

## CAPITOLATO TECNICO RETTIFICATO

**PROCEDURA NEGOZIATA AI SENSI DELL'ART. 36 COMMA 2 LETT. B) DEL D. LGS 50/2016 E SS.MM.II,  
PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE PROGETTO "SPERIMENTAZIONE  
INNOVATIVA PER LA MESSA A SISTEMA DEI SERVIZI DI MEDIAZIONE CULTURALE A VALERE  
SUL POR FSE 2014-2020.**

**Asse II :** Inclusione sociale e lotta alla povertà

**Obiettivo specifico 9.1:** Riduzione della povertà, dell'esclusione sociale e promozione dell'innovazione.

**Linea d'azione 9.1.2:** Servizi sociali innovativi di sostegno a nuclei familiari multiproblematici e/o a persone particolarmente svantaggiate o oggetto di discriminazione.

**CIG: Z5023D1B60 - CLP 1001062912M1150002 - CUP E79D16002270008**

### Sommario

Art. 1 Oggetto dell'affidamento  
Art. 2 Descrizione Generale del Progetto  
Art. 3 Descrizione e caratteristiche del servizio  
Art. 4 Procedura e criterio di aggiudicazione  
Art. 5 Importo a base di gara  
Art. 6 Offerta tecnica  
Art. 7 Durata del servizio  
Art. 8 Regole di comunicazione del POR

## ART.1 - OGGETTO DELL’AFFIDAMENTO

L’Agenzia sarda per le politiche attive del lavoro intende bandire una gara per la realizzazione di una campagna di promozione del progetto “Sperimentazione innovativa per la messa a sistema dei servizi di mediazione culturale” finanziato a valere sul POR FSE 2014-2020, Asse II: Inclusione sociale e lotta alla povertà, Obiettivo specifico: 9.1 Riduzione della povertà, dell’esclusione sociale e promozione dell’innovazione. Linea d’azione: 9.1.2 Servizi sociali innovativi di sostegno a nuclei familiari multiproblematici e/o a persone particolarmente svantaggiate o oggetto di discriminazione (Determinazione dirigenziale n. 520/ASPAL del 21/07/2016).

## ART.2 - DESCRIZIONE GENERALE DEL PROGETTO

### Contesto di riferimento

La crescente presenza di cittadini stranieri, legata negli ultimi anni anche ai flussi di richiedenti protezione internazionale, ha fatto emergere anche nella nostra regione l’esigenza di riorganizzare il sistema dei servizi pubblici in chiave interculturale, al fine di renderli maggiormente accoglienti ed accessibili all’utenza immigrata.

**Tab. 1 - Serie storica stranieri residenti al 1° gennaio in Sardegna dal 2012 al 2016 per Provincia**

Anno	2012	2013	2014	2015	2016
Sassari	5.500	6.432	7.607	8.176	8.982
Nuoro	2.724	3.039	3.466	3.839	3.916
Cagliari	10.314	11.824	13.880	14.732	15.724
Oristano	2.025	2.320	2.621	2.734	2.892
Olbia-Tempio	7.650	8.647	10.678	11.549	11.826
Ogliastra	709	839	970	1.001	919
Medio Campidano	866	1.006	1.161	1.207	1.307
Carbonia-Iglesias	1.313	1.503	1.776	1.841	1.859
<b>Totale Sardegna</b>	<b>31.101</b>	<b>35.610</b>	<b>42.159</b>	<b>45.079</b>	<b>47.425</b>

### Obiettivi

La finalità generale del progetto è quella di favorire l’inserimento sociale, e ove possibile lavorativo, di persone straniere e, in particolar modo, di cittadine e cittadini extracomunitari garantendo servizi di mediazione interculturale omogenei e di qualità su tutto il territorio regionale.

Partendo dalle attività già avviate sul territorio regionale, gli obiettivi specifici del progetto sono:

- garantire la continuità e l'uniformità dei servizi di mediazione culturale su tutto il territorio regionale;
- uniformare e valorizzare le competenze professionali dei mediatori culturali sostenendone la formazione, la crescita e la stabilizzazione professionale;
- favorire la diffusione dei servizi in maniera capillare presso le istituzioni pubbliche, le aziende ed i soggetti privati.

### **Azioni:**

L'intervento progettuale, che si sviluppa nell'arco del triennio 2016-2018, si articola nelle seguenti azioni principali:

**Creazione di una Lista dei mediatori interculturali (LMI).** La creazione della LMI ha lo scopo di individuare le risorse umane presenti sul territorio che siano in possesso di competenze linguistiche, formazione specifica ed esperienze professionali di mediazione differenti per ambito: sociale, scolastico, sanitario, lavoro, giudiziario, mediazione-linguistica. La Lista attualmente conta n. 237 iscritti (di cui n. 11 iscritti con riserva ai sensi della Determinazione n. 458/ASPAL del 18/04/2017), dovrebbe diventare un punto di riferimento per tutti gli enti che necessitano di mediatori interculturali.

**Attivazione degli Sportelli Territoriali per la Mediazione Interculturale.** I servizi di mediazione culturale sono erogati attraverso appositi sportelli territoriali per la mediazione interculturale (STEMI). Localizzati prevalentemente presso i Centri per l'Impiego dell'intero territorio regionale (Città Metropolitana di Cagliari, Provincia del Sud Sardegna, Provincia Oristano, Provincia Nuoro e Provincia Sassari), gli STEMI offrono un servizio innovativo rivolto non solo all'utenza immigrata, ma anche alle imprese e alle istituzioni pubbliche che interagiscono con i cittadini stranieri in differenti ambiti: Lavoro, Socio-sanitario, Educativo e scolastico, Giustizia adulta e minorile Burocratico-amministrativo.

Le lingue disponibili sono: inglese, francese, spagnolo, arabo, rumena, russa e tigrino.

**Attivazione di piattaforma informatica multifunzione.** Per rendere il servizio offerto quanto più fruibile ed efficace possibile è necessario avvalersi di strumenti informatici che permettano un rapido scambio in informazioni e conoscenze tra gli operatori e con l'utenza. Attraverso l'utilizzo di un'apposita piattaforma informatica, sarà possibile razionalizzare le risorse economiche ed umane, si potrà favorire la mediazione interpersonale "remota", anche attraverso l'uso di videochiamata (che favorisce l'interpretazione del linguaggio non verbale); sarà possibile superare i problemi legati alla distanza geografica e offrire un servizio di reperibilità.

**Realizzazione di percorsi formativi destinati ai mediatori interculturali.** I mediatori interculturali operanti presso gli STEMI saranno inseriti in: percorsi di assessment (per rilevare gli eventuali gap tra le competenze possedute e quelle definite dal profilo professionale di "Mediatore interculturale junior" recentemente inserito nel Repertorio regionale dei profili di qualificazione della RAS); percorsi di formazione specifica per l'adeguamento delle competenze e l'acquisizione del profilo professionale;

percorsi di formazione continua per l'aggiornamento e la crescita professionale tenuto conto del fatto che si tratta di servizi che per loro natura sono caratterizzati dall'alta dinamicità dovuta all'avvicendamento delle popolazioni straniere sull'isola.

### **Destinatari**

Utenti stranieri destinatari di interventi di mediazione linguistico-culturale.

### **Fonte di finanziamento:**

POR FSE 2014-2020 Asse II: Inclusione sociale e lotta alla povertà. Obiettivo specifico: 9.1 – Riduzione della povertà, dell'esclusione sociale e promozione dell'innovazione. Linea d'azione: 9.1.2 Servizi sociali innovativi di sostegno a nuclei familiari multiproblematici e/o a persone particolarmente svantaggiate o oggetto di discriminazione. Importo totale progetto: € 2.409.600,00

### **ART.3 – DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO**

Con riferimento alle finalità e agli elementi di contesto richiamati al precedente art.2, la campagna di comunicazione oggetto della presente gara dovrà essere orientata a garantire una divulgazione capillare tra i cittadini stranieri e gli attori locali a vario titolo coinvolti nella tematica dei Servizi attivati nell'ambito dell'iniziativa progettuale in oggetto.

La proposta tecnica deve prevedere l'elaborazione di una strategia e la realizzazione di una campagna di comunicazione e sensibilizzazione, basata sui target di riferimento.

La proposta dovrà essere così strutturata e caratterizzata:

### **PROGETTO DI CREATIVITA'**

Ideazione di una proposta di un concept, logo e immagine coordinata del progetto. Tutti i prodotti dovranno contenere, oltre al logo del progetto anche quelli previsti dalle disposizioni sulla comunicazione del POR e dovranno essere coordinati all'immagine dell'ASPAL. Il proponente dovrà garantire l'ideazione e la realizzazione grafica dei prodotti informativi e pubblicitari come indicato nel presente documento.

### **REALIZZAZIONE DI MATERIALI E SUPPORTI GRAFICI INFORMATIVI E CAMPAGNA DI DIFFUSIONE**

Realizzazione dei seguenti prodotti da utilizzare per la campagna di comunicazione:

#### **A) Locandina**

Realizzazione di una locandina informativa del progetto in lingua italiana, da distribuire a cura dell'ASPAL nelle strutture pubbliche (presidi sanitari, di pubblica sicurezza, sportelli, uffici per l'immigrazione) e private dedicati ai cittadini stranieri.

La locandina dovrà contenere le informazioni di base relative al progetto, riportate al precedente articolo 2.

#### SPECIFICHE

Formato tipo: A3 (14 x 29,7 cm) - 4 colori

Quantità minima: 900 pezzi

Il materiale succitato dovrà essere consegnato in un'unica soluzione (nel più breve tempo possibile a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto).

#### **B) Brochure informativa multilingue**

Realizzazione di una brochure informativa multilingue (inglese, francese, spagnolo, arabo, cinese, tigrino, rumeno, russo) che dovrà contenere le principali informazioni relative al progetto e in particolare il dettaglio dei servizi offerti e le modalità di accesso, riportate in premessa. Le traduzioni nelle varie lingue straniere saranno fornite all'aggiudicatario dall'ASPAL.

#### SPECIFICHE

Formato tipo: A5 (14,8 x 21 cm) - 4 colori – 6 facciate bilingue (italiano + seconda lingua) in 8 versioni

Quantità minima: 8.000 pezzi

Il materiale succitato dovrà essere consegnato in un'unica soluzione (nel più breve tempo possibile a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto).

#### **C) Cartellonistica per uffici**

Realizzazione di targhe da utilizzare negli sportelli STEMI

#### SPECIFICHE

Quantità: 18 targhe in plexiglass, 15 roll up (100 x 200 cm).

Il materiale succitato dovrà essere consegnato in un'unica soluzione (nel più breve tempo possibile a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto).

#### **D) Manifesti pubblicitari**

Realizzazione grafica, stampa e affissione di manifesti pubblicitari a colori di due dimensioni (n. 900 70cm.x 100cm. e n. 23 600cm.x300cm) nei seguenti centri urbani della Sardegna (Cagliari, Sassari, Oristano, Nuoro e Olbia, Quartu S.E., Carbonia, Iglesias) e in eventuali ulteriori centri interessati da una presenza significativa di cittadini stranieri (come da informazioni riportate in premessa). La campagna di affissione dovrà prevedere in ogni centro indicato almeno un'uscita di durata non inferiore a un mese.

#### **E) Campagna sui mezzi pubblici di trasporto**

Realizzazione di una campagna informativa capillare sui mezzi pubblici di trasporto locale ed extra urbano nei maggiori centri quali Cagliari, Sassari, Nuoro, Oristano e Olbia attraverso cartelli fissi, pendolini e

adesive interni e/o esterni. La campagna di affissione dovrà prevedere in ogni centro indicato almeno un'uscita di durata non inferiore a venti giorni.

#### **F) Spot video web**

Realizzazione di un video della durata di un minuto che l'ASPAL diffonderà attraverso il web, nei canali social dell'amministrazione ed eventualmente sui mezzi pubblici nell'ambito della campagna di cui al punto precedente.

Nel dettaglio si richiede che la proposta contenga, quali elementi minimi identificativi del video:

- il logo/immagine coordinata/slogan identificativo della campagna
- lo storyboard descrittivo in conformità degli obiettivi generali e specifici dell'iniziativa descritti in premessa.

#### **G) Spot radiofonico**

Realizzazione di uno spot pubblicitario della durata massima di 30 secondi e acquisto spazi per il passaggio sul mezzo radiofonico. La campagna di diffusione dovrà essere articolata su stazioni radiofoniche a diffusione regionale e locale e dovrà prevedere almeno tre uscite della durata di una settimana ciascuna per 5 passaggi giornalieri.

Nel dettaglio si richiede che il progetto contenga, quali elementi minimi identificativi dello spot:

- il logo/immagine coordinata/slogan identificativo della campagna ;
- lo storyboard descrittivo;
- l'indicazione delle stazioni radiofoniche in cui verrà trasmesso;
- il calendario temporale di diffusione dello spot, con l'indicazione del numero di spot giornalieri e degli orari di trasmissione su ciascuna stazione.

La prestazione richiesta comprende: la produzione dello spot in conformità allo storyboard presentato e valutato dall'Amministrazione in sede di gara, la sua trasmissione, previa assunzione dei necessari accordi, presso le stazioni radiofoniche scelte, il rispetto della calendarizzazione per la diffusione approvata dall'Amministrazione.

### **ART. 4 – PROCEDURA E CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE**

La scelta del contraente avviene mediante procedura negoziata telematica ai sensi degli artt. 58 e. 36 comma 2 lett. b) del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.

Non sono ammesse offerte parziali, pari o in aumento.

L'aggiudicazione è effettuata a favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo ai sensi dell'art.95 del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.

I criteri per la valutazione complessiva dell'offerta sono:

CRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
Offerta tecnica (Pt)	80
Offerta economica (Pe)	20
<b>TOTALE (Ptot)</b>	<b>100</b>

Sarà aggiudicatario della gara il concorrente che avrà ottenuto il punteggio totale più alto dato dalla sommatoria dei punteggi attribuiti agli elementi di valutazione tecnica e agli elementi di valutazione economica:

$$P_{tot} = P_t + P_e$$

dove:

P<sub>tot</sub> = Punteggio totale;

P<sub>t</sub> = Punteggio attribuito agli elementi per la valutazione tecnica;

P<sub>e</sub> = Punteggio attribuito all'offerta economica.

Si distinguono i criteri di valutazione e i metodi di calcolo, per Offerta Tecnica ed Economica:

#### A. Offerta tecnica (80 punti)

Per l'attribuzione del Punteggio per l'OFFERTA TECNICA (Pt) prodotta da ciascun concorrente, gli elementi (ambiti, articolazione d'ambito, criteri e pesi) di valutazione di natura qualitativa con punteggio totale = 80 sono i seguenti:

AMBITO	ARTICOLAZIONE AMBITO	CRITERIO	PESO
<b>1. Qualità del progetto e delle metodologie proposte (MAX 70 PUNTI)</b>	<b>1.1 Architettura generale dell'offerta (MAX 20 PUNTI)</b>	1.1.1 Esaustività dell'offerta con riguardo alla completezza e ai contenuti stabiliti nel capitolato	5
		1.1.2 - Chiarezza e sintesi dell'impostazione dell'offerta	5
		1.1.3 – Efficacia, capacità di raggiungere il target, concretezza, contestualizzazione dell'attività proposta in termini di coerenza con le indicazioni e le finalità dell'Amministrazione	5
		1.1.4 – Coerenza del cronoprogramma rispetto agli obiettivi	5

	<b>1.2 Qualità dei servizi e prodotti rispetto agli obiettivi e alle specifiche previste dal Capitolato (MAX 34 PUNTI)</b>	<b>1.2.1 Qualità del concept e della proposta di immagine coordinata e capacità di impatto:</b> qualità metodologica (max pt 2); innovatività e l'originalità (max pt 5); capacità di impatto emotivo e promozionale (max pt 5)	<b>12</b>
		<b>1.2.2. Qualità della proposta grafica:</b> innovatività e originalità (max pt 3); qualità tecnica dei materiali tipografici e promozionali proposti (max pt 2); grafica (max pt 5) e impatto promozionale dei materiali tipografici proposti (max 2pt)	<b>12</b>
		<b>1.2.3 Qualità e metodologie proposte per la realizzazione di video e spot radiofonico:</b> qualità metodologica, innovatività, l'originalità e capacità di impatto emotivo e promozionale della specifica proposta operativa per la realizzazione del video (max pt 5) e dello spot radiofonico (max pt 5), anche in relazione alle finalità progettuali.	<b>10</b>
	<b>1.3 Diffusione (MAX 16 PUNTI)</b>	<b>1.3.1. Capillarità dell'informazione e diversificazione dei canali informativi utilizzati:</b> - Numero dei prodotti tipografici e promozionali (Locandina, Brochure informativa multilingue, Cartellonistica per uffici, manifesti pubblicitari), località, numero e modalità di affissione dei manifesti (max pt 6);  - Numero di uscite, centri di diffusione e durata della campagna sui mezzi pubblici di trasporto (max pt 5);  - Numero di passaggi, scelta del periodo di emissione di messa in onda dello spot radiofonico (max pt 5);	<b>16</b>
<b>2. Servizi aggiuntivi (MAX 10 PUNTI)</b>	<b>2.1 Eventuali attività aggiuntive rispetto a quelle richieste (MAX 10 PUNTI)</b>	2.1.1- Attinenza delle attività aggiuntive rispetto all'oggetto dell'appalto	<b>5</b>
		2.1.2 - Efficacia delle attività aggiuntive rispetto all'oggetto dell'appalto	<b>5</b>
			<b>80</b>

Il punteggio di valutazione tecnica per ciascuna offerta a-esima presentata Pt(a), sarà determinato dalla sommatoria per ciascun criterio dei coefficienti V(a)<sub>i</sub> per i relativi pesi, come riassunto in tale formula:

$$Pt(a) = \sum_{i=1}^n Wi * V(a)_i$$

Pt(a) = punteggio di valutazione dell'offerta tecnica (a);

Wi peso previsto per criterio (i)

V(a)<sub>i</sub> = coefficiente calcolato dalla Commissione rispetto al criterio (i);

n = numero totale dei criteri

Σn= sommatoria

Si precisa che:

a) I singoli coefficienti V(a)<sub>i</sub> sono determinati attraverso la media dei coefficienti, variabili tra zero e uno, attribuiti discrezionalmente dai singoli commissari considerando che:

Giudizio qualitativo	Coefficiente
Ottimo	Fino a 1
Buono	Fino a 0,80
Discreto	Fino a 0,60
Sufficiente	Fino a 0,40
Mediocre	Fino a 0,20

Terminata la procedura di attribuzione discrezionale dei coefficienti, si procede a trasformare la media dei coefficienti attribuiti ad ogni offerta da parte di tutti i commissari in coefficienti definitivi, riportando ad 1 la media più alta e proporzionando a tale media massima le medie provvisorie prima calcolate secondo le seguenti modalità (procedura di rescaling):

- se  $V(\max)_{pi} > 0$

$$V_{(a)_i} = \frac{V_{(a)_pi}}{V_{(\max)_pi}}$$

- se  $V(\max)_{pi} = 0$   $V(a)_i = 0$

dove:

$V(a)_i$  è il coefficiente ottenuto dalla ditta  $a$  per il criterio  $i$ -esimo prima della procedura di re-scaling;  
 $V(\max)_i$  il coefficiente massimo ottenuto dalle ditte concorrenti per il criterio  $i$ -esimo prima della procedura di re-scaling;  
 $V(a)_i$  sarà il coefficiente ottenuto dalla ditta  $a$  per il criterio  $i$ -esimo

### SOGLIA DI SBARRAMENTO

Non saranno ammessi alla fase della valutazione dell'Offerta economica i concorrenti che in fase di valutazione dell'Offerta tecnica abbiano ottenuto almeno un punteggio pari a 40.

### B. Offerta economica (20 punti)

Il punteggio attribuito alle offerte economiche relativo al parametro P1 verrà calcolato secondo la seguente formula:

$$P1(a) = 20 * V(a)$$

dove:

$$V(a) = Ra / R_{max}$$

$V(a)$  = coefficiente della prestazione dell'offerta ( $a$ ), variabile tra 0 e 1

$R_a$  = valore (ribasso) inteso come differenza fra la base d'asta e il Prezzo Complessivo offerto dal concorrente ( $a$ )

$R_{max}$  = valore (ribasso) inteso come differenza fra la base d'asta e il Prezzo Complessivo dell'offerta più conveniente.

L'aggiudicazione sarà effettuata a favore del concorrente che abbia presentato un'offerta che, in possesso di tutti i requisiti minimi obbligatori, previsti dalle specifiche di cui al presente disciplinare e dell'allegato Capitolato tecnico, risulti aver conseguito il punteggio complessivo più elevato. I risultati saranno arrotondati al centesimo di punto maggiormente prossimo.

Non sono ammesse offerte pari o in aumento rispetto alla base d'asta.

La stazione appaltante non è tenuta a corrispondere compenso alcuno alle imprese concorrenti, per qualsiasi titolo o ragione, per le offerte presentate.

In ogni caso la commissione giudicatrice si riserva di richiedere ai concorrenti di fornire chiarimenti in ordine al contenuto della documentazione e delle dichiarazioni presentate come previsto dalle vigenti disposizioni di legge, senza alterazione della par condicio tra le imprese concorrenti.

### ART.6 – OFFERTA TECNICA

L'offerta tecnica, dovrà essere corredata dalla relazione, composta da non più di n. 10 cartelle dattiloscritte formato A4 (interlinea 1,5; dimensione carattere 11), e dovrà illustrare e specificare con chiarezza gli

elementi di cui all'art. 3 . del Capitolato. All'offerta dovranno essere allegati cartelle contenenti immagini, bozzetti e story board relativi ai prodotti da realizzare, nonché ogni altro ulteriore elemento che il concorrente ritenga utile per consentire una appropriata valutazione dell'offerta.

La documentazione richiesta, a pena d'esclusione, da inserire nella busta tecnica è la seguente:

1) Relazione Tecnica

La relazione tecnica dovrà essere suddivisa nei seguenti capitoli:

- A1) architettura generale dell'offerta: comprendente: la descrizione delle modalità previste per l'attuazione del servizio, gli aspetti organizzativi, logistici e temporali.
- A2) Qualità dei servizi e dei prodotti offerti: dovrà essere descritto il concept generale della campagna, le metodologie operative e la descrizione delle caratteristiche di ogni prodotto richiesto, completa, ove necessario, dei dati quantitativi. Per quanto riguarda il video/spot web e lo spot radiofonico, dovranno essere dettagliati i rispettivi storyboard.
- A3) Diffusione: dovrà contenere il numero dei prodotti tipografici utilizzati, la località, il numero e le modalità di affissione, il numero di uscite relative alla campagna sui mezzi pubblici, la tempistica e la ripartizione delle uscite web e radio, nonché ogni altro ulteriore elemento che il concorrente ritenga utile per consentire una appropriata valutazione dell'offerta.
- A4) Servizi aggiuntivi: dovranno essere inserite le indicazioni di eventuali servizi aggiuntivi proposti.

2) Allegati alla Relazione Tecnica.

Per quanto concerne le soluzioni tecniche per la realizzazione delle attività dovrà essere allegata una proposta grafica per ciascuno dei seguenti prodotti: logo, locandina, brochure, targa, roll up, striscione, manifesto pubblicitario e campagna sui mezzi pubblici.

### ART. 7 – IMPORTO A BASE DI GARA

L'importo a base di gara per il servizio oggetto dell'appalto è pari ai Euro **24.900,00 IVA esclusa**, a valere sul PO FSE 2014 - 2020 dell'Asse II - Inclusione sociale e lotta alla povertà, Obiettivo specifico: 9.1 Riduzione della povertà, dell'esclusione sociale e promozione dell'innovazione, Linea d'azione: 9.1.2 Servizi sociali innovativi di sostegno a nuclei familiari multiproblematici e/o a persone particolarmente svantaggiate o oggetto di discriminazione.

#### **ART. 8 – DURATA DEL SERVIZIO**

Il servizio di comunicazione oggetto del presente capitolato decorrerà dalla data di stipula del contratto e dovrà essere interamente eseguito entro e non oltre il 31/12/2018.

#### **ART. 9 – REGOLE DI COMUNICAZIONE DEL POR**

Ai soggetti beneficiari dei finanziamenti del POR FSE sono assegnati, dai regolamenti comunitari, compiti rilevanti relativamente alle misure di informazione e di comunicazione. Ogni azione e strumento di comunicazione oggetto del presente appalto dovrà essere realizzato in conformità alle disposizioni contenute nel Manuale d'uso per la linea grafica del POR FSE 2014-2020, predisposto dall'Autorità di Gestione, quale strumento di identificazione visiva e di comunicazione per la Regione Sardegna e tutti gli attori coinvolti nell'attuazione del PO. Il Manuale può essere scaricato al link: <http://www.sardegnaprogrammazione.it/index.php?xsl=1384&s=321471&v=2&c=13077>