

LE GARE
ISTRUZIONI PER L'USO
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

LE GARE

ISTRUZIONI PER L'USO

Linee guida per l'esecuzione delle procedure finalizzate all'assegnazione di commesse
per campagne ed iniziative di comunicazione e promozione da parte
della Pubblica Amministrazione

SOMMARIO

Premessa	pag.	3
Principi generali	pag.	4
Il brief	pag.	6
Lettera di incarico Prima Fase (strategica)	pag.	7
Lettera di incarico Seconda fase (creativa)	pag.	8

LE GARE

ISTRUZIONI PER L'USO

PREMESSA

La “GARA” non è certamente lo strumento migliore per individuare un partner in grado di fornire un supporto di creatività, capacità progettuale e servizi nell’ambito delle attività di comunicazione della Pubblica Amministrazione.

Tuttavia, in presenza di una legislazione che prevede, per iniziative che comportino determinati investimenti⁽¹⁾, l’obbligo di accedere a tale procedura, riteniamo opportuno fornire alcune indicazioni in ordine alle modalità operative da utilizzare in occasione di gare promosse dalle Pubbliche Amministrazioni.

Le modalità suggerite sono ispirate a regole ed a principi finalizzati a salvaguardare dignità, ruoli ed interessi economici delle parti, oltre, naturalmente, a garantire efficacia alla procedura stessa.

⁽¹⁾La procedura di appalto di pubblici servizi di cui al D.Lgs. n. 163/2006 è applicabile per appalti di servizi pubblicitari di rilevanza comunitaria (art. 28 D.Lgs. n. 163/2006).
Per l’affidamento di iniziative di importo inferiore si applica l’ art. 5 del D.P.R. n. 403/2001.

PRINCIPI GENERALI

TRASPARENZA

Alle imprese invitate a partecipare alla gara d'appalto dovranno essere preventivamente comunicati i nominativi di tutte le imprese coinvolte nella procedura di gara.

NUMERO DI PARTECIPANTI

La legge vigente non consente di predeterminare il numero massimo di imprese coinvolte. L'unica possibilità per ridurre ragionevolmente tale numero, si lega alla facoltà di introdurre parametri discriminanti compatibili con la legislazione vigente. Tali parametri dovranno essere sia di natura quantitativa che qualitativa, ma dovranno caratterizzarsi come mirati a perseguire l'interesse della PA, e quindi della collettività, ed a salvaguardare i diritti e la dignità delle imprese partecipanti alla gara.

A titolo di esempio indichiamo alcune possibili discriminanti:

- criteri di territorialità (si richiede un'ubicazione dell'impresa funzionale alle esigenze dell'Amministrazione)
- criteri di qualità (ad es. Certificazione del Sistema di qualità aziendale)⁽²⁾
- capacità economica (rapportata all'effettivo valore dell'appalto)⁽³⁾
- consistenza della struttura⁽⁴⁾
- documentata competenza professionale⁽⁵⁾
- iscrizione ad una Associazione che vincoli all'adesione al Codice di Autodisciplina.

⁽²⁾ Si veda il riferimento al controllo della qualità richiamato dalla lettera b) dell' art. 42 D.Lgs. n. 163/2006.

⁽³⁾ Da dimostrarsi secondo i criteri di cui all' art. 41 D.Lgs. n. 163/2006 e all' art. 4 D.P.R. n. 403/2001.

⁽⁴⁾ V. art. 42, lettera g) D.Lgs. n. 163/2006 e art. 4 D.P.R. n. 403/2001.

⁽⁵⁾ V. art. 42, lettere a) - e) D.Lgs. n. 163/2006 e art. 4 D.P.R. n. 403/2001.

MODALITÀ OPERATIVE

La procedura di gara deve prevedere due distinte fasi:

Fase strategica

In questa prima fase le imprese ammesse alla procedura sottoporranno al committente una nota prope-deutica (relazione) contenente le indicazioni relative alla strategia di comunicazione. Tale relazione dovrà risultare chiaramente esplicativa delle proposte che verranno successivamente elaborate. Il documento dovrà anche contenere l'indicazione dell'ammontare dei compensi richiesti

Fase creativa

Nella seconda fase le imprese che avranno superato il vaglio della fase strategica, saranno chiamate ad effettuare la presentazione vera e propria. Le modalità di tale presentazione (grado di finalizzazione, tipo di supporti richiesti, declinazioni, ecc.) verranno indicate nel momento in cui le imprese selezionate saranno invitate a partecipare alla seconda fase dell'operazione.⁽⁶⁾

TEMPI

I tempi concessi per l'elaborazione dei progetti dovranno essere congrui e rapportati alla complessità dell'operazione.⁽⁷⁾ Il lasso di tempo che il committente vorrà riservarsi per la valutazione degli elaborati dovrà essere chiaramente indicato all'interno del brief e confermato nella lettera di mandato.

CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE

Ogni committente è naturalmente libero di adottare propri criteri di valutazione (salvi, naturalmente, i vincoli di legge) e, quindi, di esprimere scelte soggettive. Tuttavia, al fine di garantire trasparenza alle operazioni, è necessario fornire un'indicazione preventiva rispetto alla tipologia ed alla relativa incidenza dei parametri considerati (punteggio attribuito): approccio strategico, congruità rispetto alle strategie complessive dell'impresa, creatività, profilo economico della proposta, ecc.

RIMBORSI

L'elaborazione di un progetto articolato di comunicazione richiede un grosso impegno e determina costi rilevanti a carico dell'impresa di comunicazione. Per questo si ritiene indispensabile che l'amministrazione committente definisca, per ogni gara, un rimborso spese su base forfettaria. Tale rimborso spetterà esclusivamente alle imprese di comunicazione che avranno effettuato entrambe le presentazioni (strategica e creativa) avendo superato con successo la prima fase.

Questo modus operandi comporterà alle imprese di comunicazione una gestione meno onerosa della propria operatività, con un'inevitabile ricaduta positiva sull'ammontare dei compensi richiesti, e, quindi, con un beneficio significativo a vantaggio delle imprese committenti.

⁽⁶⁾La fase strategica può coincidere con la domanda di partecipazione alla gara, nelle procedure ristrette (licitazione privata, appalto concorso e trattativa privata con pubblicazione del bando).

⁽⁷⁾Sia pure nel rispetto dei termini previsti dall'art.70 del D.Lgs. n. 163/2006.

IL BRIEF

INFORMAZIONI GENERALI SULL'AMMINISTRAZIONE

- Documentazione sulle precedenti iniziative
- Gamma e articolazione dei prodotti/servizi richiesti
- Obiettivi e strategie di ordine generale
- Stile e format di comunicazione (qualora siano stati predefiniti)

CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO RICHIESTO

- Tipologia dell'intervento richiesto
- Target di riferimento
- Obiettivi di comunicazione
- Risorse economiche previste
- Eventuali vincoli e limitazioni (di carattere tecnico e/o economico)
- Grado di sviluppo e di evoluzione del progetto
- Tempi e modalità di presentazione

LETTERA DI INCARICO PRIMA FASE (STRATEGICA)⁽⁸⁾

Spett.le Agenzia
.....

Data

Egregi Signori,
con riferimento vostra domanda di partecipazione al nostro Bando n, vi comunichiamo che la sottoscritta Amministrazione Pubblica provvederà all'assegnazione dell'incarico mediante procedura di gara.

Oltre la vostra azienda parteciperanno alla consultazione le seguenti imprese:

1.
2.
3.
4.
5.

Non appena espletate le operazioni preliminari, vi daremo notizia di eventuali rinunce, sostituzioni o implementazioni.

Vi richiediamo pertanto di produrre un elaborato che dovrà consistere in una relazione che ci consenta di valutare la correttezza dell'approccio strategico e le linee guida essenziali del progetto e dovrà contenere tutte le notizie che riterrete utili alla comprensione ed alla valutazione della congruità della Vostra proposta. Il documento dovrà obbligatoriamente essere corredato, pena l'esclusione dalla gara, delle indicazioni relative all'ammontare dei compensi richiesti.

Il termine per la presentazione di tale documento è fissato al

Prima di tale data provvederemo a concordare luogo e data della presentazione.

Le decisioni in ordine alla scelta dei progetti strategici da noi ritenuti più consoni alle nostre aspettative verranno comunicate in data a mezzo lettera raccomandata. A tutte le imprese partecipanti saranno resi noti gli esiti della consultazione.

Non appena completata la prima fase della procedura, provvederemo a sollecitare la partecipazione alla seconda fase (Fase creativa) delle imprese le cui proposte saranno risultate coerenti con le nostre esigenze.

Durante la fase di studio e di elaborazione dei progetti la vostra azienda si impegna a:

- *mantenere il più scrupoloso riserbo in ordine alle informazioni ricevute*
- *conservare con cura e, ove richiesto, restituire tutto il materiale fornito a supporto delle informazioni trasmesse.*

Da parte nostra, riconosciamo che tutti i diritti sul progetto presentatoci Vi appartengono. Ci impegnamo, pertanto, ad astenerci dall'utilizzo del materiale non scelto, che restituirò entro il più breve termine.

Vi chiediamo di volerci ritornare copia della presente, opportunamente sottoscritta. La sottoscrizione di questo documento costituisce impegno alla partecipazione alla gara ed accettazione delle condizioni indicate. Qualora, dopo aver sottoscritto tale documento, per le ragioni più diverse, la vostra impresa decidesse di rinunciare alla partecipazione, sarete tenuti a darcene tempestiva comunicazione entro e non oltre il

L'amministrazione

*L'impresa di comunicazione
(per accettazione)*

⁽⁸⁾ Da integrare, eventualmente, con i contenuti della lettera di invito a presentare offerte, di cui all'art. 67 del D.Lgs n. 163/2006.

LETTERA DI INCARICO SECONDA FASE (CREATIVA)

Spett.le Agenzia
.....

Data

Egregi Signori,

con riferimento al vostro progetto strategico, abbiamo il piacere di comunicarvi che la proposta da Voi presentata è risultata in linea con le nostre attese. Vi invitiamo pertanto a voler predisporre la presentazione delle proposte creative. Oltre la vostra azienda sono state invitate a partecipare a questa fase della procedura le seguenti imprese:

1.
2.
3.

Il termine di consegna degli elaborati è fissato al
Prima di tale data provvederemo a concordare luogo e data della presentazione.

Gli elaborati a supporto della presentazione (Fase creativa) dovranno essere costituiti da:

.....
.....

Le decisioni in ordine alla scelta del progetto da noi ritenuto più consono alle nostre esigenze verrà comunicata in data a mezzo lettera raccomandata. A tutte le imprese partecipanti saranno resi noti gli esiti della consultazione.

L'ammontare dell'indennizzo spettante alle imprese che avranno, su nostra richiesta, presentato gli elaborati relativi alle due fasi nei tempi e nelle modalità previste, è fissato in Euro + IVA.

Durante la fase di studio e di elaborazione dei progetti la vostra azienda si impegna a:

- *mantenere il più scrupoloso riserbo in ordine alle informazioni ricevute*
- *conservare con cura e, ove richiesto, restituire tutto il materiale fornito a supporto delle informazioni trasmesse.*

Da parte nostra, riconosciamo che tutti i diritti sul progetto presentatoci Vi appartengono. Ci impegnamo, pertanto, ad astenerci dall'uso del materiale non scelto, che restituirò entro il più breve termine.

Vi chiediamo di volerci ritornare copia della presente, opportunamente sottoscritta. La sottoscrizione di questo documento costituisce impegno alla partecipazione alla gara ed accettazione delle condizioni indicate. Qualora, dopo aver sottoscritto tale documento, per le ragioni più diverse, la vostra impresa decidesse di rinunciare alla partecipazione, sarete tenuti a darcene tempestiva comunicazione entro e non oltre il

La rinuncia, comunque motivata, a prescindere dallo stato di avanzamento del lavoro di preparazione degli elaborati, implica la perdita di ogni diritto a rimborsi o ad indennizzi.

L'Amministrazione

*L'impresa di comunicazione
(per accettazione)*