

GARA A PROCEDURA APERTA

AI SENSI DELL'ART. 55 DEL D.LGS. N. 163/2006 E S.M.I. PER L'AFFIDAMENTO DI UN SERVIZIO PER LA REALIZZAZIONE DI :

“AZIONE DI SISTEMA PER LA REALIZZAZIONE DI INIZIATIVE DI SENSIBILIZZAZIONE SUI TEMI DELLA PARITA' DI GENERE E DELLA NON DISCRIMINAZIONE NELLE REGIONI CONVERGENZA”

CAPITOLATO D'ONERI

CIG: 40396443AF

CUP: J79E11002660007

DEFINIZIONI

L'“aggiudicatario” o “affidatario” o “appaltatore”: il soggetto a cui sarà affidata l'esecuzione del servizio all'esito della presente procedura di gara.

Il “D.Lgs. n. 163/2006” o anche “Codice degli appalti”: il D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i. (Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE).

Il “D.P.R. n. 207/2010”: il D.P.R. 5 ottobre 2010 n. 207 (Regolamento di esecuzione ed attuazione del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e s.m.i.).

Il “Capitolato”: il capitolato d'oneri che definisce i contenuti fondamentali del servizio.

La “Committente o Amministrazione o Stazione Appaltante”: la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Pari Opportunità.

Il “Contratto”: il contratto che, all'esito della presente procedura di gara, la Committente stipulerà con l'aggiudicatario.

Gli “offerenti” o “concorrenti” o “partecipanti”: i prestatori di servizi ovvero i raggruppamenti di prestatori di servizi in possesso dei requisiti definiti al punto “Condizioni di partecipazione” del Bando di gara.

Il “Servizio”: il servizio per la realizzazione di una “Azione di sistema per la realizzazione di iniziative di sensibilizzazione sui temi della parità di genere e della non discriminazione nelle regioni Convergenza”.

INDICE

1 QUADRO DI RIFERIMENTO	4
2. OGGETTO E FINALITÀ DEL SERVIZIO.....	4
3. GRUPPO DI LAVORO.....	10
4. LUOGO E MODALITA' DI ESECUZIONE.....	10
5. DURATA	11
6. CORRISPETTIVO.....	11

1 QUADRO DI RIFERIMENTO

In quanto centro di competenza nazionale rispetto ai principi di pari opportunità di genere e non discriminazione, il Dipartimento per le Pari Opportunità (di seguito “DPO”) detiene la *mission* di supporto e di indirizzo alle Amministrazioni centrali e regionali obiettivo Convergenza titolari di programmi operativi per le specifiche problematiche connesse alle politiche di pari opportunità e non discriminazione. A tale ruolo corrisponde la necessità di sviluppare, in coerenza con le priorità individuate dal Quadro Strategico Nazionale, interventi di sensibilizzazione e diffusione della cultura di genere e non discriminazione.

Nel QSN si specifica, infatti, che “...Gli obblighi di comunicazione sono stati posti in capo non solo alle Autorità di Gestione ma anche ai beneficiari, quali primi testimoni del ruolo svolto dall’Unione europea nel finanziamento di opere e servizi di pubblica utilità. Appare, pertanto, necessario un impegno maggiore da parte delle Amministrazioni nel potenziamento degli uffici preposti alle azioni di comunicazione, nel rafforzamento della pianificazione strategica delle attività, nell’aggiornamento professionale delle risorse umane preposte allo svolgimento delle funzioni di comunicazione, nell’acquisizioni di strumenti e tecnologie avanzate e nello stanziamento di adeguate risorse finanziarie...”

Come organismo intermedio per l’attuazione del PON Governance e Azioni di Sistema FSE 2007 – 2013 (di seguito “PON GAS”), in virtù di Convenzione stipulata il 10 aprile 2008, il DPO è responsabile dell’attuazione dell’Asse D “Pari Opportunità e non discriminazione”, che prevede le seguenti azioni specifiche per favorire nelle Amministrazioni Convergenza l’implementazione di interventi che contribuiscano a promuovere la diffusione di una cultura di parità:

- Obiettivo specifico 4.1 - “Azione di sensibilizzazione e diffusione della cultura di genere attraverso sia lo sviluppo della rete delle pari opportunità sia l’avvio e il sostegno di un percorso di animazione rivolto ai territori, alle amministrazioni e alle parti sociali sulle pari opportunità di genere”;
- Obiettivo Specifico 4.2 - “Azione 5. Azione di sensibilizzazione e diffusione dei vantaggi derivanti da azioni di - rafforzamento dei gruppi discriminati rivolti al tessuto associativo, alle organizzazioni non governative, al partenariato istituzionale, economico e sociale”.

In tale contesto di riferimento, il DPO intende avvalersi del supporto di un organismo esterno, da selezionare mediante procedura aperta a rilevanza comunitaria, per l’implementazione di un servizio finalizzato alla realizzazione di un intervento a carattere di sistema a beneficio delle regioni Convergenza che concorra all’attuazione delle due Azioni summenzionate.

2. OGGETTO E FINALITÀ DEL SERVIZIO

Attraverso il FSE in Obiettivo Convergenza, il DPO si propone nello specifico di sostenere i processi di sostegno all’implementazione delle pari opportunità tra donne e uomini nel campo del lavoro, della formazione e del sistema economico e sociale e di favorire il superamento di ogni forma di discriminazione basate sulla razza, l’origine etnica, la religione, le convinzioni personali, le disabilità, l’età, l’orientamento sessuale.

In tale ottica, le iniziative di sensibilizzazione costituiscono un elemento di rilevanza strategica, in quanto sostengono processi di mutamento culturale; tuttavia, la natura stessa di tali processi, che sono generalmente lenti e gradualmente, implica la necessità di implementare azioni in grado di produrre effetti di medio-lungo periodo: caratteristiche che sono proprie delle azioni di sistema.

Tutto ciò considerato, il DPO si propone, mediante la presente gara, l’**obiettivo generale** di realizzare un’**azione di sistema integrata**, comprendente le seguenti **linee di attività**:

1. realizzazione di iniziative di sensibilizzazione in materia di pari opportunità di genere;
2. realizzazione di iniziative di sensibilizzazione in materia di prevenzione e contrasto delle discriminazioni.

Obiettivi specifici

1. Realizzazione di iniziative di sensibilizzazione in materia di pari opportunità di genere

Tale intervento intende promuovere e sostenere il rafforzamento della cultura di genere, per accrescere la consapevolezza dei diritti di uguaglianza e non discriminazione nell'ambito del tessuto sociale ed istituzionale delle regioni di riferimento, evidenziando in particolare l'importanza sostanziale del lavoro femminile ai fini dello sviluppo del paese. L'ingresso delle donne nel mercato del lavoro è infatti un *asset* fondamentale per dare nuovo slancio alla ripresa economica e alla crescita del PIL: l'intervento dovrà pertanto evidenziare il ritorno in termini di utilità collettiva delle politiche a favore delle pari opportunità con particolare riferimento al contesto territoriale delle regioni dell'obiettivo Convergenza, dove la percentuale di occupazione femminile è ancora estremamente critica. Contemporaneamente, occorre rafforzare gli interventi di sensibilizzazione rivolti al mondo imprenditoriale evidenziando l'importanza di fattori quali l'incremento della partecipazione femminile al mercato del lavoro, la presenza delle donne in ruoli di responsabilità, la conciliazione tra tempi di vita e tempi di lavoro.

A livello generale, occorre migliorare ulteriormente il grado di conoscenza, da parte dell'opinione pubblica, del ruolo del Fondo Sociale Europeo a sostegno dell'auto-impresa, dell'assunzione di personale femminile e della armonizzazione tra vita familiare e vita lavorativa.

Obiettivi specifici della presente linea di attività, pertanto, sono i seguenti:

- a) evidenziare l'utilità in chiave economica oltre che sociale dell'integrazione delle donne nel mondo del lavoro;
- b) promuovere e diffondere la conoscenza delle azioni e degli interventi a sostegno dell'occupazione femminile e del quadro di tutela normativa esistente nel settore delle pari opportunità, al fine di diffondere tra le donne la consapevolezza dei propri diritti;
- c) migliorare la conoscenza degli strumenti e delle politiche in materia di conciliazione tra tempi di vita e tempi di lavoro;
- d) promuovere il superamento degli stereotipi di genere, che limitano i percorsi di carriera femminili e la loro presenza in ruoli di responsabilità;
- e) diffondere la cultura di genere e promuovere il principio di pari opportunità.

Articolazione delle attività

La linea di attività di cui trattasi prevede l'attivazione, nelle Regioni Convergenza, di un'azione di sistema integrata rivolta agli *stakeholder* per favorire l'ideazione, l'implementazione ed il monitoraggio di attività di sensibilizzazione finalizzate alla diffusione della cultura delle pari opportunità, con particolare riferimento alla necessità di favorire la propagazione delle politiche e delle iniziative di sostegno alla partecipazione delle donne al mercato del lavoro, anche all'interno delle Piccole e Medie Imprese.

Fra le attività previste dovrà rientrare anche la proposta ed il relativo *testing* di campagne di comunicazione, sviluppate tenendo conto delle specificità territoriali, e la successiva realizzazione sperimentale delle medesime. Ciò al fine di consentire agli *stakeholder* di verificare direttamente l'impatto delle azioni pianificate, contribuendo al processo di *capacity building* degli attori territoriali locali e favorendo così l'attuazione successiva di ulteriori interventi di sensibilizzazione, in un'ottica di sistema.

A tal fine si prevede la realizzazione di quanto segue.

1. **Analisi del contesto di riferimento:** il soggetto aggiudicatario dovrà eseguire un'analisi dei fabbisogni volta a rilevare le problematiche e gli stereotipi di genere più diffusi nei territori delle Regioni dell'Obiettivo Convergenza, con particolare riferimento ai fattori cruciali per la diffusione della cultura delle pari opportunità, quali quelli associati al rapporto tra donne e lavoro.

Tempi di realizzazione: 2 mesi

2. **Percorso interattivo che coinvolga gli attori territoriali interessati nell'implementazione dell'iniziativa di sensibilizzazione**, indirizzato in primo luogo ai soggetti istituzionali (ADG delle Regioni Convergenza, dirigenti e funzionari competenti per l'attuazione delle iniziative aventi un impatto diretto o indiretto sulle pari opportunità e/o per l'attuazione del Piano di Comunicazione del Programma Operativo Regionale FSE, ecc.) e del partenariato economico e sociale, ma ampliabile, se opportuno e utile al successo dell'iniziativa, anche a rappresentanti della società civile con ruolo riconosciuto di *opinion maker* (es. esponenti del mondo dell'associazionismo conosciuti a livello locale, ecc.), sulle tematiche specifiche oggetto della linea di attività.

Tempi di realizzazione: *ongoing* (rispetto all'implementazione dell'intera linea di attività).

3. **Ideazione di un prototipo di campagna informativa** sviluppata sulla base dei riscontri emersi dall'attività di cui al precedente punto 1. Per la realizzazione di questa linea di servizio il soggetto aggiudicatario, anche mediante il coinvolgimento degli *stakeholder*, dovrà eseguire le seguenti azioni:

- a) identificazione dei fabbisogni dei destinatari dell'intervento nonché dei contenuti dello stesso, articolando un piano delle azioni da porre in essere, secondo priorità di intervento;
- b) elaborazione di strumenti che favoriscano l'attuazione della campagna, in particolare: la definizione del *Concept* strategico di comunicazione (multimediale), l'identificazione del messaggio creativo, degli obiettivi strategici, delle modalità più idonee alla diffusione e degli opportuni media per veicolare la campagna.

Tempi di realizzazione: 2 mesi

4. **Realizzazione del prototipo della campagna**, comprendente concetto strategico e lay out di campagna creativa, con relative declinazioni tematiche sui vari media.

Tempi di realizzazione: 1 mese

5. **Testing della campagna informativa**. L'attività dovrà consentire, anche agli stakeholder, di valutare l'impatto potenziale della campagna nei territori delle Regioni dell'Obiettivo Convergenza, su di un campione della popolazione-target. Per la sua realizzazione il soggetto aggiudicatario dovrà:

- a) realizzare almeno 4 focus group (per gruppi di utenza diversi);
- b) elaborare report di *testing* dettagliati e apportare le eventuali modifiche del *Concept* inizialmente proposto;
- c) valutare l'impatto delle proposte comunicative e prototipi per la realizzazione delle campagne;
- d) definire un piano media ottimale per veicolare la campagna informativa, tenuto conto dei risultati del *testing*. Tale piano, da verificarsi prioritariamente anche con il DPO, dovrà prevedere, per la sperimentazione della campagna da effettuarsi nel territorio delle Regioni Convergenza, l'acquisto di pacchetti pubblicitari su:
 - circuiti radiofonici
 - stampa cartacea (inclusa stampa *free press*),
 - internet e social network
 - spazi informativi in luoghi pubblici (es. circuito Poste Italiane)
 - trasporti pubblici e spazi ferroviari

Tempi di realizzazione: 3 mesi

6. **Realizzazione del prodotto finale.** Finalizzazione del prototipo di campagna di comunicazione multimediale, comprensivo di esecutivi e di tutti i materiali di supporto - come indicato nella linea 4 - e sua implementazione a livello sperimentale.

Tempi di realizzazione: 2 mesi

7. **Report finale**, che dovrà riportare le principali criticità rilevate nel corso dell'attività (quali, a titolo esemplificativo, gli atteggiamenti e gli stereotipi che condizionano l'accesso e la permanenza delle donne al mercato del lavoro); restituzione dei risultati dell'attività di *testing* e degli eventuali correttivi adottati; indicazione dei risultati attesi dalla realizzazione sperimentale della campagna e dei risultati effettivamente conseguiti, indicazioni utili agli *stakeholder* per l'impostazione di successive campagne di comunicazione (raccomandazioni, suggerimenti per l'individuazione di indicatori utili a monitorare l'efficacia delle campagne, per una migliore segmentazione del target di riferimento, ecc.).

Tempi di realizzazione: 2 mesi

2. Realizzazione di iniziative di sensibilizzazione in materia di prevenzione e contrasto delle discriminazioni

Le campagne di sensibilizzazione sono lo strumento strategico per lo sviluppo della coscienza sociale e rappresentano un investimento sul futuro, prevenendo il formarsi di stereotipi e diffondendo la cultura delle pari opportunità.

Attraverso tale intervento, il DPO intende pertanto promuovere e sostenere la realizzazione di campagne di sensibilizzazione, mediante la realizzazione di un percorso partecipato e l'elaborazione concertata di strumenti e attività di comunicazione mirata, al fine di sostenere nelle regioni Obiettivo Convergenza la diffusione di una cultura inclusiva e tollerante delle diversità. Si vuole inoltre favorire l'emersione del fenomeno di *under reporting* da parte delle vittime di discriminazioni, promuovendo la conoscenza degli strumenti di tutela previsti dalla normativa vigente.

In particolare, l'intervento dovrà concorrere alla creazione di un piano di comunicazione, realizzato sulla base delle specificità regionali anche mediante il coinvolgimento attivo degli *stakeholder*, e, al tempo stesso, favorire la promozione e la divulgazione delle informazioni relative agli strumenti di ascolto, contrasto e tutela a favore dei soggetti discriminati, nonché ai servizi ed alle attività di assistenza diretta alle vittime di discriminazioni assicurati dalle singole antenne territoriali di ciascuna delle reti regionali di centri e osservatori territoriali di cui all'azione 2 del PON GAS, Asse D, Ob. 4.2.

La presente linea d'attività, parte del Servizio in affidamento, si propone pertanto di concorrere alla realizzazione dei seguenti obiettivi specifici:

- a) diffondere una cultura della non discriminazione e promuovere il principio di pari opportunità per tutti;
- b) diffondere la conoscenza dei servizi di ascolto, consulenza e aiuto in materia di prevenzione, e di contrasto e rimozione delle discriminazioni offerti da UNAR attraverso l'attività del Contact Center contro le discriminazioni (800 90 10 10 - www.unar.it) e delle reti territoriali di osservatori e centri territoriali antidiscriminazioni interconnesse al Contact Center;
- c) promuovere e diffondere la conoscenza del quadro di tutela normativa esistente nel settore delle discriminazioni, favorendo l'emersione dei fenomeni sommersi di xenofobia, razzismo e discriminazione;
- d) aumentare la consapevolezza dei propri diritti da parte delle comunità e dei soggetti a rischio di discriminazione per fattori connessi alla disabilità, all'età, alla religione, alle convinzioni personali, all'etnia e razza, all'orientamento sessuale e all'identità di genere;
- e) favorire la conoscenza delle realtà, culture e tradizioni delle popolazioni migranti, sviluppando un reciproco dialogo interculturale;

Articolazione della linea di attività

L'iniziativa intende concorrere all'ideazione ed al testing di campagne informative finalizzate al superamento degli stereotipi ed alla diffusione della cultura delle pari opportunità per tutti.

L'intervento si articola come segue:

1. **Analisi preliminare.** Il soggetto affidatario dovrà procedere ad una rilevazione finalizzata a:
 - individuare gli stereotipi relativi ai diversi fattori di discriminazione all'interno dei vari ambiti del sistema educativo, del mercato del lavoro, della vita sociale e culturale, relativi alle differenze etniche, di abilità fisica e psichica, di orientamento sessuale ed identità di genere nei contesti delle regioni Obiettivo Convergenza;
 - realizzare un benchmark, a livello regionale Convergenza, sulle eventuali iniziative di comunicazione intraprese in ambito di comunicazione pubblica e sociale sui temi della promozione di una cultura delle pari opportunità per tutti..

Tempi di realizzazione: 2 mesi

2. **Percorso interattivo che coinvolga gli attori territoriali interessati nell'implementazione dell'iniziativa di sensibilizzazione,** indirizzato in primo luogo ai soggetti istituzionali (ADG delle Regioni Convergenza, dirigenti e funzionari competenti per l'attuazione delle iniziative aventi un impatto diretto o indiretto sulle pari opportunità e/o per l'attuazione del Piano di Comunicazione del Programma Operativo Regionale FSE, ecc.) e del partenariato economico e sociale, ma ampliabile, se opportuno e utile al successo dell'iniziativa, anche a rappresentanti della società civile con ruolo riconosciuto di *opinion maker* (es. esponenti del mondo dell'associazionismo conosciuti a livello locale, ecc.), sulle tematiche specifiche oggetto della linea di attività. L'attività dovrà coinvolgere anche gli operatori del mondo dell'informazione, con lo scopo di contrastare e prevenire la diffusione di pregiudizi e stereotipi a carattere discriminatorio e promuovere l'applicazione dei principi previsti dalla Carta di Roma adottata dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei Giornalisti.

Tempi di realizzazione: *ongoing* (rispetto all'implementazione dell'intera linea di attività).

3. **Ideazione di un prototipo di campagna informativa** sviluppata sulla base dei riscontri emersi dall'attività di cui al precedente punto 1. Per la realizzazione di questa linea di servizio il soggetto aggiudicatario, anche mediante il coinvolgimento degli *stakeholder*, dovrà eseguire le seguenti azioni:
 - a) identificazione dei fabbisogni dei destinatari dell'intervento nonché i contenuti dello stesso, articolando un piano delle azioni da porre in essere, secondo priorità di intervento;
 - b) elaborazione di un piano di comunicazione che contenga in particolare: la definizione del *Concept* strategico di comunicazione (multimediale), l'identificazione del messaggio creativo, degli obiettivi strategici, delle modalità più idonee alla diffusione e degli opportuni media per veicolare la campagna.

Tempi di realizzazione: 2 mesi

4. **Realizzazione del prototipo della campagna,** comprendente concetto strategico e lay out di campagna creativa, con relative declinazioni tematiche sui vari media.

Tempi di realizzazione: 1 mese

5. **Testing della campagna informativa.** L'attività dovrà consentire, anche agli *stakeholder*, di valutare l'impatto potenziale della campagna nei territori delle Regioni dell'Obiettivo Convergenza, su di un campione della popolazione-target.

Per la sua realizzazione il soggetto aggiudicatario dovrà:

- a) realizzare almeno 4 focus group (per gruppi di utenza diversi);
- b) elaborare report di *testing* dettagliati e apportare le eventuali modifiche del *Concept* inizialmente proposto;
- c) valutare l'impatto delle proposte comunicative e prototipi per la realizzazione delle campagne;
- d) definire un piano media ottimale per veicolare la campagna informativa, tenuto conto dei risultati del *testing*. Tale piano, da verificarsi prioritariamente anche con il DPO, dovrà prevedere, per la sperimentazione della campagna da effettuarsi nel territorio delle regioni Convergenza, l'acquisto di pacchetti pubblicitari su:
 - circuiti radiofonici
 - stampa cartacea (inclusa stampa *free press*),
 - internet e social network
 - spazi informativi in luoghi pubblici (es. circuito Poste Italiane)
 - trasporti pubblici e spazi ferroviari

Tempi di realizzazione: 3 mesi

6. **Realizzazione del prodotto finale.** Finalizzazione del prototipo di campagna di comunicazione multimediale, comprensivo di esecutivi e di tutti i materiali di supporto - come indicato nella linea 4 - e sua implementazione a livello sperimentale.

Tempi di realizzazione: 2 mesi

7. **Report finale**, che dovrà riportare le principali criticità rilevate nel corso dell'attività (quali, a titolo esemplificativo, atteggiamenti e stereotipi associati alle più comuni forme di discriminazione); restituzione dei risultati dell'attività di *testing* e degli eventuali correttivi adottati; indicazione dei risultati attesi dalla realizzazione sperimentale della campagna e dei risultati effettivamente conseguiti, indicazioni utili agli stakeholder per l'impostazione di successive campagne di comunicazione (raccomandazioni, suggerimenti per l'individuazione di indicatori utili a monitorare l'efficacia delle campagne, per una migliore segmentazione del target di riferimento, ecc.).

Tempi di realizzazione: 2 mesi

Al fine di favorire il trasferimento, la diffusione e l'implementazione delle risultanze dell'azione di sistema integrata oggetto del Servizio, l'affidatario dovrà prevedere anche un'adeguata azione di accompagnamento ed animazione territoriale, volta ad illustrare finalità, aspetti salienti e risultati conseguiti alla più ampia platea di soggetti interessati.

Nella realizzazione delle attività previste dal servizio in affidamento e come parzialmente emerso già dalla descrizione delle linee di attività che compongono il Servizio, dovranno privilegiarsi le seguenti modalità:

- promuovere una partecipazione ampia di Amministrazioni sui territori obiettivo Convergenza;

- favorire la promozione e attuazione del principio di *mainstreaming di genere*, con particolare riferimento alle azioni co-finanziate dal FSE;
- utilizzare e valorizzare al meglio il know-how già presente nelle Amministrazioni coinvolte;
- favorire lo sviluppo di pratiche di confronto/scambio fra Amministrazioni e imprese locali;
- promuovere, con opportune metodologie di costruzione del consenso, il coinvolgimento degli *stakeholders*;
- favorire la cooperazione interistituzionale e l'approccio di rete.

3. GRUPPO DI LAVORO

L'Aggiudicatario dovrà espletare il servizio con propria organizzazione autonoma. La natura del servizio richiesto presuppone un costante raccordo tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione.

L'aggiudicatario è tenuto a costituire un gruppo di lavoro avente la funzione di supportare, con le dovute professionalità e strumenti, la preparazione, organizzazione, realizzazione e gestione di tutte le attività previste per l'espletamento del servizio richiesto.

Il gruppo di lavoro dovrà prevedere almeno le figure di seguito elencate:

- n. 1 esperto con funzioni di coordinamento tecnico e supervisione delle attività, con almeno 10 anni di esperienza lavorativa nell'ambito della comunicazione istituzionale e non;
- n. 4 esperti (due per O.S. 4.1 e due per O.S. 4.2) con esperienza lavorativa in materia di comunicazione e/o delle tematiche oggetto della campagna;
- n. 1 esperto junior, con esperienza riguardante in particolare le attività svolte nell'ambito di Uffici stampa;
- n. 2 addetti alla segreteria operativa (uno per O.S.).

L'esperienza professionale dei componenti del gruppo di lavoro deve essere documentata con un curriculum redatto secondo il modello europeo e sottoscritto da ciascun soggetto interessato (vedi Disciplinare di gara).

Il gruppo di lavoro non potrà essere modificato senza il preventivo consenso del Dipartimento per le pari opportunità.

Qualora il soggetto affidatario, durante lo svolgimento dell'appalto, dovesse essere costretto a sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro, dovrà formulare specifica e motivata richiesta scritta al Dipartimento, indicando i nominativi e le referenze dei componenti che intenderà proporre in sostituzione di quelli indicati in sede d'offerta. Al riguardo si precisa che tali nuovi eventuali componenti dovranno avere requisiti equivalenti o superiori a quelli posseduti dai componenti da sostituire.

Tutto il materiale propedeutico alla realizzazione di riunioni di coordinamento interne, seminari, workshop, ecc... (es: proiettore, materiale didattico, lavagna, ecc..) dovranno essere, se necessario, garantite anche dall'aggiudicatario.

4. LUOGO E MODALITA' DI ESECUZIONE

Luogo di prestazione del servizio sono le sedi più idonee allo svolgimento del servizio, si precisa che non è richiesta l'ubicazione di risorse umane presso la sede della Stazione Appaltante.

Il gruppo di lavoro opera in stretto coordinamento con l'Amministrazione, svolgendo la propria attività con mezzi propri (computer, cellulare, etc.).

Il Soggetto aggiudicatario si impegna ad assicurare un puntuale monitoraggio procedurale, fisico e finanziario delle azioni oggetto dell'affidamento ed a fornire all'Amministrazione tutti i dati e le informazioni relative alla valutazione dei risultati delle azioni realizzate. L'Amministrazione si riserva, durante tutto il corso d'esecuzione del servizio, di

effettuare controlli e verifiche nelle varie fasi, per accertare il regolare svolgimento dell'esecuzione dei termini e modalità del servizio affidato.

Tutti i prodotti realizzati dovranno essere consegnati nei tempi richiesti dal Dipartimento nel corso dell'attuazione in un formato digitale idoneo per le eventuali stampe e pubblicazioni (on line e cartacee) oltre che contenere tutti i loghi istituzionali così come prescritto dai regolamenti comunitari.

I diritti di proprietà degli elaborati realizzati in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Dipartimento. Esso potrà quindi disporre, senza alcuna restrizione, della pubblicazione, della diffusione, dell'utilizzo e della duplicazione degli elaborati, con l'indicazione di quanti ne hanno curato la produzione. Detti diritti, ai sensi della L. 633/41 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e/o licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile.

L'aggiudicatario potrà utilizzare in tutto o in parte gli elaborati prodotti, previa espressa autorizzazione formale da parte del Dipartimento.

5. DURATA

La durata del servizio è di 12 mesi decorrenti dal giorno successivo a quello della comunicazione all'impresa affidataria dell'intervenuta approvazione ai sensi di legge del citato contratto.

6. CORRISPETTIVO

Il corrispettivo posto a base d'asta per il servizio oggetto dell'appalto, per il periodo considerato, è di Euro 1.548.000,00 (unmilionequinquecentoquarantottomila/00), al netto di IVA di cui:

- Euro 600.000,00 (seicentomila/00), IVA esclusa, per la realizzazione della prima linea di intervento (a valere sull'Obiettivo specifico 4.1);
- Euro 948.000,00 (novecentoquarantottomila/00), IVA esclusa, per la realizzazione della seconda linea di intervento (a valere sull'Obiettivo specifico 4.2).

In fase di valutazione preventiva non sono stati rilevati rischi interferenti per i quali è necessario adottare relative misure di sicurezza, pertanto i costi della sicurezza da interferenza sono pari a zero.

Al finanziamento si farà fronte con le risorse assegnate per l'attuazione del PON GAS FSE 2007 -2013 Obiettivo Convergenza – Asse D "Pari opportunità e non discriminazione", qualora disponibili. Non sono ammesse offerte parziali e/o frazionate o che superino l'importo previsto per la realizzazione di ciascuna delle due linee di intervento.

IL DIRETTORE DELL'UFFICIO

Dott.sa Rosina Veltri