

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono



UNIONE EUROPEA

Pubblicazione del Supplemento alla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea

2, rue Mercier, L-2985 Lussemburgo Fax (352) 29 29-42670

E-mail: ojs@publications.europa.eu Info e formulari on-line: <http://simap.europa.eu>

BANDO DI GARA

SEZIONE I: AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE

I.1) DENOMINAZIONE, INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO

Denominazione ufficiale: FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

Indirizzo postale: Via de' Sassetti, 6

Città: Firenze

Codice postale: 50123

Paese: Italia

Punti di contatto:

Telefono: 055271991

All'attenzione di: Maurizio Mazza

Posta elettronica: m.mazza@fondazionesistematoscana.it

Fax: 0552657496

Indirizzo(i) internet (se del caso)

Amministrazione aggiudicatrice (*URL*): www.fondazionesistematoscana.it

Profilo di committente (*URL*):

Ulteriori informazioni sono disponibili presso:

- I punti di contatto sopra indicati
- Altro: completare l'allegato A.I

Il capitolato d'oneri e la documentazione complementare (inclusi i documenti per il dialogo competitivo e per il sistema dinamico di acquisizione) sono disponibili presso:

- I punti di contatto sopra indicati
- Altro: completare l'allegato A.II

Le offerte o le domande di partecipazione vanno inviate a:

- I punti di contatto sopra indicati
- Altro: completare l'allegato A.III

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

I.2) TIPO DI AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE E PRINCIPALI SETTORI DI ATTIVITÀ

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Ministero o qualsiasi altra autorità nazionale o federale, inclusi gli uffici a livello locale o regionale | <input type="checkbox"/> Servizi generali delle amministrazioni pubbliche |
| <input type="radio"/> Agenzia/ufficio nazionale o federale | <input type="checkbox"/> Difesa |
| <input type="radio"/> Autorità regionale o locale | <input type="checkbox"/> Ordine pubblico e sicurezza |
| <input type="radio"/> Agenzia/ufficio regionale o locale | <input type="checkbox"/> Ambiente |
| <input type="radio"/> Organismo di diritto pubblico | <input type="checkbox"/> Affari economici e finanziari |
| <input type="radio"/> Istituzione/agenzia europea o organizzazione internazionale | <input type="checkbox"/> Salute |
| <input checked="" type="radio"/> Altro | <input type="checkbox"/> Abitazioni e assetto territoriale |
| | <input type="checkbox"/> Protezione sociale |
| | <input type="checkbox"/> Ricreazione, cultura e religione |
| | <input type="checkbox"/> Istruzione |
| | <input checked="" type="checkbox"/> Altro |

(specificare): Fondazione

(specificare): Comunicazione e Cultura

L'amministrazione aggiudicatrice acquista per conto di altre amministrazioni aggiudicatrici

- sì no

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

SEZIONE II: OGGETTO DELL'APPALTO

II.1) DESCRIZIONE

II.1.1) Denominazione conferita all'appalto dall'amministrazione aggiudicatrice

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono in Toscana e finalizzata a contribuire al successo e agli obiettivi della campagna promozionale "Marca Toscana. Voglio Vivere Così", cofinanziata dal FESR nell'ambito del PO CREO Regione Toscana 2007-2013, Attività 5.5.

II.1.2) Tipo di appalto e luogo di esecuzione, luogo di consegna o di prestazione dei servizi

(Scegliere una sola categoria – lavori, forniture o servizi – che corrisponde maggiormente all'oggetto specifico dell'appalto o degli acquisti)

(a) Lavori

- Esecuzione
- Progettazione ed esecuzione
- Realizzazione, con qualsiasi mezzo di lavoro, conforme alle prescrizioni delle amministrazioni aggiudicatrici

(b) Forniture

- Acquisto
- Leasing
- Noleggio
- Acquisto a riscatto
- Misto

(c) Servizi

Categoria di servizi: N.13
(Per le categorie di servizi 1-27, cfr. l'allegato II della direttiva 2004/18/CE)

Sito o luogo principale dei lavori:

Luogo principale di consegna:

Luogo principale di esecuzione:

Paesi Target per la promozione turistica toscana, tramite interazione con altre attività di promozione gestite dalla FST.

Codice NUTS ITE14

II.1.3) L'avviso riguarda

- un appalto pubblico
- l'istituzione di un sistema dinamico di acquisizione (SDA)
- l'istituzione di un accordo quadro

II.1.4) Informazioni relative all'accordo quadro (se del caso)

Accordo quadro con diversi operatori

Accordo quadro con un unico operatore

Numero _____, o, se del caso, numero massimo di partecipanti all'accordo quadro previsto

Durata dell'accordo quadro:

periodo in anni:

o mesi:

Giustificazione dell'accordo quadro con una durata superiore a quattro anni:

Valore totale stimato degli acquisti per l'intera durata dell'accordo quadro (se del caso, indicare solo in cifre):

Valore stimato, IVA esclusa:

Moneta:

oppure valore tra _____ e _____

Moneta:

Frequenza e valore degli appalti da aggiudicare (se nota) :

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

II.1.5) Breve descrizione dell'appalto o degli acquisti

La Fondazione Sistema Toscana, in quanto soggetto attuatore di parte della campagna promozionale "Marca Toscana. Voglio vivere così", per conto di Toscana Promozione, nell'ambito dell'attuazione dell'intervento 5.5 del PO CREO FESR Regione Toscana 2007-2013, intende acquisire un servizio di promozione finalizzato a raggiungere i seguenti obiettivi:

- Incrementare le presenze turistiche in Toscana
- Aumentare la visibilità e la qualificazione dell'immagine del sistema regionale
- Incrementare la visibilità e alto posizionamento del sistema regionale nel mondo web
- Aumentare l'immagine del sistema regionale nel target internazionale di riferimento della campagna, ovvero giovani adulti, con buona cultura, tendenzialmente dotati di leadership locale o familiare, partecipanti creativamente alle dinamiche sociali del loro ambiente di riferimento

Al fine di raggiungere questi obiettivi, la FST ha avviato più interventi ed attività congiunte che intendono:

- realizzare nuove forme di animazione e promozione dell'immagine della Toscana tramite social network, gruppi di discussione e nuove forme di comunicazione;
- distribuire con continuità informazioni su ciò che accade in Toscana attraverso una forma innovativa di distribuzione delle notizie relative agli eventi, grandi e piccoli, che animano il sistema sociale e turistico toscano;
- aumentare i servizi disponibili al turista che organizza i propri viaggi e cerca informazioni sulle proprie mete via web, rafforzando le potenzialità e i servizi del portale "intoscana.it" ed in particolare la sua parte "turismo.intoscana.it" (anche attraverso servizi collegati per i terminali mobili, per iphone eccetera).

L'insieme di queste attività, per motivi di animazione efficace e di maggiore attrattività degli eventi, dovrà essere completato tramite un'azione di marketing turistico e territoriale innovativa, fondata sulla capacità di suscitare attenzione verso i singoli eventi da quel target che è oggetto delle campagne integrate nell'azione "Voglio Vivere Così".

In sintesi, sulla base di una selezione degli eventi, sagre, feste, occasioni di attrazione che saranno fornite ai partecipanti (in forma esemplificativa e indicativa) e all'operatore selezionato (progressivamente e in forma definitiva), si richiederà di elaborare per ognuno di queste occasioni, forme innovative di attrazione e promozione proponendo: concorsi a premi (biglietti aerei premio, pacchetti turistici, eccetera), visite speciali (visite con testimonial speciali agli eventi o nei luoghi target, visite in luoghi normalmente non accessibili), occasioni turistiche innovative (p.e. Ospitalità in residenze non prettamente dedicate al turismo eccetera) e altre forme di promozione assimilabili.

Queste forme di concorso a premi o di promozione innovativa si dovranno integrare con le azioni di marketing, promozione e diffusione di notizie già avviate e, di fatto, fruiranno degli stessi canali di promozione ai quali, a discrezione del promotore, se ne potranno aggiungere altri che dovranno comunque essere coerenti con gli strumenti e l'impostazione della campagna.

L'obiettivo del servizio, non è quello di aggiungere specifica attività di promozione ordinaria per eventi che siano già programmati ma, invece, promuovere, attraverso forme integrative e innovative di attrazione e marketing, la presenza turistica in Toscana verso uno speciale target turistico che sarà il diretto beneficiario delle azioni, dei vantaggi economici e dei premi.

Gli eventi target saranno circa 100 e, relativamente all'importo posto a base di gare, almeno il 50% dell'importo andrà dedicato alle spese inerenti specificamente i premi o i costi diretti di cui saranno beneficiari i turisti premiati (biglietti aerei, residenze e pacchetti turistici, visite guidate, guide turistiche eccetera). Questa percentuale sarà componente di valutazione per individuare l'offerta economicamente più vantaggiosa.

Il candidato, dunque, in sede di offerta tecnica sarà tenuto a presentare, con gli opportuni particolari e sulla base di proprie scelte creative e organizzative, proposte, esemplificazioni e soluzioni che permettano a questa componente della campagna "Voglio vivere così" di attirare e colpire il target nelle aree obiettivo, coinvolgerlo e permettergli di essere, a sua volta, promotore dell'immagine della stessa Regione Toscana e delle sue attrattività turistiche, qualità della vita e opportunità residenziali.

Il servizio si compone, indicativamente, delle seguenti attività:

- Organizzazione di iniziative promozionali e di marketing finalizzate alla promozione ed alla valorizzazione di eventi presenti sul territorio toscano. Le campagne promozionale saranno ideate e sviluppate anche per essere veicolate sui maggiori social network mondiali (es: Facebook, Youtube, Flickr, Twitter, LinkedIn...) e su portali partecipativi, e non, dedicati al turismo (es: tripadvisor, turistipercaso,...). Le attività promozionali saranno diffuse ed integrate nei maggiori social network mondiali da un apposito Social Media Team costituito da Fondazione Sistema Toscana.
- Fanno parte di questa attività di ideazione e promozione viaggi premio, concorsi, contest a premi, biglietti premio, partecipazioni agli eventi in forma all-inclusive (viaggio, vitto, alloggio, disbrigo formalità, organizzazione, attuazione, premiazione, biglietti premio per eventi specifici collegati all'utilizzo di speciali canali di prenotazione, eccetera...)
- Fanno altresì parte di questa attività la cessione a titolo gratuito di biglietti, inviti e/o premi a turisti che abbiano organizzato e/o prenotato soggiorni e/o vacanze in Toscana eutononomamente ed a prescindere della campagna Voglio Vivere Così

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

- Realizzazione di materiali audiovisivi, multimediali, testuali ed applicazioni appositamente realizzati per essere diffusi ed integrati sui maggiori social network mondiali da un apposito Social Media Team costituito da Fondazione Sistema Toscana.

- Messa a punto di informazioni, attivazione di testimonial e sviluppo di occasioni di attrattività aggiuntive, anche seriali, che possano essere collegate all'azione di promozione e che possano essere diffuse attraverso il sistema di diffusione delle notizie che è attualmente in corso di attivazione.

Il target di riferimento è quello relativo al Turismo Toscano, come emerge dalle indagini svolte dai vari osservatori sia pubblici che privati. Nello specifico, considerando le dinamiche del turismo mondiale, si cercherà di cogliere quella componente del turismo che sia più dinamica, orientata alla fruizione del territorio con strumenti di auto-organizzazione della vacanza o di fruizione facilitata dai pacchetti turistici di media durata, che sia collegata ai comportamenti di consumo dei giovani-adulti under 50, fortemente vocati alla leadership locale o familiare, orientati a diffondere e discutere le proprie opinioni attraverso la frequentazione di social network o altre forme partecipate di informazione e discussione.

Quindi, la principale lingua di riferimento sarà l'inglese ma saranno gradite anche disponibilità in altre lingue e suggerimenti per l'azione su altri siti e social network non in lingua inglese, coerenti con il target turistico della Regione Toscana (francese, tedesco, russo, giapponese eccetera)..

Infine, gli eventi di riferimento saranno diverse decine (circa 100) e saranno indicati dalla Fondazione Sistema Toscana nel Capitolato d'Appalto in forma esemplificativa ma soddisfacente. Sarà cura del proponente, proporre altri che ritenga possano completare gli obiettivi della campagna.

I concorsi a premi e le altre forme di vantaggio per i partecipanti turisti saranno regolamentate dalla normativa italiana relativa e sarà cura del concorrente dotarsi di tutti gli strumenti adeguati a rispondere alle sue prescrizioni dove necessario (supporto notarile, pubblicità e accessibilità, rispetto della privacy eccetera) nonchè fornire tutti gli strumenti tecnici online ed offline necessari alla organizzazione, allo svolgimento ed alla partecipazione dei contest e delle attività.

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono
II.1.6) CPV (Vocabolario comune per gli appalti)

Vocabolario principale **Vocabolario supplementare**(*se del caso*)
Oggetto principale

II.1.7) L'appalto rientra nel campo di applicazione dell'accordo sugli appalti pubblici (AAP)

sì no

II.1.8) Divisione in lotti (*per ulteriori precisazioni sui lotti, utilizzare l'allegato B nel numero di copie necessario*)

sì no

In caso affermativo, le offerte vanno presentate per (*contrassegnare una sola casella*):

un solo lotto uno o più lotti tutti i lotti

II.1.9) Ammissibilità di varianti

sì no

II.2) QUANTITATIVO O ENTITÀ DELL'APPALTO

II.2.1) Quantitativo o entità totale (*compresi tutti gli eventuali lotti e opzioni*)

Importo base stimato 900.000,00 oltre iva se dovuta (novecentomila) Euro

Se noto, valore stimato, IVA esclusa (*indicare solo in cifre*): 900000.00

Moneta: EUR

oppure valore tra e

Moneta:

II.2.2) Opzioni (*se del caso*)

sì no

In caso affermativo, descrizione delle opzioni:

Se noto, calendario provvisorio per il ricorso a tali opzioni:

in mesi: *oppure* giorni: (dall'aggiudicazione dell'appalto)

Numero di rinnovi possibile (*se del caso*): *oppure* valore tra e

Se noto, nel caso di appalti rinnovabili di forniture o servizi, calendario di massima degli appalti successivi:

in mesi: *oppure* giorni: (dall'aggiudicazione dell'appalto)

II.3) DURATA DELL'APPALTO O TERMINE DI ESECUZIONE

Periodo in mesi: *oppure* giorni: (dall'aggiudicazione dell'appalto)

oppure dal 10/09/2009 (*gg/mm/aaaa*)

al 31/12/2010 (*gg/mm/aaaa*)

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

SEZIONE III: INFORMAZIONI DI CARATTERE GIURIDICO, ECONOMICO, FINANZIARIO E TECNICO

III.1) CONDIZIONI RELATIVE ALL'APPALTO

III.1.1) Cauzioni e garanzie richieste (se del caso)

Garanzia a corredo dell'offerta (cauzione o fideiussione ai sensi dell'art. 75 del D.Lgs. 163/06) di € 18.000, pari al 2% del prezzo a base d'asta. Validità 180 giorni dalla data di presentazione dell'offerta e cioè fino al 10/12/2009.

Garanzia fideiussoria da parte dell'esecutore del contratto pari al 10% dell'importo contrattuale al netto dell'I.V.A. con l'applicazione degli eventuali aumenti ai sensi dell'art. 113 comma 1 del D.Lgs. 163/06.

III.1.2) Principali modalità di finanziamento e di pagamento e/o riferimenti alle disposizioni applicabili in materia

Pagamento effettuato entro i termini e con le modalità da definire nel capitolato.

Pagamento in caso di subappalto. In caso di prestazione eseguita dal subappaltatore il pagamento della prestazione verrà effettuato nei confronti dell'Aggiudicatario che è obbligato a trasmettere, entro venti giorni dalla data di ciascun pagamento effettuato nei suoi confronti, copia delle fatture quietanzate relative ai pagamenti da esso corrisposti al subappaltatore, con l'indicazione delle ritenute di garanzia effettuate.

III.1.3) Forma giuridica che dovrà assumere il raggruppamento di operatori economici aggiudicatario dell'appalto (se del caso)

Raggruppamento temporaneo di impresa, Gruppo economico di interesse europeo o altra forma congruente prevista dal DGLS 163/2006.

III.1.4) Altre condizioni particolari cui è soggetta la realizzazione dell'appalto (se del caso)

sì no

In caso affermativo, descrizione delle condizioni particolari:

III.2) CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

III.2.1) Situazione personale degli operatori, inclusi i requisiti relativi all'iscrizione nell'albo professionale o nel registro commerciale

Informazioni e formalità necessarie per valutare la conformità ai requisiti:

Sono ammessi a partecipare alla gara i soggetti elencati nell'art. 34 e 47 del D.Lgs. 163/2006.

Sono esclusi dalla partecipazione alle procedure di affidamento degli appalti di forniture e servizi, né possono essere affidatari di subappalti, e non possono stipulare i relativi contratti, i soggetti partecipanti che si trovano in una delle condizioni di cui agli articoli 38, comma 1, e 34, comma 2, del D.Lgs. 163/06.

E' condizione di ammissione alla gara il raggiungimento della soglia minima richiesta per ciascuno dei requisiti di capacità tecnico-professionale ed economico-finanziaria riportati ai successivi punti III.2.2) e III.2.3). In caso di raggruppamento temporaneo d'impresa, di consorzio ordinario di concorrenti o di G.E.I.E., i requisiti di capacità tecnico professionale ed economico-finanziaria riportati ai successivi punti III 2.2. e III.2.3. devono essere posseduti dal complesso dei soggetti appartenenti all'eventuale raggruppamento, con l'eccezione della soglia di ammissione relativa al fatturato globale d'impresa, che deve risultare per almeno il 50% posseduto dalla mandataria capogruppo.

Le condizioni di partecipazione per i consorzi di cui alle lett. b) e c) dell'art. 34, comma 1, del D.lgs 163/06, per i subappaltatori, nonché le condizioni di partecipazione in caso di avvalimento, ai sensi dell'art. 49 del D.Lgs. 163/06 sono specificate di seguito.

I soggetti partecipanti, al momento della presentazione dell'offerta, quale condizione di ammissibilità alla gara, sono tenuti al pagamento del contributo di euro 40,00 a favore dell'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici di lavori, servizi e forniture.

III.2.2) Capacità economica e finanziaria

Informazioni e formalità necessarie per valutare la conformità ai requisiti: Livelli minimi di capacità eventualmente richiesti

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

(se del caso):

- dichiarazione del legale rappresentante sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/00, concernente l'iscrizione alla C.C.I.A.A. o altro soggetto equivalente con dicitura antimafia;
- dichiarazione del legale rappresentante sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/00, concernente il fatturato globale d'impresa realizzato negli ultimi tre esercizi;

(soglia di ammissione)

- Iscrizione alla CCIAA ovvero iscrizione nei registri equivalenti alla data di scadenza del termine per la presentazione della domanda di partecipazione;
- Realizzazione negli ultimi tre esercizi (2006 – 2008) di un fatturato complessivo di impresa non inferiore al triplo dell'importo a base d'asta al netto dell'IVA di cui, nel caso di RTI, almeno il 50% realizzato dal Capofila di eventuale RTI;

III.2.3) Capacità tecnica

Informazioni e formalità necessarie per valutare la conformità ai requisiti:

- dichiarazione del legale rappresentante sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/00, concernente l'elenco degli incarichi nel settore di questo appalto di rilievo richiesto, svolti nel triennio 2006 - 2008, con le indicazioni di cui all'art. 42, comma 1, lett. a) del D.Lgs. 163/06;
- dichiarazione sottoscritta dal legale rappresentante ai sensi del DPR 445/00, attestante l'indicazione del numero medio dei dipendenti e dei dirigenti negli ultimi tre esercizi;
- dichiarazione del legale rappresentante sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/00, concernente le condizioni di disponibilità per l'organizzazione, il personale, l'attrezzatura, il materiale e l'equipaggiamento tecnico di cui il prestatore di servizi disporrà per eseguire l'appalto e che risulterà probatoria in caso di penale per la eventuale difficoltà di fornitura durante lo svolgimento degli eventi;
- dichiarazione del legale rappresentante sottoscritta in conformità alle disposizioni del DPR 445/00, concernente il possesso dei requisiti in merito alle produzioni editoriali e pubblicitarie, ovvero di avere nel proprio organico almeno un giornalista iscritto all'albo nazionale o figura comparabile nel caso l'azienda non sia italiana con l'esperienza professionale richiesta.

Livelli minimi di capacità eventualmente richiesti

(se del caso):

(soglia di ammissione):

- avere svolto nel triennio 2006 – 2008 incarichi nel settore di dimensione, complessità e visibilità assimilabile a quelli posti a base dell'appalto, in favore di clientela pubblica e privata, per un importo complessivo di almeno 450.000 euro; il concorrente potrà allegare documentazione a sua discrezione che comprovi il possesso di detti requisiti, con particolare riferimento alla complessità, dimensione delle campagne di promozione e risultati delle stesse;
- numero medio annuo di dipendenti non inferiore a 10 e numero di dirigenti impiegati non inferiore a due, negli ultimi tre esercizi;
- mettere a disposizione della commessa almeno un manager principale e un manager assistente (specializzati nelle attività previste dall'appalto e con adeguata autonomia di decisione) di adeguata esperienza, competenza e affidabilità. Oltre al CV delle figure richieste, si accetterà ogni documentazione che permetta di valutare la qualità dei manager proposti.
- Mettere a disposizione della commessa almeno un giornalista iscritto da almeno 5 anni all'albo e adeguatamente esperto di comunicazione turistica, di viaggio, pubblicitaria o analoga figura per imprese non italiane. Allegare il cv per comprovare l'adeguatezza del profilo proposto.

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

III.2.4) Appalti riservati (se del caso)

sì no

L'appalto è riservato ai laboratori protetti

L'esecuzione dell'appalto è riservata ai programmi di lavoro protetti

III.3) CONDIZIONI RELATIVE ALL'APPALTO DI SERVIZI

III.3.1) La prestazione del servizio è riservata ad una particolare professione?

sì no

In caso affermativo,citare la corrispondente disposizione legislativa, regolamentare o amministrativa applicabile:

III.3.2) Le persone giuridiche devono indicare il nome e le qualifiche professionali delle persone incaricate della prestazione del servizio

sì no

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

SEZIONE IV: PROCEDURA

IV.1) TIPO DI PROCEDURA

IV.1.1) Tipo di procedura

- Aperta
- Ristretta
- Ristretta accelerata

Giustificazione della procedura accelerata:

La procedura d'appalto si svolgerà attraverso una procedura ristretta e accelerata ai sensi dell'articolo 55 e 70 comma 11 del DGLS 163/2006 a causa dell'impossibilità da parte della Fondazione Sistema Toscana di determinare con autonomia la data di tutti gli eventi e comporrà, dopo la valutazione delle candidature, la richiesta da parte della stessa Fondazione Sistema Toscana, di produrre offerta tecnica ed economica. Visti gli obblighi di attuazione che derivano da tempi non stabiliti dalla stessa Fondazione, si preavvisa i partecipanti che l'offerta sarà richiesta entro i termini previsti dall'articolo 11 comma b del D.Lgs. 163/2006, ovvero non oltre 22 giorni solari continuativi salvo diversa indicazione.

- Negoziata

Sono già stati scelti candidati?

- sì
- no

In caso affermativo, indicare il nome e l'indirizzo degli operatori economici già selezionati nella sezione VI.3) Altre informazioni

- Negoziata accelerata
- Dialogo competitivo

Giustificazione della procedura accelerata:

IV.1.2) Limiti al numero di operatori che saranno invitati a presentare un'offerta

(procedure ristrette e negoziate, dialogo competitivo)

Numero previsto di operatori

oppure numero minimo previsto 1 e se *del caso*, numero massimo 6

Criteri obiettivi per la selezione di un numero limitato di candidati:

- Anni di esperienza nel settore dell'Appalto;
- Qualità e rilevanza degli incarichi svolti.

IV.1.3) Riduzione del numero di operatori durante il negoziato o il dialogo *(procedura negoziata, dialogo competitivo)*

Ricorso ad una procedura in più fasi al fine di ridurre il numero di soluzioni da discutere o di offerte da negoziare

- sì
- no

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

IV.2) CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

IV.2.1) Criteri di aggiudicazione (contrassegnare le caselle pertinenti)

Prezzo più basso

oppure

Offerta economicamente più vantaggiosa in base ai

criteri indicati di seguito (i criteri di aggiudicazione vanno indicati con la relativa ponderazione oppure in ordine discendente di importanza qualora non sia possibile la ponderazione per motivi dimostrabili)

criteri indicati nel capitolato d'oneri, nell'invito a presentare offerte o a negoziare oppure nelle specifiche

Criteria	Ponderazione	Criteria	Ponderazione
1. 1 Qualità della proposta creativa	30	6.	
2. 2 Qualità delle soluzioni organizzative proposte, compresi e tempi e la qualità dello staff proposto	10	7.	
		8.	
		9.	
3. 3 Efficacia promozionale potenziale delle soluzioni proposte	30	10.	
4. 4 Ulteriori attività e eventi proposti	10		
5. 5 Offerta economica	20		

IV.2.2) Ricorso ad un'asta elettronica

sì no

In caso affermativo, fornire ulteriori informazioni sull'asta elettronica (se del caso)

IV.3) INFORMAZIONI DI CARATTERE AMMINISTRATIVO

IV.3.1) Numero di riferimento attribuito al dossier dall'amministrazione aggiudicatrice (se del caso)

IV.3.2) Pubblicazioni precedenti relative allo stesso appalto

sì no

In caso affermativo,

Avviso di preinformazione Avviso relativo al profilo di committente

Numero dell'avviso nella GU: **IS** - del (gg/mm/aaaa)

Altre pubblicazioni precedenti (se del caso)

IV.3.3) Condizioni per ottenere il capitolato d'oneri e la documentazione complementare (ad eccezione del sistema dinamico di acquisizione) oppure il documento descrittivo (nel caso di dialogo competitivo)

Termine per il ricevimento delle richieste di documenti o per l'accesso ai documenti

Data: 26/07/2009 (gg/mm/aaaa)

Ora: 13:00

Documenti a pagamento

sì no

In caso affermativo, prezzo (indicare solo in cifre):

Moneta:

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

Condizioni e modalità di pagamento:

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono
IV.3.4) Termine per il ricevimento delle offerte o delle domande di partecipazione

Data: 31/07/2009 (gg/mm/aaaa)

Ora: 13:00

IV.3.5) Data di spedizione ai candidati prescelti degli inviti a presentare offerte o a partecipare (se nota)
(nel caso delle procedure ristrette e negoziate e del dialogo competitivo)

Data: 05/08/2009 (gg/mm/aaaa)

IV.3.6) Lingue utilizzabili per la presentazione delle offerte/domande di partecipazione

ES	CS	DA	DE	ET	EL	EN	FR	IT	LV	LT	HU	MT	NL	PL	PT	SK	SL	FI	SV
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Altro:

IV.3.7) Periodo minimo durante il quale l'offerente è vincolato alla propria offerta (procedura aperta)

Fino al: (gg/mm/aaaa)

oppure periodo in mesi:

oppure giorni: (dal termine ultimo per il ricevimento delle offerte)

IV.3.8) Modalità di apertura delle offerte

Data: (gg/mm/aaaa) Ora:

Luogo (se del caso):

Persone ammesse ad assistere all'apertura delle offerte (se del caso)

sì

no

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

SEZIONE VI: ALTRE INFORMAZIONI

VI.1) TRATTASI DI UN APPALTO PERIODICO (se del caso)

sì no

In caso affermativo, indicare il calendario di massima per la pubblicazione dei prossimi avvisi:

VI.2) APPALTO CONNESSO AD UN PROGETTO E/O PROGRAMMA FINANZIATO DAI FONDI COMUNITARI

sì no

In caso affermativo, indicare il progetto e/o programma:

POR CREO Regione Toscana 2007-2013

VI.3) INFORMAZIONI COMPLEMENTARI (se del caso)

Le domande di partecipazione, siglata dal legale rappresentate del proponente (oppure, in forma congiunta o disgiunta, dai legali rappresentanti di eventuali forme di coalizione indicando la composizione della stessa coalizione di partecipazione), e la documentazione richiesta per comprovare l'ammissibilità alla procedura d'appalto dovranno giungere in busta chiusa, con sigla e timbro del partecipante (o del capofila) apposte in modo tale da escludere qualsiasi manomissione del plico (e obbligatoriamente sui lembi di chiusura del plico) e entro e non oltre la data indicata al punto IV.3.4). Nel caso di invio a mezzo di servizio postale fa fede la data di arrivo al Protocollo della Fondazione Sistema Toscana e non farà fede la data di spedizione. Si farà riferimento, per la valutazione, alla vigente giurisprudenza amministrativa, cooperando lealmente, comunque, con il partecipante al fine di garantire la massima partecipazione alla procedura.

Sulla busta, oltre all'indirizzo della Fondazione Sistema Toscana, dovrà essere indicata la dizione dell'appalto come indicata nel presente bando e la scritta NON APRIRE. Il mittente dovrà essere chiaramente indicato e altrettanto il numero di fax o la casella di posta elettronica certificata che verrà utilizzata per ogni comunicazione fra la stazione appaltante e il partecipante.

Le domande di partecipazione dovranno contenere tutta la documentazione comprovante i requisiti di cui al punto III.2. L'assenza anche di uno dei documenti richiesti comporterà l'esclusione del concorrente.

La documentazione andrà fornita separatamente per ogni membro dell'eventuale costituendo o costituito raggruppamento o altra forma di coalizione ammissibile. Nel caso di requisiti che debbano essere posseduti collettivamente, sarà cura del capofila inserire propria dichiarazione, ai sensi del DPR 445/00, che riassume il possesso collettivo dei requisiti. Si farà riferimento, per la valutazione della correttezza e completezza della documentazione, alla vigente giurisprudenza amministrativa, cooperando lealmente, comunque, con il partecipante al fine di garantire la massima partecipazione alla procedura d'appalto.

La procedura d'appalto si svolgerà attraverso una procedura ristretta e accelerata ai sensi dell'articolo 55 e 70 comma 11 del DGLS 163/2006 a causa dell'impossibilità da parte della Fondazione Sistema Toscana di determinare con autonomia la data di tutti gli eventi e comporterà, dopo la valutazione delle candidature, la richiesta da parte della stessa Fondazione Sistema Toscana, di produrre offerta tecnica ed economica. Visti gli obblighi di attuazione che derivano da tempi non stabiliti dalla stessa Fondazione, si preavvisa i partecipanti che l'offerta sarà richiesta entro i termini previsti dall'articolo 11 comma b del D.Lgs. 163/2006, ovvero non oltre 22 giorni solari continuativi salvo diversa indicazione.

Sul sito della Fondazione Sistema Toscana (www.fondazione-sistematoscana.it), oltre al presente bando, saranno presenti anche le seguenti documentazioni liberamente accessibili

- Scheda progetto di attuazione dell'attività 5.5 del POR CREO di cui è titolare Toscana Promozione e che prevede la delega funzionale a Fondazione Sistema Toscana
- eventuali risposte date ai concorrenti per chiarimento sul presente appalto, da inoltrare entro 20 giorni dalla pubblicazione del presente bando
- capitolato di appalto (dal momento dell'invito ai selezionati)

Nel caso in cui le domande di partecipazione risultino più di sei (6), la Fondazione si riserva, sulla base di considerazioni di economia procedimentale e di proporzionalità delle procedure, al fine di ridurre la complessità della valutazione e ridurre i tempi di svolgimento dell'appalto, di invitare a produrre offerta tecnica soltanto le aziende che risulteranno le più qualificate in merito

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

1. all'esperienza in attività assimilabili
2. con particolare riferimento alla qualità e alla visibilità degli strumenti utilizzati
3. al rilievo del ruolo svolto dall'organizzazione richiedente nell'organizzazione delle attività di promozione
4. al possesso effettivo e diretto degli strumenti per la promozione
5. alla qualità ed esperienza dei manager proposti.

Verrà stilata una graduatoria e, nel caso si decida di limitare il numero delle imprese da invitare, verranno invitate le aziende posizionate nelle sei (6) prime posizioni in graduatoria. Ognuno dei criteri indicati avrà un peso ponderale identico.

Le imprese verranno informate della scelta procedimentale della Fondazione con la medesima comunicazione che procederà all'invito a produrre offerta tecnica e che avverrà tramite fax o, se posseduta, tramite posta elettronica certificata. Sarà cura dei partecipanti fornire informazioni relative alla modalità di comunicazione per loro più opportuna apponendola sulla busta a seguito delle indicazioni del mittente.

VI.4) PROCEDURE DI RICORSO

VI.4.1) Organismo responsabile delle procedure di ricorso

Denominazione ufficiale: Tribunale Amministrativo della Toscana

Indirizzo postale:

Città: Firenze

Codice postale: 50100

Paese: Italia

Posta elettronica:

Telefono:

Fax:

Indirizzo Internet (URL):

Organismo responsabile delle procedure di mediazione (se del caso)

Denominazione ufficiale:

Indirizzo postale:

Città:

Codice postale:

Paese:

Posta elettronica:

Telefono:

Fax:

Indirizzo Internet (URL):

VI.4.2) Presentazione del ricorso (compilare il punto VI.4.2 oppure, all'occorrenza, il punto VI.4.3)

Informazioni precise sui termini di presentazione del ricorso:

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono
VI.4.3) Servizio presso il quale sono disponibili informazioni sulla presentazione del ricorso

Denominazione ufficiale: Tribunale Amministrativo della Toscana

Indirizzo postale:

Città: Firenze

Codice postale: 50100

Paese: Italia

Posta elettronica:

Telefono:

Fax:

Indirizzo Internet (URL):

VI.5) DATA DI SPEDIZIONE DEL PRESENTE AVVISO:

13/07/2009 (gg/mm/aaaa)

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

ALLEGATO A

ALTRI INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO

I) INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO PRESSO I QUALI SONO DISPONIBILI ULTERIORI INFORMAZIONI

Denominazione
ufficiale:

Indirizzo postale:

Città:

Codice postale:

Paese:

Punti di contatto:

Telefono:

All'attenzione di:

Posta elettronica:

Fax:

Indirizzo Internet (URL):

II) INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO PRESSO I QUALI SONO DISPONIBILI IL CAPITOLATO D'ONERI E LA DOCUMENTAZIONE COMPLEMENTARE (INCLUSI I DOCUMENTI PER IL DIALOGO COMPETITIVO E PER IL SISTEMA DINAMICO DI ACQUISIZIONE)

Denominazione
ufficiale:

Indirizzo postale:

Città:

Codice postale:

Paese:

Punti di contatto:

Telefono:

All'attenzione di:

Posta elettronica:

Fax:

Indirizzo Internet (URL):

III) INDIRIZZI E PUNTI DI CONTATTO AI QUALI INVIARE LE OFFERTE/DOMANDE DI PARTECIPAZIONE

Denominazione
ufficiale:

Indirizzo postale:

Città:

Codice postale:

Paese:

Punti di contatto:

Telefono:

All'attenzione di:

Posta elettronica:

Fax:

Indirizzo Internet (URL):

Ideazione, gestione e attuazione di una campagna di iniziative promozionali e di marketing finalizzata alla promozione ed alla valorizzazione di eventi che si svolgono

ALLEGATO B (1) INFORMAZIONI SUI LOTTI

LOTTO N. TITOLO

1) BREVE DESCRIZIONE

2) CPV (Vocabolario comune per gli appalti)

3) QUANTITATIVO O ENTITÀ

Se noto, valore stimato, IVA esclusa(*indicare solo in cifre*)

Moneta:

oppure valore tra e

Moneta:

4) INDICAZIONE DI UNA DURATA DIVERSA DELL'APPALTO O DI UNA DATA DIVERSA DI INIZIO/CONCLUSIONE (*se del caso*)

Periodo in mesi: oppure giorni: (dall'aggiudicazione dell'appalto)

oppure dal (*gg/mm/aaaa*)

al (*gg/mm/aaaa*)

5) ULTERIORI INFORMAZIONI SUI LOTTI