

ALLEGATO TECNICO

AL CAPITOLATO SPECIALE D'ONERI

Il presente *Allegato tecnico al capitolato speciale d'oneri* (di seguito *Allegato tecnico*) riporta le informazioni necessarie per la partecipazione alla gara per l'affidamento del servizio di monitoraggio radiofonico della pubblicità diffusa dalle emittenti radiofoniche nazionali.

1. Oggetto del servizio

1.1. Obiettivo della fornitura

L'obiettivo perseguito dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (di seguito Autorità) attraverso il monitoraggio della pubblicità radiofonica è l'acquisizione di dati ed elementi e la elaborazione di analisi e valutazioni per l'assolvimento dei compiti attribuiti all'Autorità dal quadro legislativo e regolamentare nazionale vigente.

Oggetto del monitoraggio è dunque la pubblicità trasmessa dalle emittenti radiofoniche nazionali, effettuata nei palinsesti quotidiani, i quali, diffusi a livello nazionale, saranno acquisiti, registrati e analizzati, in maniera sistematica, evidenziandone gli eventi pubblicitari contenuti che saranno poi soggetti a particolari verifiche.

I dati ottenuti attraverso le rilevazioni dei segnali radiofonici saranno trasformati in informazioni di tipo quantitativo (percentuali di affollamento.) o in informazioni di tipo qualitativo (ad es. titolo del programma, orario e data di messa in onda, ecc.).

Le rilevazioni dei segnali radiofonici e le conseguenti registrazioni dovranno essere effettuate secondo le modalità stabilite dall'Autorità, in adempimento ai compiti istituzionali ad essa assegnati.

1.2. Esigenze informative

La *legge 31 luglio 1997, n. 249* ha attribuito alla Commissione per i Servizi ed i Prodotti dell'Autorità, le competenze in materia di monitoraggio delle trasmissioni radiotelevisive. In riferimento alla pubblicità diffusa dalle emittenti nazionali, l'Autorità è tenuta a verificare il rispetto da parte delle emittenti radiofoniche della normativa vigente in materia di pubblicità trasmessa.

2. Caratteristiche tecniche e descrizione del monitoraggio radiofonico

2.1 Registrazione delle trasmissioni

L'aggiudicatario è tenuto alla registrazione di tutte le trasmissioni radiofoniche andate in onda sulle emittenti nazionali indicate al successivo § 2.2, da svolgersi 24 ore su 24 per l'intero anno solare e per l'intera durata del contratto.

L'aggiudicatario deve conservare la registrazione dei programmi trasmessi dalle emittenti monitorate per un periodo di almeno 12 mesi successivi alla data di trasmissione degli stessi. L'aggiudicatario deve conservare per almeno 5 anni dalla data di trasmissione i dati del monitoraggio.

Su richiesta dell'*Autorità*, l'aggiudicatario si impegna a recapitare, entro 24 ore, presso i locali della sede di Roma, le registrazioni di uno specifico programma, su supporto ottico con formato indicato dall'*Autorità*, su cui sarà sovrimpresso, istante per istante, il nome dell'emittente data ed ora espressa in ore, minuti e secondi, e la sintetica descrizione del suo contenuto.

2.2 Emittenti radiofoniche da monitorare

Il monitoraggio delle trasmissioni deve essere effettuato per le seguenti emittenti radiofoniche nazionali:

Concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo

1. *Radiouno*
2. *Radiodue*
3. *Radiotre*

Emittenti private nazionali

4. *Rmc Radio Montecarlo*
5. *Radio Capital*
6. *Radio DeeJay*
7. *Radio Kiss Kiss network*
8. *Radio 105 Network*
9. *Rds radio Dimensione Suono 100% grandi successi*
10. *Radio Italia solo musica italiana*
11. *Rtl 102.5 Hit radio*
12. *Radio 24 - Il sole 24 ore*
13. *Radio M2O*
14. *Radio R101*

Nel caso in cui le emittenti dovessero modificare il proprio logo identificativo, l'attività di monitoraggio deve proseguire con riferimento alla nuova denominazione dell'emittente. E', inoltre, fatta salva la facoltà dell'*Autorità* di effettuare sostituzioni, nell'ambito delle emittenti oggetto della rilevazione, anche in previsione di sviluppi tecnologici.

3. Criteri di rilevazione degli eventi pubblicitari

3.1. Le rilevazioni

Una volta effettuate le registrazioni giornaliere, per ciascuna delle emittenti da monitorare, si dovrà procedere all'analisi dei dati. I risultati di tali analisi saranno riportati in forma tabellare, saranno organizzati e raccolti in formato elettronico e gestiti su un apposito database di facile consultazione. Tali dati recanti informazioni sull'analisi della programmazione, dovranno risiedere su un sito web, creato appositamente, consultabile in qualsiasi momento dall'*Autorità*, e aggiornato con cadenza settimanale.

I dati relativi alla pubblicità trasmessa dalle emittenti radiofoniche dovranno essere raccolti sotto forma di tabelle, raggruppate secondo la tipologia di violazione individuata dalla legislazione vigente e classificata dall'*Autorità*.

3.2. Elenco delle tipologie di violazione

- 1 *Affollamenti pubblicitari orari dell'emittente pubblica (art. 38, comma 1, dlgs 177/05)*
per i canali : *Radiouno*
Radiodue
Radiotre
2. *Affollamento settimanale complessivo dei canali dell'emittente pubblica (art. 38, comma 1, dlgs 177/05)*
3. *Affollamento orario delle emittenti private (art 38, comma 3, dlgs 177/05)*
4. *Riconoscibilità del messaggio pubblicitario (pubblicità non segnalata) (art 4, comma 1, lettera c, dlgs 177/05 e art 3, comma 1, delibera 538/01/CSP).*
5. *Divieto di sponsorizzazione di giornali radio e notiziari vari (art 7, commi 1 e 2, DM 581/93))*

6. *Disciplina della sponsorizzazione radiofonica (art.5 D.M. 581/93))*

7. *Divieto di pubblicità di medicinali e cure mediche (art 37, comma 9, dlgs 177/05)*

Per ciascuna delle 7 fattispecie elencate, dovranno essere forniti i dati acquisiti dalle registrazioni e inseriti in una apposita tabella da cui reperire le informazioni necessarie per il controllo da svolgere nei confronti delle emittenti di cui al presente allegato.

3.3. Definizione dei messaggi pubblicitari

Per le definizioni di pubblicità e messaggio pubblicitario si deve fare riferimento alle corrispondenti definizioni contenute nel decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e nel Regolamento in materia di pubblicità radiotelevisiva e televendite, di cui alla delibera n. 538/01/CSP del 26 luglio 2001 e successive modificazioni e integrazioni.

3.4. Elenco degli eventi esclusi dalla pubblicità

Nell'ambito delle rilevazioni effettuate sulla programmazione sono da distinguere i seguenti eventi, esclusi dalla nozione di evento pubblicitario e dal conteggio dell'affollamento:

- **inviti all'ascolto**: offerte di programma che precedono immediatamente il programma stesso accompagnati dalla sola citazione di nome di una o più imprese, diverse dalla emittente, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste, non sono soggetti ad un limite numerico ;(*art 4, comma 1, decreto 581*)
- **billboards**: ringraziamenti per l'ascolto effettuati al termine del programma accompagnati dalla sola citazione di nome di una o più imprese, diverse dalla emittente, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste (*art 4, comma 1, decreto. 581*)
- **spot-jingles** :segnali acustici trasmessi in occasione delle interruzioni di programmi accompagnati dalle sole citazioni di nome e/o marchio dello sponsor, con esclusione di qualsiasi slogan pubblicitario e della presentazione di prodotti o servizi di queste (*art 5, comma 1, decreto 581*)
- **Autopromozione**: annunci dell'emittente relativi ai propri programmi e ai prodotti collaterali (*art 2, punto bb, dlgs 177/05 e art 5, c. 1, delibera 538 /01/ CSP*)

- **Campagne sociali (annunci di servizio pubblico):** messaggi di pubblica utilità trasmessi allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica relativamente ad argomenti di interesse sociale (art 5, c. 1, delibera 538 /01/ CSP)
- **Informazione e comunicazione istituzionale** sono messaggi promossi da Enti statali o da altre Istituzioni pubbliche o private per informare il cittadino (art 5, c. 1, delibera 538 /01/ CSP)

4. Rilevazioni sugli affollamenti pubblicitari radiofonici

Per calcolare l'affollamento pubblicitario si devono sommare le durate di tutti i messaggi pubblicitari trasmessi in un'ora.

I valori di affollamento orario, per tutti i canali trasmessi, dovranno essere calcolati per ciascuna delle 24 ore della giornata, partendo dalla prima fascia oraria (ore 00.00.00 fino alle ore 00.59.59) e così via fino all'ultima delle 24 fasce orarie (ore 23.00.00 - 23.59.59.) (ovviamente le ore 00.00.00 coincidono con le ore 24.00.00). Tali valori dovranno essere espressi sia in valore sessagesimale (ora, minuti e secondi) sia in valore percentuale, calcolato nell'ora (3.600 secondi) e andranno trasferiti su una tabella composta da 25 colonne (24 ore della giornata + il totale giornaliero) e da 30 o 31 righe corrispondenti ai giorni del mese sottoesame. La tabella così compilata conterrà i dati riassuntivi di affollamento orario per ciascuna giornata del mese sottoesame.

Per l'emittente pubblica, oltre a questa tabella, ne andrà compilata un'altra riferita all'affollamento settimanale del totale dei 4 canali trasmessi.

4.1 Limiti di affollamento pubblicitario orario dell'emittente radiofonica pubblica RAI (art 38 comma 1, dlgs 177/05)

Si considera la somma tutti i messaggi pubblicitari trasmessi in un'ora.

Il limite di affollamento orario, per ciascuna delle 24 fasce orarie giornaliere, è pari al 12% che potrà arrivare fino al valore del 14% (2 % di tolleranza), se nell'ora precedente o successiva a quella sottoesame sia possibile il recupero della percentuale eccedente fino al 2% .

Pertanto, nella tabella che dovrà essere compilata, andranno indicati tutti i valori di affollamento calcolato e andranno, in particolare, evidenziati perché considerate violazioni (ad esempio utilizzando il grassetto o il colore rosso) tutti quei valori superiori al limite stabilito del 14 % e quelli la cui eccedenza, rispetto al 2%, non sia recuperabile nell'ora adiacente (es .il valore di 13,5 % risulterà violazione se nell'ora precedente si ha una percentuale del 13,7% e in quella successiva 13,8 %).

In dettaglio la tabella da compilare, per ciascun canale e relativa ai dati di un mese intero, sarà composta da 25 colonne (pari alle 24 fasce orarie e al totale giornaliero) e da 30 o 31 righe, corrispondenti ai giorni del mese oggetto di rilevazione, deve riportare le seguenti informazioni:

per ciascuna fascia oraria

- Minuti e secondi di pubblicità trasmessa.
- Valore percentuale di affollamento orario (minuti di pubblicità trasmessa nell'ora).

4.2 Limiti di affollamento settimanale complessivo dei canali dell'emittente pubblica (art. 38, comma 1, dlgs 177/05)

Per la sola emittente pubblica RAI dovrà essere verificato l'affollamento settimanale per l'insieme dei quattro canali radiofonici trasmessi: Radiouno, Radiodue ,Radiotre. Per ciascuna ora della giornata e per ciascun giorno della settimana andranno sommati i singoli valori rilevati dell'affollamento orario al fine di ricavare il valore medio settimanale .

La tabella da compilare conterrà 25 colonne, pari alle 24 fasce orarie + il totale settimanale, e 4 o 5 righe corrispondenti alle settimane del mese in esame. I dati settimanali potranno anche contenere i riferimenti a giorni di mesi diversi (es il mese di 31 giorni cade di mercoledì e quindi la settimana conterrà anche i primi tre giorni del mese successivo). Ciascuna delle 52 settimane rilevate nell'anno avrà inizio la domenica e termine il sabato successivo e sarà numerata progressivamente per poter essere facilmente identificata (tale numerazione non corrisponderà a quella del calendario, poiché l'inizio del servizio di monitoraggio probabilmente non corrisponderà all'inizio dell'anno solare.

In ciascuna delle fasce orarie giornaliere andrà inserito il valore di affollamento orario corrispondente a quel giorno e a quella ora, per ciascuno dei sette giorni della settimana sottoesame, sommando i valori rilevati per i quattro canali dell'emittente. Andranno cioè sommati, per una data fascia oraria, i valori rilevati, nella identica fascia, dei tre programmi Radiouno, Radiodue, Radiotre, sia in valore sessagesimale che in valore percentuale. (ad es. il valore nella fascia oraria 13-13.59.59 sarà ottenuto sommando i valori, della stessa fascia oraria, di affollamento rilevati nei giorni di domenica, lunedì, martedì, mercoledì, giovedì, sabato, sommandoli ancora per i valori ottenuti per ognuno dei quattro canali.

I valori che dovranno essere evidenziati, con grassetto o con colore rosso, perché considerate violazioni, saranno quei valori contenuti nella casella corrispondente al totale settimanale, superiori al 4%.

In definitiva la tabella, che sarà compilata per ciascun mese, conterrà le settimane in esso comprese (con inizio dalla domenica e fino al sabato successivo compreso) e le seguenti informazioni:

- Minuti e secondi di pubblicità settimanale totale per l'insieme dei quattro canali radiofonici, suddivisi per le 24 fasce orarie, trasmessi nella settimana in esame;

- Percentuali di affollamento complessivo (minuti di pubblicità trasmessa/somma dei minuti di programmazione per i quattro canali).

4.3.Limiti dell'affollamento orario delle emittenti private (art 38, comma 3, dlgs 177/05)

Il limite di affollamento orario, per ciascuna delle 24 fasce orarie giornaliere, è pari al 18%, che potrà arrivare fino al valore del 20% (2 % di tolleranza), se nell'ora precedente o successiva a quella sottoesame sia possibile il recupero della percentuale eccedente fino al 2% .

Pertanto nella tabella, che dovrà essere compilata, andranno indicati tutti i valori di affollamento calcolato e andranno, in particolare, evidenziati, perché considerati violazioni, (ad esempio utilizzando il grassetto o il colore rosso) tutti quei valori superiori al limite stabilito del 20 % e quelli la cui eccedenza, rispetto al 2%, non sia recuperabile nell'ora adiacente (es .il valore di 19,6 % risulterà violazione se nell'ora precedente si ha una percentuale del 17,7% e in quella successiva 17,8 %).

In dettaglio, la tabella da compilare, per ciascun canale e relativa ai dati di un mese intero sarà composta da 25 colonne (pari alle 24 fasce orarie e al totale giornaliero) e da 30 o 31 righe, corrispondenti ai giorni del mese oggetto di rilevazione e dovrà riportare le seguenti informazioni:

per ciascuna fascia oraria

- Minuti e secondi di pubblicità trasmessa;
- Valore percentuale di affollamento orario (minuti di pubblicità trasmessa nell'ora).

4. 5 Tabelle riassuntive degli sforamenti pubblicitari.

Oltre alle tabelle sopra descritte con i dati completi relativi all'affollamento pubblicitario, andranno anche compilate, per semplicità di consultazione e per una immediata visualizzazione dei valori superiori ai limiti stabiliti e, quindi, "sforati", le tabelle di sforamento pubblicitario. Tali tabelle, costituite di 25 colonne (24 fasce orarie + il totale giornaliero) e 30 o 31 righe (i giorni del mese, 28 per febbraio) conterranno solo i valori di percentuale sforata, superiori ai limiti previsti e quindi quelli relativi alle presunte violazioni riscontrate.

Gli sforamenti saranno evidenziati, nella fascia oraria corrispondente, con l'indicazione del valore percentuale conteggiato. L'eventuale recupero dello sforamento (che non superi però il limite della tolleranza del 2% previsto dall'*art. 38, comma 1, dlgs 177/05 per l'emittente radio pubblica e l'art. 38, comma 3, dlgs 177/05 per le emittenti radio private e comunitarie*) effettuato nell'ora antecedente o nell'ora successiva a quella in cui si è verificato, verrà evidenziato con una indicazione grafica (ad esempio una freccia con la punta rivolta verso la fascia in cui può avvenire il recupero).

4.6. Tavola riepilogativa delle tabelle da fornire per gli affollamenti

La tavola riepilogativa delle tabelle da fornire per la valutazione degli affollamenti pubblicitari è la seguente:

Tavola riepilogativa - 1

Numero tabelle affollamenti	<i>Contenuto</i>	Emittenti monitorate
1	Affollamento orario per i singoli canali RAI	Radiouno, Radiodue, Radiotre,
2	Affollamento settimanale complessivo per RAI	Radiouno+Radiodue+ Radiotre
3	Affollamento orario per singole emittenti private	Rmc Radio Montecarlo Radio Capital Radio DeeJay Radio Kiss Kiss network Radio 105 Network Rds radio Dimensione Suono 100% grandi successi Radio Italia solo musica italiana Rtl 102.5 Hit radio Radio 24 - Il sole 24 ore Radio M2O Radio R101
4	Sforamenti	Tutte le singole emittenti

5. Riconoscibilità del messaggio pubblicitario

L'art 4, comma 1, lettera c del dlgs 177/05 prevede, a garanzia dei radioascoltatori, che i messaggi pubblicitari siano riconoscibili e distinte dal resto dei programmi con mezzi di evidente percezione. Nel caso di trasmissione radiofonica si dovranno adottare necessariamente mezzi acustici che, ai sensi dell'art 3, comma 1, della delibera 538/01/CSP, saranno inseriti all'inizio e alla fine della pubblicità o della televendita. Pertanto si chiede di monitorare il palinsesto radiofonico giornaliero al fine di verificare il rispetto di quanto stabilito dagli articoli sopra menzionati.

Programmi da monitorare: intero palinsesto radiofonico.

Per ciascuna delle emittenti radiofoniche dovrà essere compilata una tabella con i dati riferiti ad ogni singolo mese, contenente informazioni sui riscontri, effettuati per ogni giornata, sull'utilizzo dei mezzi di avviso sonoro. Andranno ovviamente evidenziati, fornendo informazioni di dettaglio, tutti quegli episodi in cui si è riscontrata l'assenza di tali segnalazioni acustiche per il riconoscimento del messaggio pubblicitario, da considerarsi violazioni rispetto alla normativa vigente.

6. Divieto di sponsorizzazione giornali radio e notiziari vari

L'art 7, comma 1, del D. M. n. 581/93 prevede che i giornali radio e i notiziari di carattere politico, economico e finanziario, nonché i programmi di consulenza per i consumatori, art 7, comma 2, del D. M. n. 581/93, non possono essere sponsorizzati. Pertanto il monitoraggio sulla programmazione giornaliera controllerà il rispetto di tali previsioni regolamentari.

Programmi da monitorare:

- giornali radio, notiziari politici, notiziari economici e notiziari finanziari per il rispetto dell'art 7, comma 1, del D. M. n. 581/93
- programmi di consulenza per i consumatori per il rispetto dell'art.7, comma 2, del D.M. n. 581/93.

Per ciascuna delle emittenti radiofoniche dovrà essere compilata una tabella con i dati riferiti ad ogni singolo mese, contenente informazioni sui riscontri, effettuati per ogni singola giornata, sul rispetto delle due previsioni normative. I casi di riscontro di violazioni alla suddetta normativa si segnaleranno fornendo informazioni di dettaglio necessarie per l'apertura di una eventuale istruttoria da parte dell'Autorità (es. di informazioni: emittente, data, ora, descrizione dell'episodio di violazione e relativa registrazione).

8. Divieto di pubblicità di medicinali e cure mediche

Ai sensi dell'art 37 comma 9, dlgs 177/05 è vietata la pubblicità radiofonica dei medicinali e delle cure mediche disponibili unicamente con ricetta medica.

La pubblicità radiofonica di strutture sanitarie è regolata dalla apposita disciplina in materia di pubblicità sanitaria di cui alla legge 5 febbraio 1992 n. 175, come modificata dalla legge 26 febbraio 1999, n. 42, dalla legge 14 ottobre 1999, n. 362, nonché dall'articolo 7, comma 8, della legge 3 maggio 2004, n. 112, e successive modificazioni.

Per ciascuna delle emittenti radiofoniche dovrà essere compilata una tabella, con i dati riferiti ad ogni singolo mese, contenente informazioni sui riscontri, effettuati per ogni singola giornata, sul rispetto della precedente previsione normativa. I casi di riscontro di violazioni alla suddetta normativa, andranno segnalati fornendo informazioni di dettaglio necessari per l'apertura di una eventuale istruttoria da parte dell'Autorità (es. di informazioni: emittente, data, ora, descrizione dell'episodio di violazione e sua registrazione).

9. Documentazione riepilogativa da inviare

9.1 Documenti mensili

Il servizio di monitoraggio oggetto del presente contratto prevede la fornitura di dati sia di tipo quantitativo che qualitativo inseriti in apposite tabelle, contenenti dati salienti sulla programmazione effettuata dalle emittenti radio, tali da identificare univocamente l'episodio relativo a presunta violazione ai dispositivi di legge vigenti. Tali dati e informazioni saranno registrate e risiederanno su un database elettronico, di cui al successivo par. 10

9.2 Documento riepilogativo annuale

All'inizio di ciascun anno solare dovrà essere consegnato, su supporto ottico o altro supporto preventivamente concordato, il sunto di tutti i dati pubblicitari rilevati nel corso dell'anno e raccolti in tutte le tabelle indicate in precedenza.

10. Sistema di acquisizione e registrazione dei dati

10.1 Realizzazione del sistema

L'attività di monitoraggio viene espletata attraverso un sistema di acquisizione e registrazione dei segnali radiofonici delle emittenti oggetto di monitoraggio che, dopo essere stati acquisiti, devono essere analizzati, trasformati in dati elementari, registrati per la gestione e consultazione successiva su un database (DB). Il sistema di acquisizione del segnale radio dovrà essere realizzato, secondo le esigenze dell'aggiudicatario, per fornire supporti di registrazione in formato ottico.

Per quanto riguarda la memorizzazione dei dati elementari e di quelli aggregati ottenuti a seguito di analisi, l'aggiudicatario deve provvedere alla realizzazione ed all'aggiornamento di un database autonomo per la fornitura del servizio all'Autorità ed organizzato in sezioni interoperabili fra loro, che consenta la gestione di tutti i dati e le informazioni relativi al monitoraggio pubblicitario. Le informazioni devono essere rese disponibili in ambiente *web based* con accesso protetto.

I dati elementari, memorizzati nel DB, devono essere facilmente consultabili ed eventualmente riutilizzabili per successive aggregazioni con *Microsoft Excel* senza bisogno di conversioni intermedie di formato.

L'aggiudicatario deve fornire, prima dell'inizio del servizio, idonea documentazione concernente la strutturazione logica del database in questione, con l'indicazione per ogni tabella dei singoli campi contenuti, al fine di consentire la verifica di coerenza del sistema.

10.2 Ulteriori caratteristiche del sistema

Il sistema dovrà garantire:

- **procedure automatiche e manuali di backup;**
- **il recupero da situazioni di errore** attraverso la disponibilità di meccanismi di *commit/rollback* atti ad assicurare la stessa integrità dei dati trasmessi e di *disaster recovery* in caso di avaria delle macchine;
- **l'integrità dei dati**, ovvero la protezione dei dati e delle informazioni nei confronti delle modifiche del contenuto, accidentali oppure effettuate da terzi, essendo compreso nell'alterazione anche il caso limite della generazione ex novo di dati ed informazioni;
- **la gestione della sicurezza** attraverso meccanismi di autenticazione e riconoscimento degli utenti che hanno accesso al database;
- **accessibilità multipla e contemporanea** al database per un numero almeno di 5 utenti;
- **la tracciabilità** degli accessi e delle operazioni;
- **i livelli di qualità del servizio** come descritti al seguente § 11.
- **l'aggiornamento dei dati** con le tempistiche descritte al § 10.5;
- **la fornitura delle registrazioni dei programmi** su supporto ottico, che dovranno contenere, oltre al nome dell'emittente, con continuità, la progressione temporale con formato < giorno.mese.anno- ora:minuto:secondo> per l'intera durata della trasmissione.

10.3 Accesso alle informazioni

Dovrà essere realizzato un applicativo che consenta di effettuare interrogazioni, anche di tipo parametrico, attraverso un'interfaccia semplice e guidata in ambiente **Web based**.

Deve essere possibile, per l'Autorità, l'interrogazione su tutti i campi del database concernenti le diverse tabelle contenenti gli eventi oggetto della rilevazione.

Le condizioni di sicurezza del collegamento, così come le modalità di installazione e configurazione di tale *software*, devono essere preventivamente concordate con i sistemi informativi dell'*Autorità*.

10.4 Configurazione dei Client presso l'Autorità

L'applicativo deve essere compatibile con le piattaforme architetture basate sui sistemi operativi indicati dall'*Autorità*. Deve consentire l'esportazione dei dati in ambiente M.S. Office e Adobe Acrobat.

10.5 Aggiornamento dei dati

Il database deve essere aggiornato con cadenza settimanale con riferimento ai dati rilevati nella settimana precedente.

Ogni giovedì, entro le ore 12.00, dovranno essere disponibili i dati rilevati nel corso della settimana precedente a partire dalla domenica (ore 00.00) fino al successivo sabato (ore 24.00).

10.6 Modifiche hardware/ software del sistema

In considerazione della continua evoluzione tecnica dei sistemi di rilevazione digitale e modifica del quadro normativo di riferimento del settore delle comunicazioni radio, la società contraente, a seguito di formale richiesta dell'*Autorità*, effettuerà le opportune variazioni rapportandosi con gli esperti dell'*Autorità* stessa. Tali integrazioni/aggiornamenti devono essere effettuati entro la data indicata, sia per quanto riguarda eventuali variazioni strutturali del sistema di acquisizione/registrazione, sia per gli aggiornamenti che dovessero rendersi necessari per sopravvenute modifiche regolamentari.

In entrambi i casi l'aggiudicatario non avrà alcun diritto a nuovi o maggiori compensi.

10.7 Custodia del database e proprietà dei dati rilevati

Il database dovrà risiedere presso le strutture informatiche dell'aggiudicatario e su apposita struttura hardware ubicata presso i locali dell'*Autorità*. Il database residente presso l'*Autorità* dovrà essere aggiornato con cadenza periodica per mezzo di un collegamento definito secondo le modalità e le tempistiche riportate al punto 10.5.

Esso deve contenere le informazioni richieste dalla data di inizio del servizio fino al termine del rapporto contrattuale.

L'aggiudicatario, a proprie spese, incluso ogni diritto d'uso, è tenuto a fornire, installare e configurare le infrastrutture hardware e software per l'attivazione del collegamento tra la propria sede e quella dell'*Autorità*. Le modalità di installazione e configurazione e le condizioni di

sicurezza del collegamento dovranno essere concordate preventivamente con i sistemi informativi dell'Autorità.

Il database, e i dati in esso contenuti, registrati con le modalità di rilevazione indicate dall'Autorità, sono di proprietà esclusiva dell'Autorità.

11. Livelli di qualità del servizio

In caso di disservizio, che non permetta l'accesso e la consultazione delle informazioni, si richiede che si intervenga on-site o da remoto con tempistica di tipo NBD (Next Business Day);

- il tempo di ripristino non deve superare le 12 ore dall'intervento;
- il tempo di indisponibilità per la consultazione dei dati, nell'arco di 90 giorni, non deve essere superiore al 3,5 % delle giornate, quindi sia pari al massimo a 3 giorni nell'arco di tre mesi.

Il tempo di aggiornamento del database, in caso di giustificato ritardo, si richiede che avvenga:

- non oltre le 24 ore successive al termine stabilito entro il quale deve essere eseguita l'attività;
- il numero totale di aggiornamenti, eseguiti con ritardo, non superi il 4% degli aggiornamenti settimanali previsti nell'anno (52) , quindi al massimo saranno pari a 2.

12. Servizi accessori

12.1 Servizi a supporto

Il servizio deve essere supportato, nella fase iniziale, da sessioni di *training on job* agli utenti dell'Autorità, nonché da idonea documentazione in lingua italiana, per quanto attiene alle modalità di accesso ed uso dei software di consultazione.

Per tali servizi la società contraente si impegna a comunicare i nominativi (nonché eventuali variazioni) del personale abilitato a svolgere tale attività.

12.2 Costituzione del gruppo di coordinamento

Per l'organizzazione delle attività oggetto del rapporto contrattuale, nonché al fine di verificare l'assolvimento di ogni adempimento ed ogni eventuale relativo adeguamento dei sistemi utilizzati

per la fornitura del servizio, la società contraente dovrà costituire un gruppo di lavoro, composto da almeno 5 unità .

Il suddetto gruppo deve essere composto da personale avente competenza nelle seguenti aree:

- informatica / programmazione/ analisi di sistema/ sistemistica
- controllo di qualità/ controllo di processo
- analisi della pubblicità/
- statistica

e deve documentare di essere in possesso, nei relativi ambiti, di esperienza almeno quinquennale.

All'interno del gruppo di coordinamento dovrà essere individuato il responsabile del progetto di monitoraggio, così come specificato all'Art. 4 del capitolato.

ALLEGATO A

ESEMPIO DI TABELLA RIPORTANTE I DATI RELATIVI ALL’AFFOLLAMENTO PUBBLICITARIO

Giorno		00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	Tot. Giorno
01	Minuti	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	02:44	00:00	00:00	05:35	06:32	06:32	02:46	0:35	00:00	03:47	06:54	06:39	06:36	03:2	03:3	57: 18
	Affollamento %	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.56	0.00	0.00	9.31	10.9	10.9	4.61	4.31	0.00	6.31	11.5	11.0	11.0	5.14	05.92	03.98
02	Minuti	04:12	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	00:00	02:05	00:00	00:00	04:46	03:42	04:39	05:38	05:06	04:47	06:49	05:42	07:11	07:17	07:26	00:00	69:20
	Affollamento %	7.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.47	0.00	0.00	7.94	6.17	7.7	9.39	8.50	7.97	11.4	9.50	11.9	12.1	12.4	00.00	04.81

Legenda:

Ciascun giorno deve essere suddiviso nelle 24 fasce orarie.

Nella riga denominata *minuti* devono essere indicati i valori temporali di pubblicità trasmessa, espressa in minuti e secondi.

Nella riga denominata *affollamento* andranno inserite le percentuali di affollamento per le 24 fasce orarie.

Con riferimento alla colonna *Tot. Giorno*, nella riga corrispondente ai *minuti* deve inserirsi il tempo di pubblicità giornaliero trasmesso, mentre nella riga corrispondente all’*affollamento* deve inserirsi il valore della percentuale giornaliera.

ALLEGATO B

**ESEMPIO DI TABELLA RIPORTANTE I DATI
RELATIVI AGLI SFORAMENTI PUBBLICITARI**

Giorno	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	Tot. Giorno
01			-->					<--		-->			<--							<--			<--		
02								20.03					<--				-->			<--				<--	