alla promozione dell'immagine della Sardegna sul mercato nazionale ed estero. La durata del servizio è pari a 12 mesi.

La procedura si svolgerà attraverso la piattaforma telematica SardegnaCAT e tutte le prestazioni oggetto dell'affidamento dovranno essere eseguite nel rispetto delle condizioni, delle modalità e dei termini stabiliti nel presente Capitolato tecnico, nel Disciplinare di gara, nello Schema di Contratto e nell'ulteriore documentazione di gara.

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

- Statuto Speciale per la Sardegna e le relative norme di attuazione;
- la Legge Regionale 7 gennaio 1977, n. 1 e successive modificazioni e integrazioni, concernente "Norme sull'organizzazione amministrativa della Regione Sarda e sulle competenze di Giunta, Presidenza e Assessorati regionali";
- la Legge Regionale 13 novembre 1998 n. 31 recante "Disciplina del personale regionale e dell'organizzazione degli uffici della Regione";
- la Legge Regionale del 2 agosto 2006 n.11 (norme in materia di bilancio e contabilità Regione Sardegna);
- il D.Lgs. 23 giugno 2011 n.118 (disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli Enti Locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della L. 5 maggio 2009 n. 42);
- la Legge Regionale 25 febbraio 2021, n. 4, recante: "Legge di stabilità 2021" pubblicata nel B.U.R.A.S. n. 12 del 25 febbraio 2021;
- la Legge Regionale 25 febbraio 2021, n. 5, recante: "Bilancio di previsione triennale 2021-2023" pubblicata nel B.U.R.A.S. n.12 del 25 febbraio 2021 suppl. ord.n.1;
- Decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000 n. 445 "Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa";
- la normativa sugli appalti pubblici (D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50, D.P.R. 05/10/2010 n. 207 e ss.mm.ii. D.L. 16 luglio n. 76 convertito con modificazioni dalla L.11 settembre 2020 n. 120);
- le Linee Guida ANAC n. 3, di attuazione del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, recanti «Nomina, ruolo e compiti del responsabile unico del procedimento per l'affidamento di appalti e concessioni»;
- la Legge Regionale 13 marzo 2018, n. 8 recante "Nuove norme in materia di contratti pubblici di lavori, servizi e forniture" ed in particolare gli artt. 34 ss.;
- la L. 7 agosto 1990 n. 241 (sul procedimento amministrativo e diritto di accesso) e, in particolare gli artt. 5, co. 1 e 6, nonché la Legge Regionale 20 ottobre 2016 n. 24 (Norme sulla qualità della

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

- regolazione e di semplificazione dei procedimenti amministrativi) e, per le parti tuttora vigenti, la Legge Regionale 22 agosto 1990 n. 40 (Norme sul rapporto tra i cittadini e l'Amministrazione della Regione Sardegna nello svolgimento dell'attività amministrativa);
- il D.Lgs. del 2 luglio 2010, n. 104, "Attuazione dell'articolo 44 della legge 18 giugno 2009, n.69, recante delega al Governo per il riordino del processo amministrativo", pubblicato nella Gazz.Uff. 7 luglio 2010, n. 156, S.O.;
 - il D.P.R. 24 novembre 1971 n. 1199 recante "Semplificazione dei procedimenti in materia di ricorsi amministrativi";
 - il D.Lgs. 7 marzo 2005 n.82, Codice dell'amministrazione digitale e ss.mm.ii.;
 - la Deliberazione della Giunta Regionale n. 9/51 del 22 febbraio 2019 "Disciplina degli incentivi tecnici del Sistema regione ai sensi dell'art. 113 del D. Lgs. n. 50/2016 e della L.R. n. 8/2018, art. 33";
 - il D. Lgs. del 14 settembre 2012, n.160, recante "Ulteriori disposizioni correttive ed integrative al Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104, recante "codice del processo amministrativo", a norma dell'articolo 44, comma 4, della legge 18 giugno 2009, n. 69", pubblicato nella GU 18 settembre 2012, n. 218;
 - la Deliberazione della Giunta regionale del 16 dicembre 2008, n. 71/40 avente ad oggetto "Direttive sulla dematerializzazione dei documenti dell'Amministrazione regionale";
 - la Deliberazione della Giunta regionale del 30 giugno 2020, n. 33/26 avente ad oggetto "Dirigenti di ruolo del sistema Regione. Attribuzione delle funzioni di Direttore Generale della DG Lavoro. Legge regionale 13 novembre 1998, n. 31, art. 28, comma 1";
 - il Decreto del Presidente della Regione n. 50/8379 del 24 maggio 2017 (istituzione della Direzione Generale della Centrale Regionale di Committenza presso la Presidenza della Regione) e la D.G.R. n. 49/1 del 27 ottobre 2017 (linee guida per la centralizzazione degli appalti di lavori, servizi e la fornitura di beni nell'ambito del territorio regionale);
 - l'art.37 c.3 del D.Lgs. n. 50/2016, che prevede il ricorso a una centrale di committenza per le stazioni appaltanti non aventi qualificazione ai sensi degli artt. 37 c. 1 e 38 per le gare sopra soglia comunitaria;

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

1. OGGETTO DELL'APPALTO E SPECIFICHE TECNICHE DEL SERVIZIO

Oggetto della presente gara è l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici.

La campagna promozionale che si intende realizzare punta alla valorizzazione dell'immagine della Sardegna, ed è costituita da un insieme di azioni e servizi coordinati tra loro e messi in atto per raggiungere un comune obiettivo di comunicazione. Un insieme di messaggi promozionali che saranno veicolati su canali diversi, ma tra loro connessi e integrati nelle diverse declinazioni sui medium prescelti.

Partendo dall'obiettivo qualitativo di riposizionare l'immagine della Sardegna in Italia e all'estero, afferente ad aspetti percettivi e di notorietà in Europa e negli Stati Uniti, l'aggiudicatario è chiamato a formulare un'ipotesi strategica complessiva che parte dal "concept" fornito dalla stazione appaltante e traduce l'obiettivo di comunicazione istituzionale in azioni, adottando e combinando gli strumenti indicati dalla stazione appaltante in modo coerente con l'obiettivo.

La gara in oggetto si presenta articolata in servizi, individuati principalmente in relazione al diverso canale/media utilizzato per la diffusione dei prodotti promozionali.

Per ogni servizio è richiesta la redazione di un piano di diffusione, nel quale dovranno essere indicate e motivate le scelte fatte in termini di target individuati fra il pubblico potenziale italiano e straniero, le scelte relative alla tempistica della diffusione, della messa in onda o della pubblicazione e dovranno essere indicate le modalità operative di realizzazione dei singoli servizi, nonché l'aspetto del coordinamento e dell'integrazione di ciascun servizio con gli altri.

I singoli piani di diffusione confluiscono nel piano di lavoro complessivo che l'operatore economico è chiamato a presentare nella relazione tecnica e che dovrà illustrare la propria strategia generale di comunicazione. Si presenta come un piano media, nel quale si combinano e si integrano fra loro le singole strategie scelte per la campagna sui canali tradizionali, TV e carta stampata, con quelle scelte per i canali digitali, social inclusi, e ne definisce la combinazione ideale.

Per alcuni servizi, come più avanti specificato, è richiesta la formulazione e la realizzazione di prodotti creativi nel rispetto dei vincoli, delle informazioni e dei materiali forniti dalla Stazione Appaltante. Il servizio di supporto creativo e di traduzione richiesto all'aggiudicatario si rende necessario per far nascere l'idea che meglio sappia interpretare il concept della campagna e tradurlo in proposte comunicative d'impatto e soprattutto su misura per i destinatari italiani e stranieri.

Per altri servizi l'aspetto creativo sarà limitato dalla fornitura dei video spot da parte della stazione appaltante, e l'aggiudicatario dovrà a sua volta, proporre la strategia di posizionamento dello spot nelle TV straniere, in quelle italiane e nelle testate digitali nazionali e internazionali, individuando e motivando la tempistica delle pubblicazioni o della messa in onda ritenuta più idonea alla valorizzazione del messaggio.

L'aggiudicatario dovrà garantire per ogni servizio, la fruizione finale del prodotto promozionale, ponendo in essere tutte le azioni necessarie per l'acquisto degli spazi fisici e virtuali necessari per la loro diffusione.

La campagna promozionale sarà concentrata nell'arco temporale massimo di due settimane consecutive e si svolgerà in Italia, a New York, nelle capitali europee: Parigi, Londra, Berlino e su ambienti virtuali.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

L'Appaltatore è chiamato a eseguire le seguenti prestazioni contrattuali che vengono descritte nel paragrafo successivo:

- Diffusione spot su emittenti televisive estere
- Diffusione spot su emittenti televisive nazionali
- Diffusione video spot sulle principali testate giornalistiche on line nazionali e internazionali
- Azioni di social media marketing
- Pubblicazione su quotidiano estero nella versione cartacea e digitale
- Realizzazione e diffusione di pannelli statici promozionali nei punti di maggiore affluenza di pubblico di alcune delle maggiori metropoli mondiali.
- Supporto creativo ideazione messaggi promozionali e grafica

2. DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE MINIME DEI SERVIZI

2.1. Diffusione spot su emittenti televisive estere

Il servizio consiste nella messa in onda di uno spot da 30 secondi, con 1 passaggio giornaliero (nelle fasce orarie 12.00 PM – 3 PM e 8.30 PM – 10.30 PM) per almeno 7 giorni consecutivi, su ciascuna delle seguenti emittenti televisive estere.

- CNN International
- BBC One

Si chiede la presentazione di un piano di diffusione dello spot all'interno del piano di lavoro, che illustri e motivi la scelta degli orari di messa in onda del video spot fornendo i dati relativi all'audience per ogni emittente ed eventuali interazioni con le altre azioni della campagna promozionale.

Il video spot promozionale dell'immagine della Sardegna, avrà la durata di 30 secondi e sarà fornito dalla Stazione Appaltante.

2.2. Diffusione spot su emittenti televisive nazionali

Il servizio consiste nella messa in onda di uno spot da 30 secondi, con 1 passaggio giornaliero (nelle fasce orarie 12.30 – 14.30 o 20.00 - 21.30), per almeno 7 giorni consecutivi, su ciascuna delle seguenti emittenti televisive nazionali:

- RAI 1
- CANALE 5
- LA 7

Si chiede la presentazione di un piano di diffusione dello spot all'interno del piano di lavoro, che illustri e motivi la scelta dell'orario di messa in onda del video spot fornendo i dati relativi all'audience per ogni emittente ed eventuali interazioni con le altre azioni della campagna promozionale.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

Il video spot promozionale dell'immagine della Sardegna, avrà la durata di 30 secondi e sarà fornito dalla Stazione Appaltante.

2.3. Diffusione video spot sulle principali testate giornalistiche online nazionali e internazionali

Il servizio consiste nella diffusione di video spot promozionali sulle testate giornalistiche online dei principali gruppi editoriali nazionali e internazionali.

Si dovranno garantire complessivamente almeno 4 milioni di impression per 10 giorni consecutivi, divise fra testate online internazionali (almeno 2 milioni di impression su almeno 10 testate di cui 3 statunitensi) e nazionali (almeno 2 milioni di impression su almeno 5 testate).

Ciascuna testata internazionale dovrà garantire un numero di visite mensili (intese come visite uniche) compreso tra i 30 milioni e i 150 milioni di visitatori al mese.

Ciascuna testata nazionale dovrà garantire un numero di visite mensili (intese come visite uniche) compreso tra i 5 milioni e i 35 milioni di visitatori al mese.

Si chiede la presentazione di un piano di diffusione dei video spot, all'interno del piano di lavoro, che illustri e motivi la scelta di ogni testata internazionale e nazionale. Si dovranno fornire per ciascuna testata elementi di valutazione relativamente al target di destinatari/utenti delle singole testate, al loro posizionamento e alle visite mensili. Si dovrà altresì indicare la possibilità o meno di skip ed eventualmente di quanti secondi.

Il video spot promozionale dell'immagine della Sardegna, avrà la durata di 30 secondi e sarà fornito dalla Stazione Appaltante.

2.4. Azioni di social media marketing

Il servizio consiste nella campagna di social Media Marketing sui canali social della Regione Autonoma della Sardegna (Facebook, Youtube, Instagram e LinkedIn) attraverso sponsorizzazioni multilingue (in lingua italiana, francese, inglese e tedesca), con targetizzazione del pubblico per provenienza geografica, con particolare riferimento a livello internazionale alle città oggetto della campagna (New York, Londra, Parigi e Berlino).

Nell'ambito delle nazioni europee oggetto della campagna (Regno Unito, Francia e Germania) e delle regioni italiane si dovrà tenere conto delle città sede di aeroporto che garantiscono voli diretti per la Sardegna.

Tra gli interessi specifici del target di riferimento si segnalano (in modo non esaustivo): il turismo, la propensione ai viaggi (per gli USA considerare soprattutto la propensione ai viaggi intercontinentali del target).

La campagna social, della durata di 10 giorni consecutivi, conterà di un video spot da diffondere attraverso operazioni di advertising. Dovranno essere garantite complessivamente 5 milioni di impression.

E' richiesta la presentazione di un piano di programmazione della campagna social, all'interno del piano di lavoro, che individui i destinatari a livello nazionale ed internazionale, tenendo conto dei criteri di targetizzazione indicati più sopra e che illustri le modalità di attuazione per ogni canale social e le fasce orarie, motivando le scelte effettuate.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

Il video spot promozionale dell'immagine della Sardegna, avrà la durata di 30 secondi e sarà fornito dalla Stazione Appaltante.

2.5. Pubblicazione su quotidiano estero nella versione cartacea e digitale

Il servizio consiste nell'elaborazione grafica e la traduzione multilingue di un messaggio di promozione istituzionale della Sardegna, e la sua pubblicazione su una pagina intera del quotidiano *New York Times*, per un solo giorno.

I contenuti di cui al presente servizio, dovranno essere realizzati dall'aggiudicatario, seguendo le indicazioni della Stazione Appaltante, la quale fornirà le linee guida per l'immagine coordinata e l'identità visiva della Regione e il materiale fotografico di cui dispone.

La data di pubblicazione sarà scelta dall'aggiudicatario che dovrà illustrare e motivare la scelta. La pubblicazione della pagina promozionale dovrà, in ogni caso, ricadere nell'arco temporale delle due settimane consecutive di durata della campagna promozionale.

Nel presente servizio è compreso l'acquisto dello spazio di una pagina intera, per un solo giorno, sul *New York Times*.

2.6. Realizzazione e diffusione di pannelli digitali statici promozionali nei punti di maggiore affluenza di pubblico di alcune delle maggiori metropoli mondiali

Il presente servizio consiste nell'ideazione e nella diffusione di complessivi 4 pannelli digitali statici promozionali, di dimensione minima pari a 8 mq, ubicati nei punti di maggiore affluenza di pubblico di 4 metropoli mondiali (New York, Londra, Parigi e Berlino). E' previsto n. 1 pannello in ognuna delle 4 città, per almeno 1 settimana (7 giorni consecutivi).

In relazione al presente servizio è richiesta la realizzazione dei contenuti e la cura dell'elaborazione grafica dei singoli pannelli. I contenuti saranno elaborati in collaborazione con la Stazione Appaltante, la quale fornirà le linee guida dell'immagine coordinata e dell'identità visiva della Regione e il materiale fotografico di cui dispone. Potrà essere ammessa la scelta di differenziare i contenuti nelle diverse città in relazione alle valutazioni sulle caratteristiche del pubblico potenziale rilevate dall'aggiudicatario.

E' richiesta la presentazione, all'interno del piano di lavoro, di un piano strategico per il posizionamento dei pannelli che illustri le scelte relative all'ubicazione, alla tecnologia utilizzata, al tipo di supporto e alle dimensioni dei pannelli, nonché alle caratteristiche e dimensioni del pubblico potenziale.

In riferimento alla tempistica di pubblicazione l'aggiudicatario dovrà illustrare e motivare la strategia scelta: i pannelli potranno comparire contemporaneamente o anche in momenti diversi nelle 4 città, nel rispetto dei 7 gg consecutivi per ciascuna città e delle due settimane consecutive di durata della campagna.

Il presente servizio comprende inoltre tutte le attività necessarie alla fruizione finale dei pannelli e pertanto, l'acquisto dei relativi spazi fisici e tutte le attività per il posizionamento degli stessi.

Il servizio sarà valutato complessivamente con riferimento a: tecnologia offerta, tipologia del supporto, dimensione dei pannelli, ubicazione e con particolare attenzione agli aspetti innovativi dell'offerta nel suo complesso.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

2.7. Supporto creativo ideazione messaggi promozionali e grafica

Il servizio consiste nel supporto alla creazione di messaggi promozionali e ideazione grafica dei prodotti statici (rif. servizi n. 2.5 e 2.6, nonché alla traduzione dei testi degli stessi prodotti dall'italiano all'inglese, al tedesco e al francese (rif. servizi n. 2.5 e n. 2.6). I prodotti dovranno essere realizzati su indicazione della Stazione Appaltante e saranno soggetti ad approvazione da parte di quest'ultima.

E' richiesta l'illustrazione, all'interno del piano di lavoro, delle concrete modalità di espletamento del servizio di supporto, con indicazione dei referenti per la gestione della comunicazione con la Stazione Appaltante.

3. Gruppo di lavoro

Per lo svolgimento delle attività sopra descritte l'Operatore Economico aggiudicatario dovrà garantire, per tutta la durata del Contratto, la presenza di un Gruppo di Lavoro (GdL) composto da risorse umane qualificate, idoneamente contrattualizzate, aventi le caratteristiche minime, in termini di numero e di requisiti professionali, di seguito descritte:

- **1 Project Manager** con almeno 5 anni di esperienza nella gestione di progetti aventi ad oggetto campagne di comunicazione integrate per clienti istituzionali (PA nazionali e locali) e/o per grandi clienti (organizzazioni e aziende di grandi dimensioni con una molteplicità di funzioni/aree/società);
- **2 Esperti in comunicazione** di cui almeno uno senior (con almeno 5 anni di esperienza nella realizzazione campagne di comunicazione) e uno junior (con almeno 2 anni di esperienza nella realizzazione campagne di comunicazione);
- **1 Esperto in grafica e video editing** con almeno 5 anni di esperienza nella realizzazione campagne di comunicazione;
- **1 Social media manager** con almeno 5 anni di esperienza nella definizione e attuazione di strategie social.

La descrizione delle competenze ed esperienze è fornita secondo le modalità indicate nel Disciplinare di gara e mediante la presentazione dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.

All'interno dell'offerta tecnica dovranno essere indicate le figure professionali distinte per ruolo e attività, e le modalità di relazione con il committente.

La mancata conferma da parte dell'aggiudicatario della presenza nel gruppo di lavoro delle figure titolari dei CV presentati a corredo della relazione tecnica può comportare la revoca dell'aggiudicazione.

Fermo restando che la sostituzione dei componenti il gruppo di lavoro ha natura del tutto eccezionale, il gruppo di lavoro indicato dall'Appaltatore in sede di gara non potrà essere modificato senza il preventivo consenso della Stazione Appaltante.

Qualora l'Appaltatore, durante lo svolgimento del servizio, dovesse trovarsi nella necessità di sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro, dovrà preventivamente richiedere l'autorizzazione alla Stazione Appaltante, indicando i nominativi e le referenze delle persone che intende proporre in sostituzione di quelli indicati al momento dell'offerta. I nuovi componenti dovranno in ogni caso possedere requisiti equivalenti o superiori a quelli delle persone sostituite, da comprovare mediante la presenza di specifica documentazione.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

La sostituzione di un membro del gruppo di lavoro senza l'autorizzazione del committente è causa di risoluzione del contratto. La Stazione Appaltante può richiedere la sostituzione del personale impegnato nell'erogazione dei servizi motivandone la richiesta.

4. MODALITÀ DI ESECUZIONE DEI SERVIZI

4.1. Luogo di esecuzione

La campagna promozionale oggetto dell'appalto è rivolta al mercato nazionale e a quello internazionale.

L'Appaltatore garantisce un costante coordinamento con la Stazione Appaltante nelle attività contrattuali in generale ed in particolare nel supporto alla creazione di messaggi promozionali, all'ideazione grafica dei prodotti statici e delle pagine sulle testate quotidiane estere, nonché alla realizzazione dei prodotti da sottoporre all'approvazione della Stazione Appaltante.

L'Appaltatore, entro 10 giorni dalla data di comunicazione dell'aggiudicazione, dovrà dotarsi di una sede operativa in Italia e dovrà trasmettere alla Stazione Appaltante tutta la documentazione che attesti l'apertura della sede (a titolo esemplificativo: contratto di locazione o di comodato).

4.2. Durata

La durata dell'appalto è di mesi 12 (dodici) decorrenti dalla data di approvazione del piano operativo definitivo.

L'avvio dei servizi oggetto della presente procedura di gara è definito nel contratto d'appalto.

La durata complessiva della campagna promozionale è di 14 giorni (due settimane consecutive). L'operatore economico dovrà garantire in questo arco temporale l'esecuzione di tutti i servizi oggetto del contratto.

4.3. Piano Operativo definitivo

Entro 10 giorni naturali e consecutivi alla stipula del contratto, ovvero (qualora la stazione appaltante optasse per l'avvio dell'esecuzione del contratto in via d'urgenza ai sensi dell'art. 8, comma 1, del D.L. 76/2020) dalla data di comunicazione dell'avvio dell'esecuzione del contratto in via d'urgenza, l'appaltatore deve sottoporre all'approvazione della Stazione Appaltante il Piano Operativo definitivo redatto nel pieno rispetto della bozza del Piano operativo (piano di lavoro) descritto nella Relazione tecnica e di quanto offerto in gara, nonché integrato delle eventuali indicazioni e richieste di adattamento operativo da parte della Stazione Appaltante.

In particolare, il Piano Operativo dovrà descrivere nel dettaglio:

- il quadro operativo delle attività e il relativo cronoprogramma da eseguirsi nell'ambito dell'appalto;
- gli aspetti operativi della strategia e le relative metodologie per la concreta realizzazione dell'appalto, così come descritto nel presente Capitolato e nell'offerta tecnica;
- le informazioni di dettaglio relative al gruppo di lavoro (distribuzione dei ruoli e responsabilità dei professionisti che opereranno per l'Appaltatore in fase esecutiva, così come esplicitato nell'offerta tecnica);
- le informazioni di dettaglio relative agli strumenti tecnologici, informatici e informativi;

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

- ogni altro elemento derivante dalla declinazione dell'offerta tecnica presentata dall'Appaltatore in sede di gara.

5 CONDIZIONI DI ESECUZIONE. MODIFICA DEL CONTRATTO DURANTE IL PERIODO DI EFFICACIA.

La Stazione Appaltante si riserva la facoltà di respingere, senza che ciò comporti alcun costo a suo carico, i servizi eseguiti oltre i termini previsti per l'esecuzione, nonché non rispettosi delle condizioni di esecuzione previste dal presente Capitolato e dai documenti di gara, salva la facoltà di richiedere il risarcimento dei danni collegati o derivanti da detto ritardo.

L'Appaltatore non può sospendere l'esecuzione dell'appalto in seguito a decisione unilaterale, nemmeno nel caso in cui siano in atto controversie con la Stazione Appaltante. L'eventuale sospensione per decisione unilaterale dell'Appaltatore costituisce inadempienza contrattuale determinando, conseguentemente, la risoluzione del contratto per colpa, l'addebito di ogni costo e onere derivante dal rinnovo della procedura d'appalto di cui si tratta.

6 VERIFICA DI CONFORMITÀ DELL'APPALTO.

La Stazione Appaltante effettua le verifiche di conformità, ai sensi dell'articolo 102 del Codice, per certificare che il contratto in termini di prestazioni, obiettivi e caratteristiche tecniche, economiche e qualitative sia stato realizzato ed eseguito nel rispetto delle previsioni e delle pattuizioni contrattuali.

La Stazione Appaltante effettua la verifica di conformità ai sensi dell'art. 102 del D.Lgs. 50/2016 per mezzo del responsabile del procedimento e del direttore dell'esecuzione del contratto.

Le controparti, in sede di verifica delle prestazioni, si attivano, nel rispetto dei rispettivi compiti e funzioni, affinché l'appalto venga eseguito a regola d'arte.

Durante il corso dell'esecuzione contrattuale la Stazione Appaltante si riserva di effettuare verifiche e prove preliminari, al fine di verificare l'esatto adempimento da parte dell'Appaltatore e in modo da potere tempestivamente intervenire con azioni correttive qualora non fossero rispettate le condizioni di esecuzione stabilite dal contratto d'appalto.

La verifica di conformità consiste in una serie di prove atte a verificare la perfetta esecuzione del contratto quindi di quanto eseguito e consegnato nonché il rispetto di tutte le funzionalità richieste.

La Stazione Appaltante si riserva di rifiutare quanto eseguito, anche se già in parte o completamente messo in opera, in tutti quei casi in cui dalle operazioni di verifica:

- dovessero emergere discordanze sulle specifiche tecniche e normative;
- la fornitura del servizio risulti incompleta o irregolare anche per un solo elemento;
- la competenza dell'operatore economico aggiudicatario non sia tale da garantire le operazioni di messa in opera dei servizi richiesti;
- i tempi di esecuzione del servizio non vengano rispettati.

Resta inteso che le attività di verifica di conformità non comporta, in nessun caso, alcun onere per la Stazione Appaltante.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

7 OBBLIGHI E RESPONSABILITÀ DELL'APPALTATORE

L'Appaltatore è tenuto ad eseguire tutte le prestazioni oggetto dell'appalto con la migliore diligenza e attenzione ed è responsabile verso la Stazione Appaltante del buon andamento dello stesso e della disciplina dei propri dipendenti.

L'Appaltatore è obbligato al rispetto delle norme in materia retributiva, contributiva, previdenziale, assistenziale, assicurativa, sanitaria, di sicurezza sul lavoro e prevenzione degli infortuni previste dalla vigente normativa e assume a suo carico tutti gli oneri relativi.

Esso è obbligato ad attuare nei confronti dei propri collaboratori e dipendenti, occupati nelle prestazioni oggetto del contratto, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi nazionali di lavoro della categoria e dagli accordi integrativi, territoriali ed aziendali, per il settore di attività e per la località in cui viene eseguita la prestazione.

In caso di violazione dei predetti obblighi il RUP, anche su impulso del Direttore dell'esecuzione, in base alla normativa vigente, può sospendere il pagamento del corrispettivo dovuto, fino a quando non sia accertato l'integrale adempimento degli obblighi predetti. Per la sospensione dei pagamenti l'aggiudicatario non potrà opporre eccezioni né avrà titolo per il risarcimento danni.

Nell'esecuzione del contratto l'Appaltatore sarà responsabile per gli infortuni ed i danni arrecati a persone o cose, tanto della Stazione Appaltante che di terzi, per fatto proprio o dei suoi dipendenti e collaboratori, con conseguente esonero dell'Amministrazione da qualsiasi eventuale responsabilità al riguardo.

L'Appaltatore esonera la Stazione Appaltante da ogni responsabilità ed onere derivante da pretese di terzi in ordine a diritti di proprietà intellettuale sull'oggetto della prestazione.

L'Appaltatore assume l'obbligo di garantire la proprietà dei beni forniti e di sollevare l'Amministrazione di fronte ad azioni o pretese al riguardo.

8 RESPONSABILE DEL SERVIZIO

L'aggiudicatario, all'atto della stipula del contratto, dovrà indicare il nominativo del singolo soggetto responsabile della gestione dei rapporti contrattuali e della gestione della commessa, che svolgerà il ruolo di interfaccia con la Regione per tutte le eventuali problematiche inerenti alle modalità di esecuzione del Contratto.

In caso di sostituzione del Responsabile del Servizio nel corso di esecuzione contrattuale, l'Aggiudicatario dovrà tempestivamente darne comunicazione all'Amministrazione, inviando congiuntamente i riferimenti del Responsabile del Servizio proposto in sostituzione



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNTZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

9 CORRISPETTIVO E PAGAMENTI

Il corrispettivo contrattuale è determinato "a corpo". Esso sarà considerato fisso e invariabile, nonché riferito a prestazioni realizzate a perfetta regola d'arte e nel pieno rispetto ed adempimento delle modalità, delle prescrizioni e delle specifiche indicate nel presente documento.

Tutte le spese e oneri derivanti all'Appaltatore per la corretta esecuzione del contratto saranno considerati remunerati dal prezzo offerto. Il corrispettivo è stato determinato dall'Appaltatore in sede di gara, in base ai propri calcoli, alle proprie indagini, alle proprie stime, e comprensivo di ogni relativo rischio e/o alea.

Il pagamento del corrispettivo viene disposto a conclusione di tutte le prestazioni oggetto dell'appalto e a seguito della verifica della regolare esecuzione della fornitura da parte della Stazione Appaltante, dietro presentazione di regolare fattura e solo ed esclusivamente a seguito di verifica del DURC (Documento Unico di Regolarità Contributiva) avente esito positivo.

La fattura elettronica dovrà essere intestate a: Regione Autonoma della Sardegna (codice fiscale 80002870923), Viale Trento, 69 - 09123 Cagliari, ed emessa successivamente all'attestazione della regolarità di esecuzione del servizio. Essa dovrà avere i seguenti riferimenti:

codice univoco ufficio SJX800; CDR: 00.01.01.16; CIG 93123699FF; titolo gara: Procedura aperta per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna sul mercato nazionale ed estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici, ai sensi dell'art. 60 del D. Lgs. 50/2016.

In deroga a quanto previsto dal D. Lgs. n. 231/2002, le fatture regolarmente emesse dal Fornitore verranno pagate entro 30 giorni dalla data di presentazione laddove risulti attestata la regolarità della fornitura del servizio.

Ai sensi dell'art. 3 comma 7 della L.136/2010, il Fornitore dovrà comunicare gli estremi identificativi del c/c dedicato, anche non in via esclusiva, alle commesse pubbliche nonché le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di esso.

Il Fornitore deve riportare il codice CIG assegnato alla procedura in tutte le comunicazioni e operazioni relative alla gestione contrattuale, e in particolare nelle fatture che verranno emesse.

10 REVISIONE DEI PREZZI

Ai sensi dell'art. 106 comma 1, *lett. a)*, del Codice dei Contratti si dispone la revisione dei prezzi nel caso di una variazione in aumento o in diminuzione superiore al 5 per cento rispetto al prezzo complessivo del contratto. La presente clausola prevede la remunerazione per la percentuale eccedente il 5 per cento e comunque in misura pari all'80 per cento di detta eccedenza, nel limite delle risorse disponibili derivanti da ribassi d'asta.

La revisione è applicata ai prezzi d'aggiudicazione limitatamente al periodo in cui la soglia risulta superata.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

La richiesta della revisione in aumento da parte dell'appaltatore è indirizzata al RUP che dispone apposita istruttoria. Lo stesso RUP effettua la comunicazione della revisione in diminuzione.

Il prezzo, in aumento o in diminuzione, è aggiornato su richiesta di ciascuna delle parti che vi abbiano interesse una sola volta per l'annualità, sulla base dei prezzi standard rilevati dall'ANAC, degli elenchi dei prezzi rilevati dall'ISTAT, oppure, qualora i dati suindicati non siano disponibili, in misura non superiore alla differenza tra l'indice Istat dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati, al netto dei tabacchi (c.d. FOI) disponibile al momento del pagamento del corrispettivo e quello corrispondente al mese di sottoscrizione del contratto.

11 TRACCIABILITÀ DEI FLUSSI FINANZIARI

Ai fini del pagamento del servizio in oggetto per assicurare la tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi dell'art. 3, della legge n. 136 del 13/8/2010 secondo quanto riportato al paragrafo precedente, il rappresentante legale dell'Appaltatore dovrà trasmettere entro 7 giorni dalla richiesta della Stazione Appaltante, a seguito di aggiudicazione:

- gli estremi del/i conto/i bancario o postale dedicato/i o altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni;
- i soggetti abilitati ad eseguire movimentazioni sul/i predetto/i conto/i.

L'Appaltatore, inoltre, si obbliga ad inserire nei contratti sottoscritti con i subappaltatori e subcontraenti un'apposita clausola, a pena di nullità assoluta, con la quale ciascuno di essi assume gli obblighi di tracciabilità finanziaria prescritti dalla legge.

L'Appaltatore si impegna, altresì, a trasmettere i predetti contratti all'Amministrazione, stante l'obbligo di verifica imposto alla Stazione Appaltante dal comma 9 del predetto art. 3 della legge n. 136/2010.

L'Appaltatore accetta che l'Amministrazione provveda alla liquidazione del corrispettivo contrattuale, a mezzo bonifico bancario sull'istituto di credito o su Poste Italiane S.p.A. e sul numero di conto corrente dedicato indicato nella presente clausola, secondo quanto disposto dal contratto in questione, sulla base della consuntivazione dei servizi/forniture effettivamente prestati.

L'Appaltatore, con la sola partecipazione all'appalto in oggetto, riconosce automaticamente all'Amministrazione la facoltà di risolvere in ogni momento il contratto qualora venisse accertato il mancato rispetto dell'obbligo di effettuare tutte le transazioni relative all'esecuzione del presente contratto attraverso l'utilizzo dei conti correnti dedicati accesi presso le banche o la società Poste Italiane SpA così come previsto dalla citata legge n. 136 del 13 agosto 2010.

12 PENALI

Ai sensi dell'articolo 113 bis del Codice, in caso di mancato rispetto dei termini di esecuzione delle prestazioni contrattuali da parte dell'Appaltatore e dei termini previsti nel piano operativo approvato dalla Stazione Appaltante, secondo quanto previsto dal presente Capitolato, viene applicata una penale fissata

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

PRESIDÈNZIA
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di Committenza
Servizio Spesa comune

nella misura dell'1 per mille dell'ammontare netto contrattuale per ogni giorno di ritardo decorrente dal giorno successivo alla data di scadenza per l'esecuzione delle attività oggetto del contratto.

La penale di cui al presente articolo può essere applicata sino alla misura massima complessiva del 10% (dieci per cento) oltre la quale la Stazione Appaltante, dietro proposta del responsabile del procedimento, si riserva la facoltà di risolvere immediatamente il contratto, con semplice comunicazione scritta. Non è ammessa alcuna forma di dilazione delle consegne oltre i tempi previsti, o richiesta di estensione dei termini, neanche per singoli componenti se non per cause riconducibili ad un mero interesse della Stazione Appaltante purché il ritardo non derivi da imperizia o inattività dell'Appaltatore.

Le penali sono applicate dal responsabile del procedimento.

13 CONTROVERSIE - FORO COMPETENTE ESCLUSIVO

Le controversie inerenti l'esecuzione dell'appalto che dovessero sorgere tra l'Appaltatore e la Stazione Appaltante che non si potessero risolvere in via amministrativa, nessuna esclusa, circa l'interpretazione della corretta esecuzione contrattuale, sono demandate esclusivamente al giudice ordinario del Foro di Cagliari rimanendo esclusa la competenza arbitrale.

14 PROPRIETÀ DEI RISULTATI DELL'APPALTO

Ai sensi dell'art. 11 della legge n. 633/41 (Legge sul diritto d'autore - LDA) il complesso dei diritti di utilizzazione economica (artt. 12 e ss. LDA) su quanto realizzato in esecuzione dell'appalto, spetta alla Regione Autonoma della Sardegna, Servizio Comunicazione istituzionale Direzione generale della Presidenza (di seguito Servizio). I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento di quanto prodotto, in ogni formato, realizzato anche con il contributo dell'Appaltatore nell'ambito o in occasione dell'esecuzione dell'appalto, rimangono di titolarità esclusiva del Servizio che può, quindi, disporre, senza alcuna restrizione, la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la vendita, la duplicazione e la cessione anche parziale utilizzando tutti i canali ritenuti idonei, ivi compresi i social network e le piattaforme web di pubblicazione e condivisione di contenuti. Pertanto, a mero titolo esemplificativo ma non esaustivo, qualsiasi pubblicazione e i dati e le informazioni nella stessa contenuti, qualsiasi brochure, materiale informativo, contenuto audio/video/multimediale, immagine fotografica e quant'altro sia progettato, prodotto e realizzato per l'esecuzione dell'appalto in oggetto rimane di titolarità esclusiva del Servizio. Detti diritti, ai sensi della L. 633/41 e successive modificazioni e integrazioni devono pertanto intendersi ceduti in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile alla Regione Autonoma della Sardegna, Servizio Comunicazione istituzionale Direzione generale della Presidenza.

Al fine di assicurare che il Servizio abbia la titolarità piena dei diritti di utilizzazione di quanto prodotto in occasione dell'appalto, il contraente si impegna ad acquisire e trasferire allo stesso le liberatorie e autorizzazioni personali di ogni professionista e soggetto a vario titolo coinvolto nelle attività che generano contenuti e materiali che il Servizio riterrà di pubblicare e divulgare su tutti i propri canali istituzionali, ivi compresi i social network e le piattaforme web di pubblicazione e condivisione dei contenuti. Il contraente ha pertanto l'obbligo, nel corso dell'esecuzione del contratto di appalto in oggetto, di assicurarsi che i diritti di utilizzazione di quanto prodotto in occasione dell'appalto vengano attribuiti alla titolarità esclusiva del Servizio.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici