



Finanziato
dall'unione europea
NextGenerationEU



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI



REGIONE DEL VENETO



Capitolato Tecnico Descrittivo

OGGETTO: Procedura negoziata ex art. 50, co. 1, lett. e) del d.lgs. n. 36/2023 per l'affidamento del servizio di ideazione, progettazione, definizione, sviluppo e realizzazione di una campagna di comunicazione dedicata alla promozione dei servizi offerti dai CPI in tema di mercato del lavoro da svolgersi mediante RDO del mercato elettronico della pubblica amministrazione (MEPA)

Premesse e inquadramento del servizio

Veneto Lavoro è un ente strumentale della Regione del Veneto istituito con legge regionale n. 31/1998, con funzioni di supporto e assistenza tecnica alle strutture regionali in tema di progettazione, gestione e valutazione degli effetti delle politiche attive del lavoro, osservazione e monitoraggio del mercato del lavoro e qualificazione dei servizi per l'impiego. A seguito del trasferimento di funzioni in materia di Servizi per il lavoro disposto dalla Legge n. 205/2017 e dalla Legge Regionale n. 45/2017, l'Ente ha assunto le funzioni di **direzione e coordinamento operativo dei Centri per l'Impiego (CPI) del Veneto**, della gestione del personale impegnato nell'erogazione dei servizi per il lavoro, dell'acquisizione dei beni e dei servizi necessari alle relative attività e del monitoraggio delle attività di erogazione della rete pubblica dei servizi per il lavoro.

In applicazione della legge 26/2019, l'Ente ha adottato il "**Piano straordinario di potenziamento dei Centri per l'impiego (CPI) in Veneto**", approvato dalla Regione del Veneto con DGR n.1770 del 29 novembre 2019 e successivamente aggiornato prima con DGR n. 1379/2020 per adeguarlo alle modifiche previste dal decreto del Ministro del lavoro e delle Politiche sociali 22 maggio e poi con DGR n. 149/2024 a seguito dell'inserimento del Piano tra gli interventi del PNRR, Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (Missione 5, Componente 1, Politiche del Lavoro, Intervento 1.1). Il Piano mira a rafforzare l'efficienza dei processi e degli strumenti dei CPI al fine di migliorarne il livello di performance complessivo, di accrescere la qualificazione professionale degli operatori e dei servizi e rinsaldare il governo del sistema dei servizi pubblici per il lavoro nella Regione del Veneto, riconoscendo l'importanza centrale dei servizi pubblici per l'impiego, che costituiscono l'infrastruttura primaria del mercato del lavoro.

In questo quadro di evoluzioni legislative ed organizzative, i Centri per l'impiego hanno cambiato funzioni e volto, configurandosi quali **centri dinamici ed orientati ad un servizio human-centred**, in grado di fornire un'ampia gamma di servizi professionali volti ad accompagnare i cittadini e le imprese in percorsi di attivazione lavorativa.

Questo passaggio ha posto la necessità di armonizzare il brand dei Centri per l'impiego – anche in termini infrastrutturali – l'immagine e le procedure di erogazione dei servizi dei Centri per l'impiego in prospettiva regionale, mettendo in campo azioni volte alla costruzione di un'immagine coordinata e di una nuova percezione dei servizi, sia interna sia esterna. A questo proposito, Veneto Lavoro promuove, progetta e realizza regolari **attività di comunicazione istituzionale**, interna ed esterna, finalizzate a garantire la piena trasparenza e accessibilità alle informazioni e ai servizi della Pubblica Amministrazione. In particolare, le attività di comunicazione si focalizzano soprattutto sulla promozione delle occasioni di incontro tra domanda e offerta di lavoro e delle opportunità di accesso al sistema delle politiche attive nazionali e regionali, sulla diffusione di elementi di conoscenza circa le caratteristiche e l'andamento del mercato del lavoro regionale (anche attraverso la valorizzazione dell'attività di ricerca svolta dall'Osservatorio regionale mercato del lavoro) e sulla promozione dei servizi offerti dalla rete dei Centri per l'impiego del Veneto a

lavoratori e imprese.

Le attività si realizzano prevalentemente tramite il **sito web istituzionale di Veneto Lavoro** (www.venetolavoro.it) e il **portale ClicLavoro Veneto** (www.cliclavoroveneto.it), con i rispettivi canali social, eventi online e in presenza, e modalità più tradizionali di informazione e, attraverso gli stessi Centri per l'impiego e uffici distribuiti sul territorio regionale, contatto con gli utenti. Se su Veneto Lavoro la comunicazione è prevalentemente di tipo istituzionale, i canali di ClicLavoro Veneto sono i veicoli di prima elezione per l'attuazione di campagne di comunicazione rivolte ai cittadini e alle imprese e focalizzate sulla promozione dei servizi e delle misure di politica attiva del lavoro. I contenuti sono veicolati tramite una molteplicità di strumenti, quali: news, schede informative, approfondimenti editoriali, focus tematici, rubriche, uscite sui principali social network (post, tweet, stories, reel, video ecc.), comunicati stampa, newsletter, eventi online e in presenza, infografiche, video, interviste, materiali di comunicazione grafica e altri strumenti. Il linguaggio delle attività di comunicazione si ispira ai criteri della semplicità, della chiarezza e della massima accessibilità, e a principi di autorevolezza e istituzionalità richiesti dalla natura dell'Ente Veneto Lavoro, ma al tempo stesso risulta informale, empatico e coinvolgente, soprattutto attraverso il canale ClicLavoro Veneto, per raggiungere efficacemente ogni tipologia di utente.

Ciononostante, si ritiene opportuno **rafforzare le attività di comunicazione** messe in atto anche attraverso l'adozione di ulteriori specifiche iniziative finalizzate ad aumentare la conoscenza da parte di cittadini e imprese riguardo ai servizi offerti dai CPI, rendere più semplice l'esercizio del diritto di accesso degli utenti, migliorare la percezione e la reputazione dei servizi pubblici per l'impiego, che ancora, in parte, risultano condizionate da stereotipi e da un diffuso pregiudizio nei confronti della Pubblica Amministrazione.

Oggetto del servizio

L'appalto ha quindi per oggetto l'ideazione, la progettazione, la definizione, lo sviluppo e la realizzazione di una campagna di comunicazione finalizzata a informare la cittadinanza su funzione, ruolo e attività dell'Ente Veneto Lavoro e sui servizi offerti dai CPI a persone e imprese, nonché sulle modalità di erogazione delle politiche attive per il lavoro disponibili sul territorio regionale.

L'obiettivo è quello di supportare il lavoro dei Centri per l'impiego con un piano di azioni di comunicazione finalizzate ad assicurare adeguata informazione e massima visibilità dei servizi erogati, raggiungendo gli utenti anche con strumenti innovativi e allargando le modalità di contatto con tutti i destinatari dei servizi (attuali e potenziali), con particolare riferimento a giovani, donne e categorie svantaggiate.

In particolare l'appaltatore dovrà predisporre un piano di comunicazione in grado di individuare messaggi, canali e strumenti di comunicazione efficaci per il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- promuovere la conoscenza e la consapevolezza collettiva sul ruolo svolto da Veneto Lavoro e dai Centri per l'impiego nell'attivazione delle persone;
- facilitare utenti e cittadini nel reperimento delle informazioni di proprio interesse e nell'accesso ai servizi;
- promuovere le opportunità di incrocio tra domanda e offerta di lavoro e l'accesso ai percorsi di politica attiva del lavoro (orientamento, formazione per il rafforzamento delle competenze, accompagnamento al lavoro);
- rafforzare la comunicazione dei servizi per il lavoro offerti dai Centri per l'impiego del Veneto a persone e imprese, anche a livello territoriale, favorendo una percezione positiva presso l'opinione pubblica del sistema pubblico dei servizi per l'impiego;
- supportare l'attività dei Centri per l'impiego, fornendo materiali di comunicazione e

strumenti utili a relazionarsi in maniera efficace con i propri utenti (persone e imprese);

- intercettare nuovi utenti.

Il pubblico di riferimento delle attività di comunicazione di Veneto Lavoro è generalmente molto ampio e comprende persone, imprese e famiglie. La fascia core di riferimento è tuttavia composta da uomini e donne in età lavorativa (tra i 18 e i 65 anni) che sono alla ricerca di un nuovo lavoro. Suddividendo il pubblico in gruppi target si possono individuare i seguenti destinatari prioritari:

- lavoratori e persone in cerca di lavoro (prioritariamente disoccupati, inoccupati, giovani, studenti in uscita dal percorso scolastico, lavoratori svantaggiati, persone con disabilità);
- aziende e datori di lavoro;
- Parti Sociali (associazioni di categoria e organizzazioni sindacali);
- Stakeholders (Pubbliche Amministrazioni, agenzie per il lavoro private, consulenti, associazioni, media, opinion leader e altri portatori di interesse capaci di diffondere i messaggi della campagna).

L'aggiudicatario dovrà fornire i dettagli del piano e della campagna di comunicazione entro un tempo ragionevole dall'aggiudicazione e comunque non oltre 1 mese dalla stessa. La realizzazione della campagna dovrà svolgersi in un arco temporale pari a circa 9 mesi, che decorrono dalla data di stipula del contratto, e comunque non oltre il 30/11/2025.

Il piano di comunicazione esecutivo dovrà contenere una stima dei costi previsti per la campagna media e per l'acquisto di spazi pubblicitari (inserzioni, radio, TV, affissioni, ecc.), che dovrà essere progettata e realizzata nel rispetto di quanto previsto dall'art. 49 del D.lgs. 8 novembre 2021 n. 208 (link: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2021-11-08;208!vig=2024-12-30>) in materia di destinazione di risorse da parte di Amministrazioni ed Enti pubblici a scopi promozionali e di comunicazione istituzionale.

Modalità di espletamento del servizio (o Descrizione dei servizi)

Il servizio ha per oggetto la definizione e relativa esecuzione di un **Piano di comunicazione** chiaro, competitivo, coerente, coinvolgente, attrattivo ed efficace nel raggiungimento degli obiettivi e dei gruppi destinatari indicati nel presente documento, in una logica di comunicazione integrata e multicanale che comprenda strumenti online e offline e che preveda l'utilizzo sia dei canali di ClicLavoro Veneto che di quelli istituzionali di Veneto Lavoro, secondo le specificità richiamate nel presente documento. Nella definizione del Piano va tenuto conto che il ruolo prioritario del sistema pubblico dei servizi per l'impiego è quello di favorire l'attivazione della persona nel suo percorso di riqualificazione e ricollocazione. Con l'obiettivo di rendere le informazioni facilmente accessibili e fruibili da tutti gli utenti, la strategia di comunicazione dovrà quindi concentrarsi su un numero definito di concetti chiave che legittimano il ruolo di Veneto Lavoro e Regione del Veneto, e più in generale del sistema dei servizi pubblici per il lavoro, quale strumento di supporto, gratuito ed efficace, e partner affidabile per i cittadini in situazione di difficoltà lavorativa e per le imprese. Il Piano dovrà indicare chiaramente elementi di analisi del contesto, *claim*, *tone of voice*, eventuale immagine coordinata, *visual*, *copy*, canali e strumenti, indicatori di monitoraggio e di valutazione (quantitativa e qualitativa) dell'efficacia delle azioni intraprese, e ogni altro dettaglio inerente alla campagna di comunicazione.

Tra le attività del piano di comunicazione, oggetto del servizio, dovranno essere necessariamente ricomprese almeno le seguenti attività:

- a) Pianificazione, organizzazione e realizzazione di almeno **n. 1 evento di portata regionale** rivolto a una platea di circa 200 persone, comprensivo dei seguenti servizi minimi: segreteria organizzativa (inviti, eventuale individuazione e locazione spazi ecc.); accoglienza e registrazione; hostess/steward in sala; registrazione video integrale dell'evento; servizio di coffee break e lunch; servizio di videomaking per effettuare riprese video nel corso dell'evento e il successivo montaggio di video promozionali; eventuali Fee per relatori e/o personale di supporto; ideazione e produzione di materiale promozionale (a titolo esemplificativo e non esaustivo: penne, blocco fogli, cartelline, programma, locandina ecc.); attività di comunicazione e ufficio stampa.
- b) Pianificazione, organizzazione e realizzazione di **n. 7 eventi territoriali**, uno per ogni provincia del Veneto, rivolti indicativamente a una platea di circa 50 persone, comprensivi dei servizi minimi indicati al punto precedente.
- c) Pianificazione e realizzazione di una **campagna media** (eventualmente programmata anche in periodi temporali diversi) sui principali organi di stampa, emittenti televisive e radiofoniche del territorio regionale, che comprenda **almeno** i seguenti servizi/prodotti:
- ✓ ideazione e realizzazione di almeno **n. 2 spot video** della durata indicativa di 30" da diffondere sulle principali emittenti televisive locali e regionali (a garanzia di copertura di tutto il territorio regionale) e relativa acquisizione degli spazi televisivi;
 - ✓ ideazione e realizzazione di almeno **n. 2 spot radiofonici** della durata indicativa di 30" da diffondere sulle principali emittenti radiofoniche venete (a garanzia di copertura di tutto il territorio regionale) e relativa acquisizione degli spazi radiofonici;
 - ✓ elaborazione dei contenuti, progettazione grafica ed acquisto degli spazi per **inserzioni pubblicitarie** sugli organi di stampa del Veneto più rappresentativi in termini di diffusione e copertura, sia nelle edizioni online che in quelle cartacee.
- d) Pianificazione e realizzazione di una **campagna outdoor** (statica e/o dinamica) a copertura dell'intero territorio regionale, con relativa acquisizione degli spazi.
- e) Pianificazione e realizzazione di un **piano editoriale web e social** e di una relativa **campagna di comunicazione** (organica e a pagamento), che possa prevedere anche il coinvolgimento di influencer, micro-influencer e content creator rappresentativi del territorio regionale e/o delle tematiche oggetto del servizio.
- f) Progettazione e realizzazione di **materiale informativo promozionale** (anche in diverse lingue) su supporto cartaceo e digitale da fornire ai Centri per l'impiego del Veneto (e relativi uffici distribuiti sul territorio regionale) a supporto delle proprie attività di informazione e comunicazione o da distribuire in occasione degli eventi organizzati nell'ambito della campagna di comunicazione; a titolo esemplificativo e non esaustivo, si prevede la produzione di materiali quali brochure, depliant, volantini, locandine, roll up, cartonati, flyer, cartelline, blocco fogli ecc.; la quantità di pezzi da produrre e stampare sarà valutata nel dettaglio a seguito della definizione del piano di comunicazione, ma è possibile stimare una quantità minima di 10.000 pezzi.
- g) Individuazione, personalizzazione e acquisto di **gadgettistica** sostenibile (indicativamente n. 5.000 pezzi), quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: penne, matite, post-it, block notes, calendari da tavolo ecc.
- h) Ideazione e realizzazione di almeno n. 20 **video istituzionali, video tutorial** e/o

video pillole (con regia professionale e/o tecniche di illustrazione grafica) su specifiche tematiche, da utilizzare per la diffusione tramite canali digitali e social network (max 3', declinabili anche in formati ridotti per opportuna diffusione in base alle specificità del canale utilizzato).

- i) Individuazione e attivazione di **azioni aggiuntive o strumenti innovativi** ritenuti utili ad amplificare l'efficacia dell'azione comunicativa e ad ampliare la platea di destinatari raggiunti; a titolo esemplificativo: webinar, incontri informativi e formativi online o in presenza, seminari, workshop, podcast, strumenti di intelligenza artificiale, contest per rafforzare l'immagine coordinata dell'Ente e dei servizi pubblici per l'impiego del Veneto ecc..
- j) Attività di **monitoraggio e valutazione** delle azioni attivate al fine di verificarne l'efficacia e la capacità di penetrazione all'interno del pubblico di riferimento.
- k) Supporto alle attività di **ufficio stampa** per tutta la durata del servizio, in relazione a specifiche azioni di comunicazione ed eventi.
- l) Servizio di **segreteria tecnica organizzativa**, accompagnamento, supporto e assistenza nella attività di implementazione e realizzazione di tutto il piano, fino alla conclusione del contratto, secondo quanto indicato nell'offerta tecnica attraverso il proprio gruppo di lavoro.

Il territorio dove eseguire il servizio è quello regionale Veneto.

Il servizio in oggetto, dovrà essere realizzato con la formula "chiavi in mano" e dovrà quindi considerare necessariamente l'acquisizione e il pagamento dei relativi spazi sui vari mezzi pubblicitari, della stampa del materiale informativo promozionale e delle attività di advertising sui social media e canali digitali, nonché alla definizione di accordi con eventuali soggetti terzi e ogni altro onere necessario alla realizzazione delle attività previste dal piano di comunicazione, nonché al pieno rispetto delle normativa vigente.

La campagna media e l'acquisto di spazi pubblicitari dovranno avvenire nel rispetto di quanto previsto dall'art. 49 del D.lgs. n. 208/2021 in materia di destinazione di risorse da parte di amministrazioni ed enti pubblici a scopi promozionali e di comunicazione istituzionale.

Nel corso della durata del contratto, la ditta aggiudicataria dovrà produrre regolari Rapporti di Monitoraggio contenenti almeno la descrizione dettagliata delle attività svolte e dei prodotti e servizi realizzati, e i risultati raggiunti sulla base degli indicatori individuati.

Il servizio, inoltre, prevede la partecipazione in presenza ad una serie di incontri di coordinamento presso la Stazione Appaltante e/o presso la Regione del Veneto.

L'aggiudicatario dovrà inoltre fornire a Veneto Lavoro, su indicazione di quest'ultimo, tutti i servizi strettamente connessi alle attività oggetto dell'appalto che, pur non espressamente compresi nell'elenco sopra descritto, siano ritenuti, a giudizio insindacabile della Stazione Appaltante, necessari allo svolgimento ed al buon esito del servizio appaltato.

Durata contrattuale

Il contratto per il servizio oggetto del presente capitolato dovrà terminare entro il 30/11/2025.

Figure professionali

Per la realizzazione dei servizi richiesti, l'Affidatario dovrà mettere a disposizione un suo team dedicato, che preveda almeno le seguenti figure professionali: project manager, esperto in

comunicazione, esperto nell'organizzazione e gestione di eventi, social media manager, grafico/art director, videomaker, giornalista.

Altre annotazioni

- PROPRIETÀ DEI PRODOTTI, DIRITTI D'AUTORE e ASPETTI LEGATI ALLA PRIVACY:
 - _ Tutto il materiale elaborato e prodotto in esecuzione dell'affidamento sarà di esclusiva proprietà di Veneto Lavoro, che ne potrà disporre liberamente. In ogni caso, al termine del rapporto contrattuale l'Appaltatore dovrà garantire il passaggio di consegne, comprensivo degli elaborati (digitali e cartacei) prodotti nel corso del servizio, che potranno essere utilizzati da Veneto Lavoro senza che il fornitore possa chiedere alcun compenso aggiuntivo rispetto a quanto previsto nel presente capitolato.
 - _ Per ogni tipologia di contenuto che si intende pubblicare dovrà essere inoltre verificata, a cura dell'Affidatario, la presenza delle relative liberatorie dei diritti di utilizzo, il rispetto delle regole della privacy e di ogni altra normativa vigente.
 - _ Il Fornitore assume l'obbligo di tenere indenne Veneto Lavoro da tutte le rivendicazioni, le responsabilità, perdite e danni pretesi da chiunque, nonché da tutti i costi, le spese o responsabilità correlati (compresi gli onorari di avvocati in equa misura) a seguito di qualsiasi rivendicazione di violazione dei diritti di autore o di qualsiasi marchio italiano o straniero, derivante o che si pretendesse derivare dalla prestazione.
- COSTI:
 - _ Resta inteso che tutti i costi di produzione sono a carico dell'Affidatario. Nei costi di produzione si intendono ricompresi anche i costi relativi all'eventuale acquisto e/o estensione dei diritti di terzi solo per i prodotti originali proposti, approvati e realizzati dall'Affidatario stesso (quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: modelli, attori, illustratori, diritti musicali, etc.), eventuali oneri SIAE ed in generale qualsiasi altro costo relativo a prodotti e/o servizi di terzi funzionali all'esecuzione dell'incarico (quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: traduzioni, ricerche di mercato, etc.). In particolare, qualora ai fini dell'esecuzione del presente Servizio l'Affidatario si trovi a trattare l'acquisto di diritti dei terzi sarà compito dello stesso ottenere le liberatorie adeguate alle esigenze di diffusione delle attività di comunicazione dagli effettivi titolari dei diritti ceduti, accertandone preventivamente la legittima titolarità.
- ALTRO:
 - _ Nel corso dell'espletamento dei servizi l'Appaltatore dovrà assicurare il continuo trasferimento di know-how acquisito sulle attività condotte, al fine di rendere l'eventuale prosecuzione delle attività più efficace possibile.

Processo di attivazione dei servizi

Il Fornitore aggiudicatario dell'Appalto Specifico è tenuto ad eseguire tutti i servizi oggetto dell'Appalto Specifico, secondo le modalità e le tempistiche descritte:

- nel presente Capitolato Tecnico;
- nel Capitolato Tecnico di cui al Bando istitutivo;
- nell'Offerta Tecnica presentata in Appalto Specifico.

Ogni segnalazione, richiesta o proposta tra l'Amministrazione e il Fornitore dovrà essere formalizzata a mezzo PEC.

Corrispettivi e modalità di pagamento

Per il dettaglio si rimanda allo schema di Contratto.

Livelli di servizio e penali

Pari opportunità e inclusione lavorativa nei contratti pubblici nel PNRR

attraverso autocertificazione rilasciata dal titolare effettivo, (modello allegato)

Si dà atto che la procedura di affidamento è finanziata interamente con le risorse previste dal PNRR, e precisamente è finanziato dall'unione Europea nell'ambito del NextGenerationEU. Di conseguenza nei contratti dovranno essere rispettati i principi di genere, generazionali e di inclusione di persone con disabilità, come declinati dalle Linee Guida di cui al DPCM del 7.12.2021.

Ai sensi dell'art. 47 comma 2 del D.L. n. 77/2021, convertito con modificazioni con L. n. 108/2021, gli operatori economici che occupano un numero pari o superiore a 50 dipendenti sono tenuti alla redazione del rapporto sulla situazione del personale ai sensi dell'art. 46 del d.lgs. 198/2006, producono, a pena di esclusione, al momento della presentazione dell'offerta copia dell'ultimo rapporto redatto, con attestazione della sua conformità a quello trasmesso alle rappresentanze sindacali aziendali e alla consigliera e al consigliere regionale/provinciale di parità, ai sensi del secondo comma del citato art. 46, ovvero, in caso di inosservanza dei termini previsti dal comma 1 del medesimo articolo 46, con attestazione della sua contestuale trasmissione alle rappresentanze sindacali aziendali e alla consigliera e al consigliere regionale di parità.

Ai sensi dell'art. 47, comma 3, del D.L. n. 77/2021, convertito con modificazioni con L. n. 108/2021, gli operatori economici che occupano un numero pari o superiore a 15 e inferiore a 50 dipendenti, entro sei mesi dalla stipulazione del contratto, consegnano alla Stazione appaltante una relazione di genere sulla situazione del personale maschile e femminile in ognuna delle professioni e in relazione allo stato di assunzioni, della formazione, della promozione professionale, dei livelli, dei passaggi di categoria o di qualifica, di altri fenomeni di mobilità, dell'intervento della Cassa integrazione guadagni, dei licenziamenti, dei prepensionamenti e pensionamenti, della retribuzione effettivamente corrisposta. Tale relazione è trasmessa alle rappresentanze sindacali aziendali e alla consigliera e al consigliere regionale di parità.

La mancata produzione della relazione di genere sulla situazione del personale maschile e femminile nei termini sopra citati comporta:

- l'applicazione di penali ai sensi dell'art. 47 comma 6, del D.L. n. 77/2021, convertito con modificazioni con L. n. 108/2021, pari allo 0,6 per mille dell'ammontare netto contrattuale per ogni giorno di ritardo nella produzione della relazione;
- impossibilità di partecipare in forma singola o in raggruppamento temporaneo, per un periodo di 12 mesi, ad ulteriori procedure di affidamento afferenti ai finanziamenti pubblici finanziati con risorse derivanti da PNRR e PNC.

Si precisa che lo svincolo della garanzia definitiva avverrà solo ed esclusivamente a fronte della trasmissione all'ente committente, da parte dell'aggiudicatario, della relazione di genere sulla situazione del personale maschile e femminile nei termini sopra indicati.

Penali

1. il mancato rispetto delle tempistiche previste dal Piano operativo di dettaglio, comporterà l'applicazione di una penale pari a euro 500 per ogni giorno di ritardo, o frazione, rispetto alla tempistica pianificata;

2. qualora da eventuali ispezioni, effettuate dall'Amministrazione emerga il mancato rispetto anche di un solo elemento fra quelli oggetto di ispezione, l'Amministrazione applicherà una penale pari a 1.000 euro/giorno, calcolata dal giorno in cui è stato riscontrato il mancato adempimento da parte dell'Amministrazione al giorno in cui il Fornitore avrà provveduto a sanare la situazione, comunicando per iscritto all'Amministrazione le azioni correttive adottate. Resta ferma l'applicazione delle ulteriori penali previste dal suddetto documento in caso di mancato rispetto degli specifici livelli di servizio richiesti;
3. saranno applicate le ulteriori penali previste dallo schema di contratto condizioni speciali in relazione agli ulteriori adempimenti normativi/contrattuali previsti.

Revisione dei prezzi

Qualora, nel corso di esecuzione del contratto, al verificarsi di particolari condizioni di natura oggettiva, si determini una variazione in aumento o in diminuzione del costo del servizio, superiore al cinque per cento dell'importo complessivo, i prezzi sono aggiornati nella misura dell'ottanta per cento della variazione in relazione alle prestazioni da eseguire. Ai fini del calcolo della variazione dei prezzi, si utilizzano gli indici delle retribuzioni contrattuali orarie ai sensi dell'articolo 60, comma 3, lettera b del Codice.