

FONDO DI ASSISTENZA
PER IL PERSONALE DELLA POLIZIA DI STATO

ENTE DI DIRITTO PUBBLICO
(Legge 12/11/1964, n. 1279 - D.P.R. 2 9/10/2010 n. 244)

***CAPITOLATO TECNICO/PRESTAZIONALE PER LA
RACCOLTA PUBBLICITARIA
SUL MENSILE UFFICIALE
DELLA POLIZIA DI STATO - POLIZIAMODERNA
CIG 838936964E***

FONDO DI ASSISTENZA PER IL PERSONALE DELLA POLIZIA DI STATO

ENTE DI DIRITTO PUBBLICO
(Legge 12/11/1964, n. 1279 - D.P.R. 2 9/10/2010 n. 244)

PREMESSA

Il presente Capitolato definisce le condizioni e le modalità di svolgimento dei servizi e costituisce parte integrante del contratto, stipulato dal Fondo di Assistenza per il Personale della Polizia di Stato, Ente di Diritto Pubblico, posto sotto la vigilanza del Ministero dell'Interno – Dipartimento della Pubblica Sicurezza, di seguito denominato “Editore”, e la Società aggiudicataria del servizio, in seguito indicata come “Concessionaria”.

1.1 Rappresentante per il Fondo di Assistenza - Il Fondo di Assistenza/Editore è rappresentato per le attività oggetto del presente Capitolato dal Direttore Editoriale della testata “Poliziamoderna” il quale svolgerà la funzione di controllo sulle attività del Concessionario indicate nel presente Capitolato ai sensi dell’art. 101, co. 1, del D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50.

1.2 Rappresentante per l’Impresa – L’impresa/Concessionaria deve nominare e comunicare al Fondo di Assistenza per il Personale della Polizia di Stato entro 15 (quindici) giorni dalla sottoscrizione del contratto, un proprio responsabile qualificato, per assicurare che il servizio sia svolto regolarmente ed in conformità agli impegni contrattuali assunti.

ART. 1

(Oggetto dell’appalto)

L'appalto ha per oggetto la promozione dei contratti di vendita degli spazi pubblicitari della testata “PoliziaModerna”, da svolgersi secondo le modalità di cui al presente capitolato e del contratto di concessione pubblicitaria.

La raccolta pubblicitaria all’interno del periodico non dovrà superare il massimo del 30% della foliazione della rivista.

ART. 2

(Modalità di esecuzione delle prestazioni)

1. Per l'esecuzione delle attività di cui al presente capitolato la Concessionaria si avvarrà della propria rete di vendita, stabilendo rapporti commerciali con le agenzie pubblicitarie, i clienti pubblici e privati, le istituzioni italiane ed estere, proponendo le azioni di marketing necessarie ad attrarre sempre più investitori pubblicitari.

La Concessionaria ha l’obbligo di inviare trimestralmente al Direttore dell’esecuzione del contratto, anche a mezzo di posta elettronica, l’esatto elenco dei nominativi del personale presente nella propria rete di vendita nonché l’elenco aggiornato dei propri clienti, ha l’obbligo inoltre di presentare semestralmente alla Rivista copia aggiornata del listino prezzi con la relativa percentuale di sconto applicata.

La Concessionaria potrà elaborare, in accordo con il Direttore dell’esecuzione del contratto, ogni forma promozionale all’interno del periodico che possa produrre nuovi bacini di utenza pubblicitaria.

FONDO DI ASSISTENZA PER IL PERSONALE DELLA POLIZIA DI STATO

ENTE DI DIRITTO PUBBLICO
(Legge 12/11/1964, n. 1279 - D.P.R. 2 9/10/2010 n. 244)

La Concessionaria deve garantire che ogni dichiarazione o rappresentazione non sia tale da indurre in errore il cliente, anche per mezzo di omissioni e mancanza di chiarezza, specie per quanto riguarda l'identità delle persone incaricate alla vendita. E' obbligata, inoltre, a tenere ogni altro comportamento che non arrechi danno all'immagine della Polizia di Stato e di Poliziamoderna.

La Concessionaria è l'unico interlocutore sia dei clienti italiani che esteri dell'Editore, con le eccezioni riportate al comma seguente.

Il Direttore Editoriale della rivista potrà contattare o essere contattato dagli inserzionisti individuati nelle seguenti ipotesi: Associazioni Onlus; Aziende convenzionate con il Fondo di Assistenza per il Personale della Polizia di Stato, in qualità di Editore; campagne di prevenzione sulla sicurezza pubblica in collaborazione con la Polizia di Stato; ogni altra attività connessa alla pubblicazione su iniziativa del Direttore Editoriale o delle Imprese.

2. Gli spazi pubblicitari riservati all'Editore per le ipotesi di raccolta pubblicitaria indicate, sarà pari al 3% della foliazione ulteriore a quella a disposizione della Concessionaria, per un totale complessivo di 33 pagine.

Inoltre, nell'ambito della riserva degli spazi pubblicitari, l'Editore pubblica nelle sezioni dedicate della home page, del sito www.poliziamoderna.it, un banner pubblicitario fisso con una misura minima di 263x90 pixels e una massima di 1084x90pixels. Nelle schermate che riportano al singolo articolo inserisce immagini pubblicitarie in formato jpeg con dimensione 542x90 pixels. La Concessionaria potrà avvalersi di tali inserzioni concordandone il prezzo di volta in volta tenendo conto della singola inserzione e della durata della pubblicazione (settimana, mese, trimestre, semestre, anno).

E' concessa facoltà alla Concessionaria, previo accordo con il "Rappresentante" per il Fondo di Assistenza, di cui al precedente punto 1.1 della Premessa, di inserire pubblicità anche in eccedenza rispetto a quelle a lei assegnate. In questo caso la Concessionaria utilizzerà la foliazione riservata all'Editore e corrisponderà a quest'ultimo il 50% del netto pagato dagli inserzionisti, verificabile attraverso la produzione delle relative fatture.

Sarà, altresì, facoltà dell'Editore utilizzare, senza alcun onere e/o corrispettivo alla Concessionaria, gli spazi pubblicitari lasciati liberi dalla stessa.

3. Ogni forma di pubblicità deve preventivamente essere approvata dal Direttore responsabile che ha la facoltà di esercitare il "diritto di rifiuto" ove, a motivo dei suoi contenuti, risultasse non conforme alle vigenti disposizioni legislative o non conforme ai principi espressamente delineati nel Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale (67^a edizione, in vigore dal 10 marzo 2020 e successivi aggiornamenti) a tutela dei consumatori, o non coerente con la linea editoriale del periodico.

Non sono comunque ammesse pubblicità che riportano o utilizzano riferimento, anche generici, a:

tabacco; super alcolici; droghe; annunci erotici; attività che potrebbe comportare dipendenza, ludopatia o circonvensione di incapace; politica, ivi compresa la presentazione di candidature e attività di promozione di candidature; razzismo; lavoro minorile.

FONDO DI ASSISTENZA PER IL PERSONALE DELLA POLIZIA DI STATO

ENTE DI DIRITTO PUBBLICO
(Legge 12/11/1964, n. 1279 - D.P.R. 29/10/2010 n. 244)

Sono vietate tutte le pubblicità di Imprese che non posseggono i requisiti soggettivi di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016, che risultano essere inserite nel Casellario delle Imprese di cui all'art. 7 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 – ANAC.

Inoltre, i clienti, pubblici e privati, devono possedere requisiti etici e morali non in contrasto con la funzione e gli obiettivi istituzionali della Polizia di Stato.

4. In merito alle tempistiche di trasmissione/comunicazione inerenti ai materiali pubblicitari ed alle loro caratteristiche si elencano le specifiche/modalità che definiscono l'oggetto della gara:
1. produzione dei file degli esecutivi in formato PDF/X-1a (standard ISO 15930-1:2001) con dimensioni della pagina di 20x26cm (per essere pubblicata a pagina piena) o con dimensioni pagina di 40x26cm (per essere pubblicata come doppia pagina), prevedendo la dovuta abbondanza di stampa di minimo 3mm per lato della pagina. Le immagini eventualmente presenti nel layout devono avere una risoluzione di almeno 300dpi.
I “redazionali pubblicitari” (pagine pubblicitarie redatte sotto forma di notizia o servizio di informazione giornalistica, contraddistinta e/o evidenziata da opportuna impaginazione e grafica), devono riportare espressamente una delle seguenti diciture: “messaggio promozionale”, “inserzione pubblicitaria”, “redazionale pubblicitario” e devono differenziarsi negli elementi che ne compongono la grafica e nella struttura dell'impaginazione da quelli che contraddistinguono la Rivista al fine di essere facilmente identificabili come tali;
 2. invio entro il giorno 1 del mese precedente a quello di pubblicazione (ad esempio entro il 1° gennaio dovranno essere fornite le informazioni degli spazi pubblicitari che saranno pubblicati sul mese di febbraio e comunque al momento di attivazione del servizio), tramite posta elettronica ad un indirizzo che verrà reso noto alla stipula del contratto, di un file in formato xls/xlsx (un foglio excel secondo uno schema prefissato che verrà fornito anche a titolo di esempio) in cui sono elencati i soggetti che faranno parte della pubblicazione in fase di lavorazione al fine della prenotazione degli spazi pubblicitari e per le esigenze di pianificazione del timone editoriale;
 3. invio delle pagine pubblicitarie già indicate nella comunicazione del punto 2) al periodico entro e non oltre il giorno 20 del mese antecedente quello di pubblicazione del numero (ad esempio il 15 gennaio dovranno essere forniti i file degli spazi pubblicitari che saranno pubblicati sul mese di febbraio); la Rivista riceverà esclusivamente i file via posta elettronica ad un indirizzo che verrà reso noto alla stipula del contratto. Un'opportuna procedura automatizzata provvedendo all'analisi della corrispondenza della conformità del materiale di cui al punto 1), produrrà una mail di risposta dell'avvenuta accettazione ovvero del rifiuto del materiale. Per il giudizio di conformità dei “redazionali pubblicitari” questi saranno sottoposti alla valutazione, per la corrispondenza delle specifiche del punto a), al Direttore Responsabile della Rivista che formulerà, insindacabile giudizio di accettazione o scarto che verrà comunicato sempre all'indirizzo di posta certificata indicato dal Concessionario. La Concessionaria nel caso di ricezione di nota relativa allo scarto del materiale dovrà attivarsi per la opportuna correzione e reinvio senza che questo comporti una deroga del termine citato;
 4. invio di mail di accettazione del “timone definitivo” (pagina in formato A3 che rappresenta graficamente lo schema delle pagine che compongono lo stampato, dove, in modo sintetico, si vanno a stabilire gli ingombri delle varie sezioni e la posizione di pagine pubblicitarie)

FONDO DI ASSISTENZA PER IL PERSONALE DELLA POLIZIA DI STATO

ENTE DI DIRITTO PUBBLICO
(Legge 12/11/1964, n. 1279 - D.P.R. 29/10/2010 n. 244)

entro le ore 9.00 del giorno successivo a quello di ricezione della mail di richiesta di accettazione, con l'indicazione della posizione delle inserzioni pubblicitarie. Le posizioni delle pagine non ricomprese in quelle indicate come II, III, IV di copertina e I romana saranno comunque poste al vaglio del Direttore Responsabile della Rivista che in caso di modifica ne riproporrà l'accettazione secondo le stesse modalità;

Qualora non venissero rispettate le procedure dei flussi editoriali indicati nel punto 2, 3 e 4, l'editore si riserva di applicare la penalità pari allo 0,5%, fatta salva l'eventuale richiesta di ulteriori danni.

Al fine di adempiere al rispetto dei flussi editoriali e alle caratteristiche/modalità indicate nei precedenti punti 1, 2, 3 e 4 del presente articolo, la Concessionaria deve possedere al suo interno una efficiente organizzazione tecnica in grado anche di assistere i potenziali clienti per l'ideazione e realizzazione di pagine pubblicitarie e/o di iniziative speciali.

Qualunque modifica che sarà apportata alle sopraindicate procedure sarà comunicata dall'Editore alla Concessionaria entro 30 giorni dalle avvenute variazioni.

Al fine di non svilire l'immagine o la valenza pubblicitaria del periodico, le tariffe di listino e le politiche commerciali devono essere concordate tra l'Editore e la Concessionaria nel mese di settembre dell'anno precedente a quello cui si riferisce la campagna di vendita degli spazi. La Concessionaria può dare mandato a sub agenti regionali o locali per la ricerca di clienti pubblici e privati. La responsabilità civile e penale del rapporto nonché eventuali oneri tra i sub agenti e la Concessionaria sono esclusivamente a carico della Concessionaria.

Eventuali agenti e/o sub-agenti che hanno rapporti con i clienti devono essere in possesso di indiscussi requisiti etici e morali nonché quelli soggettivi indicati dal D.Lgs. 50/2016.

5. Oltre a quanto stabilito in precedenza, sono a totale carico della Concessionaria, senza dar luogo ad alcun compenso aggiuntivo a nessun titolo, i seguenti oneri ed obblighi:
- la ripetizione di quei servizi oggetto del contratto che a giudizio dell'Editore non risultassero eseguiti conformemente a regola d'arte;
 - l'obbligo di segnalare per iscritto immediatamente all'Editore ogni circostanza o difficoltà relativa alla realizzazione di quanto previsto.

Rimangono, inoltre, a carico della Concessionaria tutte le spese relative alla produzione pubblicitaria.

ART. 3

(Funzione di vigilanza)

La vigilanza sul ciclo di pubblicazione è affidata al Fondo di Assistenza per il personale della Polizia di Stato per il tramite del Direttore Editoriale/dell'esecuzione ai sensi dell'art. 101, co.1, del D.Lgs. 50/2016 di cui al punto 1.1 della Premessa che ha l'obbligo di informare tempestivamente il Fondo di Assistenza di tutti gli inadempimenti di cui ai successivi punti. Al Direttore Editoriale devono essere tempestivamente comunicate, anche verbalmente, con successiva formalizzazione scritta, eventuali inadempienze e motivi di lamentela. Egli provvede, nel caso in cui il Concessionario durante lo svolgimento del servizio dia motivo a rilievi per negligenze ed inadempienze nell'osservanza delle clausole contrattuali, a notificare quanto prima e comunque entro le ventiquattrore successive, una formale diffida, nelle forme previste dall'art. 4 del contratto, senza pregiudizio per l'applicazione delle penalità. I controlli posti in essere dal committente devono intendersi indipendenti da qualsiasi altra

FONDO DI ASSISTENZA PER IL PERSONALE DELLA POLIZIA DI STATO

ENTE DI DIRITTO PUBBLICO
(Legge 12/11/1964, n. 1279 - D.P.R. 2 9/10/2010 n. 244)

forma di “controllo di qualità e/o autocontrollo” effettuato dal Concessionario, anche in esecuzione del presente Capitolato.

Il Fondo di Assistenza si riserva la facoltà di eseguire e/o fare eseguire tutti quei controlli che dovesse ritenere opportuni per il regolare svolgimento del servizio, anche attraverso gli Organi competenti previsti dalle vigenti normative del settore.

ART. 4

(Oneri e obblighi diversi a carico del committente, responsabilità della Concessionaria)

Sono a carico della Concessionaria gli oneri anche economici e gli obblighi che seguono:

- osservare le norme derivanti dalle vigenti leggi e decreti relativi alla sicurezza sui luoghi di lavoro, all'assicurazione dei dipendenti contro gli infortuni sul lavoro, la disoccupazione involontaria, la invalidità e le altre disposizioni in vigore o che potranno intervenire nel corso dell'appalto.
- impiegare, per le attività del servizio, personale munito di preparazione professionale e di conoscenze tecniche adeguate alla esigenza di ogni specifico lavoro e tali comunque da permettere ai vari addetti di conoscere il funzionamento delle apparecchiature e dei componenti che saranno chiamati a gestire per i servizi oggetto dell'appalto. Lo stesso personale dovrà avere conoscenza delle norme antinfortunistiche.
- produrre copia della polizza di assicurazione RC per danni dall'inizio degli stessi fino al termine finale. La Concessionaria è obbligata a fornire, ad ogni richiesta dell'Editore, tutte le documentazioni attestanti gli adempimenti riportati in precedenza nonché quelli previsti dalle normative specifiche del settore.
- Produrre l'organigramma societario, riportante la struttura organizzativa dell'impresa corredato dalle singole figure professionali impiegate nei vari settori.

ART. 5

(rinvio)

Per tutto ciò non disciplinato dal presente capitolato si rimanda alle disposizioni relative:

- alla legge ed al regolamento sull'amministrazione del patrimonio e sulla contabilità generale dello Stato;
- alle disposizioni contenute nella vigente normativa nazionale e comunitaria, in materia di appalti pubblici di servizi;
- al codice civile ed alle altre disposizioni normative in materia di contratti di diritto privato, per quanto non regolato dalle clausole e dalle disposizioni del contratto e del presente capitolato;
- alla Legge 3 agosto 2007 n. 123 e dal D. Lgs. 9 aprile 2008 n. 81;
- alla legge 7 marzo 2001, n. 62 – Nuove norme sull'editoria e nuove norme sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416;
- al Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale (67^a edizione in vigore dal 10 marzo 2020 e successivi aggiornamenti);
- T.U. 177 del 31/7/2005 così come modificato dal D. Lgs. 15/3/2010 n. 44;
- al contratto.