



Presidenza del Consiglio dei Ministri

Dipartimento per l'informazione e l'editoria
Ufficio per l'informazione e la comunicazione istituzionale e per la tutela del diritto d'autore

Società ...

Pec: ...

**Oggetto: Richiesta di preventivo ai sensi dell'articolo 1 comma 2 del D.L. 16 luglio 2020, n. 76, modificato con legge di conversione 11 settembre 2020, n. 120, del servizio di ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione sul "Piano Italia Cashless".
CIG 846612535D.**

Il "Piano Italia cashless", ovvero il programma di diffusione dell'uso della moneta elettronica, è un progetto centrale per il Governo sia per la modernizzazione del Paese che per ottenere un sistema più digitale, più veloce, più semplice e trasparente. A tal fine sono state recentemente introdotte tre misure: il *cashback*, il *supercashback* e la lotteria degli scontrini. Il Governo intende realizzare una campagna di comunicazione capillare e di grande impatto, in un'ottica di *storytelling*.

Si richiede a codesta Società, iscritta nell'elenco degli operatori economici ai fini della partecipazione alle procedure di affidamento di servizi di ideazione e realizzazione delle campagne di comunicazione istituzionale tenuto da questo Dipartimento, di presentare una sintetica proposta creativa corredata di un preventivo per l'ideazione e la produzione di una campagna di comunicazione integrata basata su una idea creativa forte e innovativa da declinare in una campagna con media tradizionali e in una campagna social.

Il servizio da fornire è così articolato:

a) ideazione e realizzazione di uno spot televisivo di elevato impatto della durata di 45", e relativo adattamento per i social e per il "web";

b) per la campagna su media tradizionali:

b.1) produzione di uno spot radiofonico della durata di 30" multisoggetto su due temi:

- cashback e supercashback
- lotteria degli scontrini

b.2) produzione di banner multisoggetto per siti internet, con link al sito istituzionale di riferimento, nei formati tradizionali box: 300x250 e leaderboard: 728x90;

b.3) kit di comunicazione BTL, on e off line;

- b.4) produzione di layout grafici per la stampa (formato orizzontale e verticale);
- b.5) produzione di layout grafici in formati differenti (orizzontali e verticali) per outdoor statico e dinamico;
- b.6) creazione di un mini sito tematico, comprensivo di infografiche sul tema della campagna (tali info grafiche devono rispettare i criteri di accessibilità per i diversamente abili);
- b.7) produzione dei suddetti materiali e relativo invio degli stessi alle concessionarie degli spazi pubblicitari che verranno successivamente indicate dall'amministrazione.

c) per la campagna social:

- c.1) ideazione creativa e produzione di due video verticali, ottimizzati per i social, sui seguenti temi:
 - cashback e supercashback,
 - lotteria degli scontrini;
- c.2) ideazione e realizzazione di un piano editoriale che preveda la produzione di n. 3 post a settimana (tra cui Stories), sia statici che dinamici, nei formati ottimizzati per le singole piattaforme (Facebook, Instagram e Twitter) per la durata di 6 mesi.

La proposta creativa, che sarà oggetto di valutazione, inclusa nel preventivo, deve essere sviluppata secondo il brief allegato (Allegato 1) e deve contenere:

- la strategia e lo *storytelling* della campagna (max 5 pagine);
- lo *storyboard* dello spot tv;
- due esempi di post.

Considerato che la campagna dovrà essere on air dai primi giorni del mese di novembre, il premontato dello spot tv dovrà pervenire al Dipartimento entro il 27 ottobre 2020.

Il preventivo, redatto su carta intestata della Società e sottoscritto dal legale rappresentante deve contenere:

1. l'indicazione della partita IVA e del Codice Fiscale;
2. il corrispettivo espresso in cifre e in lettere, al netto dell'IVA;
3. la dichiarazione di validità del preventivo per 180 (centottanta) giorni decorrenti dalla data di scadenza fissata per la ricezione.
4. l'indicazione della durata dei diritti di utilizzazione del materiale prodotto sui rispettivi canali di utilizzazione.

Il preventivo deve essere di importo non superiore ad € 139.000,00 (centotrentanovemila/00) al netto di IVA. Il corrispettivo contrattuale del servizio offerto si intende comprensivo della remunerazione di ogni altra attività necessaria all'esatto e completo adempimento del contratto.

Il preventivo deve riportare il prezzo complessivo del servizio offerto, nonché gli importi distinti in relazione alle singole voci dei sopradescritti prodotti e servizi. Non saranno ammessi preventivi parziali o condizionati.

Il preventivo deve pervenire esclusivamente in formato digitale a mezzo PEC all'indirizzo die.comunicazione@pec.governo.it. La PEC deve avere in oggetto "Preventivo per il servizio di ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione sul **Piano Italia Cashless CIG 846612535D**.", nel testo della PEC deve essere indicata la ragione sociale del mittente, l'indirizzo, il recapito telefonico, l'indirizzo PEC, e in allegato il preventivo sottoscritto in formato digitale.

La PEC con il preventivo deve pervenire **entro le ore 8:00 del giorno 14 ottobre 2020**. Non potrà essere presentato più di un preventivo, ai sensi dell'art. 32, comma 4 del Codice dei contratti pubblici.

Alla PEC deve essere altresì allegata la seguente documentazione:

a) DGUE avente valore di dichiarazione sostitutiva di certificazione e di atto di notorietà, resa ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 e s.m.i., redatta secondo il modulo allegato (Allegato 2) e sottoscritta in formato digitale dal legale rappresentante o da persona munita di idonei poteri;

b) il PASSOE rilasciato dal sistema **AVCPASS**, reperibile sul sito www.anticorruzione.it, che consente all'Amministrazione la verifica della documentazione comprovante il possesso dei requisiti per l'affidamento, ai sensi dell'art. 216 comma 13 del Codice dei contratti pubblici.

Il preventivo deve indicare la modalità con cui la Società intende costituire la garanzia definitiva, in caso di successivo affidamento, secondo le vigenti disposizioni normative, nella misura del 10% dell'importo del contratto con garanzia fidejussoria, ovvero, in alternativa, se intende aderire alla facoltà dell'Amministrazione di concedere l'esonero dalla costituzione della garanzia, subordinando tale esonero ad un miglioramento del prezzo offerto, che per prassi consolidata è pari all' 1%, ai sensi dell'art. 103, comma 11 del Codice dei contratti pubblici. Nel preventivo potrà altresì essere specificata la volontà di costituire la garanzia definitiva con le altre modalità previste dal summenzionato Codice: contanti, bonifico, assegni circolari.

La valutazione dei preventivi sarà effettuata da un'apposita Commissione, secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, mediante l'assegnazione di un punteggio massimo di **100 punti** attribuiti secondo i parametri di seguito indicati:

a) **qualità della proposta**, massimo **80 punti** su 100, da attribuire con i seguenti criteri:

- massimo **35 punti**: coerenza con il contesto, l'oggetto della campagna, gli obiettivi di comunicazione, il messaggio, il target, il linguaggio e il tono dettagliati nel brief;
- massimo **45 punti**: chiarezza, innovatività, creatività ed efficacia, livello qualitativo delle soluzioni tecniche proposte (saranno valutate, ad esempio, le tecniche di lavorazione grafica, la presenza di testimonial, basi musicali, spot in girato...).

b) **prezzo offerto** per la realizzazione complessiva del servizio, massimo **20 punti** su 100.

Il punteggio relativo al prezzo offerto sarà assegnato secondo un principio proporzionale, applicando la seguente formula:

$$\text{Punteggio: } (P_{\min}/P_{\text{off}}) \times 20$$

dove: P_{\min} = prezzo più basso fra tutti i preventivi esaminati; P_{off} = prezzo del preventivo in esame.

La somma dei punteggi a) e b) attribuiti a ciascun preventivo determinerà il suo punteggio finale. In caso di punteggi uguali sarà prescelto il preventivo che avrà riportato il punteggio più elevato per la qualità della proposta.

Il Dipartimento si riserva la facoltà di non affidare il servizio, senza che le Società interpellate possano avanzare, per tale motivo, alcuna pretesa o richieste di indennizzi, compensi o danni.

Il Dipartimento si riserva la facoltà di affidare il servizio in presenza di un solo preventivo, a ragione dell'opportunità di avviare la campagna nei tempi ipotizzati.

In caso di stipula, il contratto dovrà essere sottoscritto, a pena di nullità, con firma digitale, unitamente al Patto d'integrità.

Il contratto, di cui si allega bozza di cui si prega si prendere visione (Allegato 3), è immediatamente vincolante per l'affidatario, mentre per il Dipartimento soltanto a seguito della registrazione da parte dei competenti uffici.

La stazione appaltante del presente servizio è la Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria – Via della Mercede, 9 – 00187 Roma.

Il Responsabile unico del presente procedimento è la Dott.ssa Benedetta Stratta, Coordinatore del Servizio per i rapporti con i mezzi di informazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria, PEC die.comunicazione@pec.governo.it. Eventuali richieste di chiarimenti dovranno essere inviate alla medesima PEC entro le ore 12:00 del 12 ottobre 2020. Le domande formulate, unitamente alle relative risposte, saranno comunicate a tutti i soggetti invitati.

La presente richiesta non impegna in alcun modo questo Dipartimento.

IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO
PER I RAPPORTI CON I MEZZI DI INFORMAZIONE
Dott.ssa Benedetta Stratta