



UNIONE EUROPEA



REGIONE SICILIANA



COMUNE DI SCIACCA

**Avviso pubblico per l'attuazione territoriale dell'Asse VI" Sviluppo Urbano Sostenibile"
Del PO FESR Sicilia 2007/2013**

Capitolato Speciale d'Appalto

Piano di comunicazione del Piano Urbano della Mobilità del Comune di Sciacca

**Linea di Intervento 6.1.3.3
Incentivi alla redazione di piani della mobilità e per lo sviluppo del Car Sharing**

Il Dirigente

Dott. Venerando Rapisardi

INTRODUZIONE

Il Piano Urbano della Mobilità (PUM) è lo strumento strategico che il Comune di Sciacca sta approntando ai fini della definizione di scelte e decisioni in materia di mobilità nell'area urbana. Esso porterà, attraverso le varie fasi di lavoro una progressione di interventi, a definire *un'immagine* completa e convincente della città di Sciacca, che inciderà strutturalmente sull'organizzazione della vita e delle relazioni sociali e lavorative della città. La portata innovativa dell'intervento, che prevede uno stretto rapporto tra forma della città e forme della mobilità e accessibilità, tra le diverse parti della città nel suo crescere e svilupparsi, nel breve termine una vera "rivoluzione" del trasporto urbano, rende indispensabile una adeguata gestione della fase relativa alla "partecipazione" e comunicazione del Piano stesso.

Le azioni di comunicazione e di partecipazione relative alla mobilità urbana del Comune di Sciacca possono, allora, essere considerate come ulteriori risorse per:

- ♣ accrescere il livello di consapevolezza diffusa sugli orientamenti del PUM nella comunità urbana;
- ♣ esplicitare le diverse rappresentazioni, punti di vista, nonché suggerimenti e proposte degli stakeholder e di quanti vivono e si rapportano ai diversi segmenti in cui la città è articolata (quartieri, luoghi di attrazione e di aggregazione, strade, ...), anche al fine di far crescere una responsabilità sociale che si rapporta a quella delle istituzioni pubbliche;
- ♣ favorire una condivisione attraverso il dialogo e il confronto sugli obiettivi e sugli specifici interventi strutturali ed organizzativi del PUM
- ♣ contribuire a far maturare intese e anche accordi di merito, su alcune delle implicazioni che riguardano l'attuazione del PUM (tariffe, uso del mezzo pubblico, contenimento nell'uso del mezzo privato, sensibilizzazione della cittadinanza, ecc..)
- ♣ promuovere una partecipazione attiva per il monitoraggio e la valutazione in itinere sulla attuazione progressiva del PUM nell'area urbana.

Il piano di comunicazione la cui attuazione è ritenuta indispensabile al successo del Piano Urbano della Mobilità, dovrà essere orientato non solo a far emergere e conoscere "ciò che si fa", "dove" e quali sono i risultati raggiunti, ma dovrà servire anche per facilitare l'attuazione del progetto e sensibilizzare i potenziali beneficiari.

ART. 1

OGGETTO E OBIETTIVI DELL'APPALTO

In virtù di quanto indicato in premessa il Comune di Sciacca intende appaltare il servizio relativo alla progettazione e realizzazione di un Piano di comunicazione per la promozione del Piano Urbano della Mobilità e della VAS della città di Sciacca.

Il Piano di Comunicazione dovrà comprendere le seguenti azioni:

- l'ideazione e realizzazione grafica di un logotipo nonché l'aspetto grafico di manifesti, locandine, brochure, dépliant da utilizzare nel piano di comunicazione integrato.
- l'ideazione e realizzazione di spot radio e spot video;
- Realizzazione, compresa di impianti di affissione di manifesti;
- l'organizzazione di eventi informativi (seminari e convegni).
- l'attuazione di una struttura di coordinamento dedicata all'attuazione del piano di comunicazione che assicuri il buon esito del progetto.

Attraverso il Piano di Comunicazione si darà attuazione agli obblighi imposti dal Regolamento 1828/2006 in materia di informazione e pubblicità.

Il dettaglio degli interventi previsti per il Piano di Comunicazione è specificato nei successivi articoli.

Gli obiettivi del Piano di Comunicazione proposto sono i seguenti:

♣ la raccolta dei punti di vista e delle visioni dei rappresentanti e dei residenti nelle circoscrizioni comunali rispetto al nuovo piano del trasporto pubblico, e alle sue relazioni con le modalità del trasporto privato;

♣ l'ascolto delle opinioni dei soggetti organizzati al fine di verificare la congruenza e la corrispondenza dei loro punti di vista con la prospettiva prevista dal PUM;

♣ l'informazione ai cittadini mediante campagne di comunicazione e siti telematici;

♣ la facilitazione del processo di formalizzazione di istanze ed osservazioni da presentare al Comune. Il piano dovrà indicare le azioni della comunicazione che accompagnano le diverse fasi del PUM definendo la strategia comunicativa, la pianificazione ed il coordinamento delle risorse umane e strumentali impiegate e la costruzione di un sistema di relazioni che aiutino ad individuare le migliori decisioni con il maggior consenso possibile.

In particolare, il Piano di Comunicazione dovrà essere proposto con l'obiettivo di affiancare all'attività previste per la redazione del PUM nelle varie fasi e dovrà almeno contenere le seguenti macroattività di comunicazione da intendersi quali prestazioni minime a carico dell'aggiudicatario e soggette ad ampliamento in sede di progetto presentato nella gara.

I target ai quali il Piano di Comunicazione fa riferimento sono:

- opinione pubblica;
- Istituzioni pubbliche;
- organizzazioni economiche e professionali, associazioni,
- intera cittadinanza

Per il raggiungimento degli obiettivi sopra enunciati saranno attuate le seguenti strategie:

- informazione costante sullo stato di attuazione e di realizzazione delle attività previste dal progetto nelle varie fasi;
- informazione chiara, trasparente e veloce sui risultati del Piano;
- scelta di una strategia di comunicazione chiara ,efficace ed efficiente.

ART. 2

CARATTERISTICHE TECNICHE DEI SERVIZI

Il servizio oggetto dell'appalto prevede l'attivazione di una serie di azioni, di seguito indicate, volte a raggiungere target differenziati di utenza.

I servizi oggetto dell'affidamento sono articolati in aree di attività sviluppate come di seguito indicato.

1. Linea grafica coordinata

Allo scopo di soddisfare l'esigenza di organicità ed immediata visibilità all'intervento si farà ricorso ad una linea grafica che possa contraddistinguere la campagna di sensibilizzazione per tutto il periodo di attuazione del PUM.

Un'immagine così coordinata consentirà ai destinatari dell'azione informativa di collegare facilmente la singola iniziativa al progetto generale. Tutte le azioni di comunicazione saranno così facilmente identificabili dall'insieme degli elementi grafici che le caratterizzeranno per tutto il periodo.

La linea grafica coordinata dovrà prevedere l'inserimento dei loghi del comune di Sciacca, dell'Assessorato competente e dell'Unione Europea, garantendo ad essi altrettanta visibilità.

La stessa immagine coordinata istituzionale dovrà essere declinata su una serie di applicazioni fondamentali, come brochures,, inviti, ecc.. da concordare con la S.A.

In particolare **lo studio dell'immagine coordinata** dovrà comprendere:

La creazione di una composizione grafica e fotografica per contraddistinguere una linea di elementi comunicativi che interpretino le caratteristiche e le peculiarità del PUM.

La strategia di comunicazione è quella di identificare una **frase "valoriale"** per il PUM valida in tutte le sue declinazione. Chiara e facile da interpretare sia per i cittadini, sia per gli stakeholders.

Dovrà essere sintetica ed esaustiva del piano della mobilità attraverso una campagna di informazione verso la cittadinanza e i contenuti e il linguaggio saranno modulati in funzione del pubblico di

riferimento. La sintesi massima è rappresentata da un nome e un simbolo o logo con cui definire il progetto stesso, dotarlo di un'identità riconoscibile e di forte impatto evocativo.

2. Campagna pubblicitaria sui media

La campagna pubblicitaria è finalizzata a sensibilizzare l'opinione pubblica attraverso strumenti: opuscoli, stampa, radio, tv, affissione, pubblicazioni, ecc..

La Campagna pubblicitaria dovrà essere condotta parallelamente agli step previsti nelle varie fasi del cronoprogramma temporale predisposto dai professionisti del PUM – Sciacca

Affinchè il Piano sia largamente condiviso, sarà necessario far conoscere le problematiche in essere, gli obiettivi del Piano, i punti di conflitto e i poli della mobilità, nonché le finalità e la capacità di ascolto delle opinioni dei soggetti organizzati, al fine di verificare la congruenza e la corrispondenza dei loro punti di vista con la prospettiva prevista dal PUM.

Le azioni dovranno essere realizzate in maniera coerente con le finalità definite e integrarsi tra loro. Le attività da realizzare, declinate nell'allegato elaborato dettaglio dei costi, costituiscono le modalità attuative di un unitario e coordinato piano di comunicazione. Tenendo conto dell'articolazione in target e dei diversi strumenti di comunicazione/sensibilizzazione e di informazione/educazione, sarà cura del dell'ufficio stampa organizzato dal soggetto proponente a definire le modalità che consentano, ai differenti destinatari, l'immediata identificazione delle diverse attività con l'azione di comunicazione e sensibilizzazione integrata in campo ambientale che si intende realizzare.

Sono previste due campagne di comunicazione con diverse declinazioni, ritenute idonee per la campagna di attuazione del PUM.

Il ricorso agli spazi pubblicitari a pagamento nelle televisioni, radio e giornali locali sarà complementare all'utilizzo degli spazi gratuiti previsti per l'informazione sulle attività istituzionali dell'Ente Locale.

La campagna dovrà essere realizzata su almeno **n. 2 emittenti a diffusione comprensoriale** prevedendo almeno n.1 lancio da n. 14 gg.

La pianificazione dovrà comprendere spot da 30" e promo-redazionali da 180".

Gli spot e i promoredazionali dovranno essere programmati all'interno di notiziari, trasmissioni televisive o format speciali in linea con gli obiettivi e i contenuti del PUM.

Si prevede la realizzazione, **come pubblicità sui media**, nell'arco della durata del servizio almeno 10 tipologie di pubblicità così distribuite:

- N. 2 Speciali video con mini filmati da 5' sulle emittenti a diffusione almeno comprensoriale, per 15 gg. e inserti su magazine televisivi;
- N. 2 spot video informativi in versione da 30" all'interno dei notiziari di emittenti a diffusione comprensoriale con n. 2 passaggi al giorno per 15 gg;
- N. 2 spot audio informativi in versione da 30" a rotazione su due radio locali a copertura almeno comprensoriale con n. 8 passaggi al giorno per 15 gg;
- N. 2 magazine di 30 minuti su emittenti a diffusione comprensoriale che riassume tutte le attività intraprese per la Redazione del PUM nelle varie fasi;
- N. 2 pubblicazioni di 1 pagina pubblicitaria sui periodici a diffusione almeno comprensoriale.
- N. 1 Ufficio Stampa per il coordinamento delle azioni.

2.1 Ufficio Stampa

Nel prezzo proposto dalla ditta aggiudicataria è compresa l'organizzazione e la gestione di un Ufficio Stampa dedicato. Il servizio di ufficio stampa servirà per il coordinamento delle azioni e dovrà comprendere l'organizzazione e la gestione.

L'ufficio stampa avrà il compito di: curare i rapporti con i quotidiani, periodici, Tv, agenzie d'informazione, radio e media online locali; organizzare le conferenze stampa (di cui almeno una di lancio e una finale); curare la comunicazione dei seminari e di tutti gli eventi programmati; predisporre i comunicati stampa di ogni evento (es. lancio della campagna, convegno, seminari, ecc); redigere e curare i contenuti delle news, comunicati, etc. per la pubblicazione sul sito del Comune.

3. Organizzazione di eventi

Al fine di sviluppare il Piano come espressione e punto di arrivo, prima che di partenza, sarà necessario una campagna di comunicazione e di confronto con tutti i soggetti istituzionali, i cittadini, le associazioni ed in genere le partnership locali e istituzionali, sia attraverso consultazioni, confronti e

strumenti di democrazia deliberativa, sia attraverso l'uso idonee di comunicazione, per coordinare le azioni di concreta realizzazione del Piano. Questo anche perché questi soggetti possano sentire il Piano qualcosa di veramente proprio e divenire quindi promotori, sostenitori, attuatori, garanti, difensori, in una parola "Partner".

Insieme all'amministrazione committente, si tenterà di interpellare e coinvolgere come stakeholders, sia durante le fasi del progetto che durante quella attuativa, i soggetti di alcune macro-categorie (*Pubbliche amministrazioni, Società di gestione sistemi di trasporto collettivo, Associazioni, Federazioni, leghe del settore produttivo, aziende sanitarie, uffici sindacali territoriali, ecc*) o altri che eventualmente possono essere individuati, anche in funzione dell'orientamento che prenderà la progettazione del Piano stesso, rispetto al quale questa linea partenariale dovrà svilupparsi parallelamente dovendo questa suggerire le linee di indirizzo, in un feed-back continuo durante l'esecuzione dello studio del Piano.

3.1 Seminari

Dovrà essere svolta l'organizzazione di N. 2 seminari; in particolare andrà curato l'evento di lancio e l'evento di chiusura

L'obiettivo del seminario di presentazione è quello di sviluppare nella società locale la necessaria consapevolezza dell'importanza del PUM., mentre quello finale è di illustrare i risultati ottenuti.

I seminari dovranno svolgersi in una idonea, a carico dell'azienda aggiudicataria, dotata di spazi, servizi e attrezzature idonee per un pubblico di almeno 100 persone.

I Seminari dovranno svolgersi nelle ore mattutine o pomeridiane e dovranno essere approfonditi i temi dei workshop svolti dai progettisti incaricati della redazione del PUM.

L'organizzazione degli eventi sopra descritti prevede: l'ideazione, l'organizzazione generale, la mailing-list dei partecipanti (in accordo con l'Amministrazione) l'individuazione, la prenotazione e l'affitto dei locali (completi di impianti audio/video), il coffee break adeguato al numero degli invitati, la realizzazione grafica e stampa degli inviti, dei Kit congressuali, l'organizzazione della conferenza stampa a margine dei seminari ed ogni altro elemento ritenuto utile per l'ottima riuscita dell'evento.

Ogni seminario sarà pubblicizzato attraverso un'adeguata campagna di comunicazione integrata.

Tutte le attività di comunicazione si dovranno svolgeranno in stretta integrazione e coordinamento con quelle organizzate ai fini dell'elaborazione del Piano Urbano della Mobilità.

Il dettaglio delle azioni è specificato nella tabella di calcolo della spesa.

4. Realizzazione del materiale promozionale

Nonostante l'utilizzo sempre maggiore di mezzi informatici anche da parte della pubblica amministrazione, un ruolo non marginale continuerà ad essere svolto dalle pubblicazioni tradizionali su supporto cartaceo, non essendo il ricorso alla telematica ancora così diffuso da garantire un'informazione capillare tra tutti i destinatari del Programma.

Il materiale promozionale dovrà garantire una linea di prodotti editoriali contrassegnata dall'immagine grafica scelta fra gli strumenti destinati a sensibilizzare ed informare il pubblico sui modi e i tempi di attuazione del PUM.

L'azione prevede la progettazione e la realizzazione di materiale di promozione delle iniziative del PUM per supportare il Comune di Sciacca in una intensa attività informativa e di pubblicizzazione.

Tale materiale dovrà essere reso disponibile in formato elettronico, anche al fine di consentire il suo invio telematico, nonché la visualizzazione sul sito internet del Comune.

Le pubblicazioni cartacee, che saranno utilizzate anche nella fase di diffusione dei risultati degli interventi, saranno le seguenti:

- Depliant e Opuscoli informativi
- Folder con schede tematiche
- Pieghevoli
- Stampati di supporto (inviti, buste, attestati, block notes, ecc.)

La distribuzione dei prodotti editoriali avverrà direttamente in occasione delle attività sul campo e dei seminari informativi, il materiale sarà realizzato con una tiratura adeguata per un mirato "piano di distribuzione".

La campagna prevede la realizzazione dei seguenti prodotti secondo le caratteristiche qualitative minime indicate di seguito nella Tab. "A":

Tab "A"

Descrizione	Caratteristiche minime	Quantità
Pieghevoli	Depliant formato aperto cm. 29.7x21 stampa 4+4 colori su patinata opaca gr. 115/mq. Piega a 3 ante nel formato chiuso cm. 10x21.	10.000
Opuscolo	Opuscolo formato cm. 15x21 di 16 pagine interne stampate a 4 colori su patinata opaca gr. 130/mq. + copertina stampata a 4+0 colori su patinata opaca gr. 250/mq. con plastificazione opaca. Legatura spillata a cavallo con due punti metallici.	2.000
Cartelle (Folder)	Cartella stampa fustellata con 3 alette stampa 4+0 colori su patinata opaca gr. 300/mq. con plastificazione opaca. Nessun punto colla.	1.000
Schede illustrative	Formato 21x29,7 stampate in quadricromia e plastificate opache fronte e retro da inserire all'interno della cartella Carta 250 gr. patinata opaca	10.000

ART. 3

DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio avrà una durata di quattro mesi a decorrere dalla data di stipula del contratto e comunque dovrà concludersi entro il 30 ottobre 2015.

L'Amministrazione si riserva di affidare, ex art. 57 co. 5 lett. b) del D.Lgs. 163/06 e ss.mm.ii., all'Aggiudicatario nuovi servizi consistenti nella ripetizione dei servizi affidati con la presente gara d'appalto.

Tale facoltà non costituisce impegno vincolante per l'Amministrazione che la eserciterà a suo insindacabile giudizio, senza che l'Affidatario abbia nulla da pretendere al riguardo obbligandosi a rinunciare, sin da ora, ad avanzare – nel caso in cui l'Amministrazione non intenda procedere alla suddetta ripetizione dell'incarico – sia il diritto di eseguire il contratto per un ulteriore periodo sia pretese economiche o indennizzi di sorta.

ART. 4

IMPORTO A BASE DELL'APPALTO.

L'importo complessivo a base d'appalto determinato secondo il calcolo di spesa allegato è di € **33.000,00 (euro trentatremila/00)** IVA esclusa a valere sui fondi PO FESR 2007-2013 linea d'intervento 6.1.3.3.

L'importo offerto dal concorrente resterà fisso ed invariabile per tutta la durata del contratto. Con l'importo offerto il prestatore di servizi si intende compensato di tutti gli oneri imposti con le presenti norme e per tutto quanto occorre per garantire l'esecuzione del servizio a regola d'arte.

Il Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (D.U.V.R.I) previsto dal D. Lgs. N. 81/2008 e s.m.i., non è stato redatto in quanto, per le modalità di svolgimento del servizio, non si ravvisano rischi interferenti e quindi gli oneri della sicurezza sono stati considerati pari a zero.

ART. 5

LUOGO DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Tutti i servizi verranno eseguiti a Sciacca

ART. 6

PROCEDURA DI GARA

La procedura di gara è quella prevista dall'art. 125 c. 11 del D. Lgs 163/2006 e s.m.i..

Si è inteso seguire la procedura negoziata del cottimo fiduciario nel rispetto dei principi di trasparenza, rotazione, parità di trattamento, previa pubblicazione di avviso di indagine di mercato per l'acquisizione di manifestazioni di interesse.

ART. 7

CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE

L'aggiudicazione della successiva procedura di cottimo fiduciario sarà effettuata a corpo secondo il criterio del prezzo più basso, in conformità all'art. 82 c. 2 lettera b) del D. Lgs. 163/2006 e s.m.i.

ART. 8

REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

L'invito a gara sarà indirizzato alle ditte/società che hanno formulato manifestazione d'interesse pervenute entro in termine prescritto nell'avviso pubblico di indagine di mercato.

I soggetti invitati dovranno dimostrare di essere in possesso dei seguenti requisiti

A. REQUISITI DI ORDINE GENERALE consistenti nell'assenza delle cause di esclusione previste dall'art. 38 del D. Lgs. 163/06. In caso di raggruppamenti temporanei o Consorzi Ordinari (art. 34, comma 1, lett. d)e) f) D. Lgs 163/06), ogni componente del Raggruppamento o Consorzio (nonché il Consorzio stesso, se già formalmente costituito con atto notarile), deve essere in possesso dei suddetti requisiti. In caso di Consorzi di cui all'art. 34, comma 1 lett. b) e c), D. Lgs. 163/06, i suddetti requisiti dovranno essere posseduti sia dal Consorzio sia dalle imprese consorziate per le quali il Consorzio abbia dichiarato di concorrere; in caso di Raggruppamenti temporanei o Consorzi Ordinari (art. 34, comma 1 lett. d), e) f),) ogni componente del raggruppamento o Consorzio (nonché il Consorzio stesso, se già formalmente costituito con atto notarile), deve essere in possesso dei suddetti requisiti.

B. REQUISITI DI IDONEITA' PROFESSIONALE

- Iscrizione alla C.C.I.A.A. per attività analoghe a quelle oggetto dell'appalto;
- Iscrizione all'Albo delle Società Cooperative istituito presso il Ministero delle Attività Produttive;

C. REQUISITI DI CAPACITA' TECNICO-PROFESSIONALE ED ECONOMICO

- **Esperienza almeno quinquennale maturata**, a partire dal 2010, in materia di pubblicità, comunicazione e redazione di contenuti e servizi organizzativi, secondo un modello di comunicazione che valorizzi l'integrazione delle azioni progettuali;
- **Fatturato globale negli ultime tre esercizi pari ad € 33.000,00 - IVA esclusa;**
- **Almeno 2 (due) servizi analoghi** a quelli oggetto della gara **dell'importo non inferiore a quello del contratto da stipulare realizzati negli ultimi tre anni** e di essere in grado di produrre certificazione di regolare esecuzione delle stesse.

Nel caso di Raggruppamenti temporanei o Consorzi, per quanto riguarda il requisito di cui al punto C.2, la capogruppo dovrà possedere il suddetto requisito nella misura del 60% e le mandanti cumulativamente il 40%.

A pena di esclusione, i requisiti di cui al precedente paragrafo devono essere posseduti alla data del termine di presentazione delle offerte.

ART. 9

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il Piano di comunicazione del PUM è realizzato con fondi del PO FESR 2007/2013, pertanto il Comune di Sciacca autorizzerà l'aggiudicatario all'emissione di fatture per importi corrispondenti alla sua disponibilità finanziaria del momento.

Il pagamento dei corrispettivi sarà effettuato previa presentazione di regolari fatture in relazione alle prestazioni e servizi richieste nella seguente misura:

- **anticipazione del 30%** del corrispettivo contrattuale, previa presentazione di idonee garanzie bancaria e/o assicurativa a garanzia dell'importo anticipato. L'erogazione dell'anticipazione rimane comunque subordinata all'effettivo avvio del servizio.
- **40%** dell'importo contrattuale, a seguito della presentazione del rapporto intermedio a dimostrazione dell'avvenuta realizzazione del 50% delle attività previste;
- **30%** dell'importo a saldo entro 45 giorni dalla presentazione del rapporto finale a dimostrazione della conclusione termine delle attività previste e dopo la verifica della regolare esecuzione del servizio da parte dell'aggiudicatario.

La rata a saldo dell'importo contrattuale verrà liquidata ad ultimazione del servizio previa presentazione della documentazione finale riepilogativa a dimostrazione dell'avvenuta e completa realizzazione delle attività previste e presentazione dello stato di avanzamento dei servizi valorizzato in base ai corrispettivi contrattualizzati controfirmato dal Dirigente dell'Ufficio Sviluppo Economico a conferma della effettiva e regolare esecuzione e della soddisfazione in relazione alle attività svolte.

Le somme saranno erogate previa presentazione di regolari fatture.

Le fatture dovranno indicare gli estremi del contratto , il GIG, e la dicitura “Servizi relativi al Piano di Comunicazione del PUM di Sciacca – PO FESR Sicilia 2007/2013 Asse VI Ob. 6.1.3 L.I 6.1.3.3. **CUP: E82G12000090006 - CIG Z91143A856.** Il pagamento avverrà a seguito di verifica della regolarità del DURC.

ART. 10

INADEMPIENZE CONTRATTUALI - PENALITÀ

L’Affidatario è responsabile dell’esatto adempimento delle obbligazioni nascenti dal contratto e della perfetta esecuzione del servizio nel rispetto della tempistica presentata. In caso di inadempimento parziale o totale, l’ente si riserva il diritto di non procedere al pagamento delle prestazioni che riterrà qualitativamente o quantitativamente difformi a quanto richiesto.

Le inadempienze ed irregolarità riscontrate saranno contestate con comunicazione scritta, da trasmettersi anche a mezzo fax, all’Affidatario che dovrà, entro 5 giorni lavorativi decorrenti dal ricevimento della lettera, produrre per iscritto le proprie controdeduzioni; trascorso il tempo suddetto l’Amministrazione appaltante deciderà nel merito applicando, se del caso, le relative penali.

L’applicazione delle penali non preclude il diritto dell’Amministrazione a richiedere il risarcimento dell’eventuale maggior danno subito e ad attivare ogni altra azione a difesa dei propri diritti ed interessi.

Per i crediti derivanti dall’applicazione delle penali previste dal presente Capitolato l’Amministrazione potrà, a sua insindacabile scelta, compensare il credito con quanto dovuto all’appaltatore a qualsiasi titolo ovvero avvalersi della cauzione, che dovrà, in tal caso, essere immediatamente reintegrata, senza bisogno di diffida o procedimento giudiziario.

Le penali saranno notificate all’impresa in via amministrativa, restando escluso qualsiasi avviso di costituzione in mora ed ogni atto o procedimento giudiziale.

ART. 11

GARANZIE PROVVISORIE

Per la partecipazione alla gara, ciascun concorrente dovrà prestare, a garanzia della serietà dell’offerta, a pena di esclusione cauzione provvisoria pari al 2% dell’importo a base d’asta per la realizzazione del servizio.

Detta cauzione dovrà costituirsi nelle forme indicate nel disciplinare di gara .

Non verranno accettate forme diverse di cauzione.

La fidejussione deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale di cui all’art. 1944 del codice civile, la rinuncia all’eccezione di cui all’art. 1957, comma 2, del codice civile, nonché l’operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta dell’Amministrazione.

La fidejussione deve avere validità per almeno 90 giorni dalla data di celebrazione della gara e deve, altresì, essere corredata, a pena di esclusione, dall’impegno di un fideiussore a rilasciare la garanzia fideiussoria per l’esecuzione del contratto, di cui all’art. 113 del D.lgs 163/06, qualora l’offerente risultasse affidatario.

La garanzia provvisoria copre la mancata sottoscrizione del contratto per fatto dell’Affidatario ed è svincolata automaticamente al momento della sottoscrizione del contratto medesimo.

L’Amministrazione appaltante, provvederà allo svincolo della garanzia provvisoria entro un termine non superiore a trenta giorni dall’aggiudicazione, anche quando non sia ancora scaduto il termine di validità della garanzia.

In caso di raggruppamento temporaneo consorzio ordinario di concorrenti, la garanzia deve essere sottoscritta da tutti i componenti dell’RTI o del consorzio.

ART. 12

GARANZIE DEFINITIVE

A garanzia della corretta esecuzione del presente appalto, l’Affidatario dovrà costituire, prima della stipula del contratto fidejussione definitiva nella misura del 10% (dieci per cento) dell’importo contrattuale per la realizzazione del servizio.

La predetta garanzia deve essere riferita alla gara in oggetto ed avere quale soggetto beneficiario l’Amministrazione appaltante.

Detta cauzione dovrà costituirsi esclusivamente mediante fidejussione bancaria od assicurativa o rilasciata da intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art. 107 del D.Lgs. 1 settembre 1993, n.385, che svolgono in via esclusiva o prevalente attività di rilascio di garanzie, a ciò autorizzati dal Ministero dell'economia e delle finanze.

La garanzia deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale di cui all'art. 1944 del codice civile, la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2, del codice civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.

La mancata costituzione della garanzia definitiva determina la revoca dell'affidamento e l'acquisizione della garanzia provvisoria di cui all'art. 10 e l'aggiudicazione dell'appalto al concorrente che segue nella graduatoria.

La garanzia copre gli oneri per il mancato od inesatto adempimento e cessa di avere effetto solo alla data di emissione del certificato di regolare esecuzione.

ART. 13 STIPULA DEL CONTRATTO

Il rappresentante legale della ditta aggiudicataria deve presentarsi, per la stipula del contratto, entro e non oltre 15 giorni dalla lettera con cui l'Amministrazione ha comunicato gli estremi del decreto di aggiudicazione definitiva.

Ove tale termine non venga rispettato senza giustificati motivi, l'Amministrazione può unilateralmente dichiarare, senza bisogno di messa in mora, la decadenza dell'aggiudicazione e passare, se lo ritiene opportuno, alla ditta seconda migliore offerente con rivalsa delle spese e di ogni altro danno sulla cauzione.

Il contratto non potrà essere ceduto a pena di nullità. Tutte le spese necessarie per la sottoscrizione e registrazione del contratto sono a carico dell'Aggiudicatario.

ART. 14 RISOLUZIONE

In tutti i casi di inottemperanza ad uno degli obblighi contrattuali, l'Amministrazione si riserva il diritto di risolvere il contratto, mediante preavviso scritto di giorni sette da effettuarsi con lettera raccomandata A/R, ai sensi dell'Art 1456 C.C., fatto salvo il diritto al risarcimento dei danni. Il diritto unilaterale di risoluzione del contratto potrà essere adottato nei seguenti casi:

- per motivi di pubblico interesse;
- in caso di frode, di grave negligenza, di contravvenzione nella esecuzione degli obblighi e condizioni contrattuali e di mancata reintegrazione del deposito cauzionale;
- nel caso vengano meno i requisiti di ordine generale, professionale dell'appaltatore;
- in caso di cessazione di attività, oppure nel caso di concordato preventivo, di fallimento, di stato di moratoria e di conseguenti atti di sequestro o di pignoramento a carico dell'impresa;
- nei casi di sub-appalto non autorizzati dall'Amministrazione;
- qualora la somma delle penali complessivamente applicate superi il 20% dell'importo complessivo dell'aggiudicazione.

Ai sensi dell'art 1671 C.C. l'Amministrazione può recedere dal contratto anche se ha avuto inizio la prestazione del servizio. La risoluzione del contratto ha effetto retroattivo, viene disposta con Determina Dirigenziale e della emissione del decreto verrà data comunicazione all'impresa con notificazione a mezzo di ufficiale giudiziario.

La risoluzione comporterà tutte le conseguenze di legge e di contratto, compresa la facoltà di affidare il servizio a terzi. All'Affidatario verrà corrisposto il prezzo contrattuale del servizio effettuato, sino al giorno della disposta risoluzione, detratte le penali, le spese, i danni. Per l'applicazione delle suddette disposizioni, l'Amministrazione potrà rivalersi su eventuali crediti dell'affidatario, nonché sulla cauzione, senza bisogno di diffide formali.

Per quanto non previsto e regolamentato, si applicheranno le disposizioni di cui agli articoli 1453 e seguenti del Codice Civile.

**ART. 15
RECESSO**

L'Amministrazione può recedere dal contratto in qualsiasi momento. In caso di recesso l'appaltatore ha diritto al pagamento di un corrispettivo, se richiesto, commisurato alla fornitura effettuata, comprensiva delle spese sostenute.

È escluso ogni ulteriore risarcimento o indennizzo.

**ART. 16
SPESE CONTRATTUALI ED ONERI DIVERSI**

Sono a carico dell'Affidatario tutte le spese di copia, bollo, registrazione, nonché qualsiasi adempimento fiscale inerente la stipula del contratto di appalto, comprese quelle notarili, ed ogni altra spesa concernente l'esecuzione del contratto.

**ART. 17
VINCOLI**

L'Affidatario è vincolato per il fatto stesso dell'aggiudicazione.

L'Amministrazione è vincolata solo successivamente alla registrazione del contratto.

**ART. 18
RESPONSABILITÀ DELL'APPALTATORE**

L'Affidatario è responsabile dell'esatto adempimento del contratto e della perfetta esecuzione del servizio.

L'Affidatario è responsabile dei danni a persone e/o cose derivanti dall'espletamento delle prestazioni contrattuali ed imputabili allo stesso o ai suoi dipendenti: pertanto, dovrà adottare tutti i provvedimenti e le cautele all'uopo necessari, sollevando l'Amministrazione da qualsiasi responsabilità e da qualsiasi pretesa avanzata da terzi ed inerente l'espletamento del servizio.

L'Affidatario riconosce a suo carico tutti gli oneri inerenti alla assicurazione delle risorse umane occupate nelle attività del presente contratto e dichiara di assumere in proprio ogni responsabilità in caso di infortuni e di danni arrecati eventualmente dal suddetto personale a persone e a cose, sia dell'Amministrazione, che di terzi, in dipendenza di colpa o negligenza nella esecuzione delle prestazioni stabilite.

**ART. 19
TRATTAMENTO E TUTELA DEI LAVORATORI**

L'Appaltatore è unico responsabile nei confronti del personale impiegato e dei terzi nell'espletamento dell'incarico. Esso è obbligato, sotto ogni profilo, ad osservare la normativa vigente a tutela dei lavoratori in materia assistenziale, previdenziale e di sicurezza nei luoghi di lavoro.

L'Appaltatore ha l'obbligo di assicurare i lavoratori per le ipotesi di infortunio di qualsiasi genere che possano verificarsi nello svolgimento anche di quella parte delle attività dagli stessi prestata direttamente nei locali dell'Amministrazione appaltante, sollevando quest'ultima da ogni eventuale richiesta di risarcimento. L'Appaltatore ha l'obbligo di osservare, oltre che il presente Capitolato, ogni altra norma di legge, decreto o regolamento, vigenti o emanati in corso d'opera, in tema di assicurazioni sociali ed è tenuto al rispetto di tutta la normativa inerente le assicurazioni sociali del personale addetto ed alla corresponsione dei relativi contributi.

L'Appaltatore è obbligato ad applicare ai lavoratori dipendenti, occupati nei lavori costituenti oggetto del presente appalto, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro vigenti nella località e nei tempi in cui si svolgono le prestazioni.

**ART. 20
PROPRIETÀ DELLE RISULTANZE**

Tutti gli elaborati prodotti nel corso del presente appalto rimangono di esclusiva proprietà dell'Amministrazione appaltante.

ART. 21

OBBLIGO DI RISERVATEZZA

L'appaltatore è obbligato a mantenere riservate le informazioni relative alle attività dell'Amministrazione di cui verrà a conoscenza in relazione al presente appalto e si obbliga altresì a impegnare il proprio personale a mantenere riservate tali informazioni.

L'appaltatore deve impegnarsi, per quanto di sua competenza, affinché i dati oggetto di trattamento nelle diverse fasi dello sviluppo della fornitura non vengano impiegati per finalità diverse da quelle stabilite dall'Amministrazione e senza la formale autorizzazione della stessa.

L'appaltatore deve impegnarsi a osservare le disposizioni interne all'Amministrazione e ad usare le cautele necessarie perché, durante l'esecuzione dell'appalto, nel trattamento di dati siano garantiti i diritti e le libertà fondamentali delle persone fisiche e particolarmente il diritto alla vita privata, in conformità a quanto disposto dal D.Lgs 196/2003.

ART. 22

SUBAPPALTO E CESSIONE DEL CONTRATTO

Il subappalto delle prestazioni oggetto del presente capitolato non è ammesso

Il contratto non è cedibile ex art. 118 del D.lgs 163/06: l'inosservanza di tale divieto darà luogo alla risoluzione del contratto ed all'incameramento della cauzione definitiva, fatto salvo il risarcimento dell'eventuale maggiore danno.

ART. 23

RINVIO

Per tutto quanto non previsto specificamente dal presente Capitolato speciale d'oneri, e dal Disciplinare di gara, si fa espressamente rinvio a quanto previsto in materia, dalla vigente normativa, comunitaria e nazionale, in quanto compatibile.

ART. 24

DEFINIZIONE DELLE CONTROVERSIE

Per ogni controversia che dovesse insorgere in ordine all'affidamento del servizio di che trattasi, essendo espressamente escluso l'intervento arbitrale, è devoluta alla cognizione del giudice competente per territorio con riferimento alla sede legale di questa Amministrazione.

IL DIRIGENTE

(Dott. Venerando Rapisardi)

II RUP

Arch. Ciaccio Accursia