

PROCEDURA APERTA TELEMATICA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI PROMOZIONE DELL’IMMAGINE CROSS CHANNEL E CROSS MEDIA: PORTALE WEB, CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE, CANALI SOCIAL E ATTIVITÀ DI WEB MARKETING PER LA DURATA DI UN ANNO

CAPITOLATO DI GARA

Art. 1 – Informazioni generali

Ai fini dell'esecuzione del servizio si illustrano di seguito alcuni dati e informazioni relativi dell'Università relativi all'anno accademico 2023 – 2024. Tali dati e informazioni sono forniti a scopo informativo del mercato e, pertanto, non sono in alcun modo impegnativi, né vincolanti per l'Università nei confronti dell'aggiudicatario del contratto.

Il totale degli studenti iscritti è di oltre 45.400 studenti, di cui 14.800 iscritti al primo anno dei corsi di Laurea, di Laurea Magistrale a Ciclo Unico e di Laurea Magistrale.

Sono stati attivati n. 73 Corsi di Laurea, n. 74 Corsi di Laurea Magistrale, n. 9 Corsi di Laurea Magistrale a Ciclo Unico n. 40 Master, n. 40 Scuole di Specializzazione, n. 33 Corsi di Dottorato.

Art. 2 – Oggetto del Servizio

L'Università degli Studi di Palermo ha necessità di acquisire per un periodo continuativo di un anno un servizio di promozione dell'immagine cross channel e cross media: portale web, campagne di comunicazione, canali social e attività di web marketing”, anche al fine di potenziare ed uniformare le attività di comunicazione di Ateneo sui diversi media con particolare riferimento all'area digitale web/social (Portale di Ateneo, Google, Meta, LinkedIn, X, etc.).

Il servizio è, inoltre, richiesto allo scopo di riprogettare tecnicamente e mantenere aggiornato l'attuale Portale di Ateneo, ideare, sviluppare e promuovere campagne di comunicazione efficaci ed efficienti (tramite video, pubblicità, campagne multi-soggetto, etc.) e ideare, gestire e monitorare attività di Social e Web marketing che favoriscano la visibilità dell'Ateneo.

L'Università degli Studi di Palermo ha previsto lo svolgimento di apposite campagne promozionali integrate aventi ad oggetto la comunicazione istituzionale:

- le immatricolazioni,
- l'orientamento,
- il 5xmille,
- eventi istituzionali: Inaugurazione Anno Accademico, Graduation Day, ecc...

È fatto obbligo all'aggiudicatario di provvedere, altresì, al servizio di restyling del sito web di Ateneo al fine di consentirne un'esperienza di navigazione dinamica, attrattiva e fruibile, anche da dispositivi mobili, assumendo un ruolo chiave nel progetto di comunicazione strategica dell'Ente e diventando una vera e propria vetrina di tutte le attività realizzate mediante l'adozione di nuove tecnologie web-based, e la creazione di contenuti ottimizzati per la fruizione mobile. Inoltre, il sito web dovrà fungere da ponte di collegamento con le altre piattaforme gestionali del sistema informativo dell'Ateneo, permettendo la presentazione di informazioni in modo semplice e intuitivo.

L'aggiudicatario opererà in sinergia con il Settore Comunicazione e URP, che coordinerà le attività previste, e con il supporto dell'Area Sistemi Informativi di Ateneo con riferimento alle azioni relative al restyling del Portale web. In ogni caso è richiesto almeno un incontro mensile in presenza presso la sede di piazza Marina, 61 (Palermo) durante il periodo di collaborazione e il presidio degli eventi oggetto del contratto.

Sono necessarie ufficiali previsioni di spesa e conseguente reportistica della performance con relativa esposizione del budget impiegato all'inizio e al termine di ogni campagna.

È necessario un meeting ad hoc al Complesso Monumentale dello Steri (piazza Marina, 61-Palermo) dedicato allo Stato di Avanzamento Lavori (SAL) ogni bimestre.

Art. 3 – Azioni e prestazioni richieste

Si elencano di seguito le azioni da mettere in campo:

1. Consulenza strategica e project management;
2. Campagne promozionali integrate;
3. Gestione delle campagne;
4. Social media marketing;
5. Servizio audio video;
6. Restyling sito web di Ateneo.

DETTAGLIO ATTIVITÀ

1. Consulenza strategica e project management

➤ Consulenza strategica

Si richiede un servizio di consulenza costante caratterizzato da propositività, attento ascolto delle esigenze della committenza e impegno nella produzione di documentazione strategica finalizzata ad orientare le azioni di comunicazione che si svolgeranno durante il periodo contrattuale.

In particolare, mirata:

- all'analisi degli scenari di mercato, dei concorrenti e dei target di riferimento,
- alla definizione degli obiettivi nel breve e medio periodo,
- al supporto al posizionamento attraverso la comunicazione,
- al supporto alla pianificazione media.

➤ Project management

Al fine di garantire il servizio e l'attuazione dei progetti oggetto del presente contratto si richiede il coinvolgimento di almeno n. 4 specialist dedicati al sistema di comunicazione: Branding ed eventi, Campagne promozionali, Web, Social media, Web marketing.

A questi dovrà aggiungersi una figura di coordinamento delle attività funzionale a centralizzare il dialogo con l'Ateneo, snellendo i processi.

Le figure in particolare dovranno essere:

- Account Manager, che gestirà la supervisione in maniera sistemica di tutte le azioni che si intraprendono anche a livello multichannel, assicurando che i progetti siano eseguiti con successo e conformi alle aspettative dell'Ateneo. Sarà il punto di contatto principale, garantendo una comunicazione costante ed efficace per massimizzare il valore aggiunto delle azioni.
- Digital Project Manager, che guiderà e coordinerà anche in collaborazione con UniPa lo sviluppo del restyling del sito web, garantendo il rispetto delle tempistiche, del budget e degli standard di qualità. Sarà esperto nel comprendere le esigenze e nell'adottare strategia digitali per raggiungere gli obiettivi prefissati.
- Digital Strategist, che coordinerà le strategie di marketing digitale confrontandosi con UniPa, utilizzando le nuove tendenze e tecnologie per raggiungere obiettivi specifici attraverso i canali digitali. Garantirà l'efficacia delle azioni e delle campagne sulle piattaforme digitali, collaborando con il team multidisciplinare e monitorando e rendicontando periodicamente i risultati.
- Producer ADV BTL, che sarà responsabile della supervisione della creazione e della

gestione di contenuti fotografici, video e materiali stampati, coordinando l'intero processo di produzione. Garantirà il rispetto delle scadenze e delle specifiche di produzione, supervisionando le attività di montaggio, editing e distribuzione dei contenuti.

2. Campagne promozionali integrate

➤ Campagna Immatricolazioni

È richiesto uno studio creativo (concept, art e copy) e la presentazione di:

- Layout e breve testo descrittivo
- Storyboard video
- Modifiche e adattamenti su proposte scelte fino ad approvazione
- Esecutivi stampa
- Esecutivi OOH-DOOH
- Esecutivi Digital/Social
- Produzione Video/Spot
- Produzione di almeno n. 3 video ad uso digital social.

➤ Campagna Orientamento

È richiesto uno studio creativo (concept, art e copy) e la presentazione di:

- Layout e breve testo descrittivo
- Esecutivi OOH-DOOH
- Esecutivi Digital/Social
- Produzione di almeno n. 3 video ad uso digital social.

➤ Campagna 5xmille

È richiesto uno studio creativo (concept, art e copy) e la presentazione di:

- Layout e breve testo descrittivo
- Esecutivi OOH-DOOH
- Esecutivi Digital/Social
- Produzione di almeno n. 3 video ad uso digital social.

3. Gestione delle campagne

➤ Strategia media digital

All'aggiudicatario è fatto obbligo di elaborare una strategia e pianificazione del media per la sponsorizzazione su almeno Google Ads e Meta Ads (o sistemi equivalenti) delle suddette campagne di comunicazione (es. immatricolazioni), con individuazione degli obiettivi e Key Performance Indicators per setup campagne.

➤ Traffico, gestione e monitoraggio delle campagne

Per ciascuna campagna è richiesto il supporto al traffico verso i media on e offline.

L'aggiudicatario sarà chiamato a monitorare e analizzare settimanalmente i KPI delle campagne digital e social nell'ottica di mettere in atto in tempi brevi delle attività di ottimizzazione delle

performance per massimizzare il ritorno dell'investimento pubblicitario. Dovranno pertanto essere previsti degli incontri periodici di condivisione dei risultati.

Per potere sostenere e realizzare le attività di cui sopra, sarà destinato un budget annuo di almeno 20.000 € (oltre I.V.A.). Tale importo è da considerarsi parte dell'ammontare previsto per l'appalto. L'Università degli Studi di Palermo verificherà periodicamente l'impiego del budget di cui sopra nelle piattaforme Ads utilizzate (Google Ads, Meta Ads o sistemi equivalenti), in collaborazione con il referente/responsabile dell'operatore economico.

4. Social media marketing

L'Università di Palermo ha una presenza social importante ed efficace, l'integrazione di nuovi strumenti di misurazione e di frequenti e mirate ottimizzazioni può offrire opportunità di incremento degli indici di visibilità e di interazione dei canali istituzionali (Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, X, Telegram, Tik Tok e altre eventuali piattaforme).

Dallo studio di diversi player ritenuti strategici, anche eterogenei per ambito e per posizionamento, all'approfondimento dello scenario social di riferimento, dalla scoperta dei nuovi trend all'analisi di strategie e tecniche innovative, possono nascere nuove idee e proficue occasioni di innovazione e diversificazione della strategia e dell'immagine stessa dell'Ateneo.

A tal proposito, a seguire si riportano le attività attese in questo senso:

➤ Analisi benchmark

Si richiede servizio periodico di consulenza con particolare riferimento all'ambito dei social media. Ovvero l'aggiornamento trimestrale sulle azioni social dei principali benchmark di riferimento mercato (Mega Atenei Statali e principali Università private italiane ed estere) attraverso l'utilizzo di tool specifici.

➤ Social listening

Inoltre, semestralmente, attraverso tool specifici, andrà redatto un report di social listening relativo all'analisi del parlato su social, blog e principali testate online per valutare sentimenti e reputazione dell'Ateneo.

➤ Setup e aggiornamento piattaforme

Si richiede monitoraggio costante delle qualità della social presence di Ateneo nonché garanzia di aggiornamento grafico della social identity sulle piattaforme rispetto alle ultime release delle singole piattaforme nel periodo indicato. In particolare, l'aggiudicatario dovrà proporre e implementare soluzioni sempre innovative e aggiornate per rendere i canali più fruibili dall'utente (Es. Link Tree personalizzato IG).

➤ Influencer e supporto contenuti

In sinergia con l'Ufficio Comunicazione e URP – che coordinerà i calendari editoriali di Ateneo – si richiede un pacchetto di n.º 30 contenuti dinamici social / anno (animazioni, reel, esperienze interattive) che potranno essere realizzati con competenze interne o anche tramite strategie di Influencer Marketing a seconda delle esigenze di comunicazione che si porranno in essere durante la gestione, al di là dei contenuti statici standard.

➤ Altre attività di promozione

L'aggiudicatario, nel perimetro di budget media digitale fornito, avrà in carico la gestione di esigenze estemporanee di promozione di contenuti a tantum attraverso specifiche sponsorizzazioni.

5. Community management

Nell'ottica di avvicinare e accrescere la community online dell'Ateneo, l'aggiudicatario dovrà supportare l'Ufficio Comunicazione e URP nella definizione di una procedura più efficace di community management mirata a rendere i canali più performanti in termini di engagement e tempi di risposta.

6. Servizio audio video

Realizzazione e fornitura per n° 12 servizi fotografici e/o video in stile reportage (max 6h cad.), di eventi o progetti sul territorio regionale liberamente utilizzabili per le diverse finalità di divulgazione.

7. Restyling sito web di ateneo

Fornitura di servizi necessari per definire e realizzare il progetto comunicativo del sito istituzionale, insieme alla relativa automazione delle attività redazionali.

Nello specifico, si prevedono le seguenti prestazioni:

- Analisi dell'attuale sito web ed individuazione delle principali criticità.
- Analisi delle specifiche esigenze dei principali stakeholder (studenti, docenti, personale TAB, altri utenti).
- Progettazione di un nuovo modello comunicativo finalizzato al sito web di Ateneo.
- Progettazione di un nuovo template grafico.
- Progettazione, sviluppo e realizzazione del sito www.unipa.it.
- Il progetto sarà gestito e mantenuto attraverso un'unica piattaforma di Content Management System (CMS), preferibilmente OpenCMS o Drupal, i cui requisiti funzionali e tecnologici sono dettagliati di seguito. Queste attività includono la definizione dell'architettura tecnologica, il progetto grafico, la definizione e realizzazione della struttura funzionale del sito e dell'albero di navigazione, nonché l'integrazione con servizi preesistenti.
- Progettazione dell'infrastruttura dei processi redazionali, inclusi il workflow delle attività di pubblicazione dei documenti, i template utilizzati nelle procedure automatiche di pubblicazione e le funzioni assegnate al sistema di content management, con la redazione dei relativi manuali d'uso.
- Fornitura del software di content management necessario per la gestione e personalizzazione del sito.
- Integrazione con altre basi dati per alimentare le sezioni web di strutture, personale, dipartimenti, corsi di studio.
- Servizio di formazione sia di tipo tecnico che redazionale.
- Servizio di web content, come descritto di seguito.
- Servizio di web architecture and design, come descritto di seguito.
- Installazione del sistema su architettura sistemistica fornita dall'Ateneo.

- Configurazione del sistema mediante integrazione con i servizi di gestione delle identità, ruoli ed afferenza organizzativa resi disponibili attraverso il protocollo LDAP, e l'inserimento dei profili utente.
- Migrazione di tutti i contenuti attualmente presenti nel sito di Ateneo, ad eccezione di quelli obsoleti, che possono essere archiviati su apposite sezioni web.
- Manutenzione, Assistenza ed Helpdesk sulle componenti della fornitura dall'online fino al termine del contratto.
- Servizio di assistenza e implementazione evolutiva del sistema con riferimento a nuove sezioni, nuove funzionalità, nuovi siti tematici.

In particolare, al fine di migliorare la comunicazione con i propri stakeholder, migliorando l'attrattività generale e facilitando l'accesso a tutti i contenuti disponibili, la nuova piattaforma web dovrà essere uno strumento efficace per:

- **Promuovere l'immagine dell'Ateneo** e la sua offerta formativa, di ricerca e di servizi.
- **Facilitare l'accesso alle informazioni** per tutti gli utenti, garantendo un'esperienza di navigazione intuitiva e user-friendly.
- **Fornire servizi online** efficienti e fruibili, semplificando le procedure amministrative e burocratiche.
- **Promuovere l'interazione e la partecipazione** degli stakeholder alla vita dell'Ateneo.

A tale scopo sarà necessario definire una strategia comunicativa coerente e integrata, che si avvalga di diversi canali, tra cui il sito web, i social media, la newsletter e gli eventi. La strategia dovrà essere basata su un'analisi approfondita dei target di riferimento e dei loro bisogni informativi.

Rispetto al progetto editoriale, i contenuti e l'organizzazione del sito web dovranno essere fortemente centrati attorno alle esigenze degli studenti e della comunità accademica in modo da riflettere e trasmettere con coerenza l'immagine di un'istituzione universitaria d'avanguardia, caratterizzata da un'impronta fortemente **innovativa, interdisciplinare e internazionale** e attrarre **studenti** da diversi paesi del mondo.

Il sito web dovrà, pertanto, rivolgersi a una pluralità di soggetti quali:

- **Giovani studenti italiani e stranieri:** aspiranti studenti che desiderano conoscere l'offerta formativa e le opportunità di ricerca dell'Ateneo.
- **Accademici e ricercatori:** studiosi e professionisti del mondo accademico e della ricerca, sia in Italia che a livello internazionale, interessati a collaborare con l'Ateneo.
- **Enti, istituzioni e imprese:** partner con cui l'Ateneo collabora per sviluppare progetti innovativi e consolidare la sua leadership in settori strategici.

Al tal fine, sarà costituito un apposito gruppo di lavoro allargato che coinvolgerà, oltre allo staff dell'Area Sistemi Informativi di Ateneo e del Settore Comunicazione e URP, le diverse componenti della Comunità accademica con una rappresentanza del personale, dei docenti e degli studenti dell'Ateneo.

Il Sito web dovrà presentare caratteristiche che lo rendano **"globale"**.

Inoltre, per presentare un'esperienza digitale completa e innovativa dovranno essere utilizzate le più avanzate funzionalità editoriali, ovvero:

- **Scaricamento di file:** documenti, audio e video in vari formati.
- **Gestione di contenuti multimediali:** integrazione di immagini, gallerie fotografiche, video e infografiche.
- **Aggiornamenti tempestivi:** pubblicazione di news, eventi e contenuti in tempo reale.

- **Interattività:** moduli di contatto, form di iscrizione, sondaggi e commenti.

Il Sito web dovrà presentare un design curato e professionale, in linea con l'immagine dell'Ateneo:

- **Fogli di stile sobri ed eleganti:** grafica minimalista e raffinata.
- **Elementi innovativi:** animazioni, interattività e soluzioni di design moderne.
- **Layout flessibili:** adattabili a diverse tipologie di contenuti e dispositivi.
- **Struttura chiara e gerarchica:** informazioni facilmente reperibili e organizzate in modo logico.
- **Sezioni distinte:** identificazione immediata della sezione in cui si naviga.
- **Personalizzazione:** possibilità di personalizzare l'esperienza utente in base alle preferenze individuali.

In ordine al sistema redazionale occorrerà una:

- **Redazione diffusa:** coinvolgimento di diversi redattori con differenti livelli di privilegi.
- **Gestione efficiente dei contenuti:** creazione, modifica e pubblicazione di contenuti in modo semplice e intuitivo.
- **Integrazione con sistemi esterni:** sincronizzazione automatica con dati provenienti da altri sistemi (offerta formativa, segreterie studenti, ecc.).

Il sito web dovrà avere una versione mobile ottimizzata:

- **Layout adattivo:** esperienza utente ottimale su qualsiasi dispositivo (smartphone, tablet).
- **Funzionalità specifiche:** ottimizzazione delle funzioni principali per la fruizione mobile.
- **Design accattivante:** grafica e interfaccia intuitive e responsive.

Gli obiettivi informativi e di servizio dovranno essere chiari ed intuitivi:

- **Informazione chiara e accessibile:** contenuti comprensibili anche per un pubblico non esperto.
- **Internazionalizzazione:** sito web principale in italiano e sito web in inglese con contenuti dedicati.
- **Servizi online:** fruizione di servizi legati alle attività di ricerca e didattica.
- **Promozione dell'immagine:** visibilità agli eventi dell'Ateneo a livello locale, nazionale e internazionale.
- **Diffusione della conoscenza:** approfondimenti su temi di interesse pubblico e sociale.

Piattaforma CMS a supporto

La realizzazione del Sito web dell'Ateneo dovrà avvenire tramite un **sistema di gestione dei contenuti (CMS)**, preferibilmente OpenCMS o Drupal, permettendo la gestione efficiente e collaborativa di notizie, documenti e altri contenuti.

La piattaforma CMS dovrà garantire:

- **Disponibilità aperta di contenuti e stili:** formati aperti (XML, HTML e CSS) per migrazione e importazione.
- **Multicanalità e multilingua:** fruizione su diversi dispositivi e in diverse lingue (almeno quelle già presenti).
- **Supporto a servizi collaborativi:** richieste di contatto, blog, forum, feed, sondaggi, ecc.
- **Aggiornamenti dinamici:** adattamento funzionale e innovativo nel corso del tempo.
- **Semplificazione dell'interazione:** miglioramento del dialogo tra amministrazione e

utenti.

- **Trasparenza:** conformità agli obblighi di trasparenza dell'azione amministrativa.
- **Fruibilità dei contenuti:** facile reperibilità e accessibilità.
- **Aggiornamento costante:** meccanismi di gestione e aggiornamento automatico dei contenuti.
- **Navigazione ottimizzata:** esperienza utente fluida su browser tradizionali e mobile.
- **Integrazione SOA:** interconnessione con banche dati interne.
- **Strumenti di redazione:** facili da usare e diffusi tra i redattori.
- **Prototipazione aperta:** revisione periodica di grafica e funzionalità (HTML, CSS, JavaScript).
- **Integrazione con i canali social:** interconnessione con i social media dell'Ateneo.
- **Layout flessibile:** personalizzazione delle home page e delle pagine di sezione, dipartimenti, corsi di studio, strutture, biblioteca, ecc.
- **Maschera rilevamento opinioni:** raccolta di feedback dagli utenti.
- **Data di aggiornamento:** indicazione della data di ultima modifica delle pagine.
- **Elenchi personalizzabili:** ordinamento cronologico per bandi, assegni di ricerca, borse di studio, corsi di alta formazione, ecc.
- **Area riservata:** l'area riservata dovrà offrire tutti i servizi attualmente presenti nel sito di Ateneo ed il backend per l'editing dei contenuti e la progettazione di nuove sezioni web

In termini generali dovrà essere garantito:

- **Controllo degli accessi:** autenticazione tramite utente e password.
- **Assegnazione privilegi:** profilazione dell'utente e politica di single sign-on.
- **Integrazione con sistemi di autenticazione:** Active Directory, LDAP, ecc.
- **Protezione dei dati:** conformità alle normative GDPR e altre normative sulla privacy.
- Il sito web dovrà essere **protetto da attacchi informatici**.
- I dati degli utenti dovranno essere trattati in modo **sicuro e confidenziale**.
- Dovranno essere adottate le opportune misure di sicurezza per prevenire la divulgazione di dati sensibili.
- Conformità alle norme vigenti in materia di privacy e trattamento dei dati personali e alle norme vigenti in materia di copyright e proprietà intellettuale.

Rispetto alle prestazioni richieste:

Il sito web dovrà essere **veloce e performante**.

Il sito web dovrà essere in grado di supportare un elevato numero di accessi contemporanei.

Il sito web dovrà essere scalabile per poter essere aggiornato e ampliato in futuro.

Altri requisiti:

Il sito web dovrà essere **multilingue**.

Il sito web dovrà essere **ottimizzato per i motori di ricerca**.

Il sito web dovrà essere **integrato con i social media**.

Il sito web dovrà essere **dotato di un sistema di analytics per monitorare le prestazioni**.

Il sito web dovrà essere intuitivo e facile da navigare.

L'interfaccia utente dovrà essere grafica e accattivante.

I contenuti dovranno essere chiari, concisi e ben organizzati.

Il sito web dovrà essere ottimizzato per i dispositivi mobili.

Inoltre, il sito web dovrà essere conforme alla seguente normativa di riferimento:

- Decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 s.m.i., recante “Codice dell’Amministrazione Digitale”;
- Legge 9 gennaio 2004, n. 4 s.m.i., recante “Disposizioni per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”;
- D.P.R. 1° marzo 2005, n.75, recante “Regolamento di attuazione della Legge 9 gennaio 2004, n. 4, per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici”;
- Decreto del Ministro per l’Innovazione e le Tecnologie 8 luglio 2005 recante “Requisiti tecnici e diversi livelli per l’accessibilità agli strumenti informatici”;
- Direttiva 27 luglio 2005 della Presidenza del Consiglio dei ministri – Dipartimento per l’Innovazione e le Tecnologie recante “Qualità dei servizi online e misurazione della soddisfazione degli utenti”;
- Provvedimento generale 27 novembre 2008 (e ss.mm.ii.) dell’Autorità garante per la protezione dei dati personali, recante “Misure e accorgimenti prescritti ai titolari dei trattamenti effettuati con strumenti elettronici relativamente alle attribuzioni delle funzioni di amministratore di sistema”;
- D.Lgs. 33/2013 “Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni”;
- Provvedimento 15 maggio 2014, n° 243 dell’Autorità garante per la protezione dei dati personali, recante “Linee guida in materia di trattamento di dati personali, contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato per finalità di pubblicità e trasparenza sul web da soggetti pubblici e da altri enti obbligati”;
- Circolare n.1/2016 dell’Agenzia per l’Italia Digitale, recante “Aggiornamento della Circolare AgID n. 61/2013 del 29 marzo 2013 in tema di accessibilità dei siti web e servizi informatici. Obblighi delle pubbliche amministrazioni”;
- Provvedimento 10 giugno 2021, n° 231 dell’Autorità garante per la protezione dei dati personali, recante “Linee guida cookie e altri strumenti di tracciamento”.
- **Linee Guida AgID sull’Accessibilità dei Siti Web Pubblici** (<http://www.agid.gov.it/it/design-servizi/accessibilita/linee-guida-accessibilita-pa>).

Il sito web dovrà essere fruibile da tutti gli utenti, indipendentemente dalle loro disabilità fisiche o sensoriali. A tale scopo dovranno essere adottate tecnologie assistive per facilitare la navigazione agli utenti con disabilità.

Art. 4 – Durata del servizio

La durata del contratto è di un anno dalla data di stipula del contratto.

Art. 5 – Luogo di esecuzione del servizio

L’Università è articolata in strutture nelle città di Palermo.

Precisamente:

- Rettorato,
- Campus di Viale delle Scienze,
- Polo di Via Archirafi,

- Policlinico,
- Giurisprudenza,
- Scienze Politiche,
- Complesso Monumentale di S. Antonino,
- Sistema Museale.

Sono altresì presenti i seguenti Poli Universitari Territoriali:

- Polo di Agrigento,
- Polo di Caltanissetta,
- Polo di Trapani.

Art. 6 – Corrispettivo

A titolo di corrispettivo per i servizi resi l'Università corrisponderà un canone annuo pari all'importo che sarà determinato in esito alla procedura di gara in due rate semestrali di pari importo entro 30 (trenta) giorni dalla data di ricezione di regolare fattura elettronica, previa verifica di conformità da parte della stazione appaltante dei servizi erogati e dell'attività effettivamente svolta.

Art. 7 – Titolarità dei materiali e del sito web

Tutto il materiale sviluppato dal soggetto aggiudicatario nel corso dell'affidamento in oggetto, ed eventualmente quello di terze parti fornito alla stazione appaltante, rimarrà di proprietà dell'Università degli Studi di Palermo che potrà, alla scadenza, procedere al riuso di quanto sviluppato. Il soggetto aggiudicatario cede tutti i diritti di sfruttamento, senza limiti di tempo e di luogo, del materiale realizzato per le attività richieste, inclusi a titolo esemplificativo e non esaustivo: testi, video, immagini, grafiche etc. In ogni caso l'Università degli Studi di Palermo si impegna a rendere noto l'Autore citandolo su dette rappresentazioni visive o sugli elaborati.

Tutti i dati ed i contenuti forniti dalla stazione appaltante al soggetto aggiudicatario per lo svolgimento delle attività richieste nel presente documento, inclusi a titolo esemplificativo e non esaustivo: testi, video, immagini, file audio, etc. sono di esclusiva proprietà dell'Università degli Studi di Palermo che ne detiene la titolarità.

Tutti gli elementi del sito web, creativi e no, sviluppati dall'Affidatario nel corso del servizio rimarranno di proprietà del Committente. A tal fine l'aggiudicatario dovrà consegnare tutti i codici sorgenti aggiornati, la documentazione completa dello stesso secondo gli standard internazionali di riferimento, un dettagliato manuale di uso e manutenzione, sia a livello di utente che di amministratore di sistema.

L'Aggiudicatario dovrà attenersi a tutte le vigenti norme di legge e a elaborare materiali originali e pienamente disponibili che non ledano in alcun modo i diritti dei terzi.

Art. 8 – Obbligo di riservatezza

Il soggetto aggiudicatario si impegna a far sì che nel trattare dati, informazioni e conoscenze dell'Università degli Studi di Palermo di cui venga eventualmente in possesso, vengano adottate le necessarie e idonee misure di sicurezza e impiegati modelli di trattamento che non compromettano in alcun modo il carattere della riservatezza o arrechino

altrimenti danno.

In caso di inosservanza degli obblighi di riservatezza, l'Università degli Studi di Palermo avrà facoltà di dichiarare risolto di diritto il contratto, fermo restando l'obbligo, a carico dell'appaltatore, di risarcimento di tutti i danni che dovessero derivare all'Ente.

Art. 9 - Verifica di conformità ed emissione del certificato di regolare esecuzione

Il certificato di verifica di conformità viene emesso dal RUP e dal DEC, accertato che i servizi richiesti siano stato eseguiti in ogni suo aspetto tecnico, funzionale, qualitativo e nel rispetto dei tempi stabiliti in sede di affidamento.

Nel caso in cui le verifiche non abbiano esito positivo, il RUP comunicherà, tramite PEC, la non conformità, riservandosi di applicare le eventuali penali previste sino alla risoluzione del contratto.

L'Affidatario si impegna a provvedere alla esecuzione dei servizi con la necessaria perizia e diligenza, impiegando personale qualificato.

10 - Responsabilità dell'Appaltatore e danni a terzi

L'Appaltatore è responsabile di tutte le obbligazioni che rientrano nell'ambito del presente contratto, nonché dei danni arrecati all'Università od a terzi nell'ambito delle attività e delle mansioni affidategli.

Le eventuali spese, anche giudiziali, che l'Università dovesse sostenere per i danni provocati dall'Appaltatore sono integralmente a carico di quest'ultimo, che sarà tenuto prontamente a rimborsarle su semplice richiesta dell'Università.

Art. 11 - Obblighi della Stazione Appaltante

La Stazione Appaltante si obbliga a:

- non servirsi di altro Appaltatore per il medesimo servizio fino alla scadenza del contratto;
- fornire tutta la collaborazione necessaria all'Appaltatore per la buona riuscita del risultato del servizio secondo le regole della correttezza imposte dal Codice civile e dalla vigente normativa;
- ispirare i rapporti con l'Appaltatore alla massima trasparenza ed alla buona fede, nel rispetto delle norme vigenti;
- provvedere al pagamento delle fatture regolarmente emesse ed autorizzate nei termini previsti dal presente Capitolato Speciale d'Appalto e sulla base della vigente normativa civilistica e di contabilità pubblica.

Si precisa che l'Università resta estranea a qualsiasi rapporto fra l'aggiudicatario e i suoi dipendenti, collaboratori e fornitori.

Art. 12 – Fatturazione e Pagamenti

Ove non emergano eccezioni il corrispettivo annuo verrà versato in due rate semestrali ai sensi della normativa vigente dietro emissione di regolare fattura in forma elettronica.

Al fine di dar seguito ai pagamenti secondo le cadenze sopra previste, il Responsabile Unico del Procedimento - previa verifica positiva delle attività svolte - rilascerà il certificato di regolare

esecuzione del servizio.

Nei prezzi espressi dall'Impresa Affidataria e nei corrispettivi corrisposti alla stessa, s'intendono interamente compensati tutti gli oneri previsti per la mano d'opera occorrente, tutto quanto occorre per il funzionamento di eventuali mezzi, le imposte di ogni genere nessuna esclusa, le spese generali, l'utile dell'impresa e quant'altro possa occorrere per eseguire le prestazioni in maniera compiuta a perfetta regola d'arte.

Le fatture dovranno essere intestate a:

Università degli Studi di Palermo, Direzione Generale – Settore Comunicazione e URP - Piazza Marina, 61, 90133 PALERMO - C.F. 80023730825 – P. IVA 00605880822 - Codice Univoco Ufficio (IPA) 7FOTRI

La fattura elettronica dovrà riportare, oltre ai dati obbligatori per legge, i riferimenti interni forniti dalla Stazione appaltante, indicando prestazioni eseguite e l'importo, al netto e al lordo dell'Iva e di eventuali altre imposte.

I pagamenti saranno effettuati entro 30 giorni dalla data di ricevimento delle fatture, mediante bonifico bancario o postale su conto corrente dedicato da indicarsi a cura dell'Impresa aggiudicataria ai sensi della legge n.136/2010 e ss.mm.ii.

Non si darà luogo ad anticipazioni sull'importo contrattuale.

Dagli importi fatturati potranno essere detratte le somme eventualmente dovute alla stazione appaltante a titolo di penale per inadempienze contrattuali ovvero per ogni altro indennizzo o rimborso dovuti, purché tale detrazione risulti esplicitamente indicata sul documento contabile emesso.

Qualora il documento contabile emesso non fosse conforme a quanto sopra indicato, l'Università sarà autorizzata a non procedere al pagamento o a rifiutare il documento e a richiedere l'emissione di un nuovo documento contabile regolarmente costituito, fermo quanto stabilito dai successivi articoli del presente capitolato.

Art. 13 - Obblighi dell'Appaltatore relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari

L'impresa aggiudicataria assume tutti gli obblighi relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'Art. 3 della L. 13.08. 2010 n. 136 e successive modifiche. È fatto obbligo all'impresa aggiudicataria di inserire in tutti i contratti che verranno da quest'ultima sottoscritti con subcontraenti della filiera delle imprese a qualsiasi titolo interessate al presente appalto, a pena di nullità assoluta, un'apposita clausola con la quale ciascuno di essi assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla citata legge 136/2010; di tali contratti dovrà essere tempestivamente fornita copia all'Università.

L'impresa aggiudicataria si impegna a dare immediata comunicazione all'Università ed alla prefettura territoriale del Governo della provincia di Palermo dell'inadempimento della propria controparte (subappaltatore/subcontraente) degli obblighi di tracciabilità finanziaria.

Art. 14 - Garanzia Fideiussoria o Cauzione Definitiva

La ditta aggiudicataria, a tutela del regolare adempimento degli obblighi contrattuali prima della stipula del relativo contratto dovrà prestare una garanzia il cui importo verrà calcolato con le modalità previste dall'art. 117 del d.lgs. 36/2023. La garanzia dovrà essere costituita mediante fideiussione bancaria, polizza assicurativa, o rilasciata da intermediari finanziari, nel rispetto di

quanto disposto dell'art. 117 del d.lgs. 36/2023. La garanzia deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2, del Codice civile, nonché l'operatività entro 15 giorni, a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.

Art. 15 - Modifica del contratto in corso di esecuzione

Qualora nel corso di esecuzione del contratto, al verificarsi di particolari condizioni di natura oggettiva, si renda necessario un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto, la stazione appaltante può imporre all'appaltatore l'esecuzione alle condizioni originariamente previste. In tal caso l'appaltatore non può fare valere il diritto alla risoluzione del contratto. Si fa in ogni caso rinvio alle disposizioni di cui all'art. 120 del D. Lgs. 36/2023.

Art. 16 – Cause di forza maggiore

Nel caso in cui l'Appaltatore, per motivi ad esso non imputabili, non fosse in grado di effettuare la prestazione contrattuale nei termini previsti, può chiedere per iscritto motivata proroga che, se ritenuta giustificata, verrà concessa dall'Università.

Tuttavia, qualora la forza maggiore determini un ritardo nell'esecuzione superiore a 15 giorni continuativi, l'Università si riserva il diritto di applicare le penali previste al presente capitolato, nonché – nel caso in cui l'Appaltatore non si dimostri in grado di fare fronte agli impegni contrattuali assunti, il diritto di sciogliersi dal contratto stesso, incamerando l'intero importo garantito con la fideiussione, fatto salvo il maggior danno subito.

La presentazione da parte dell'Appaltatore di domande intese ad ottenere spostamenti dei termini, modificazioni di clausole o, in generale, comunicazioni e chiarimenti non comporta automaticamente l'interruzione della decorrenza dei termini.

Art. 17 – Penali

Per ogni violazione degli obblighi derivanti dal presente capitolato e per ogni caso di carente, tardiva o incompleta esecuzione della fornitura, la stazione appaltante, fatto salvo ogni risarcimento di maggiori ed ulteriori danni, potrà applicare alla Ditta appaltatrice delle penali, variabili a seconda della gravità del caso, calcolate in misura giornaliera compresa tra lo 0,3 per mille e l'1 per mille dell'ammontare netto contrattuale da determinare in relazione all'entità delle conseguenze legate al ritardo e comunque non superiori, complessivamente, al 10 per cento di detto ammontare netto contrattuale.

L'eventuale applicazione delle penali non esime la Ditta appaltatrice dalle eventuali responsabilità per danni a cose o persone dovuta a cattiva qualità dei prodotti forniti. Il Responsabile del Progetto o il Direttore dell'Esecuzione, con nota indirizzata alla stazione appaltante propone l'applicazione delle suddette penali specificandone l'importo. L'applicazione delle penali sarà preceduta da regolare contestazione scritta dell'inadempienza, a firma della stazione appaltante propone, avverso la quale la Ditta avrà facoltà di presentare le sue controdeduzioni entro 3 (tre) giorni dal ricevimento della contestazione stessa.

Qualora, entro il termine di dieci giorni, la Società non abbia effettuato il pagamento o non abbia

dato nessun riscontro alla richiesta di pagamento, oppure abbia fornito giustificazioni oggettivamente non idonee o non soddisfacenti, l'Università provvederà ad incamerare l'importo dovuto direttamente dal deposito cauzionale. La Società dovrà successivamente provvedere all'immediato reintegro della cauzione. In caso di grave inosservanza delle prescrizioni contrattuali ed in caso di applicazione delle penali per un ammontare totale che superi il 10% dell'importo contrattuale complessivo (al netto dell'IVA) l'Università considererà risolto di diritto il contratto, provvedendo all'incameramento dell'intero deposito cauzionale, fatta salva l'azione per il risarcimento del maggior danno subito ed ogni altra azione che l'Università ritenesse opportuno intraprendere a tutela dei propri interessi.

Art. 18 – Divieto di cessione del contratto. Subappalto

Fermo restando le disposizioni di cui agli artt. 119 e 120 del D.Lgs 36/2023, è vietata la cessione del contratto sotto qualsiasi forma; ogni atto contrario è nullo.

Art. 19 - Risoluzione del contratto

Nelle ipotesi successivamente elencate, ogni inadempienza agli obblighi contrattuali sarà specificamente contestata dal Direttore dell'Esecuzione o dal Responsabile del Progetto a mezzo di comunicazione scritta, inoltrata via PEC al domicilio eletto dall'aggiudicatario.

Nella contestazione sarà prefissato un termine non inferiore a 5 giorni lavorativi per la presentazione di eventuali osservazioni; decorso il suddetto termine, l'amministrazione, qualora non ritenga valide le giustificazioni addotte, ha facoltà di risolvere il contratto nei seguenti casi:

- inottemperanza agli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla legge 13 agosto 2010, n. 136;
- ogni altro inadempimento che renda impossibile la prosecuzione dell'appalto, ai sensi dell'art. 1453 del Codice civile;
- risoluzione contrattuale art. 122 del D.lgs. 36/2023.

Ove si verificano deficienze e inadempienze tali da incidere sulla regolarità e continuità della fornitura, l'amministrazione potrà provvedere d'ufficio ad assicurare direttamente, a spese dell'aggiudicatario, il regolare funzionamento del servizio. Qualora si addivenga alla risoluzione del contratto, per le motivazioni sopra riportate, l'aggiudicatario, oltre alla immediata perdita della cauzione, sarà tenuto al risarcimento di tutti i danni, diretti ed indiretti ed alla corresponsione delle maggiori spese che l'amministrazione dovrà sostenere per il rimanente periodo contrattuale.

Art. 20 – Aggiunte al contratto

Al contratto potranno essere apportate tutte quelle modifiche e quegli adattamenti che la pratica e le esigenze dell'Università dovessero richiedere, previo accordo fra le Parti; le anzidette modifiche dovranno essere contenute in apposito atto sottoscritto da entrambe le Parti.

Art. 21- Legge applicabile al contratto

Il contratto d'appalto per il servizio oggetto della presente gara sarà disciplinato dalla legge italiana.

Art. 22 - Foro competente

Ai fini dell'esecuzione del contratto e per la notifica di eventuali atti giudiziari, la ditta aggiudicataria dovrà comunicare espressamente il proprio domicilio. Il Foro di Palermo è l'unico competente a giudicare su eventuali controversie in dipendenza del presente appalto, ed è comunque esclusa la competenza arbitrale.

Art. 23 - Spese e oneri fiscali

Sono a carico della ditta appaltatrice le spese di bollo e ogni altro onere necessario alla stipulazione del contratto. Il contraente dovrà corrispondere l'importo dell'imposta di bollo in conformità alla tabella di cui all'allegato I.4 del D.Lgs. 36/2023. L'importo esatto verrà quantificato e comunicato solo dopo l'aggiudicazione dell'appalto. La corresponsione dell'imposta potrà avvenire mediante invio all'Ufficio appalti delle ricevute di versamento, o mediante corresponsione mediante bonifico del corrispondente importo secondo le modalità che verranno rese note.

Art. 24 – Lingua ufficiale

La lingua ufficiale è l'italiano. Tutti i documenti, i rapporti, le comunicazioni, la corrispondenza, le relazioni tecniche ed amministrative dovranno essere in lingua italiana. Qualsiasi tipo di documentazione sottomessa dall'aggiudicatario all'Università in lingua diversa da quella ufficiale e non accompagnata da fedele traduzione in italiano, sarà considerata a tutti gli effetti come non ricevuta.

Art. 25 – Trattamento dati personali

Ai sensi del Titolo III del D.lgs. n. 196 del 30/06/2003, l'aggiudicatario è responsabile del trattamento dei dati personali degli utenti dell'Università degli Studi di Palermo, dei quali viene a conoscenza nel corso dell'esecuzione del servizio. Tali dati, quindi, potranno essere utilizzati esclusivamente per le finalità strettamente connesse all'esecuzione del servizio e non potranno in alcun modo essere estratti o duplicati in database diversi dall'originale. L'aggiudicatario si impegna espressamente al rispetto della normativa vigente in materia di protezione e trattamento dei dati personale e, in particolare, ad applicare misure di sicurezza idonee a proteggere i dati contro i rischi di distruzione o perdita anche accidentali dei dati stessi, di accesso non autorizzato o di trattamento non consentito o non conforme alla finalità della raccolta ai sensi del D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 e ss.mm.ii. L'aggiudicatario si impegna a comunicare i nominativi dei soggetti incaricati del trattamento dei dati personali all'Università prima della stipula del contratto.

Art. 26 – Norma di rinvio

Per quanto non previsto dal presente Capitolato, si fa rinvio al D. Lgs. 36/2023, oltre che al Codice Civile e ss.mm.ii ed alle norme in vigore relative all'espletamento del servizio in parola.