



UNIONE EUROPEA



REGIONE SICILIANA
PRESIDENZA
DIPARTIMENTO DELLA PROGRAMMAZIONE



CAPITOLATO TECNICO

ACQUISIZIONE PACCHETTI DI SPAZI PUBBLICITARI SU TELEVISIONE PER LA
DIFFUSIONE DELLE OPPORTUNITA' E DELLE INFORMAZIONI DEL PO FESR
SICILIA 2014/2020

ART. 1 – QUADRO DI RIFERIMENTO

Il Regolamento UE 1303/2013 riporta le disposizioni relative al Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale (FESR). Il capo II del predetto Regolamento individua le principali azioni di informazione e comunicazione che l'Autorità di Gestione (AdG) di un Programma cofinanziato dal FESR deve realizzare. In particolare l'AdG di un Programma FESR è responsabile dell'elaborazione e dell'attuazione di una Strategia di Comunicazione del Programma medesimo.

Il quadro di riferimento in cui opera il presenta capitolato è la Strategia di Comunicazione del PO FESR Sicilia 2014/2020. La Strategia, segmentata in categorie di destinatari, ha l'obiettivo di far conoscere al pubblico regionale la Politica europea di sviluppo regionale, il PO FESR Sicilia 2014-2020, le opportunità e i progetti finanziati con il Programma medesimo ed i risultati conseguiti nel corso dell'attuazione.

La Strategia di Comunicazione del PO FESR Sicilia 2014/2020 (documenti consultabili in <http://www.euroinfosicilia.it/po-fesr-sicilia-2014-2020/la-comunicazione/la-strategia-di-comunicazione>) è attuata attraverso Piani Esecutivi che illustrano e pianificano in modo integrato le attività e gli interventi di informazione e comunicazione posti in essere dall'AdG per il raggiungimento degli obiettivi generali e specifici previsti dalla Strategia medesima.

Il Piano Esecutivo ha l'obiettivo – in accordo con la Strategia di Comunicazione da cui discende – di dotare l'Amministrazione di uno strumento di pianificazione dettagliato, funzionale sia all'attuazione delle azioni di informazione e comunicazione a supporto del PO FESR Sicilia 2014/2020, sia all'allineamento delle stesse con il timing attuativo del Programma medesimo.

L'AdG del PO FESR Sicilia 2014/2020 ha adottato in data 14 giugno 2017 il Piano Esecutivo della Strategia per il periodo 2017/2018.

Il Piano Esecutivo in questione rappresenta la necessità di un'adeguata informazione delle procedure (Bandi, Avvisi, etc.) definite nella Programmazione Attuativa 2016/2018 del PO FESR Sicilia 2014/2020 apprezzata dalla Giunta regionale con deliberazione n. 285 del 9 agosto 2016 e successivamente aggiornata con deliberazione n. 70 del 23 febbraio 2017 (documenti consultabili in <http://www.euroinfosicilia.it/po-fesr-sicilia-2014-2020/attuazione-del-programma/programmazione-attuativa-2016-2018>). A tale proposito sono previste diverse azioni di natura pubblicitaria miranti allo scopo di raggiungere soprattutto i seguenti obiettivi:

- contribuire al successo del PO FESR Sicilia 2014/2020, facendone conoscere le opportunità, rendendole più fruibili possibile;

- assicurare un adeguato livello di trasparenza delle attività, dei processi, dei risultati, mettendo a disposizione di tutti i potenziali beneficiari e i potenziali destinatari strumenti e informazioni facilmente accessibili concernenti le possibilità di finanziamento offerte per accrescere la partecipazione e il controllo di cittadini e *stakeholders*.

Per raggiungere tali obiettivi il Piano Esecutivo 2017/2018 prevede che debbano essere utilizzate modalità di promozione e informazione dei processi e delle opportunità del PO FESR Sicilia 2014/2020 destinate contemporaneamente ai potenziali beneficiari e ai cittadini siciliani.

Per raggiungere tali destinatari il Piano Esecutivo 2017/2018 individua (al punto B) le diverse azioni pubblicitarie destinate alla informazione e alla trasparenza di procedure e opportunità del PO FESR Sicilia 2014/2020. La categoria di intervento B - denominata Pubblicità – viene declinata in azioni pubblicitarie che tengono conto, ai fini della ripartizione del relativo budget loro assegnato, delle disposizioni normative statali e regionali in materia¹, così come descritto nella Strategia di Comunicazione del Programma medesimo.

Il presente capitolato riguarda in particolare l'azione B.2 del Piano Esecutivo 2017/2018 relativa all'acquisizione di spazi pubblicitari sulle emittenti televisive regionali maggiormente diffuse in termini di ascolto in Sicilia.

ART. 2 –OGGETTO D'APPALTO

L'appalto ha a oggetto:

-Fornitura di pacchetti di spazi pubblicitari su emittenti televisive regionali per le attività di informazione e comunicazione del PO FESR Sicilia 2014/2020.

Per fornitura, in particolare, si intende la messa a disposizione di pacchetti di spazi pubblicitari su TV previsti dal presente capitolato, nonché ogni ulteriore attività presupposta e conseguente alla regolare esecuzione della fornitura per come disciplinato dal presente capitolato.

Nel dettaglio, l'Amministrazione, verificati i potenziali messaggi da comunicare in merito a opportunità e risultati della pianificazione attuativa 2016/2018, e considerando, più in generale, la necessità della diffusione delle attività e dei risultati del programma, ha la necessità di acquisire pacchetti di spazi pubblicitari su TV dalla data di avvio del servizio per la durata di n. 34 mesi per la

¹ Vedi l'art. 41, comma 1, del D.Lgs. n. 177/2005, "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici"; il comma 2 dell'art. 55 della legge regionale n. 9/2013, rubricato "Norme per la trasparenza e la pubblicità dell'attività amministrativa. Pubblicazione di informazioni su avvisi e bandi" e l'art. 1 della legge regionale n. 24/2013, che disciplina la promozione e il sostegno delle imprese dell'informazione locale.

trasmissione di messaggi mediante spot televisivi relativi alle opportunità, benefici e risultati offerti dal PO FESR Sicilia 2014/2020.

Per la comunicazione di tali messaggi, in considerazione dell'esigenza di garantire la massima diffusione delle informazioni sull'intero territorio regionale, l'Amministrazione intende acquistare pacchetti di spazi pubblicitari su TV ciascuno composto da n. 4 (quattro) passaggi al giorno, ciascuno da 30 (trenta) secondi, per minimo 7 (sette) giorni su emittenti televisive regionali nelle seguenti fasce orarie di maggiore ascolto e comunque nelle interruzioni pubblicitarie del telegiornale:

- 20.30 – 22.30
- 18.00 – 20.30
- 12.00 – 15.00
- 15.00 – 18.00²

In particolare:

- all'operatore economico primo in graduatoria sarà affidata la fornitura di nn. 30 pacchetti di spazi pubblicitari su TV per il periodo considerato di durata del contratto. Ogni pacchetto di spazi pubblicitari su TV è composto da n. 4 (quattro) passaggi al giorno, ciascuno da 30 (trenta) secondi, per 7 (sette) giorni;

- all'operatore economico secondo in graduatoria sarà affidata la fornitura di nn. 25 pacchetti di spazi pubblicitari su TV per il periodo considerato di durata del contratto. Ogni pacchetto di spazi pubblicitari su TV è composto da n. 4 (quattro) passaggi al giorno, ciascuno da 30 (trenta) secondi, per 7 (sette) giorni;

- all'operatore economico terzo in graduatoria sarà affidata la fornitura di nn. 15 pacchetti di spazi pubblicitari su TV per il periodo considerato di durata del contratto. Ogni pacchetto di spazi pubblicitari su TV è composto da n. 4 (quattro) passaggi al giorno, ciascuno da 30 (trenta) secondi, per 7 (sette) giorni;

- all'operatore economico quarto in graduatoria sarà affidata la fornitura di nn. 10 pacchetti di spazi pubblicitari su TV per il periodo considerato di durata del contratto. Ogni pacchetto di spazi pubblicitari su TV è composto da n. 4 (quattro) passaggi al giorno, ciascuno da 30 (trenta) secondi, per 7 (sette) giorni.

² Le fasce orarie di maggiore ascolto sono state individuate sulla base dei dati Auditel 2016, che rilevano l'ascolto medio, suddiviso per fasce orarie, del totale delle emittenti televisive nazionali.

Il tutto per un numero complessivo di pacchetti di spazi pubblicitari su TV pari a 80 e fatti salvi i maggiori pacchetti di spazi pubblicitari su TV risultanti dall'offerta presentata in fase di gara da ciascun operatore economico risultato Aggiudicatario.

L'Amministrazione si riserva di scegliere a proprio insindacabile giudizio la/e emittente/i sulla/e quale/i pubblicare gli spot TV fino al numero massimo di pacchetti di spazi pubblicitari su TV oggetto della fornitura da parte di ciascun Aggiudicatario in ragione delle esigenze comunicazionali (per importanza e esigenza di diffusione) di ciascuno spot TV.

Gli spazi pubblicitari componenti ciascun pacchetto saranno utilizzati per la trasmissione di spot TV forniti dall'Amministrazione.

La fornitura di pacchetti di spazi pubblicitari in questione verrà aggiudicata secondo le modalità descritte nella scheda di gara.

I pacchetti di spazi pubblicitari verranno forniti da ciascun Aggiudicatario a seguito di apposita prenotazione richiesta formalmente dall'Amministrazione secondo le specifiche di cui al successivo articolo.

Ciascun Aggiudicatario produrrà un report bimestrale dell'attività svolta sulla base di un format predisposto dall'Amministrazione, da cui quest'ultima potrà rilevare gli spot TV messi in onda (raccolta in formato digitale di tutti gli spot TV messi in onda, con tutti i dati per la tracciabilità delle pubblicazioni: data, orario, etc.), nonché i più recenti dati di ascolto dichiarati dall'emittente televisiva nel periodo di esecuzione della fornitura e ogni altro utile indicatore di valutazione.

ART. 3 – MODALITA' E TEMPI DI ESECUZIONE DELLA FORNITURA

3.1

La fornitura di cui al precedente articolo dovrà essere eseguita attraverso un'attività di prenotazione di pacchetti di spazi pubblicitari su TV che potrà prendere avvio dal giorno successivo alla data di attivazione della fornitura. La data di attivazione della fornitura dovrà risultare da apposito verbale di inizio attività.

3.2

La fornitura di cui al precedente articolo dovrà essere eseguita sotto la supervisione dell'Amministrazione, eventualmente anche attraverso incontri che si terranno presso la sede di

quest'ultima in Piazza Sturzo, 36, a Palermo oppure in altra sede e comunque sempre a Palermo, nelle date preventivamente comunicate all'Aggiudicatario di ciascun Lotto.

3.3

Ciascun Aggiudicatario dovrà designare, entro la data di attivazione della fornitura, un responsabile della commessa per gestire le attività e i rapporti con l'Amministrazione per tutta la durata dell'appalto. Il responsabile della commessa dovrà essere costantemente reperibile e provvedere, per conto di ciascun Aggiudicatario, a vigilare affinché ogni fase della fornitura risponda a quanto stabilito dal presente capitolato, dal contratto di appalto e dalle disposizioni impartite dall'Amministrazione, assicurando l'implementazione e lo svolgimento di tutte le attività necessarie per la regolare esecuzione della fornitura.

3.4

Nell'esecuzione della fornitura, ciascun Aggiudicatario sarà tenuto al rispetto della tempistica indicata dal seguente cronoprogramma:

CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITA'		
Adempimenti	Tempi fase Aggiudicatario	Tempi fase Amministrazione
<ul style="list-style-type: none"> • Prenotazione pacchetti di spazi pubblicitari su TV • Consegna SPOT TV da trasmettere 		<p>L'Amministrazione avvanzerà richiesta di prenotazione del/i pacchetto/i di spazi pubblicitari all'Aggiudicatario n. 7 giorni prima della data di trasmissione, fatte salve eventuali modifiche in sede di offerta tecnica da parte dell'Aggiudicatario.</p> <p>L'Amministrazione fornirà lo spot TV da trasmettere sull'emittente TV almeno n. 2 giorni prima della prevista pubblicazione dello spot TV, fatte salve eventuali modifiche in sede di offerta tecnica da parte dell'Aggiudicatario.</p>
Trasmissione della reportistica delle prestazioni effettuate	L'Aggiudicatario dovrà fornire all'Amministrazione un report bimestrale dell'attività svolta	L'Amministrazione, ricevuto il report dall'Aggiudicatario, potrà formulare osservazioni

	nel bimestre non oltre 10 giorni dalla conclusione del bimestre medesimo e comunque entro 7 giorni dalla specifica richiesta dell'Amministrazione.	entro 7 giorni dalla ricezione del documento fornendo all'Aggiudicatario un termine di ulteriori 5 giorni per le eventuali integrazioni/riscontri da fornire.
--	--	---

Si precisa che:

- i tempi indicati nel cronoprogramma si intendono “massimi” e “essenziali” nell’interesse dell’Amministrazione;
- i tempi degli adempimenti sono da intendersi automaticamente modificati in conformità a quanto proposto dall’Aggiudicatario in sede di offerta tecnica in rispondenza alle previsioni della scheda di gara;
- il riferimento ai giorni deve intendersi come “giorni naturali di calendario” e non come “giorni lavorativi”;
- il riferimento al bimestre deve intendersi come “bimestre solare” e, così, gennaio-febbraio, marzo-aprile, maggio-giugno, luglio-agosto, settembre-ottobre, novembre-dicembre.

ART. 4 – DURATA DELLA FORNITURA, PROROGA

Ciascun appalto avrà durata di n. 34 mesi dalla data di avvio del servizio. Non è prevista la possibilità di proroga del termine di scadenza del contratto di appalto.

L’Aggiudicatario, qualora in corso di esecuzione del contratto si renda necessario un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto, esplicitato con la fornitura di un numero di spazi pubblicitari equivalente alla quota economica pari al predetto quinto per un periodo massimo di sei mesi, dovrà dare esecuzione alle predette prestazioni alle stesse condizioni previste nel contratto originario. In tal caso l'Aggiudicatario non potrà far valere il diritto alla risoluzione del contratto.

ART. 5 – IMPORTO DELLA FORNITURA E VALORE DELLA GARA

L'importo totale a base di gara per la fornitura di ciascuno pacchetto di spazi pubblicitari su TV è pari a € 407.440,00 oltre IVA.

ART. 6 – ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO DELLA FORNITURA

Ciascun Aggiudicatario dovrà assicurare un adeguato report dell'attività svolta con cadenza bimestrale contenente copia degli spot TV trasmessi.

Il report, da predisporre in conformità al format predisposto e fornito dall'Amministrazione, corredato della documentazione richiesta nel medesimo format, dovrà essere trasmesso all'Amministrazione in formato elettronico (p.e. Microsoft Excel) e su supporto (chiavi usb, cd, etc) informatico; a ciascuna riga dovrà corrispondere un singolo pacchetto di spazi pubblicitari su TV acquistato, con riferimento al quale dovranno essere fornite le seguenti informazioni minime: numero spot TV messi in onda, data e orario di pubblicazione, dati di ascolto del periodo di esecuzione della fornitura.

Ciascun Aggiudicatario sarà comunque obbligato a fornire all'Amministrazione ogni ulteriore e diversa informazione rispetto a quanto previsto nel report da quest'ultima richiesta per il migliore monitoraggio della fornitura, nonché per l'esercizio del potere di verifica della relativa esecuzione.

ART . 7 – PAGAMENTI

Il pagamento del corrispettivo di appalto verrà distribuito con cadenza bimestrale sull'intera durata della fornitura ed avverrà a misura entro 30 giorni dalla presentazione di fattura a seguito di verifica della regolare fornitura dei pacchetti di spazi pubblicitari su TV richiesti.

Il pagamento dei corrispettivi contrattuali, dedotte le eventuali penalità e le somme eventualmente non dovute per omissione di servizio, verrà effettuato a seguito della presentazione di apposita fattura elettronica intestata al Dipartimento Regionale della Programmazione, piazza Don L. Sturzo n. 36/38 – 90139 Palermo, codice univoco IPA BDZ087, indicando il CUP G69G17000280009 ed il CIG 7577167C01 tramite il servizio di interscambio del portale Unimatica.

Ciascun pagamento sarà subordinato alla verifica positiva dell'esecuzione delle attività cui ciascun Aggiudicatario è obbligato in ragione del contratto di appalto stipulato, ivi compreso il regolare adempimento agli obblighi di monitoraggio di cui al precedente articolo 6.

Al fine del pagamento delle forniture regolarmente eseguite, l'Amministrazione prenderà a riferimento il prezzo offerto per ciascun pacchetto di spazi pubblicitari su TV da ciascun Aggiudicatario come indicato nell'offerta economica presentata in fase di gara. Si precisa al riguardo che nessuna rivendicazione o pretesa, a qualsiasi titolo e causa, contrattuale o extracontrattuale, anche risarcitoria o indennitaria, potrà essere avanzata da ciascun Aggiudicatario per eventuali pacchetti di spazi pubblicitari su TV oggetto del contratto di appalto non utilizzati dall'Amministrazione nel periodo di validità ed efficacia del contratto medesimo.

Al riguardo, ciascun Aggiudicatario, con la presentazione dell'offerta e con la stipula del contratto di appalto, dichiara e riconosce espressamente che il numero di pacchetti di spazi pubblicitari su TV oggetto della fornitura, quale risultante a seguito dell'offerta tecnica presentata in fase di gara e previsto nel contratto di appalto, costituisce il limite massimo e non minimo della fornitura richiesta, essendo l'effettivo utilizzo dei pacchetti di spazi pubblicitari condizionato da fattori e circostanze anche esterne all'Amministrazione, attinenti e conseguenti all'attuazione del PO e/o successive alla data di pubblicazione della gara e di stipula del contratto di appalto.

ART . 8 – TRACCIABILITÀ

Ciascun Aggiudicatario si assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla Legge 13 agosto 2010, n. 136, anche in virtù della determinazione dell'Autorità di Vigilanza sui Contratti Pubblici n. 4 del 7 luglio 2011 "Linee guida sulla tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi dell'art. 3 della Legge 13 agosto 2010, n. 136".

Ciascun Aggiudicatario è tenuto a comunicare all'Amministrazione gli estremi identificativi del conto corrente dedicato, utilizzato anche non in via esclusiva, per la commessa, nonché le generalità e il codice fiscale della/e persona/e delegata/e ad operare su di esso, con indicazione di ruolo e poteri.

Si ricorda che tutti i movimenti finanziari relativi al contratto di appalto dovranno essere registrati su tale conto e saranno effettuati secondo le modalità previste dalla Legge n. 136/2000 e ss.mm.ii. e che l'indicazione di tale conto è condizione e requisito necessario e indispensabile perché l'Amministrazione possa procedere ai dovuti pagamenti a favore di ciascun Aggiudicatario.

ART. 9 – VERIFICA DELL'ESECUZIONE

La verifica della regolare e corretta esecuzione della fornitura compete all'Amministrazione per tutta la relativa durata, con le più ampie facoltà e nei modi e tempi ritenuti più idonei.

L'Amministrazione potrà conseguentemente disporre, in qualsiasi momento e a sua discrezione e giudizio, la verifica delle modalità operative di erogazione della fornitura, al fine di accertare l'osservanza di tutte le disposizioni del presente capitolato, del contratto di appalto e comunque impartite dall'Amministrazione stessa.

A tale fine, ciascun Aggiudicatario sarà tenuto ad assicurare all'Amministrazione e, per essa, ai soggetti incaricati delle attività di verifica, tutta la collaborazione necessaria, fornendo i chiarimenti richiesti e la documentazione idonea a verificare ogni aspetto della fornitura erogata.

Ciascun Aggiudicatario dovrà provvedere all'immediata sostituzione del personale che si renda responsabile di negligenza, ovvero ritenuto inadatto, a insindacabile giudizio dell'Amministrazione, all'esecuzione della fornitura.

L'esito positivo delle verifiche è presupposto necessario per il pagamento del corrispettivo di appalto.

Per quanto non previsto dal presente paragrafo, trova applicazione la disciplina vigente sui contratti pubblici.

ART.10 – PENALI

In caso di riscontrata irregolarità nell'esecuzione della fornitura, ciascun Aggiudicatario sarà tenuto al pagamento di una penalità calcolata in rapporto alla gravità dell'inadempienza e alla recidività, ferma restando la facoltà dell'Amministrazione di risolvere il contratto con le modalità previste dalla disciplina vigente sui contratti pubblici.

Nel caso in cui la fornitura non venga eseguita secondo le previsioni del presente capitolato, del contratto di appalto o delle disposizioni impartite dall'Amministrazione sarà applicata una penale di € 500,00 per la prima infrazione.

Qualora l'inadempimento sia relativo agli obblighi di monitoraggio di cui al precedente articolo 6, sarà applicata una penale di € 250,00 per la prima infrazione.

L'importo della penale aumenterà in progressione aritmetica per le successive infrazioni (rispettivamente € 1.000,00 e € 500,00 per la seconda infrazione, etc.).

Le penalità saranno comminate mediante detrazione sulla liquidazione del corrispettivo di appalto o, qualora non risulti possibile procedere in compensazione, mediante escussione e

incameramento della garanzia di cui al successivo articolo 11, previa contestazione scritta da parte dell'Amministrazione.

Resta comunque fermo il diritto dell'Amministrazione al risarcimento dell'eventuale maggiore danno subito per effetto dell'inadempimento di ciascun Aggiudicatario.

Indipendentemente dall'applicazione delle penali, l'Amministrazione si riserva la facoltà di risolvere il contratto di appalto qualora la fornitura non fosse fornita con la massima cura e puntualità.

Per quanto non previsto dal presente paragrafo, trova applicazione la disciplina vigente sui contratti pubblici.

ART.11 - GARANZIA DEFINITIVA

L'esatta esecuzione del contratto dovrà essere garantita da ciascun Aggiudicatario mediante la costituzione di una garanzia definitiva per l'importo e le modalità disciplinate dall'art. 103 del D.Lgs. n. 50/2016.

Per la costituzione, l'escussione e incameramento e lo svincolo della garanzia definitiva trova applicazione la disciplina vigente sui contratti pubblici.

ART.12 - RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

L'Amministrazione potrà risolvere il contratto di appalto:

- in caso di frode o grave negligenza nell'adempimento degli obblighi contrattuali;
- nei casi di subappalto non autorizzato o di cessione di contratto di appalto;
- in caso di abbandono, anche parziale, dell'appalto, anche se per cause di forza maggiore;
- in tutti i casi di grave inadempimento delle prescrizioni del presente capitolato e del contratto d'appalto, nonché delle disposizioni impartite dall'Amministrazione.

Resta comunque ferma la possibilità dell'Amministrazione di risolvere il contratto di appalto nelle ulteriori ipotesi previste dall'art. 108 del D.Lgs. n. 50/2016.

Per le modalità e i termini di contestazione degli inadempimenti e di risoluzione del contratto di appalto, così come per le relative conseguenze sotto il profilo degli obblighi di ciascun Appaltatore e dei diritti risarcitori dell'Amministrazione, si applicano le disposizioni dell'art. 108 del D.Lgs. n. 50/2016.

Ferma restando l'applicazione delle penali di cui al precedente articolo 10:

- la risoluzione del contratto di appalto e/o l'esecuzione in danno della fornitura non escludono eventuali responsabilità civili o penali di ciascun Aggiudicatario per i fatti imputabili a quest'ultimo che hanno determinato la risoluzione contrattuale e/o cagionato danni a terzi o alla stessa Amministrazione;
- l'Amministrazione potrà richiedere a ciascun Aggiudicatario il risarcimento di tutti i danni, a qualsiasi titolo e causa, anche extracontrattuale, comunque connessi, conseguenti e derivanti alla risoluzione contrattuale per inadempimento di quest'ultimo, ivi compresi quelli correlati ai maggiori oneri e costi sostenuti per l'esecuzione in danno della fornitura, per l'affidamento del completamento della fornitura a terzi e per l'esecuzione della fornitura da terzi a seguito di nuova procedura di gara.

A tal fine, l'Amministrazione potrà procedere anche attraverso compensazione con gli eventuali crediti maturati dall'Aggiudicatario per la fornitura già eseguita, nonché mediante l'escussione e l'incameramento della garanzia definitiva di cui al precedente articolo 11.

ART.13 - RECESSO

L'Amministrazione si riserva il diritto di recedere dal contratto di appalto in qualunque momento previo il pagamento della fornitura effettivamente eseguita, oltre al decimo dell'importo della fornitura non eseguita, da calcolarsi sulla differenza tra l'importo dei quattro quinti del prezzo posto a base di gara, depurato del ribasso d'asta e l'ammontare netto della fornitura eseguita.

Al fine di quantificare il valore della fornitura già eseguita, l'Amministrazione prenderà a riferimento il prezzo offerto per ciascun pacchetto di spazi pubblicitari su TV da ciascun Aggiudicatario come indicato nell'offerta economica presentata in fase di gara.

Per le modalità di esercizio del diritto di recesso si applicano le disposizioni dell'art. 109 del D.Lgs. n. 50/2016.