

**AVVISO ESPLORATIVO DI INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATO ALLA RICERCA DI PROPOSTE PER L’AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL’ART. 36, COMMA 2, LETT A) DEL D.LGS. 50/2016 DI UN SERVIZIO DI SOCIAL MEDIA MARKETING NELL’AMBITO DEL PROGETTO “AMITIE CODE \_ AMITIE CAPITALIZING ON DEVELOPMENT”**

**PREMESSA**

Il Comune di Reggio Emilia indice avviso di indagine di mercato finalizzato all’individuazione di operatori economici interessati all’affidamento di un servizio di Social Media Marketing nell’ambito del Progetto “AMITIE CODE \_ Amitie capitalizing on development”.

**PROCEDURA**

Affidamento diretto ai sensi dell’art. 36, comma 2, lettera a) del D.Lgs. 50/2016, previo svolgimento di indagine esplorativa di mercato.

**REQUISITI DI PARTECIPAZIONE**

Possono presentare proposte progettuali gli operatori economici:

- iscritti entro la data di scadenza dell’avviso, al Mercato Elettronico per la fornitura di prodotti/servizi corrispondente ad almeno uno dei seguenti CPV: 79340000-9 Servizi pubblicitari e di marketing; 79341000-6 Servizi pubblicitari; 79341100-7 Servizi di consulenza pubblicitaria; 79341200-8 Servizi di gestione pubblicitaria; 79341400-0 Servizi di campagne pubblicitarie; 79342000-3 Servizi di marketing; 79342100-4 Servizi di marketing diretto; 79342200-5 Servizi promozionali;
- in possesso dei requisiti di cui agli artt. 80 e 83 comma 3 del D.Lgs. 50/2016, nonché dei requisiti minimi di idoneità professionale, capacità economico finanziaria e di capacità tecnica e professionale, da dichiararsi in conformità alle disposizioni di cui al D.P.R. 445/2000.

**SERVIZIO COMPETENTE**

Politiche per lo Sviluppo Economico e l’Internazionalizzazione

**RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO**

Arch. Massimo Magnani

**OGGETTO DEL SERVIZIO**

Social Media Marketing nell’ambito del Progetto “AMITIE CODE \_ Amitie capitalizing on development”.

**VALORE DELL’AFFIDAMENTO**

L’importo stimato per l’affidamento del servizio in oggetto è di complessivi euro 15.500,00 lordi.

## SCENARIO E CONTESTO

Il Comune di Reggio Emilia è Partner nel Progetto AMITIE CODE \_ Amitie Capitalizing On Development (Rif. Contract n. DCI-NSAED/2014/338-472), finanziato dall'Unione Europea e presentato nell'ambito della Call "Raising public awareness of development issues and promoting development education in the European Union - EuropeAid/134863/C/ACT/MULTI" dal Comune di Bologna, che è capofila e coordinatore del Progetto.

Il Progetto ha come macro obiettivo quello di lavorare con diversi territori sulla promozione del concetto di come la cooperazione internazionale possa essere uno strumento di valorizzazione, anche in chiave di sviluppo economico, delle comunità di immigrati presenti sui territori locali.

I soggetti coinvolti nel Progetto sono:

- Coordinatore: Comune di Bologna
- Partner:
  - Education, Culture and Sports Department of Riga City Council \_ Lettonia (Partner 1)
  - Latvian Centre for Human Rights Council \_ Lettonia (Partner 2)
  - FAMSÍ - Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional \_ Spagna (Partner 3)
  - Sevilla ACOGE \_ Spagna (Partner 4)
  - Alma Mater Studiorum - Università di Bologna (Partner 5)
  - G. V.C. - Gruppo Di Volontariato Civile onlus (Partner 6)
  - Municipality of Reggio Emilia (Partner 7)
  - Regione Emilia-Romagna (Partner 8)
  - Camara Municipal de Loures \_ Portogallo (Partner 9)
  - Centro de Estudo Africanos, University Institute of Lisbon \_ Portogallo (Partner 10)
  - City of Toulouse \_ Francia (Partner 11)
  - City of Hamburg - Hamburger Volkshochschule \_ Germania (Partner 12)
- Affiliated Entity: ECCAR - European Coalition of Cities Against Racism (Germania);

Le tematiche principali del Progetto riguardano in sintesi:

- attività di cooperazione territoriale e decentrata;
- immigrazione e mobilità come motore per una crescita inclusiva e sostenibile;
- protezione dei diritti umani, uguaglianza e giustizia;
- giovani e urbanizzazione sostenibile;
- coerenza delle politiche per lo sviluppo.

Gli obiettivi generali individuati nel Progetto sono i seguenti:

- valorizzare il ruolo educativo che le esperienze locali possono avere sulla cittadinanza;
- valorizzare il ruolo di attori / persone della cooperazione allo sviluppo per lo sviluppo globale;
- mostrare i risultati della cooperazione allo sviluppo;
- rafforzare le capacità degli attori locali nel campo dell'educazione informale,
- rafforzare il ruolo delle Amministrazioni nell'agire come catalizzatori dei cambiamenti sociali;
- coinvolgere attivamente i giovani nella promozione di parità, diritti umani e modi di vita sostenibili;
- rafforzare le competenze distintive di insegnanti, dipendenti pubblici e Associazioni di immigrati nell'ambito delle azioni basate su approcci incentrati sui diritti umani;
- sensibilizzare cittadini e autorità locali riguardo ruolo e risultati della cooperazione allo sviluppo in un mondo in continua evoluzione (con particolare riguardo all'ambito Europa-Africa);
- rafforzare le politiche sull'immigrazione e la cooperazione allo sviluppo delle Autorità locali e regionali europee.

I gruppi target del Progetto sono Autorità locali, Associazioni di Autorità locali, studenti di scuola superiore, insegnanti di scuola superiore, cittadini, Associazioni di immigrati, stakeholders della cooperazione allo sviluppo ed i beneficiari finali saranno Autorità locali europee, studenti di scuola superiore, cittadini, immigrati.

In sintesi il Progetto, la cui fine è prevista per l'inizio del 2018 (20.01.2018) prevede sei Azioni

| Work Package   | Contenuti   |
|--|---|
| <b>Azione 1</b><br><b>Capitalizzazione e coinvolgimento degli stakeholders</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborazione output di Progetto</li><li>• Seminario di capitalizzazione</li><li>• Elaborazione linee guida del Progetto</li><li>• Inclusione di elementi di gestione della sostenibilità nel processo di lavoro</li><li>• Identificazione degli stakeholders locali e attivazione di piattaforme locali</li><li>• Eventi di sensibilizzazione</li></ul> |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Azione 2</b><br/>Approcci di formazione innovativi per lo sviluppo</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Istituzione di gruppi di lavoro e coinvolgimento di esperti internazionali</li> <li>• Elaborazione di moduli di formazione per insegnanti locali</li> <li>• Elaborazione di corsi di formazione per i dipendenti pubblici locali</li> <li>• Organizzazione e realizzazione di moduli di formazione</li> <li>• Elaborazione di linee guida politiche e piani d'azione locali</li> <li>• Tavole rotonde finali ed eventi di visibilità</li> </ul>   |
| <p><b>Azione 3</b><br/>La prossima generazione di scuole</p>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborazione e lancio di un concorso scolastico per un campagna di comunicazione in materia di parità e diritti umani</li> <li>• Creazione di gruppi di lavoro composti da giovani e mediatori</li> <li>• Creazione di una pagina Facebook</li> <li>• Azioni mirate all'apprendimento cooperativo in tema di cooperazione allo sviluppo e creazione di reti tra progetti esistenti</li> <li>• Realizzazione di una campagna di comunicazione e di altre produzioni creative</li> <li>• Organizzazione di eventi finali di visibilità locale</li> <li>• Attività di disseminazione delle produzioni creative realizzate</li> </ul> |
| <p><b>Azione 4</b><br/>2015EYD<br/>Festival Internazionale dello Sviluppo</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sondaggio online riguardante le informazioni di cui i cittadini hanno bisogno in tema di cooperazione allo sviluppo</li> <li>• Coinvolgimento di partner nazionali e internazionali per il Festival</li> <li>• Lancio una call internazionale per la partecipazione al Festival</li> <li>• Produzione e diffusione di materiale audiovisivo sul Festival</li> </ul>   |
| <p><b>Azione 5</b><br/>Diffusione On- e off-line e strategie di visibilità</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definizione di un progetto di diffusione e di una strategia di visibilità</li> <li>• Adattamento dell'immagine coordinata</li> <li>• Implementazione e gestione del sito web e dell'account del Progetto su social media</li> <li>• Lancio di una competizione per la produzione di una web-serie internazionale sulle tematiche del Progetto</li> <li>• Organizzazione di un tour delle produzioni realizzate</li> <li>• Traduzione degli strumenti di comunicazione e diffusione</li> </ul>   |
| <p><b>Azione 6</b><br/>Coordinamento generale e gestione del Progetto</p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Governance del Progetto</li> <li>• Amministrazione e coordinamento finanziario</li> <li>• Coordinamento tecnico e scientifico</li> <li>• Monitoraggio e controllo qualità</li> <li>• Valutazione</li> </ul>   |

In particolare l'Azione 5 - On- and Off-line dissemination and visibility strategy ha lo scopo di

- aumentare la visibilità dell'azione e diffondere i risultati e le metodologie di progetto a livello locale, nazionale e internazionale (Europa e Paesi dei Partner di Progetto);
- stimolare partenariati e reti locali;
- informare e coinvolgere le comunità locali;
- aumentare la consapevolezza circa l'interdipendenza globale e l'importanza dei Paesi in via di sviluppo (in particolare quelli dell'Africa) per l'Europa, attraverso stimoli da parte delle comunità locali e fornendo nuove visioni;
- migliorare la governance democratica e il livello di attenzione verso i diritti umani nei Paesi europei e in via di sviluppo, riconoscendo il ruolo positivo di Autorità locali, comunità locali e cittadini;
- promuovere la partecipazione attiva delle comunità in collegamento con gli immigrati e le comunità di Paesi terzi (in particolare Paesi africani);
- aumentare l'impegno e la partecipazione attiva dei giovani nella promozione di tematiche sullo sviluppo.

Il Comune di Reggio Emilia è il capofila di questa Azione, promuovendo e coordinando la progettazione e l'attuazione della strategia di diffusione e visibilità; la strategia deve essere definita garantendo un coordinamento stabile con tutti i Partner coinvolti, che saranno chiamati a contribuire alla definizione del piano di comunicazione e alla realizzazione delle attività in ogni Paese.

Per la realizzazione dell'azione è previsto l'impiego di nuove tecnologie (sito web, social network, digitalizzazione) che dovranno garantire la massima diffusione a livello locale e internazionale, valorizzando la partecipazione attiva di attori provenienti da gruppi informali - giovani, blogger, Associazioni, altre parti interessate sia europee che africane.

Il piano di comunicazione deve essere implementato da collegamenti internazionali e nazionali di tutti i Partner; in

particolare, la strategia di comunicazione e visibilità deve prevedere il rafforzamento grazie ai collegamenti con le reti internazionali a cui ciascun Partner appartiene e deve contribuire ad accrescere il dialogo e il dibattito sui temi dello sviluppo e dell'interdipendenza nei Paesi in cui i Partner hanno rapporti e collaborazioni attive, aumentando la visibilità dell'azione e diffondendo i risultati del Progetto sia a livello locale che internazionale.

Utilizzando ICT e nuovi media, dovrà essere progettata e realizzata una campagna sui social media che durerà almeno fino alla fine del Progetto e sarà pubblicizzata attraverso marketing *ad hoc*.

Il piano di comunicazione deve prevedere in particolare una definizione di immagine coordinata del Progetto, un sito web del Progetto e account su social media; in particolare, il piano di comunicazione deve prevedere anche azioni di comunicazione offline e online (a livello internazionale e locale), promozione di eventi volti a diffondere temi e risultati del Progetto e altro.

L'obiettivo finale è quello di aumentare la consapevolezza tra giovani, pubblico generale, insegnanti e dipendenti pubblici circa l'interdipendenza tra temi globali e vita quotidiana dei cittadini europei.

I risultati attesi dell'Azione sono:

- ampia visibilità del Progetto a livello locale (comunità locali), nazionale e internazionale (Unione Europea e Paesi Partner);
- potenziamento di partenariati e reti locali;
- aumento della consapevolezza delle comunità locali sui temi dello sviluppo e delle nuove sfide di un mondo interdipendente;
- diffusione dei risultati del Progetto e delle metodologie all'interno delle comunità e degli attori locali;
- maggiore consapevolezza circa importanza dei Paesi in via di sviluppo per l'Europa e la loro interdipendenza;
- maggiore riconoscimento del ruolo positivo di Autorità locali, comunità locali e cittadini che possono avere un ruolo per migliorare la situazione dei diritti umani nei Paesi europei e in quelli in via di sviluppo.

#### **OBIETTIVO SPECIFICO**

Il servizio di Social Media Marketing ha i seguenti specifici obiettivi:

- promozione di una attività di sensibilizzazione nei social network rivolta alle nuove generazioni dei Paesi Europei alle tematiche della cooperazione internazionale e del ruolo delle comunità di migranti in questi processi attraverso contenuti scritti nelle lingue dei Partner di Progetto;
- implementazione dei contatti delle pagine e dei profili dei social network di Progetto, allo scopo anche di rafforzare con specifiche campagne le attività promosse dai Partner di Progetto sia a livello territoriale che di singoli Paesi, con la possibilità di realizzare post e contenuti in lingua targettizzati;
- promozione di una strategia per raggiungere tramite la campagna social un pubblico non esperto nelle tematiche del Progetto, cercando di valorizzare anche i prodotti realizzati dagli Amicie Youth Team tramite i social;
- implementazione e creazione di contatti con altri canali, profili e pagine che operano a livello europeo e a livello internazionale sulla cooperazione internazionale e sul ruolo delle comunità migranti nei processi di cooperazione;
- creazione di un punto di contatto, confronto e sensibilizzazione;
- implementazione dei follower e dei "Mi Piace" dei social media di Progetto.

## **DESCRIZIONE E CONTENUTI DELLA PROPOSTA DA PRESENTARE**

I soggetti partecipanti dovranno predisporre una proposta, comprendente:

- A) **Domanda di partecipazione** all'indagine di mercato come da modello allegato, accompagnata da copia fotostatica del documento di identità del sottoscrittore;
- B) **Presentazione del partecipante** (massimo 6 facciate di foglio A4 - f.to pdf - testo corpo 12) che comprenda:
- curriculum;
  - portafoglio clienti;
  - elenco descrittivo dei lavori svolti simili a quello oggetto dell'indagine con riferimento a titolo del Progetto, committente, periodo di progettazione e sviluppo;
  - descrizione della struttura organizzativa che, in caso di affidamento, svilupperà il servizio;
- C) **Proposta tecnica** relativa al servizio di gestione, implementazione e monitoraggio della Social Media Campaign, consistente nella gestione della creazione di contenuti al fine di promuovere le tematiche del Progetto da svolgersi dalla data dell'affidamento del servizio fino alla conclusione del Progetto - data conclusione Progetto prevista 20.01.2018 - (massimo 6 facciate di foglio A4 - f.to pdf - testo corpo 12).  
I contenuti dovranno avere l'obiettivo di implementare i contatti con le pagine e i profili di Progetto, diffondere i contenuti (testuali, video o di immagini) in un contesto europeo e internazionale. La Social Media Campaign sarà attiva fino alla fine del Progetto e dovranno essere programmati anche contenuti in lingua rivolti a uno specifico target paese (in caso di iniziative locali promosse dai singoli Partner di Progetto).  
Ogni mese dovrà essere prodotto un report - in lingua inglese - di descrizione della strategia della campagna accompagnato dai risultati in termini qualitativi e quantitativi.  
La Social Media Campaign avrà inoltre l'obiettivo di promuovere l'accesso e l'uso degli strumenti utilizzati dal Progetto e in particolare della Web-App exhibition.  
La Social Media Campaign dovrà diffondere i contenuti e i temi di Progetto e fornire informazioni e nuove opportunità di dialogo online nei canali social di Progetto con i Paesi Partner di progetti di cooperazione e con le comunità di migranti coinvolte.  
La social media campaign dovrà raggiungere gli obiettivi specificati fornendo:
- informazioni generali sulla quota effettiva di investimento per la promozione dei contenuti di Progetto;
  - targettizzare e definire per le singole campagne aree geografiche, gruppi, pagine e fasce di età a cui le campagne vengono indirizzate;
  - report e analisi periodici dei risultati raggiunti;
  - strategia di connessione a iniziative, eventi, campagne internazionali che hanno elementi di contatto con le tematiche di Progetto.
- D) **Proposta economica** con indicazione del valore economico complessivo della proposta tecnica presentata espresso in euro, al netto dell'Iva di legge dovuta.

## **TERMINI E MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLA PROPOSTA**

Le proposte dovranno pervenire entro e non oltre il termine perentorio delle ore 13:00 di Venerdì 17 Febbraio 2017, con una delle seguenti modalità:

- spedizione a mezzo del servizio postale, mediante raccomandata A/R, all'Ufficio Archivio del Comune di Reggio Emilia - Via Mazzacurati, 11 - 42122 REGGIO EMILIA;
- inoltro tramite PEC al seguente indirizzo: [comune.reggioemilia@pec.municipio.re.it](mailto:comune.reggioemilia@pec.municipio.re.it);
- consegna diretta presso il Comune di Reggio Emilia - Archivio Generale - Sez. Protocollo - Via Mazzacurati, 11 - 42122 REGGIO EMILIA (aperto dal Lunedì al Venerdì dalle 8:30 alle 13:00).

e dovranno essere presentate:

- se inoltrate in cartaceo: in unica busta riportante la seguente dicitura "INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATO ALLA RICERCA DI PROPOSTE PER L'AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL'ART. 36, COMMA 2, LETT A) DEL D.LGS. 50/2016 DI UN SERVIZIO DI SOCIAL MEDIA MARKETING NELL'AMBITO DEL PROGETTO AMITIE CODE" e il nome del partecipante, contenente:
  - domanda di partecipazione redatta in carta libera secondo l'apposito modello predisposto di cui all'Allegato del presente Avviso;
  - copia fotostatica del documento di identità del sottoscrittore;
  - presentazione del partecipante;
  - proposta tecnica;
  - proposta economica;
- se inoltrate a mezzo pec: in unico invio riportando nell'oggetto "INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATO ALLA RICERCA DI PROPOSTE PER L'AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL'ART. 36, COMMA 2, LETT A) DEL D.LGS. 50/2016 DI UN SERVIZIO DI SOCIAL MEDIA MARKETING NELL'AMBITO DEL PROGETTO AMITIE CODE" con allegati i file (esclusivamente in formato pdf, eventualmente zippati e di peso complessivo non superiore ai 10 mb) relativi a:
  - domanda di partecipazione redatta in carta libera secondo l'apposito modello predisposto di cui all'Allegato del presente Avviso;
  - copia fotostatica del documento di identità del sottoscrittore;

- presentazione del partecipante;
- proposta tecnica;
- proposta economica.

Non saranno prese in considerazione le proposte pervenute oltre il termine sopra stabilito, anche se spedite entro lo stesso. Il Comune di Reggio Emilia non assume responsabilità per eventuali ritardi/disguidi postali o telegrafici o comunque imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o forza maggiore.

## CRITERI DI VALUTAZIONE

Il RUP procederà alla valutazione delle proposte pervenute prevedendo l'assegnazione di un punteggio massimo di 100 punti, suddivisi come segue:

|                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| PROPOSTA TECNICA   | Punti massimi: 70 |
| PROPOSTA ECONOMICA | Punti massimi: 30 |

La proposta tecnica sarà valutata secondo i seguenti criteri:

|  | Punteggio massimo |
|--|-------------------|
| • Qualità del curriculum   | 5                 |
| • Descrizione della strategia di comunicazione della campagna social del soggetto proponente   | 15                |
| • Qualità della proposta e quantità e durata di inserzioni proposte considerando una media di spesa giornaliera per la durata del Progetto | 20                |
| • Efficacia della proposta, intesa come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi specifici   | 10                |
| • Creatività e originalità della proposta  | 15                |
| • Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi prefissati  | 5                 |

Il RUP si riserva la facoltà di non procedere all'attribuzione di punteggio alle diverse voci per le quali non siano state rese, in modo chiaro, completo ed esaustivo, tutte le informazioni necessarie ad una corretta valutazione.

La proposta economica sarà valutata sulla base della seguente formula:

ribasso offerto

\_\_\_\_\_ X 30

ribasso massimo

Il RUP nell'esercitare tale funzione potrà avvalersi del supporto di funzionari delle Politiche per lo Sviluppo Economico e l'Internazionalizzazione. Il RUP ha la facoltà di richiedere ai partecipanti ulteriori chiarimenti e delucidazioni sulle proposte presentate, allo scopo di poter formulare giudizi meglio approfonditi e documentati.

La proposta che avrà ottenuto il punteggio complessivo maggiore sarà oggetto di invito all'affidamento diretto, tramite procedura negoziata telematica - affidamento diretto ai sensi dell'art. 36, comma 2 lett. a) del D.Lgs n. 50/2016 - da espletarsi con Trattativa Diretta o Richiesta d'Offerta tramite l'utilizzo del Mercato Elettronico in conformità a quanto disposto dall'art. 7 del D.L. 52/2012, convertito in Legge 94/2012.

In sede di affidamento potranno essere richieste ragionevoli modifiche, coerenti con l'indicata dotazione economica, al fine di personalizzare adeguatamente la proposta, che il proponente accetta sin d'ora con la partecipazione alla presente indagine.

### **ESONERO DI RESPONSABILITÀ**

I partecipanti, in relazione a quanto presentato, rispondono in proprio ed in via esclusiva della violazione di eventuali diritti spettanti a terzi ed esonerano il Comune di Reggio Emilia da ogni responsabilità.

### **TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 e successive modificazioni, si informa che il Comune di Reggio Emilia si impegna a rispettare il carattere riservato delle informazioni fornite dai partecipanti. Tutti i dati forniti saranno trattati solo per le finalità connesse e strumentali alla presente procedura ed alla eventuale stipula e gestione del contratto di affidamento, nel rispetto delle disposizioni vigenti. Il Responsabile del trattamento è l'Arch. Massimo Magnani.

Il trattamento dei dati raccolti verrà effettuato con strumenti manuali, informatici o telematici esclusivamente per fini istituzionali e precisamente in funzione e per i fini della presente procedura.

La firma in calce alla domanda di partecipazione varrà anche quale autorizzazione al trattamento dei dati personali limitatamente e ai fini della presente procedura.

### **PUBBLICAZIONE**

Il presente avviso ed i relativi allegati sono pubblicati all'Albo pretorio on line del Comune di Reggio Emilia e sul profilo informatico del committente [www.comune.re.it/gare](http://www.comune.re.it/gare), per al minimo 15 giorni naturali e consecutivi.

### **INFORMAZIONI**

Eventuali ulteriori informazioni potranno essere richieste a mezzo e-mail al seguente indirizzo

[pianificazione.strategica@comune.re.it](mailto:pianificazione.strategica@comune.re.it)

indicando nell'oggetto della e-mail "RICHIESTA CHIARIMENTI \_ INDAGINE DI MERCATO SERVIZIO SOCIAL MEDIA MARKETING \_ PROGETTO AMITIE".

### **NOTE**

Il presente Avviso ha scopo esclusivamente esplorativo, non costituisce avvio di procedura di gara pubblica né proposta contrattuale, è finalizzato all'espletamento di un'indagine conoscitiva e non comporterà l'instaurazione di posizioni giuridiche od obblighi negoziali nei confronti dell'Amministrazione, che si riserva la potestà di sospendere, modificare o annullare, in tutto o in parte, il procedimento avviato e di non dar seguito alle successive procedure di affidamento del servizio di cui trattasi.

La presentazione della candidatura da parte degli operatori economici non genererà alcun diritto od automatismo di partecipazione ad altre procedure di affidamento sia di tipo negoziale che aperto.

Ai sensi del D.L. 95/2012, convertito in Legge 135/2012 (art. 1, commi 7 e 13), il successivo contratto potrà essere recesso nell'immediato senza che la Ditta possa vantare alcuna rivalsa nei confronti dell'Amministrazione nel caso di intervenuta disponibilità di Convenzioni Consip e/o delle centrali di committenza regionali che prevedano condizioni di maggior vantaggio economico.

### **ALLEGATO**

- Fac-simile domanda di partecipazione all'indagine esplorativa di mercato.