

Capitolato Tecnico

SERVIZIO DI AFFISSIONE SUL TERRITORIO NAZIONALE DEI MESSAGGI RELATIVI ALLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE AIFA SULL'USO DEI FARMACI IN ETÀ PEDIATRICA.

Premessa

L'Agenzia Italiana del Farmaco, nel dare seguito al mandato istituzionale della promozione di un uso corretto del farmaco presso i cittadini e gli operatori sanitari, anche mediante la realizzazione di campagne di comunicazione, ravvisa l'esigenza di acquistare spazi di diffusione tramite affissioni urbane per la Campagna pubblicitaria "Farmaci in età Pediatrica".

Tali spazi dovranno rientrare nelle caratteristiche richieste dal secondo paragrafo del punto 1.3 riguardante i "Mezzi di comunicazione utilizzati" della Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009 rubricata "Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177", stando al quale [...] Ai fini dell'applicazione delle quote di destinazione di cui all'articolo 41 non sono da computare le spese sostenute per la diffusione di messaggi pubblicitari effettuata attraverso **forme di comunicazione tramite pubbliche affissioni su spazi di proprietà di pubbliche amministrazioni o enti pubblici.**"

I soggetti ammessi a partecipare alla procedura concorsuale avente ad oggetto il servizio di affissione su territorio nazionale dei messaggi relativi alla campagna di comunicazione istituzionale AIFA sull'uso dei farmaci in età pediatrica, regolarmente autorizzati in tal senso, dovranno mettere a disposizione dell'Agenzia gli spazi pubblicitari rientranti nelle caratteristiche di cui al secondo paragrafo del punto 1.3 della Direttiva PCM su citata, per **n. 2 periodi**, ciascuno non inferiore a **14 giorni**.

Tali periodi dovranno essere individuati in un arco temporale di circa 5 (cinque) mesi e precisamente tra la seconda metà di giugno 2014 e il 30 novembre 2014, con espressa esclusione dei mesi di luglio, agosto e settembre.

In particolare, gli spazi pubblicitari relativi al primo periodo dovranno essere messi a disposizione nella seconda metà di giugno, mentre gli spazi pubblicitari relativi al secondo periodo dovranno essere messi a disposizione indicativamente nell'arco temporale intercorrente fra la seconda metà di ottobre e il mese di novembre 2014.

Nel servizio si intende inclusa la stampa, la consegna e l'installazione dei materiali.

E' prevista la stampa e l'affissione di almeno due diverse creatività per ogni periodo su indicato.

Supporti e ubicazioni

L'aggiudicatario dovrà provvedere alla divulgazione pubblicitaria dei messaggi relativi alla campagna AIFA "Farmaci in età Pediatrica" sui seguenti supporti:

- poster/manifesti nei formati di uso comune per tipologie di supporti quali quelle specificate di seguito a mero titolo di esempio:

6/1

- pensiline e fermate degli autobus
 - indicatori di parcheggio
 - indicatori viari e topografici
 - fioriere
 - standardi
 - Free Standing Units (FSU)
 - colonne meteo
 - gonfaloni
 - imbarcaderi/pontili
 - totem
 - altri elementi di arredo urbano (es. affissioni in prossimità delle stazioni di bike sharing).
- Impianti di grandi dimensioni e ubicati in posizioni di ampia visibilità nei maggiori capoluoghi di provincia, come ad esempio facciate di edifici e/o ponti/cavalcavia di ampia metratura e visibilità.
 - Gli impianti dovranno esser presenti nel maggior numero di capoluoghi di provincia nazionali e in un numero di città rappresentativo della quasi totalità delle province italiane. Gli stessi dovranno essere ubicati presso i centri storici e nei luoghi di maggiore frequentazione e visibilità delle città individuate. Potranno inoltre essere presenti anche nelle stazioni ferroviarie centrali, all'interno delle fermate metropolitane e negli aeroporti.

Resta inteso che le proposte saranno valutate in base all'offerta ritenuta qualitativamente più vantaggiosa ai sensi dell'art 83 e ss. del D. Lgs. n. 163/06 e ss.mm.ii. in termini di:

- numerosità e dimensioni degli impianti offerti;
- ubicazione degli impianti presso i centri storici delle diverse città e nei luoghi di maggiore frequentazione e visibilità;
- numerosità dei medesimi presso i capoluoghi di regione;
- eventuale illuminazione e/o retroilluminazione degli stessi;
- impianti innovativi e tecnologicamente avanzati.

Le Società che intendano partecipare alla gara dovranno presentare, unitamente all'offerta, una dichiarazione rilasciata dal legale rappresentante attestante il possesso dei requisiti indicati nel secondo paragrafo del punto 1.3 "Mezzi di comunicazione utilizzati" della Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 settembre 2009 "*Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177*" relativamente agli spazi proposti.

La proposta tecnica dovrà essere corredata anche da un book fotografico della tipologia di impianti oggetto della stessa.

11