



**REGIONE ABRUZZO
GIUNTA REGIONALE**

CAPITOLATO SPECIALE D'ONERI

**Realizzazione di una campagna di sensibilizzazione in Abruz-
zo per la vaccinazione contro l'influenza stagionale
annualità 2024**

CONDIZIONI GENERALI	3
Art. 1 – Oggetto dell'appalto.....	3
Art. 2 - Luogo di esecuzione del servizio.....	3
Art. 3 – Durata e decorrenza contrattuale.....	3
Art. 4 - Finanziamento.....	3
Art. 5 - Procedure e criteri di aggiudicazione.	3
Art. 6 - Modalità di presentazione dell'offerta e condizioni di partecipazione.....	3
Art. 7 - Modalità di espletamento.....	4
Art. 8 - Osservanza condizioni normative C.C.N.L.	4
Art. 9 – Modifiche ed integrazioni.....	5
Art. 10 – Produzione e disponibilità materiale di base.....	5
Art. 11 – Diritto d'autore.	6
Art. 12 - Penalità.	6
Art. 13 - Pagamenti.	7
Art. 14 – Risoluzione contrattuale.....	7
Art. 15 - Controversie.	8
CAPITOLATO TECNICO	9
Art. 16 - Premessa	9
Art. 17 - Gli obiettivi della campagna di informazione	9
Art. 18 - I servizi.....	10
Art. 19 - Periodo di svolgimento	11
Art. 20 - Monitoraggio.....	11

CONDIZIONI GENERALI

Art. 1 – Oggetto dell'appalto

L'appalto ha per oggetto la realizzazione in Abruzzo di una campagna di sensibilizzazione per la vaccinazione contro l'influenza stagionale - Annualità 2024.

L'importo massimo dell'appalto è pari ad €. 139.785,00, IVA al 22% e spese tecniche comprese.

Art. 2 - Luogo di esecuzione del servizio

La campagna di sensibilizzazione per la vaccinazione antinfluenzale in Abruzzo contro l'influenza stagionale deve essere realizzata nell'ambito del territorio della Regione Abruzzo.

Art. 3 – Durata e decorrenza contrattuale

Il rapporto contrattuale decorre dalla data di ricevimento di comunicazione del provvedimento di aggiudicazione, e sarà valido fino al completamento del servizio, stabilito entro la data del 31 dicembre 2024.

Art. 4 - Finanziamento

Agli oneri derivanti dall'affidamento del servizio in oggetto si farà fronte con i fondi dell'Amministrazione regionale previsti dal capitolo 81501, art.19.

Art. 5 - Procedure e criteri di aggiudicazione.

L'aggiudicazione avverrà ai sensi dell'art. 50, comma 1, *lett. b)* del d.lgs n. 36/2023, mediante affidamento diretto, anche senza consultazione di più operatori economici. L'operatore economico dovrà essere in possesso di pregresse e documentate esperienze analoghe a quella oggetto dell'affidamento e comunque nel rispetto del principio di rotazione.

Art. 6 - Modalità di presentazione dell'offerta e condizioni di partecipazione.

La Ditta affidataria in forma diretta, cioè senza previa consultazione di due o più Soggetti economici, ai sensi dell'art. 50, comma 1, *lett.b)* del D.Lgs. 36/2023, sarà chiamata a proporre una propria offerta migliorativa rispetto alle indicazioni contenute nella scheda tecnica acclusa alla

lettera – invito, e sarà trasmessa a mezzo posta elettronica certificata.

Le dichiarazioni, rese nelle forme di cui al D.P.R. 445/2000 e s.m.i., dal legale rappresentante o suo procuratore, dovranno contenere copia fotostatica, non autenticata, di un documento valido di identità del sottoscrittore.

L'offerente rimane vincolato alla propria offerta per un periodo di tempo massimo di novanta giorni naturali e consecutivi dalla data fissata per l'esperimento della gara.

Non sono consentite aggiunte o modificazioni alle presenti condizioni, da parte della Ditta offerente, a pena di nullità dell'offerta.

L'offerta, dopo la sua presentazione, non potrà essere ritirata, modificata o integrata.

Il prezzo offerto dovrà essere indicato in euro, in cifre ed in lettere.

Art. 7 - Modalità di espletamento.

I servizi verranno assegnati mediante affidamento diretto ai sensi dell'art. 50, comma 1, *lett.b)* del D.Lgs. 36/2023, attraverso la piattaforma *e-procurement* MEPA.

Art. 8 - Osservanza condizioni normative C.C.N.L.

La Ditta affidataria si obbliga ad applicare integralmente tutte le norme contenute nel Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti chiamati a prestare i servizi oggetto del presente affidamento e negli accordi locali integrativi dello stesso, in vigore per il tempo e nelle località in cui si eseguono i servizi.

I suddetti obblighi vincolano l'aggiudicataria anche se non sia aderente alle associazioni stipulanti o receda da esse ed indipendentemente dalla natura, dalla struttura e dimensioni dell'impresa stessa e da ogni altra sua qualificazione giuridica, economica o sindacale.

In caso di inottemperanza agli obblighi sopra precisati, accertata dalla Amministrazione Regionale o ad essa segnalata dall'ex Ispettorato del Lavoro, l'Amministrazione stessa comunicherà all'aggiudicataria e, se del caso anche all'Ispettorato suddetto, l'inadempienza accertata e procederà ad una detrazione del 20% sui pagamenti in acconto, se il servizio è in corso di esecuzione, ovvero alla sospensione del pagamento del saldo a prestazione ultimata, destinando

le somme così accantonate a garanzia dell'adempimento degli obblighi di cui sopra.

Il pagamento all'aggiudicataria delle somme accantonate non sarà effettuato sino a quando dall'ex Ispettorato del Lavoro non sia stato accertato che gli obblighi predetti siano stati integralmente adempiuti.

Per le detrazioni e sospensioni di cui sopra, l'impresa non potrà opporre eccezioni alla Amministrazione regionale, né avrà titolo al risarcimento dei danni.

Art. 9 – Modifiche ed integrazioni.

La Regione si riserva di richiedere modifiche alla struttura dell'offerta a seconda delle esigenze e dei tempi di attuazione.

L'Amministrazione regionale si riserva altresì, durante il corso di attuazione del progetto, di effettuare controlli e verifiche, anche presso la sede dell'impresa.

L'Amministrazione denuncia all'impresa aggiudicataria ogni difetto, vizio o inadempienza riscontrata nell'espletamento del servizio contestandone la regolarità e disponendo, ove possibile, i correttivi da attuare al fine di rendere possibile il ripristino per le finalità da conseguire.

L'impresa è obbligata ad uniformarsi immediatamente a quelle che sono le inadempienze, difetti e vizi riscontrati e contestati. Per detta uniformazione non è riconosciuto alcun onere aggiuntivo restando tutto compreso nell'importo offerto.

La Ditta aggiudicataria si impegna a fornire la documentazione probatoria della corretta e tempestiva esecuzione delle attività e servizi oggetto del presente affidamento, mediante attestazioni e relazioni a tale scopo formulate e sottoscritte.

Art. 10 – Produzione e disponibilità materiale di base.

L'impresa aggiudicataria si impegna a mettere a disposizione gratuita dell'Amministrazione regionale tutto il materiale di base utilizzato per l'esecuzione del servizio, per un'eventuale utilizzazione, anche singolarmente, esclusivamente ai fini pubblicitari.

L'impresa aggiudicataria si impegna altresì a non concedere ad alcuno ed a nessun titolo,

l'uso di parte o di tutto il materiale, se non con il consenso dell'Amministrazione regionale.

Art. 11 – Diritto d'autore.

L'Amministrazione regionale acquista la proprietà piena ed esclusiva di tutto il materiale utilizzato per l'esecuzione del servizio, di tutti i diritti che ne derivano, nonché la piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla stampa ed alla riproduzione delle opere stesse.

L'impresa aggiudicataria riconosce all'Amministrazione regionale, in quanto editore delle opere, il diritto alla loro tutela, utilizzazione e sfruttamento economico.

L'impresa stessa assume, inoltre, la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti dei terzi che dovessero rivendicare diritti di autore su parti e/o elementi del materiale utilizzato.

Art. 12 - Penalità.

L'impresa aggiudicataria è soggetta a penalità quando:

1. Non effettua le consegne nei tempi indicati dall'Amministrazione regionale e/o non esegue i servizi entro i termini stabiliti;
2. Si rende colpevole di errori, manchevolezze o deficienze nella qualità dei servizi forniti rispetto a quelli proposti in sede di gara;
3. Effettua in ritardo gli adempimenti prescritti a seguito di contestazioni atte ad eliminare gli inconvenienti lamentati.

In caso di ritardo nella consegna o nell'esecuzione del servizio entro i termini stabiliti, la penale sarà calcolata in base alla seguente formula

$$P = A(n)^2 / d$$

P= penale; A= importo del servizio aggiudicato;

n= numero dei giorni di ritardo; d= durata per l'espletamento del servizio previsto.

La penale non può comunque oltrepassare il quinto dell'ammontare dell'importo del servizio aggiudicato.

In tutti gli altri casi verrà applicata una penalità nella misura percentuale del 10% calcolata sull'ammontare dell'importo relativo alla parte dei servizi contestati.

L'ammontare delle penalità sarà addebitato sui crediti dell'impresa dipendenti dal contratto cui essi si riferiscono, o sarà prelevato dal deposito cauzionale che dovrà, di conseguenza, essere reintegrato entro 15 giorni dalla data di comunicazione da parte dell'Amministrazione.

Art. 13 - Pagamenti.

Il pagamento del servizio prestato avverrà in un'unica soluzione, su presentazione di regolare fattura, entro 60 giorni dalla data di ricevimento, previa verifica di regolarità del DURC e previa attestazione, da parte del Responsabile Unico del Progetto, di regolare esecuzione del servizio.

La fattura non regolare ai fini fiscali si intende non presentata e non ricevuta.

Codice Univico Ufficio: D08HFT.

Intestatario: Regione Abruzzo/Servizio Relazioni Esterne e Comunicazione.

Art. 14 – Risoluzione contrattuale.

L'Amministrazione regionale può risolvere il rapporto contrattuale nei seguenti casi:

- Al verificarsi di nr. 3 inadempienze di particolare gravità;
- Non veridicità di parte o di tutto quanto contenuto nel progetto offerta;
- Sospensione della prestazione per fatto dell'impresa aggiudicataria;
- Fallimento dell'impresa aggiudicataria;
- Gravi errori derivanti da dolo o da colpa dell'impresa aggiudicataria che dovessero comportare conseguenze civili o responsabilità penali.

Con la risoluzione del contratto sorge per l'Amministrazione regionale il diritto di affidare a terzi l'incarico, o la parte rimanente di questo, in danno dell'impresa aggiudicataria inadempiente.

All'impresa aggiudicataria inadempiente sono addebitate le spese sostenute in più dall'Amministrazione regionale rispetto a quelle previste dal contratto risolto. Esse sono prelevate da eventuali crediti dell'impresa.

L'esecuzione in danno non esime l'impresa dalle responsabilità civili e penali in cui la stessa

possa incorrere a norma di legge per i fatti che hanno motivato la risoluzione.

Art. 15 - Controversie.

Per qualsiasi controversia tra le parti, è competente il Foro di L'Aquila.

CAPITOLATO TECNICO

Art. 16 - Premessa

Rilevata la necessità, in conformità alle indicazioni ministeriali, di assicurare che la copertura vaccinale sia la più alta possibile, l'attività ha lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica ed è articolata su un mix azioni di comunicazione istituzionale: *la pubblicità sui giornali, la trasmissione di spot radio e televisivi, l'affissione di manifesti e l'impiego di mezzi on line*. La campagna di sensibilizzazione alla vaccinazione antinfluenzale, specie nel periodo storico attuale, assume una connotazione di estrema importanza. La campagna ha la finalità di rendere edotta la popolazione, soprattutto quella maggiormente esposta per ragioni di età o per ragioni di condizioni di fragilità intrinseche, sui benefici che la vaccinazione preventiva può arrecare, sia a livello individuale, sia a livello sociale.

Art. 17 - Gli obiettivi della campagna di informazione

Obiettivo generale è informare la popolazione in merito alle funzioni di tutela e salvaguardia sanitaria e della necessità di fronteggiare l'influenza stagionale. Il vaccino antinfluenzale può essere somministrato in sicurezza diminuendo così il disagio per i soggetti fragili e le loro famiglie e aumentando allo stesso tempo la protezione di tutti i soggetti più a rischio.

Gli obiettivi specifici, che si intendono perseguire tramite l'intervento sono:

- diffondere, in ambito sociale, la coscienza individuale e collettiva della tutela della salute;
- riconoscere al tema della salvaguardia della salute attraverso la vaccinazione preventiva, un ruolo sociale, oltre che individuale, idoneo a migliorare la qualità della vita in generale;
- liberare risorse (umane, finanziarie e strumentali) delle strutture sanitarie.
- ribadire l'importanza della campagna vaccinale, in particolare nei soggetti ad alto rischio di tutte le età, per semplificare la diagnosi e la gestione dei casi sospetti, dati i sintomi simili tra COVID-19 e Influenza;
- ridurre le complicanze nei soggetti a rischio e gli accessi al pronto soccorso.

- sensibilizzare la popolazione ad adottare comportamenti corretti per evitare sovraccarichi di tipo sociale, sanitario ed economico.

Art. 18 - I servizi

L'attività di informazione prevede la diffusione di messaggi promozionali, mediante:

1. affissione di manifesti presso farmacie pubbliche e private;
2. campagna outdoor;
3. realizzazione di uno spot radio e televisivo di circa 40 e 30 secondi, in prime time, avente ad oggetto il tema informativo in argomento e trasmissione dello stesso in prime time;
4. Immagine coordinata, service grafico e materiale promozionale;
5. pubblicità sui quotidiani a diffusione regionale;
6. pubblicità su piattaforme social più diffuse per rendere più efficace il messaggio della campagna.

A. I MANIFESTI NELLE FARMACIE:

Sono da considerare manifesti di dimensioni cm 50x70 da confezionare a due a due in scatole pratiche per il trasporto e la distribuzione per un totale di nr. 1.200 copie. La consegna va effettuata presso:

- la sede regionale (Servizio DPF010 e nr. 4 sedi provinciali di FEDERFARMA;
- la sede del coordinamento regionale di ASSOFARMA.

B. CAMPAGNA OUTDOOR

L'utilizzo di affissioni pubblicitarie nelle città più importanti nel target geografico della campagna. Vanno assicurati nr. 84 pannelli (di cui nr. 21 pannelli per ogni Capoluogo di Provincia).

C. SPOT SU TV LOCALI

Sono da considerare le prime 5 TV operanti a livello regionale (dati Auditel aggiornati) e saranno richiesti nr. 300 passaggi di spot di circa 40" in *prime time*.

D. SPOT SU RADIO LOCALI

Sono da considerare le prime 5 radio operanti a livello regionale (dati Auditel aggiornati) e saranno richiesti nr. 600 passaggi spot di circa 40” in *prime time*.

E. QUOTIDIANI

Sono da considerare due primari quotidiani regionali. Lo spazio di interesse è la pagina intera e vanno assicurate almeno 4 pagine intere.

F. SOCIAL NETWORK

Sono da considerare inserzioni sui principali Social network; l’Operatore economico dovrà avvalersi di un Social Media Manager e deve essere assicurata la presenza su almeno 3 Social network (*Facebook, Instagram e X*), canali ufficiali della Regione Abruzzo secondo le indicazioni che verranno fornite dal Servizio Relazioni esterne e comunicazione – Direzione Generale, che gestisce gli account ufficiali.

G. SITI WEB

Sono da considerare 10 tra le primarie testate informative Web regionali (con allegati giustificativi per la classificazione). Va assicurata la presenza del messaggio promozionale su Banner in home page fisso in posizione di visibilità in apertura pagina con almeno 10 giorni di presenza su ciascuna Home Page per testata individuata.

Art. 19 - Periodo di svolgimento

1 ottobre 2024-31 dicembre 2024.

Art. 20 - Rendicontazione

La ditta dovrà fornire gli attestati di pubblicazione sulle emittenti televisivi e radiofoniche (ad

esempio, fatture), le copie fotostatiche delle pagine dei giornali, i certificati dei concessionari relative alle affissioni nonché il materiale grafico e fotografico riguardante i pannelli.

ALLEGATO TECNICO

La pianificazione dovrà essere sviluppata nell'ambito sui principali media regionali e, **nello specifico:**

DESCRIZIONE AZIONI RICHIESTE	QUANTITATIVI MINIMI RICHIESTI DALL'AMMINISTRAZIONE E INFORMAZIONI
<p>Publicazione su due primari quotidiani regionali. Lo spazio di interesse è la pagina intera</p>	nr. 4 pagine intere
<p>Publicazione sulle prime 5 TV operanti a livello regionale (dati Auditel, media aggiornati).</p>	nr. 300 passaggi dello spot di circa 30" in <i>prime time per la durata della campagna di comunicazione</i>
<p>Publicazione sulle prime 5 radio operanti a livello regionale (dati Auditel, media aggiornati).</p>	nr. 600 passaggi spot di circa 40" in <i>prime time per la durata della campagna di comunicazione</i>
<p>Ideazione grafica, stampa e affissioni pubblicitarie nelle città più importanti nel target geografico della campagna. Specifiche tecniche: - nr. 7 pannelli dimensioni 6x3 per 14 giorni cad. in ognuna delle 4 province, per un totale di nr. 28 pannelli. - n. 14 pannelli dimensioni 2x1,5 per 30 giorni cad. in ognuna delle 4 province, per un totale di nr. 56 pannelli.</p>	nr. 21 pannelli per Capoluogo di Provincia
<p>Inserzioni sui principali Social network; l'Operatore economico dovrà avvalersi di un <i>Social Media Manager</i>.</p>	nr. 3 Social network
<p>Inserzioni con banner sulla home page di 10 tra le primarie testate informative Web regionali (con allegati giustificativi per la classificazione). Banner in <i>home page</i> fisso in posizione di visibilità in apertura pagina</p>	nr. 10 giorni di presenza su ciascuna <i>Home page</i> per ciascuna testata
<p>Stampa di manifesti di dimensioni cm 50x70 da confezionare e trasferire per la distribuzione. La consegna dovrà essere garantita presso: - la sede regionale (Servizio DPH010); - nr. 4 sedi provinciali di FEDERFARMA; - la sede di regionale ASSOFARMA.</p>	nr. 1.200 manifesti
<p>Ideazione grafica, stampa e affissioni pubblicitarie nelle principali città abruzzesi secondo la proposta migliorativa dell'operatore economico. Specifiche tecniche: - nr. 3 pannelli dimensioni 6x3 per 14 giorni cad. in ognuna delle 4 province, per un totale di n. 12 pannelli. - nr. 14 pannelli dimensioni 2x1,5 per 30 giorni cad. in ognuna delle 4 province, per un totale di n. 56 pannelli.</p>	nr. 68

Il Legale rappresentante per ACCETTAZIONE
(firma leggibile per esteso o firma digitale)