

Spett.le
Ditte varie
Loro Sedi

Prot. N. Data

Ufficio: Relazioni con l'Esterno

Oggetto: **Gara per l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca ai sensi dell'art. 125 del D. Lgs. N. 163 del 12/04/2006 – CIG**

Si invita l'impresa a presentare un preventivo, utilizzando la procedura informatizzata presente sul portale MEPA, per l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca .

L'offerta dovrà pervenire alla Camera di Commercio di Lucca **entro il giorno 1° aprile 2014 alle ore 12.00**

L'offerta si articolerà in:

1. **Documentazione amministrativa:**

Si chiede di presentare:

- ⤴ la presente **lettera di invito**, sottoscritta digitalmente dal titolare o dal legale rappresentante (Allegato A);
- ⤴ le **dichiarazioni relative all'accettazione della clausola di tracciabilità e alla comunicazione degli estremi del conto corrente dedicato** rese, ai sensi dell'art 3 della L. 136/2010 e ss mm, dal titolare o legale rappresentante, accompagnata da fotocopia semplice di documento di riconoscimento in corso di validità del sottoscrittore (allegati B e C);

2. **Offerta tecnica:**

Si chiede di presentare una proposta grafica, costituita dai seguenti punti 2.A e 2.B, contenente il marchio della Camera di Commercio di Lucca (Allegato F) nel rispetto del Manuale di utilizzo dello stesso (allegato G):

- ⤴ **2.A Proposta grafica coordinata sul tema dell'Internazionalizzazione delle imprese** costituita da:
 - Invito a convegno
 - Annuncio web (banner/bottone)
 - Leaflet informativo
 - Proposta di gadget
 - Cartellina dell'evento
 - Shopper
- ⤴ **2.B Realizzazione di una pubblicazione** sul tema del punto A, costituito da almeno 40 pagine, con finto testo ma con realizzazione di copertina, indice, gabbia grafica su tutte le pagine.

3. Offerta economica

- ▲ l'Offerta economica, redatta su carta intestata dell'impresa, debitamente compilata e sottoscritta digitalmente dal titolare o legale rappresentante, dovrà riportare il prezzo proposto per ogni tipologia di servizio per i diversi materiali di comunicazione, come indicati nel modello (Allegato D) e definiti nel glossario allegato (Allegato E). I concorrenti dovranno pertanto indicare **il costo complessivo unitario di ciascuna prestazione tipo**.

Per informazioni più dettagliate sull'attività della Camera di Commercio si può visitare il sito www.lu.camcom.it

Si precisa che la proposta grafica, su cui verterà la valutazione dell'offerta tecnica, ha il solo scopo di mettere il committente nelle condizioni di valutare la capacità creativa dei soggetti concorrenti al fine dell'aggiudicazione dell'incarico e non vincola l'Amministrazione alla realizzazione del progetto della ditta aggiudicataria in fase di esecuzione dell'incarico.

L'offerta complessiva dovrà essere formulata secondo quanto previsto dalla presente lettera d'invito utilizzando la modulistica allegata (allegati A, B, C, D).

L'aggiudicazione avverrà sulla base del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. La valutazione complessiva sarà effettuata da una commissione che disporrà di un punteggio massimo di 100 punti, assegnato sulla base dei **seguenti parametri**:

a) VALUTAZIONE DELLA PROPOSTA GRAFICA PER I DUE PUNTI 2.A E 2.B (max 40 punti)

I punteggi saranno così distribuiti:

- originalità e gradevolezza della linea grafica, valutate per tutti i prodotti previsti dai punti A e B della proposta grafica **(massimo 20 punti)**
- efficacia della declinazione della creatività sui vari strumenti della proposta coordinata (punto A della proposta grafica) **(massimo 10 punti)**
- efficacia e originalità dei materiali utilizzati **(massimo 5 punti)**
- per il prodotto editoriale (punto B della proposta grafica): cura dell'impaginazione, della gabbia grafica, della struttura generale **(massimo 5 punti)**;

b) OFFERTA ECONOMICA: (massimo 60 punti)

Il punteggio massimo, 60 punti, sarà assegnato all'offerta che presenterà la somma dei costi, Iva esclusa, più bassa.

Mentre alle altre offerte il relativo punteggio sarà assegnato applicando la seguente formula:

$$p = (C_{\min} / C_{\text{off}}) \times 60$$

dove:

p = punteggio ottenuto;

C_{min} = costo presentato dall'impresa che ha formulato l'offerta valida più bassa (somma dei costi unitari);

C_{off} = costo indicato dall'impresa in esame

60 = punteggio massimo ottenibile;

Il punteggio complessivo ottenuto da ciascuna offerta pervenuta sarà la risultante della somma dei punteggi ottenuti dalla proposta grafica, come sopra precisati, e dall'offerta

economica. Risulterà aggiudicatario il soggetto la cui offerta avrà conseguito il punteggio complessivo più elevato tra tutte le offerte pervenute e valutate.

La gara sarà aggiudicata e ritenuta valida anche in presenza di un'unica offerta ritenuta congrua. L'amministrazione si riserva comunque di non procedere all'aggiudicazione, qualora nel rispetto dell'art. 81 comma 3 del D. Lgs. 163/06, nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

Resta inteso che il presente affidamento ha il solo scopo di individuare i prezzi unitari per la tipologia dei servizi indicati nel modello di Offerta Economica che si dovessero rendere necessari nel corso del biennio, senza l'obbligo di dover corrispondere alcuna indennità economica all'aggiudicatario nel caso in cui nel periodo considerato non si ritenesse necessario procedere alla realizzazione di alcun progetto grafico.

Il Responsabile del Procedimento è il sottoscritto, dott. Roberto Camisi, Segretario Generale – Camera di Commercio di Lucca

Art. 1 - Oggetto della prestazione

Il presente contratto ha per oggetto l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca.

In particolare, il soggetto aggiudicatario si impegna a fornire attività di progettazione, controllo di qualità sulla realizzazione, coordinamento del progetto e della sua esecuzione e a preparare e presentare al committente tutto il materiale necessario per dimostrare o descrivere i propri intenti, nonché a preparare quanto necessario a consentire la stampa, la fabbricazione, l'installazione o altre forme d'attuazione del progetto.

Art. 2 – Caratteristiche della prestazione

Il soggetto aggiudicatario s'impegna a fornire una soluzione comunicativa integrata e un servizio di assistenza a sostegno delle iniziative promozionali organizzate dalla Camera di Commercio di Lucca per il periodo della fornitura di cui all'art. 3. Le prestazioni richieste possono variare in base alla tipologia di iniziativa che la Camera organizza di volta in volta, adeguandosi al tipo di evento e al contesto della stessa, sulla base dell'articolazione dell'offerta presentata.

Art. 3 –Durata del contratto

L'appalto avrà una durata di 2 (due) anni a decorrere dalla data di aggiudicazione definitiva, fermo restando che in questo periodo non potrà essere superato l'importo complessivo di € 100.000,00, IVA esclusa.

Art. 4 – Modalità di esecuzione della prestazione

La Camera di Commercio di Lucca, per ogni fornitura che di volta in volta necessiterà, provvederà a inviare una richiesta a mezzo fax, e-mail o lettera, con la quale verrà specificato il termine di consegna degli esecutivi di stampa del materiale. I casi di particolare urgenza verranno tempestivamente comunicati e concordati direttamente con la ditta aggiudicataria.

Art. 5 – Proprietà dei diritti

Tutto il materiale creativo prodotto, **comprese immagini, foto ecc... è di esclusiva proprietà della Camera di Commercio di Lucca** e deve essere originale, pienamente disponibile e tale da non dar luogo in Italia e all'estero a contestazioni per plagio, imitazione o contraffazione da parte di terzi sul piano del diritto statale, comunitario e dell'autodisciplina pubblicitaria. La Camera si riserva quindi la facoltà di disporre a suo insindacabile giudizio e di mantenerne e/o modificarne le caratteristiche in qual si voglia iniziativa futura comprese ristampe di materiale già realizzato.

Art. 6 – Penali e risoluzione del contratto

In caso di ritardo rispetto ai tempi di consegna di cui al precedente art. 4 l'amministrazione chiederà la corresponsione di una penale pari a:

- ◆ 5% del compenso per ritardi compresi tra 1 e 5 giorni
- ◆ 10% del compenso per ritardi compresi tra 6 e 10 giorni
- ◆ 30% del compenso per ritardi compresi tra 11 e 15 giorni
- ◆ 50% del compenso per ritardi superiori ai 15 giorni

La penale sarà calcolata sull'importo dell'ordinativo in relazione al quale si è verificato il ritardo.

In caso di fornitura di servizi difformi rispetto a quanto previsto nell'offerta tecnico-economica, in caso di gravi inadempienze e, nel caso in cui il servizio sia prestato in modo insufficiente per livello di qualità, efficienza e puntualità, l'Ente diffida il soggetto aggiudicatario ad adempiere entro un congruo termine tramite l'invio di una lettera raccomandata A.R. o di una comunicazione via fax. Sino al giorno dell'adempimento da parte dell'aggiudicatario sarà sospeso il pagamento delle prestazioni effettuate da saldare. Decorso altresì il termine senza che la prestazione sia stata adempiuta, il contratto è risolto di diritto ai sensi dell'articolo 1454 del codice civile.

In caso di ritardi gravi, ripetuti per almeno 3 volte nell'arco di quattro mesi, nella consegna degli esecutivi oggetto dei singoli ordinativi, tali da pregiudicare il corretto svolgimento dell'iniziativa per la cui organizzazione l'ordinativo era stato inoltrato, l'amministrazione potrà procedere alla risoluzione del contratto di diritto ai sensi dell'articolo 1456 del codice civile.

Art. 7 – Responsabilità per danni

Nel caso in cui l'esecutivo non sia consegnato in tempo utile l'amministrazione provvederà ad applicare le penali di cui all'articolo 6 della presente lettera d'invito.

Qualora l'evasione dell'ordinativo con la consegna degli esecutivi avvenga in tempo non utile per l'evento o manifestazione per il quale era stato richiesto, l'amministrazione considererà il servizio come non prestato e non corrisponderà alcun compenso. Inoltre l'Ente provvederà ad imputare alla ditta contraente tutti i danni derivanti dalla mancata evasione dell'ordinativo nei termini.

Art. 8 - Responsabilità ed obblighi del contraente

Il soggetto aggiudicatario è tenuto all'osservanza delle norme relative alle assicurazioni obbligatorie ed antinfortunistiche, previdenziali ed assistenziali e dovrà adottare tutti i procedimenti e le cautele atti a garantire l'incolumità delle persone addette e dei terzi con scrupolosa osservanza delle norme di prevenzione antinfortunistiche in vigore; ogni più ampia responsabilità, in caso di infortuni o danni eventualmente subiti da persone o cose, tanto della Camera di Commercio di Lucca che di terzi, in

dependenza di omissioni o negligenze nell'esecuzione della prestazione ricadrà sul contraente restandone sollevata la Camera di Commercio di Lucca.

Il contraente è sottoposto a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti e soci se cooperative, risultanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro e assicurazioni sociali ed assume a suo carico tutti gli oneri relativi.

Il contraente è obbligato ad attuare nei confronti dei propri dipendenti e soci se cooperative, occupati nelle prestazioni oggetto del contratto, condizioni previdenziali, normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro della categoria e degli accordi integrativi territoriali,

Art.9 - Obblighi del personale addetto al servizio

Il soggetto aggiudicatario deve incaricare del servizio persone in grado di mantenere un contegno riservato, corretto e disponibile alla collaborazione con gli addetti degli uffici camerali.

Il personale del soggetto aggiudicatario è tenuto anche a mantenere il segreto d'ufficio su fatti e circostanze di cui sia venuto a conoscenza nell'espletamento dei propri compiti.

Art. 10 – Trattamento economico

Per l'intera durata del servizio le prestazioni rese verranno corrisposte per importi unitari pari ai prezzi singolarmente indicati in sede di gara nell'allegato B dell'offerta del soggetto aggiudicatario. I corrispettivi unitari per tipologia di prestazione verranno mantenuti stabili per l'intera durata del contratto.

Si precisa inoltre che i prezzi offerti dalla ditta sono comprensivi di tutte le eventuali modifiche e aggiustamenti che si dovessero rendere necessari nelle fasi di lavorazione per giungere all'approvazione da parte della Camera di Commercio di Lucca del prodotto finale di comunicazione.

Art. 11 - Condizioni di pagamento

Il pagamento sarà effettuato a conclusione di ciascuna fornitura ordinata dalla Camera di Commercio di Lucca correttamente eseguita, dietro presentazione di regolare fattura, da liquidarsi a mezzo mandato di pagamento entro 60 giorni dalla data di arrivo fattura.

A norma dell'art. 3 della L. 13 agosto 2010 n. 136, il pagamento della fattura sarà eseguito inderogabilmente su Vostro conto corrente bancario o postale dedicato, anche in via non esclusiva, alle commesse pubbliche: si invita pertanto, ai sensi del comma 7 del citato art. 3, a comunicare gli estremi identificativi del medesimo conto bancario o postale dedicato, nonché le generalità e il C.F. delle persone delegate ad operare sullo stesso, pena tra l'altro l'applicazione delle sanzioni amministrative di cui al comma 4 art. 6 della menzionata Legge n. 136/2010.

Art. 12 – Divieto di subappalto

Vista la particolare natura e tipologia del servizio richiesto, è vietato cedere o subappaltare il servizio in oggetto, pena l'immediata risoluzione del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento dei maggiori danni accertati.

Art. 13 - Recesso, risoluzione e proroga del contratto

Ognuna delle parti ha facoltà di recedere dal contratto di appalto, con preavviso di almeno 30 giorni, comunicato formalmente.

Qualora si verificassero da parte dell'impresa appaltatrice inadempienze o gravi negligenze riguardo gli obblighi previdenziali e contrattuali, la Camera di Commercio ha la facoltà di risolvere il contratto, previa regolare diffida ad adempiere.

Le parti potranno procedere all'immediata risoluzione del contratto in caso di notizia dell'inadempimento della controparte agli obblighi di tracciabilità finanziaria, ai sensi del comma 8 dell'art. 3 della Legge 136/2010

L'amministrazione si riserva, altresì, la facoltà di procedere alla proroga del contratto per un periodo di 120 giorni oltre la naturale scadenza del contratto, alle medesime condizioni contrattuali, ed ai prezzi unitari stabiliti ai sensi dell'art. 10

Dott. Roberto Camisi
Il Segretario Generale

Alla Camera di Commercio di Lucca

All' Ufficio: PROVVEDITORATO

**All'Ufficio: RAGIONERIA
Fax: 0583/199.99.82**

**L'impresa..... comunica ai sensi
dell'art. 3, c. 7 della Legge 136/2010**

gli estremi del conto corrente di cui all'art. 3, c. 1 della Legge 136/2010, da utilizzare per i pagamenti delle prestazioni rese alla Camera di Commercio di Lucca.

- Banca (Denominazione completa) – Agenzia/Filiale (denominazione e indirizzo)
- Posta

.....
Codice IBAN
Codici di riscontro: ABI CAB.....CIN.....
.....

- i seguenti dati identificativi dei soggetti (persone fisiche) delegati ad operare sul conto suddetto:

a) Sig.nato ail
.....

residente aCF:

b) Sig.nato ail

residente aCF:

c) Sig.nato ail

residente aCF:

La scrivente si impegna altresì a comunicare ogni modifica dei dati sopra indicati entro sette giorni dalla variazione.

Timbro ditta e firma del Legale Rappresentante

CLAUSOLA DI TRACCIABILITA' di cui alla **LEGGE 136/2010**
INERENTE L'AFFIDAMENTO DI: servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della CCIAA di Lucca.

CODICE CIG:

N.B.: DA RESTITUIRE FIRMATA e TIMBRATA

c.a UFFICIO:
Provveditorato

FAX: 0538/199.99.82

L'impresa,
ai sensi dell'art. 3 della Legge 13 agosto 2010 n. 136 e successive modifiche, assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari, anche con riferimento ai contratti sottoscritti con subappaltatori e subcontraenti **attivati in ragione del presente affidamento**¹, a pena della nullità degli stessi e dell'eventuale applicazione delle sanzioni di cui all'art. 6 della medesima Legge.

Se per svolgere il presente affidamento acquisirà beni/servizi/lavori da altre imprese si impegna, inoltre, a trasmettere alla Camera di Commercio di Lucca copia dei contratti sottoscritti², completi della clausola di tracciabilità e del n. CIG sopra indicato,

Timbro ditta e firma del Legale Rappresentante

¹ In caso di filiera con diversi subappalti/subcontratti dovranno essere tracciati (clausola tracciabilità + CIG) tutti quelli strettamente inerenti l'affidamento ricevuto sino al produttore/esecutore. Ad esempio, in caso di acquisto di uno specifico bene si dovranno tracciare i contratti della filiera sino al produttore, salvo che il bene non rientri nella disponibilità di uno dei fornitori (presente in magazzino), in caso di servizio/lavoro l'obbligo di tracciabilità arriva fino all'esecutore.

² In alternativa alla trasmissione dei sub-contratti/sub-appalti (es. invio copia della corrispondenza intercorsa con i propri fornitori, per fax, lettera etc) il fornitore potrà scegliere di trasmettere per estratto la singola clausola di tracciabilità sottoscritta ovvero di rilasciare idonee dichiarazioni sostitutive, con le quali le parti danno atto, dettagliandoli, dell'avvenuta assunzione degli obblighi di tracciabilità

Gara per l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca ai sensi dell'art. 125 del D. Lgs. N. 163 del 12/04/2006 – CIG

ALLEGATO D - OFFERTA ECONOMICA

Tipologia di servizio	Modalità di esecuzione	costo IVA esclusa
A Loghi		
creazione / progettazione nuovo logo	Ideazione + Layout + esecutivo (in vari formati colori/bianco e nero/negativo e in file ipg e vettoriale)	
ricostruzione logo esistente (aggiornamento grafico di un logo esistente)	Layout + esecutivo (in vari formati colori/bianco e nero/negativo e in file ipg e vettoriale)	
Manuale di immagine coordinata del logo	file in pdf	
progettazione del coordinato (carta intestata, buste, biglietti da visita, blocchi notes)	Ideazione + Layout + esecutivo + adattamenti	

B Campagne promozionali

Ideazione di una campagna promozionale: progettazione del suo coordinato (carta intestata, buste, brochures, inviti, manifesti, locandine, banner, cartelline, etc.)	Ideazione + Layout	
Realizzazione di un invito	Esecutivo	
Realizzazione di una cartolina	Esecutivo	
Realizzazione di un Flyer/volantino 1 facciata	Esecutivo	
Realizzazione di un Flyer/volantino (pieghevole) 2 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 4 facciate (quartino)	Esecutivo	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 6 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 8 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 12 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 16 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata da 20 a 30 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata da 30 a 40 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di una Poster (formato locandina - poster) dimensioni ridotte	Esecutivo	
Realizzazione di un Manifesto - Cartellone (grandi dimensioni) orientamento verticale	Esecutivo	
Realizzazione di un Manifesto (grandi dimensioni) orientamento orizzontale	Esecutivo	
Pannello per frontalino stand	Esecutivo	

Cartellone / Pannello per programma eventi/incontri/espositori	Esecutivo	
Realizzazione espositore ad hoc, dimensioni ridotte (da tavolo)	ideazione+ Layout + Esecutivo	
Progettazione di un gadget personalizzato (individuazione del gadget e sua personalizzazione)	Ideazione + Layout	
n. 10 immagini personalizzate per pubblicazione su web (sito, social network, etc.)	Esecutivo	
Menabò di strumento di cui è già stato realizzato esecutivo, per poter creare nuove versioni con nuovi testi/loghi - Fornito in file pdf compilabile o altro formato concordato con ufficio	Esecutivo	
Impaginazione nuovo testo su vari strumenti di cui è stato già realizzato esecutivo (fino a 5.000 battute - testo fornito in file di testo)	Esecutivo	
Impaginazione nuovo testo su vari strumenti di cui è stato già realizzato esecutivo (fino a 10.000 battute - testo fornito in file di testo per poter fare copia e incolla)	Esecutivo	
Impaginazione nuovo testo su vari strumenti di cui è stato già realizzato esecutivo (fino a 30.000 battute - testo fornito in file di testo per poter fare copia e incolla)	Esecutivo	
Solo pannello Totem / Floor stand	Esecutivo	
Loop (con immagini relative alla campagna/ fornite dal committente)	Esecutivo	
Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) statico	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) in movimento	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento verticale - altezza >base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento orizzontale - altezza <base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento verticale - altezza >base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento orizzontale - altezza <base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato di altro formato (non riconducibile ad un formato Intera o Mezza)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	

C Pubblicazione / catalogo (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Ideazione dell'impostazione generale, presentazione grafica della copertina e di alcune pagine interne	Ideazione + Layout	
--	--------------------	--

Menabò di strumento di cui è già stato realizzato esecutivo, per poter creare nuove versioni con nuovi testi/loghi - Fornito in file pdf compilabile o altro formato concordato con ufficio	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 1 a 50 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 51 a 100 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 101 a 150 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 151 a 200 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 201 a 250 pagine	Esecutivo	

D Pieghevole, depliant (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Ideazione dell'impostazione generale	Ideazione + Layout	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 4 facciate (quartino)	Esecutivo	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 6 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 8 facciate	Esecutivo	
Realizzazione del Brochure rilegata di 12 facciate	Esecutivo	

E Biglietto invito / cartolina (1 o 2 facciate) (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Soluzione creativa/grafica	Ideazione + Layout + esecutivo	
----------------------------	--------------------------------	--

F Stampa - Pubblicità (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) statico secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) in movimento secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento verticale - altezza >base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento orizzontale - altezza <base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento verticale - altezza >base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento orizzontale - altezza <base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato di altro formato (non riconducibile ad un formato Intera o Mezza) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Persoanlizzazione pagina pubblicitaria esistente con dati forniti dal committente (testo/loghi)	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	

G **Espositore da terra / totem / pannelli per stand/roll-up** (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Studio completo (anche strutturale)	Ideazione + Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Pannello per frontalino stand	Ideazione + Layout + esecutivo fornito con campo testo compilabile	
Cartellone / Pannello per programma eventi/incontri/espositori	Ideazione + Layout + esecutivo fornito con possibilità inserire personalizzazione (altri loghi e digitazione testo)	
Solo pannello Totem / Floor stand	Ideazione + Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	

H **Gadget** (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Progettazione di un gadget personalizzato (individuazione del gadget e sua personalizzazione)	Ideazione + Layout	
---	--------------------	--

Totale (IVA esclusa)

0

Glossario

ADATTAMENTI	costituiscono le versioni successive all'approvazione da parte del cliente dell'esecutivo, in un formato uguale o simile, che non comportano una nuova riprogettazione, ma solo riproporzionare il layout approvato in differenti formati (dimensioni diverse). Si riferiscono sempre quindi ad un lavoro di semplice montaggio.
ANNUNCIO O AD	Immagine di varie dimensioni, dal bottone al banner, inserita nella pagina di un sito Web. Cliccando sull'immagine l'utente viene reindirizzato a un'altra pagina contenente maggiori informazioni sul prodotto o sul servizio pubblicizzato, oppure alla Home Page o a una sezione del sito dell'azienda inserzionista.
BANNER	<p>È la più nota forma di spazio pubblicitario su Internet. Si tratta di una striscia pubblicitaria posta su un sito Web, generalmente posizionato in testa alle pagine e di formato stretto e lungo. La dimensione più classica è di 468x60 pixel, ma ne esistono anche di formati diversi Il banner riporta, in genere, nome, logo o immagine dell'azienda inserzionista o di un suo prodotto: cliccando sul banner l'utente arriva sul sito pubblicizzato. Obiettivo del banner è di generare visite (click through) ma può anche risultare utile in termini di "brand awareness" sul marchio. BANNER FORMATI (STANDARD IAB) I banner hanno diversi formati tra cui: I classici Banner da 234x60 o 468x60 e bottoni da 120x60 o 120x90.</p>
	<p>Big Ad Display (BAD) Un nuovo formato è ciò che si chiama Big Ad Display (BAD), Rettangolo or IMU (Interactive Marketing Unit), con dimensione 250/250 o 300/250. Questo formato permette di presentare una considerevole animazione o addirittura di eseguire un programma. Se creato in Flash, con l'aiuto di un pre-loading il tempo di caricamento (loading-time) può essere ridotto.</p> <p>Skyscrapers/Leader Board - Gli Skyscrapers sono Unità di Marketing Interattive (IMU's) di dimensione 120/600 o 160/600 e sono posizionate alla destra o alla sinistra della pagina web. Se uno skyscraper è posizionato orizzontalmente (600/160) è chiamato Leader Board.</p>
BILLBOARD	Pannello pubblicitario. Cartellone posto all'esterno.

BOTTONE, BOTTONE SPONSOR	Spazio pubblicitario di forma rettangolare o quadrata di solito posizionato ai lati della Home Page o delle pagine interne di un sito Web. Venduto a tempo, rappresenta la principale modalità di sponsorizzazione sul Web. Le dimensioni più frequentemente utilizzate sono: 125x125, 120x90, 120x60, 88x31 o 120x240 pixel.
BROCHURE	<p>Depliant informativo/pubblicitario, che illustra le caratteristiche di un'azienda o di un determinato prodotto/servizio; in esso la presentazione dell'azione pubblicitaria è molto curata graficamente e a livello fotografico, le informazioni sul prodotto sono articolate e complete. Caratterizzato spesso da una rilegatura di prestigio.</p> <p>Termine francese con cui si indica un opuscolo pubblicitario, sovente lussuosamente rilegato. Opuscolo informativo riguardante l'organizzazione o un singolo progetto.</p>
CARTA INTESTATA	La carta intestata è lo strumento di comunicazione più diretto per comunicare con i clienti, fornitori o rappresentanti di altre istituzioni. Attraverso l'intestazione deve essere possibile, per il destinatario, riconoscere immediatamente l'ufficialità della comunicazione e quindi, oltre al nome e al marchio, dovranno essere presenti: indirizzo, telefono centralino, fax, e-mail e l'eventuale indirizzo internet. La carta intestata è la prima forma di pubblicità commerciale.
CARTELLONE	Veicolo di pubblicità esterna sul quale viene riprodotto un annuncio pubblicitario, dal quale deriva il termine cartellonistica.
CARTOLINE	Tra i vari tipi di arte grafica, la cartolina è forse quella che, proprio per la sua facilità di produzione e consumo, si è rivolta alle classi sociali più diverse; la facile possibilità di personalizzarla con immagini o loghi aziendali, la rende un ottimo strumento di comunicazione e promozione d'immagine.
CATALOGO	Pubblicazione che contiene un elenco dettagliato dei prodotti con la relativa descrizione.
DÉPLIANT (Folder)	Pieghevole, termine equivalente all'inglese "folder". Strumento di comunicazione che raggiunge gratuitamente il destinatario, il depliant per "funzionare" deve avere un testo incisivo e convincente, il miglior materiale illustrativo e una disposizione equilibrata e accattivante di testo e immagini. Pieghevole, stampato pubblicitario a più facciate, di dimensioni varie.
ESECUTIVI	Costituiscono la versione finale del lavoro artistico di creazione, cioè il montaggio degli elementi (testi, copie fotografiche) necessari alle successive fasi di riproduzione, selezione, stampa e possono essere realizzati con procedura tradizionale ovvero mediante elaborazione elettronica)
FLASH ADVERTISING	Pubblicità affissionale esterna effettuata sui mezzi pubblici e di trasporto; si limita a evidenziare con sintesi e chiarezza l'annuncio.
FLOOR STAND	Espositore-distributore di grandi dimensioni, da collocare a terra. Realizzato solitamente in cartone, con stampe vistose, vivacemente colorate, e con forme molto originali per renderlo più suggestivo, perchè in un periodo breve di esposizione deve vendere il massimo possibile.
FOLDER (Pieghevole)	Opuscolo pieghevole promozionale. Termine inglese che designa un pieghevole a più pagine, stampato per pubblicizzare un prodotto o un servizio (sinonimo del francese depliant).
GADGET	Il regalo abbinato al prodotto.
IMPAGINAZIONE	Fase di lavorazione successiva al menabò o layout. Sia nell'impaginato che nel menabò tutti gli elementi compositivi (testi, titoli, foto) vengono collocati nella pagina.
LAYOUT	Impaginazione di prova di immagini e testi per un progetto grafico, impostato in modo da rendere un'idea precisa di come sarà in versione definitiva

LOCANDINA	Manifesto o cartello pubblicitario di dimensioni ridotte usato solitamente per pubblicizzare manifestazioni ed attività culturali.
LOGO - LOGOTIPO	<p>Carattere tipografico che personalizza la scritta di un marchio o del nome del prodotto così da differenziarlo dagli altri concorrenti sul mercato; deve quindi essere insieme originale, visibile, facilmente leggibile ed adatto per le sue proporzioni e per l'armonia del tratto a qualunque sviluppo sia su piccolo sia su grande formato.</p> <p>Quindi un logo, o logotipo, è una rappresentazione grafica atta a rappresentare, in genere, un prodotto o un marchio di fabbrica. Più precisamente per logotipo s'intende il carattere (la font) con cui un'azienda si differenzia da un'altra. Un logotipo non è composto da disegni o da immagini, altrimenti sarebbe un pittogramma o un ideogramma.</p>
LOOP	E' la ripetizione di una sequenza di immagini. Si utilizza per far ripetere un numero definito o illimitato di volte l'animazione di un banner.
MANIFESTO	Annuncio di grande formato, non solo pubblicitario, per l'affissione, che viene ideato e situato in posizione tale da colpire l'attenzione. Per le sue peculiarità necessita di sintesi, impatto visivo e di facilitare il ricordo. E' uno dei mezzi di comunicazione che più stimola la creatività ed una delle più antiche forme di comunicazione pubblicitaria.
MANUALE IMMAGINE COORDINATA	Il manuale ha lo scopo di fornire le linee guida dettagliate per l'immagine coordinata del Gruppo; è realizzato attraverso un attento studio, al fine di ricondurre ad uniformità stilistica le principali comunicazioni che quotidianamente l'azienda redige.
MARCHIO	Quella parte della marca che è riconoscibile ma non è pronunciabile, come un simbolo, un disegno, un colore o un tipo di iscrizione caratteristici.
MENABÒ	<p>Modello dell'impaginazione di una pubblicazione stampata. In un fascicolo esattamente dello stesso formato e dello stesso numero di pagine del prodotto finito nel quale sono segnate, pagina per pagina, tutte le indicazioni per l'impaginazione con i relativi ingombri dei testi e delle illustrazioni.</p> <p>Modello dell'impaginazione di uno stampato. Il termine deriva dal dialetto milanese in cui significa letteralmente "portare avanti il carro e il bue" ovvero "menabue".</p>
MINISITO (Microsite, Promotional web site)	Forma promozionale on-line che prevede la creazione ad hoc di appositi siti Web di durata limitata, per promuovere un evento o un prodotto. Più che per scopi di branding sono diretti a focalizzare l'attenzione dell'utente su un nuovo prodotto o evento particolare. In abbinamento a campagne banner o sponsorizzazioni consentono una efficace comunicazione on line.
NEWSLETTER	Lettera informativa dedicata ad argomenti specifici che viene spedita via e-mail con cadenza prestabilita, quotidiana, settimanale o mensile, a tutti gli utenti che ne hanno fatto esplicita richiesta.
OPT-IN EMAIL (PERMISSION MARKETING)	Email pubblicitaria o informativa mandata ad una lista di utenti che hanno acconsentito di ricevere messaggi pubblicitari in target ai loro interessi.
PAGE VIEW	Richiesta di una pagina Web che esprime anche il numero di volte in cui è stato potenzialmente visto l'annuncio in essa contenuto.
PAGINA	Documento scritto in codice HTML che contiene testo, immagini, suoni e altri oggetti. Una o più pagine formano un sito. Le pagine possono essere statiche o dinamiche, come per i database contenenti grandi cataloghi. La pagina principale d'ingresso si chiama home page ed è la "vetrina" del sito, i cui accessi misurano il traffico diretto al sito. Vedi anche: html
PAGINA BERSAGLIO	E' la pagina di destinazione del link contenuto in un banner o in un annuncio pubblicitario. Si può trattare di una singola pagina o della home page del sito promosso dall'inserzionista.
POP UP	<p>Piccola finestra, contenente un annuncio o un comunicato, che appare automaticamente durante la visualizzazione di un sito. È una forma pubblicitaria piuttosto intrusiva e per questo utilizzata con molta cautela.</p> <p>Piccola finestra del browser che si apre automaticamente o al click dell'utente su un particolare link. Può essere di diverse dimensioni e se ne può stabilire la frequenza di apertura. Viene spesso usata come forma di pubblicità.</p>
PORTFOLIO	<p>L'insieme delle campagne pubblicitarie e dei lavori vari realizzati da un creativo, da un'agenzia, da un'azienda. C'è anche il portfolio clienti, pubblicazione con l'insieme dei clienti di un'agenzia con le relative campagne utilizzate.</p> <p>Pubblicazione che presenta una nuova campagna o un nuovo prodotto ad un target qualificato di venditori o intermediari commerciali.</p> <p>Per estensione, si utilizza anche per indicare la raccolta delle campagne realizzate da un'agenzia o da un gruppo creativo, e le immagine d'archivio di un fotografo o di un illustratore. In questo caso è utilizzato anche il termine "book".</p>

POSTER	<p>Manifesto di dimensioni standard, di norma affisso su tabelloni collocati in luoghi di transito pubblico. Utilizzati per la promozione sia di prodotto ma anche istituzionale, sfrutta il "visual" ed un testo breve ma accattivante.</p> <p>Manifesto di dimensioni standard (m.6×3).</p> <p>Manifesto di dimensioni 6×3, o locandina di grande formato all'interno del punto vendita o in speciali aree degli stand fieristici.</p>
QUARTINO	<p>Pubblicazione stampata a 4 facciate.</p> <p>Serie di quattro facciate ottenute piegando un foglio in due.</p>
TOTEM	<p>Grande poster con supporto da pavimento che pubblicizza un marchio, un prodotto, un'iniziativa commerciale o di pubbliche relazioni.</p>
VETROFANIA	<p>Adesivo pubblicitario da vetro di dimensioni ridotte utilizzato come mezzo P.O.P.A. e per pubblicità esterna sui mezzi di trasporto.</p>
VIDEO	<p>Nel linguaggio pubblicitario significa filmato riprodotto su supporto magnetico: cd-rom e DVD.</p>
VOLANTINO (Flyer)	<p>Stampato di piccolo formato per comunicazioni professionali, generalmente distribuito a mano direttamente al consumatore potenziale o nelle cassette della posta</p>

Spett.le
Ditte varie
Loro Sedi

Prot. N. Data

Ufficio: Relazioni con l'Esterno

Oggetto: **Gara per l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca ai sensi dell'art. 125 del D. Lgs. N. 163 del 12/04/2006 – CIG**

Si invita l'impresa a presentare un preventivo, utilizzando la procedura informatizzata presente sul portale MEPA, per l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca .

L'offerta dovrà pervenire alla Camera di Commercio di Lucca **entro il giorno 1° aprile 2014 alle ore 12.00**

L'offerta si articolerà in:

1. **Documentazione amministrativa:**

Si chiede di presentare:

- ⤴ la presente **lettera di invito**, sottoscritta digitalmente dal titolare o dal legale rappresentante (Allegato A);
- ⤴ le **dichiarazioni relative all'accettazione della clausola di tracciabilità e alla comunicazione degli estremi del conto corrente dedicato** rese, ai sensi dell'art 3 della L. 136/2010 e ss mm, dal titolare o legale rappresentante, accompagnata da fotocopia semplice di documento di riconoscimento in corso di validità del sottoscrittore (allegati B e C);

2. **Offerta tecnica:**

Si chiede di presentare una proposta grafica, costituita dai seguenti punti 2.A e 2.B, contenente il marchio della Camera di Commercio di Lucca (Allegato F) nel rispetto del Manuale di utilizzo dello stesso (allegato G):

- ⤴ **2.A Proposta grafica coordinata sul tema dell'Internazionalizzazione delle imprese** costituita da:
 - Invito a convegno
 - Annuncio web (banner/bottone)
 - Leaflet informativo
 - Proposta di gadget
 - Cartellina dell'evento
 - Shopper
- ⤴ **2.B Realizzazione di una pubblicazione** sul tema del punto A, costituito da almeno 40 pagine, con finto testo ma con realizzazione di copertina, indice, gabbia grafica su tutte le pagine.

3. Offerta economica

- ▲ l'Offerta economica, redatta su carta intestata dell'impresa, debitamente compilata e sottoscritta digitalmente dal titolare o legale rappresentante, dovrà riportare il prezzo proposto per ogni tipologia di servizio per i diversi materiali di comunicazione, come indicati nel modello (Allegato D) e definiti nel glossario allegato (Allegato E). I concorrenti dovranno pertanto indicare **il costo complessivo unitario di ciascuna prestazione tipo**.

Per informazioni più dettagliate sull'attività della Camera di Commercio si può visitare il sito www.lu.camcom.it

Si precisa che la proposta grafica, su cui verterà la valutazione dell'offerta tecnica, ha il solo scopo di mettere il committente nelle condizioni di valutare la capacità creativa dei soggetti concorrenti al fine dell'aggiudicazione dell'incarico e non vincola l'Amministrazione alla realizzazione del progetto della ditta aggiudicataria in fase di esecuzione dell'incarico.

L'offerta complessiva dovrà essere formulata secondo quanto previsto dalla presente lettera d'invito utilizzando la modulistica allegata (allegati A, B, C, D).

L'aggiudicazione avverrà sulla base del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. La valutazione complessiva sarà effettuata da una commissione che disporrà di un punteggio massimo di 100 punti, assegnato sulla base dei **seguenti parametri**:

a) VALUTAZIONE DELLA PROPOSTA GRAFICA PER I DUE PUNTI 2.A E 2.B (max 40 punti)

I punteggi saranno così distribuiti:

- originalità e gradevolezza della linea grafica, valutate per tutti i prodotti previsti dai punti A e B della proposta grafica (**massimo 20 punti**)
- efficacia della declinazione della creatività sui vari strumenti della proposta coordinata (punto A della proposta grafica) (**massimo 10 punti**)
- efficacia e originalità dei materiali utilizzati (**massimo 5 punti**)
- per il prodotto editoriale (punto B della proposta grafica): cura dell'impaginazione, della gabbia grafica, della struttura generale (**massimo 5 punti**);

b) OFFERTA ECONOMICA: (massimo 60 punti)

Il punteggio massimo, 60 punti, sarà assegnato all'offerta che presenterà la somma dei costi, Iva esclusa, più bassa.

Mentre alle altre offerte il relativo punteggio sarà assegnato applicando la seguente formula:

$$p = (C_{\min} / C_{\text{off}}) \times 60$$

dove:

p = punteggio ottenuto;

C_{min} = costo presentato dall'impresa che ha formulato l'offerta valida più bassa (somma dei costi unitari);

C_{off} = costo indicato dall'impresa in esame

60 = punteggio massimo ottenibile;

Il punteggio complessivo ottenuto da ciascuna offerta pervenuta sarà la risultante della somma dei punteggi ottenuti dalla proposta grafica, come sopra precisati, e dall'offerta

economica. Risulterà aggiudicatario il soggetto la cui offerta avrà conseguito il punteggio complessivo più elevato tra tutte le offerte pervenute e valutate.

La gara sarà aggiudicata e ritenuta valida anche in presenza di un'unica offerta ritenuta congrua. L'amministrazione si riserva comunque di non procedere all'aggiudicazione, qualora nel rispetto dell'art. 81 comma 3 del D. Lgs. 163/06, nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto.

Resta inteso che il presente affidamento ha il solo scopo di individuare i prezzi unitari per la tipologia dei servizi indicati nel modello di Offerta Economica che si dovessero rendere necessari nel corso del biennio, senza l'obbligo di dover corrispondere alcuna indennità economica all'aggiudicatario nel caso in cui nel periodo considerato non si ritenesse necessario procedere alla realizzazione di alcun progetto grafico.

Il Responsabile del Procedimento è il sottoscritto, dott. Roberto Camisi, Segretario Generale – Camera di Commercio di Lucca

Art. 1 - Oggetto della prestazione

Il presente contratto ha per oggetto l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca.

In particolare, il soggetto aggiudicatario si impegna a fornire attività di progettazione, controllo di qualità sulla realizzazione, coordinamento del progetto e della sua esecuzione e a preparare e presentare al committente tutto il materiale necessario per dimostrare o descrivere i propri intenti, nonché a preparare quanto necessario a consentire la stampa, la fabbricazione, l'installazione o altre forme d'attuazione del progetto.

Art. 2 – Caratteristiche della prestazione

Il soggetto aggiudicatario s'impegna a fornire una soluzione comunicativa integrata e un servizio di assistenza a sostegno delle iniziative promozionali organizzate dalla Camera di Commercio di Lucca per il periodo della fornitura di cui all'art. 3. Le prestazioni richieste possono variare in base alla tipologia di iniziativa che la Camera organizza di volta in volta, adeguandosi al tipo di evento e al contesto della stessa, sulla base dell'articolazione dell'offerta presentata.

Art. 3 –Durata del contratto

L'appalto avrà una durata di 2 (due) anni a decorrere dalla data di aggiudicazione definitiva, fermo restando che in questo periodo non potrà essere superato l'importo complessivo di € 100.000,00, IVA esclusa.

Art. 4 – Modalità di esecuzione della prestazione

La Camera di Commercio di Lucca, per ogni fornitura che di volta in volta necessiterà, provvederà a inviare una richiesta a mezzo fax, e-mail o lettera, con la quale verrà specificato il termine di consegna degli esecutivi di stampa del materiale. I casi di particolare urgenza verranno tempestivamente comunicati e concordati direttamente con la ditta aggiudicataria.

Art. 5 – Proprietà dei diritti

Tutto il materiale creativo prodotto, **comprese immagini, foto ecc... è di esclusiva proprietà della Camera di Commercio di Lucca** e deve essere originale, pienamente disponibile e tale da non dar luogo in Italia e all'estero a contestazioni per plagio, imitazione o contraffazione da parte di terzi sul piano del diritto statale, comunitario e dell'autodisciplina pubblicitaria. La Camera si riserva quindi la facoltà di disporre a suo insindacabile giudizio e di mantenerne e/o modificarne le caratteristiche in qual si voglia iniziativa futura comprese ristampe di materiale già realizzato.

Art. 6 – Penali e risoluzione del contratto

In caso di ritardo rispetto ai tempi di consegna di cui al precedente art. 4 l'amministrazione chiederà la corresponsione di una penale pari a:

- ◆ 5% del compenso per ritardi compresi tra 1 e 5 giorni
- ◆ 10% del compenso per ritardi compresi tra 6 e 10 giorni
- ◆ 30% del compenso per ritardi compresi tra 11 e 15 giorni
- ◆ 50% del compenso per ritardi superiori ai 15 giorni

La penale sarà calcolata sull'importo dell'ordinativo in relazione al quale si è verificato il ritardo.

In caso di fornitura di servizi difformi rispetto a quanto previsto nell'offerta tecnico-economica, in caso di gravi inadempienze e, nel caso in cui il servizio sia prestato in modo insufficiente per livello di qualità, efficienza e puntualità, l'Ente diffida il soggetto aggiudicatario ad adempiere entro un congruo termine tramite l'invio di una lettera raccomandata A.R. o di una comunicazione via fax. Sino al giorno dell'adempimento da parte dell'aggiudicatario sarà sospeso il pagamento delle prestazioni effettuate da saldare. Decorso altresì il termine senza che la prestazione sia stata adempiuta, il contratto è risolto di diritto ai sensi dell'articolo 1454 del codice civile.

In caso di ritardi gravi, ripetuti per almeno 3 volte nell'arco di quattro mesi, nella consegna degli esecutivi oggetto dei singoli ordinativi, tali da pregiudicare il corretto svolgimento dell'iniziativa per la cui organizzazione l'ordinativo era stato inoltrato, l'amministrazione potrà procedere alla risoluzione del contratto di diritto ai sensi dell'articolo 1456 del codice civile.

Art. 7 – Responsabilità per danni

Nel caso in cui l'esecutivo non sia consegnato in tempo utile l'amministrazione provvederà ad applicare le penali di cui all'articolo 6 della presente lettera d'invito.

Qualora l'evasione dell'ordinativo con la consegna degli esecutivi avvenga in tempo non utile per l'evento o manifestazione per il quale era stato richiesto, l'amministrazione considererà il servizio come non prestato e non corrisponderà alcun compenso. Inoltre l'Ente provvederà ad imputare alla ditta contraente tutti i danni derivanti dalla mancata evasione dell'ordinativo nei termini.

Art. 8 - Responsabilità ed obblighi del contraente

Il soggetto aggiudicatario è tenuto all'osservanza delle norme relative alle assicurazioni obbligatorie ed antinfortunistiche, previdenziali ed assistenziali e dovrà adottare tutti i procedimenti e le cautele atti a garantire l'incolumità delle persone addette e dei terzi con scrupolosa osservanza delle norme di prevenzione antinfortunistiche in vigore; ogni più ampia responsabilità, in caso di infortuni o danni eventualmente subiti da persone o cose, tanto della Camera di Commercio di Lucca che di terzi, in

dependenza di omissioni o negligenze nell'esecuzione della prestazione ricadrà sul contraente restandone sollevata la Camera di Commercio di Lucca.

Il contraente è sottoposto a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti e soci se cooperative, risultanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro e assicurazioni sociali ed assume a suo carico tutti gli oneri relativi.

Il contraente è obbligato ad attuare nei confronti dei propri dipendenti e soci se cooperative, occupati nelle prestazioni oggetto del contratto, condizioni previdenziali, normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro della categoria e degli accordi integrativi territoriali,

Art.9 - Obblighi del personale addetto al servizio

Il soggetto aggiudicatario deve incaricare del servizio persone in grado di mantenere un contegno riservato, corretto e disponibile alla collaborazione con gli addetti degli uffici camerali.

Il personale del soggetto aggiudicatario è tenuto anche a mantenere il segreto d'ufficio su fatti e circostanze di cui sia venuto a conoscenza nell'espletamento dei propri compiti.

Art. 10 – Trattamento economico

Per l'intera durata del servizio le prestazioni rese verranno corrisposte per importi unitari pari ai prezzi singolarmente indicati in sede di gara nell'allegato B dell'offerta del soggetto aggiudicatario. I corrispettivi unitari per tipologia di prestazione verranno mantenuti stabili per l'intera durata del contratto.

Si precisa inoltre che i prezzi offerti dalla ditta sono comprensivi di tutte le eventuali modifiche e aggiustamenti che si dovessero rendere necessari nelle fasi di lavorazione per giungere all'approvazione da parte della Camera di Commercio di Lucca del prodotto finale di comunicazione.

Art. 11 - Condizioni di pagamento

Il pagamento sarà effettuato a conclusione di ciascuna fornitura ordinata dalla Camera di Commercio di Lucca correttamente eseguita, dietro presentazione di regolare fattura, da liquidarsi a mezzo mandato di pagamento entro 60 giorni dalla data di arrivo fattura.

A norma dell'art. 3 della L. 13 agosto 2010 n. 136, il pagamento della fattura sarà eseguito inderogabilmente su Vostro conto corrente bancario o postale dedicato, anche in via non esclusiva, alle commesse pubbliche: si invita pertanto, ai sensi del comma 7 del citato art. 3, a comunicare gli estremi identificativi del medesimo conto bancario o postale dedicato, nonché le generalità e il C.F. delle persone delegate ad operare sullo stesso, pena tra l'altro l'applicazione delle sanzioni amministrative di cui al comma 4 art. 6 della menzionata Legge n. 136/2010.

Art. 12 – Divieto di subappalto

Vista la particolare natura e tipologia del servizio richiesto, è vietato cedere o subappaltare il servizio in oggetto, pena l'immediata risoluzione del contratto, fermo restando l'eventuale risarcimento dei maggiori danni accertati.

Art. 13 - Recesso, risoluzione e proroga del contratto

Ognuna delle parti ha facoltà di recedere dal contratto di appalto, con preavviso di almeno 30 giorni, comunicato formalmente.

Qualora si verificassero da parte dell'impresa appaltatrice inadempienze o gravi negligenze riguardo gli obblighi previdenziali e contrattuali, la Camera di Commercio ha la facoltà di risolvere il contratto, previa regolare diffida ad adempiere.

Le parti potranno procedere all'immediata risoluzione del contratto in caso di notizia dell'inadempimento della controparte agli obblighi di tracciabilità finanziaria, ai sensi del comma 8 dell'art. 3 della Legge 136/2010

L'amministrazione si riserva, altresì, la facoltà di procedere alla proroga del contratto per un periodo di 120 giorni oltre la naturale scadenza del contratto, alle medesime condizioni contrattuali, ed ai prezzi unitari stabiliti ai sensi dell'art. 10

Dott. Roberto Camisi
Il Segretario Generale

Alla Camera di Commercio di Lucca

All' Ufficio: PROVVEDITORATO

**All'Ufficio: RAGIONERIA
Fax: 0583/199.99.82**

L'impresa..... comunica ai sensi dell'art. 3, c. 7 della Legge 136/2010

gli estremi del conto corrente di cui all'art. 3, c. 1 della Legge 136/2010, da utilizzare per i pagamenti delle prestazioni rese alla Camera di Commercio di Lucca.

- Banca (Denominazione completa) – Agenzia/Filiale (denominazione e indirizzo) - Posta

.....
Codice IBAN
Codici di riscontro: ABI CAB.....CIN.....
.....

- i seguenti dati identificativi dei soggetti (persone fisiche) delegati ad operare sul conto suddetto:

a) Sig.nato ail
.....

residente aCF:

b) Sig.nato ail

residente aCF:

c) Sig.nato ail

residente aCF:

La scrivente si impegna altresì a comunicare ogni modifica dei dati sopra indicati entro sette giorni dalla variazione.

Timbro ditta e firma del Legale Rappresentante

CLAUSOLA DI TRACCIABILITA' di cui alla **LEGGE 136/2010**
INERENTE L'AFFIDAMENTO DI: servizio di progettazione grafica di strumenti di
comunicazione della CCIAA di Lucca.

CODICE CIG:

N.B.: DA RESTITUIRE FIRMATA e TIMBRATA

c.a UFFICIO:
Provveditorato

FAX: 0538/199.99.82

L'impresa,
ai sensi dell'art. 3 della Legge 13 agosto 2010 n. 136 e successive modifiche, assume gli
obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari, anche con riferimento ai contratti sottoscritti con
subappaltatori e subcontraenti **attivati in ragione del presente affidamento**¹, a pena
della nullità degli stessi e dell'eventuale applicazione delle sanzioni di cui all'art. 6 della
medesima Legge.

Se per svolgere il presente affidamento acquisirà beni/servizi/lavori da altre imprese
si impegna, inoltre, a trasmettere alla Camera di Commercio di Lucca copia dei contratti
sottoscritti², completi della clausola di tracciabilità e del n. CIG sopra indicato,

Timbro ditta e firma del Legale Rappresentante

¹ In caso di filiera con diversi subappalti/subcontratti dovranno essere tracciati (clausola tracciabilità + CIG)
tutti quelli strettamente inerenti l'affidamento ricevuto sino al produttore/esecutore. Ad esempio, in caso di
acquisto di uno specifico bene si dovranno tracciare i contratti della filiera sino al produttore, salvo che il
bene non rientri nella disponibilità di uno dei fornitori (presente in magazzino), in caso di servizio/lavoro
l'obbligo di tracciabilità arriva fino all'esecutore.

² In alternativa alla trasmissione dei sub-contratti/sub-appalti (es. invio copia della corrispondenza intercorsa
con i propri fornitori, per fax, lettera etc) il fornitore potrà scegliere di trasmettere per estratto la singola
clausola di tracciabilità sottoscritta ovvero di rilasciare idonee dichiarazioni sostitutive, con le quali le parti
danno atto, dettagliandoli, dell'avvenuta assunzione degli obblighi di tracciabilità

Gara per l'affidamento del servizio di progettazione grafica di strumenti di comunicazione della Camera di Commercio di Lucca ai sensi dell'art. 125 del D. Lgs. N. 163 del 12/04/2006 – CIG

ALLEGATO D - OFFERTA ECONOMICA

Tipologia di servizio	Modalità di esecuzione	costo IVA esclusa
-----------------------	------------------------	-------------------

A Loghi

creazione / progettazione nuovo logo	Ideazione + Layout + esecutivo (in vari formati colori/bianco e nero/negativo e in file ipg e vettoriale)	
ricostruzione logo esistente (aggiornamento grafico di un logo esistente)	Layout + esecutivo (in vari formati colori/bianco e nero/negativo e in file ipg e vettoriale)	
Manuale di immagine coordinata del logo	file in pdf	
progettazione del coordinato (carta intestata, buste, biglietti da visita, blocchi notes)	Ideazione + Layout + esecutivo + adattamenti	

B Campagne promozionali

Ideazione di una campagna promozionale: progettazione del suo coordinato (carta intestata, buste, brochures, inviti, manifesti, locandine, banner, cartelline, etc.)	Ideazione + Layout	
Realizzazione di un invito	Esecutivo	
Realizzazione di una cartolina	Esecutivo	
Realizzazione di un Flyer/volantino 1 facciata	Esecutivo	
Realizzazione di un Flyer/volantino (pieghevole) 2 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 4 facciate (quartino)	Esecutivo	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 6 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 8 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 12 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 16 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata da 20 a 30 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata da 30 a 40 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di una Poster (formato locandina - poster) dimensioni ridotte	Esecutivo	
Realizzazione di un Manifesto - Cartellone (grandi dimensioni) orientamento verticale	Esecutivo	
Realizzazione di un Manifesto (grandi dimensioni) orientamento orizzontale	Esecutivo	
Pannello per frontalino stand	Esecutivo	

Cartellone / Pannello per programma eventi/incontri/espositori	Esecutivo	
Realizzazione espositore ad hoc, dimensioni ridotte (da tavolo)	ideazione+ Layout + Esecutivo	
Progettazione di un gadget personalizzato (individuazione del gadget e sua personalizzazione)	Ideazione + Layout	
n. 10 immagini personalizzate per pubblicazione su web (sito, social network, etc.)	Esecutivo	
Menabò di strumento di cui è già stato realizzato esecutivo, per poter creare nuove versioni con nuovi testi/loghi - Fornito in file pdf compilabile o altro formato concordato con ufficio	Esecutivo	
Impaginazione nuovo testo su vari strumenti di cui è stato già realizzato esecutivo (fino a 5.000 battute - testo fornito in file di testo)	Esecutivo	
Impaginazione nuovo testo su vari strumenti di cui è stato già realizzato esecutivo (fino a 10.000 battute - testo fornito in file di testo per poter fare copia e incolla)	Esecutivo	
Impaginazione nuovo testo su vari strumenti di cui è stato già realizzato esecutivo (fino a 30.000 battute - testo fornito in file di testo per poter fare copia e incolla)	Esecutivo	
Solo pannello Totem / Floor stand	Esecutivo	
Loop (con immagini relative alla campagna/ fornite dal committente)	Esecutivo	
Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) statico	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) in movimento	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento verticale - altezza >base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento orizzontale - altezza <base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento verticale - altezza >base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento orizzontale - altezza <base)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato di altro formato (non riconducibile ad un formato Intera o Mezza)	Esecutivo + adattamenti (vedi nota a piè di pagina e glossario)	

C Pubblicazione / catalogo (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Ideazione dell'impostazione generale, presentazione grafica della copertina e di alcune pagine interne	Ideazione + Layout	
--	--------------------	--

Menabò di strumento di cui è già stato realizzato esecutivo, per poter creare nuove versioni con nuovi testi/loghi - Fornito in file pdf compilabile o altro formato concordato con ufficio	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 1 a 50 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 51 a 100 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 101 a 150 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 151 a 200 pagine	Esecutivo	
Realizzazione secondo una determinata impostazione generale di una pubblicazione con un numero di pagine variabile da 201 a 250 pagine	Esecutivo	

D Pieghevole, depliant (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Ideazione dell'impostazione generale	Ideazione + Layout	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 4 facciate (quartino)	Esecutivo	
Realizzazione di un Depliant (pieghevole) 6 facciate	Esecutivo	
Realizzazione di un Brochure rilegata 8 facciate	Esecutivo	
Realizzazione del Brochure rilegata di 12 facciate	Esecutivo	

E Biglietto invito / cartolina (1 o 2 facciate) (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Soluzione creativa/grafica	Ideazione + Layout + esecutivo	
----------------------------	--------------------------------	--

F Stampa - Pubblicità (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) statico secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di un Annuncio web (banner, Bottone, pop up) in movimento secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento verticale - altezza >base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Intera (orientamento orizzontale - altezza <base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento verticale - altezza >base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato Mezza Pagina (orientamento orizzontale - altezza <base) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Realizzazione di una Pagina pubblicitaria formato di altro formato (non riconducibile ad un formato Intera o Mezza) secondo un progetto grafico già ideato	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Persoanlizzazione pagina pubblicitaria esistente con dati forniti dal committente (testo/loghi)	Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	

G **Espositore da terra / totem / pannelli per stand/roll-up** (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Studio completo (anche strutturale)	Ideazione + Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	
Pannello per frontalino stand	Ideazione + Layout + esecutivo fornito con campo testo compilabile	
Cartellone / Pannello per programma eventi/incontri/espositori	Ideazione + Layout + esecutivo fornito con possibilità inserire personalizzazione (altri loghi e digitazione testo)	
Solo pannello Totem / Floor stand	Ideazione + Layout + esecutivo + adattamento (vedi nota a piè di pagina e glossario)	

H **Gadget** (non collegabile a campagne promozionali che prevedono l'ideazione di + strumenti di comunicazione integrata)

Progettazione di un gadget personalizzato (individuazione del gadget e sua personalizzazione)	Ideazione + Layout	
---	--------------------	--

Totale (IVA esclusa)

0

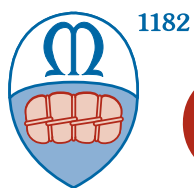
Glossario

ADATTAMENTI	costituiscono le versioni successive all'approvazione da parte del cliente dell'esecutivo, in un formato uguale o simile, che non comportano una nuova riprogettazione, ma solo riproporzionare il layout approvato in differenti formati (dimensioni diverse). Si riferiscono sempre quindi ad un lavoro di semplice montaggio.
ANNUNCIO O AD	Immagine di varie dimensioni, dal bottone al banner, inserita nella pagina di un sito Web. Cliccando sull'immagine l'utente viene reindirizzato a un'altra pagina contenente maggiori informazioni sul prodotto o sul servizio pubblicizzato, oppure alla Home Page o a una sezione del sito dell'azienda inserzionista.
BANNER	<p>È la più nota forma di spazio pubblicitario su Internet. Si tratta di una striscia pubblicitaria posta su un sito Web, generalmente posizionato in testa alle pagine e di formato stretto e lungo. La dimensione più classica è di 468x60 pixel, ma ne esistono anche di formati diversi Il banner riporta, in genere, nome, logo o immagine dell'azienda inserzionista o di un suo prodotto: cliccando sul banner l'utente arriva sul sito pubblicizzato. Obiettivo del banner è di generare visite (click through) ma può anche risultare utile in termini di "brand awareness" sul marchio. BANNER FORMATI (STANDARD IAB) I banner hanno diversi formati tra cui: I classici Banner da 234x60 o 468x60 e bottoni da 120x60 o 120x90.</p>
	<p>Big Ad Display (BAD) Un nuovo formato è ciò che si chiama Big Ad Display (BAD), Rettangolo or IMU (Interactive Marketing Unit), con dimensione 250/250 o 300/250. Questo formato permette di presentare una considerevole animazione o addirittura di eseguire un programma. Se creato in Flash, con l'aiuto di un pre-loading il tempo di caricamento (loading-time) può essere ridotto.</p> <p>Skyscrapers/Leader Board - Gli Skyscrapers sono Unità di Marketing Interattive (IMU's) di dimensione 120/600 o 160/600 e sono posizionate alla destra o alla sinistra della pagina web. Se uno skyscraper è posizionato orizzontalmente (600/160) è chiamato Leader Board.</p>
BILLBOARD	Pannello pubblicitario. Cartellone posto all'esterno.

BOTTONE, BOTTONE SPONSOR	Spazio pubblicitario di forma rettangolare o quadrata di solito posizionato ai lati della Home Page o delle pagine interne di un sito Web. Venduto a tempo, rappresenta la principale modalità di sponsorizzazione sul Web. Le dimensioni più frequentemente utilizzate sono: 125x125, 120x90, 120x60, 88x31 o 120x240 pixel.
BROCHURE	<p>Depliant informativo/pubblicitario, che illustra le caratteristiche di un'azienda o di un determinato prodotto/servizio; in esso la presentazione dell'azione pubblicitaria è molto curata graficamente e a livello fotografico, le informazioni sul prodotto sono articolate e complete. Caratterizzato spesso da una rilegatura di prestigio.</p> <p>Termine francese con cui si indica un opuscolo pubblicitario, sovente lussuosamente rilegato. Opuscolo informativo riguardante l'organizzazione o un singolo progetto.</p>
CARTA INTESTATA	La carta intestata è lo strumento di comunicazione più diretto per comunicare con i clienti, fornitori o rappresentanti di altre istituzioni. Attraverso l'intestazione deve essere possibile, per il destinatario, riconoscere immediatamente l'ufficialità della comunicazione e quindi, oltre al nome e al marchio, dovranno essere presenti: indirizzo, telefono centralino, fax, e-mail e l'eventuale indirizzo internet. La carta intestata è la prima forma di pubblicità commerciale.
CARTELLONE	Veicolo di pubblicità esterna sul quale viene riprodotto un annuncio pubblicitario, dal quale deriva il termine cartellonistica.
CARTOLINE	Tra i vari tipi di arte grafica, la cartolina è forse quella che, proprio per la sua facilità di produzione e consumo, si è rivolta alle classi sociali più diverse; la facile possibilità di personalizzarla con immagini o loghi aziendali, la rende un ottimo strumento di comunicazione e promozione d'immagine.
CATALOGO	Pubblicazione che contiene un elenco dettagliato dei prodotti con la relativa descrizione.
DÉPLIANT (Folder)	Pieghevole, termine equivalente all'inglese "folder". Strumento di comunicazione che raggiunge gratuitamente il destinatario, il depliant per "funzionare" deve avere un testo incisivo e convincente, il miglior materiale illustrativo e una disposizione equilibrata e accattivante di testo e immagini. Pieghevole, stampato pubblicitario a più facciate, di dimensioni varie.
ESECUTIVI	Costituiscono la versione finale del lavoro artistico di creazione, cioè il montaggio degli elementi (testi, copie fotografiche) necessari alle successive fasi di riproduzione, selezione, stampa e possono essere realizzati con procedura tradizionale ovvero mediante elaborazione elettronica)
FLASH ADVERTISING	Pubblicità affissionale esterna effettuata sui mezzi pubblici e di trasporto; si limita a evidenziare con sintesi e chiarezza l'annuncio.
FLOOR STAND	Espositore-distributore di grandi dimensioni, da collocare a terra. Realizzato solitamente in cartone, con stampe vistose, vivacemente colorate, e con forme molto originali per renderlo più suggestivo, perchè in un periodo breve di esposizione deve vendere il massimo possibile.
FOLDER (Pieghevole)	Opuscolo pieghevole promozionale. Termine inglese che designa un pieghevole a più pagine, stampato per pubblicizzare un prodotto o un servizio (sinonimo del francese depliant).
GADGET	Il regalo abbinato al prodotto.
IMPAGINAZIONE	Fase di lavorazione successiva al menabò o layout. Sia nell'impaginato che nel menabò tutti gli elementi compositivi (testi, titoli, foto) vengono collocati nella pagina.
LAYOUT	Impaginazione di prova di immagini e testi per un progetto grafico, impostato in modo da rendere un'idea precisa di come sarà in versione definitiva

LOCANDINA	Manifesto o cartello pubblicitario di dimensioni ridotte usato solitamente per pubblicizzare manifestazioni ed attività culturali.
LOGO - LOGOTIPO	<p>Carattere tipografico che personalizza la scritta di un marchio o del nome del prodotto così da differenziarlo dagli altri concorrenti sul mercato; deve quindi essere insieme originale, visibile, facilmente leggibile ed adatto per le sue proporzioni e per l'armonia del tratto a qualunque sviluppo sia su piccolo sia su grande formato.</p> <p>Quindi un logo, o logotipo, è una rappresentazione grafica atta a rappresentare, in genere, un prodotto o un marchio di fabbrica. Più precisamente per logotipo s'intende il carattere (la font) con cui un'azienda si differenzia da un'altra. Un logotipo non è composto da disegni o da immagini, altrimenti sarebbe un pittogramma o un ideogramma.</p>
LOOP	E' la ripetizione di una sequenza di immagini. Si utilizza per far ripetere un numero definito o illimitato di volte l'animazione di un banner.
MANIFESTO	Annuncio di grande formato, non solo pubblicitario, per l'affissione, che viene ideato e situato in posizione tale da colpire l'attenzione. Per le sue peculiarità necessita di sintesi, impatto visivo e di facilitare il ricordo. E' uno dei mezzi di comunicazione che più stimola la creatività ed una delle più antiche forme di comunicazione pubblicitaria.
MANUALE IMMAGINE COORDINATA	Il manuale ha lo scopo di fornire le linee guida dettagliate per l'immagine coordinata del Gruppo; è realizzato attraverso un attento studio, al fine di ricondurre ad uniformità stilistica le principali comunicazioni che quotidianamente l'azienda redige.
MARCHIO	Quella parte della marca che è riconoscibile ma non è pronunciabile, come un simbolo, un disegno, un colore o un tipo di iscrizione caratteristici.
MENABÒ	<p>Modello dell'impaginazione di una pubblicazione stampata. In un fascicolo esattamente dello stesso formato e dello stesso numero di pagine del prodotto finito nel quale sono segnate, pagina per pagina, tutte le indicazioni per l'impaginazione con i relativi ingombri dei testi e delle illustrazioni.</p> <p>Modello dell'impaginazione di uno stampato. Il termine deriva dal dialetto milanese in cui significa letteralmente "portare avanti il carro e il bue" ovvero "menabue".</p>
MINISITO (Microsite, Promotional web site)	Forma promozionale on-line che prevede la creazione ad hoc di appositi siti Web di durata limitata, per promuovere un evento o un prodotto. Più che per scopi di branding sono diretti a focalizzare l'attenzione dell'utente su un nuovo prodotto o evento particolare. In abbinamento a campagne banner o sponsorizzazioni consentono una efficace comunicazione on line.
NEWSLETTER	Lettera informativa dedicata ad argomenti specifici che viene spedita via e-mail con cadenza prestabilita, quotidiana, settimanale o mensile, a tutti gli utenti che ne hanno fatto esplicita richiesta.
OPT-IN EMAIL (PERMISSION MARKETING)	Email pubblicitaria o informativa mandata ad una lista di utenti che hanno acconsentito di ricevere messaggi pubblicitari in target ai loro interessi.
PAGE VIEW	Richiesta di una pagina Web che esprime anche il numero di volte in cui è stato potenzialmente visto l'annuncio in essa contenuto.
PAGINA	Documento scritto in codice HTML che contiene testo, immagini, suoni e altri oggetti. Una o più pagine formano un sito. Le pagine possono essere statiche o dinamiche, come per i database contenenti grandi cataloghi. La pagina principale d'ingresso si chiama home page ed è la "vetrina" del sito, i cui accessi misurano il traffico diretto al sito. Vedi anche: html
PAGINA BERSAGLIO	E' la pagina di destinazione del link contenuto in un banner o in un annuncio pubblicitario. Si può trattare di una singola pagina o della home page del sito promosso dall'inserzionista.
POP UP	<p>Piccola finestra, contenente un annuncio o un comunicato, che appare automaticamente durante la visualizzazione di un sito. È una forma pubblicitaria piuttosto intrusiva e per questo utilizzata con molta cautela.</p> <p>Piccola finestra del browser che si apre automaticamente o al click dell'utente su un particolare link. Può essere di diverse dimensioni e se ne può stabilire la frequenza di apertura. Viene spesso usata come forma di pubblicità.</p>
PORTFOLIO	<p>L'insieme delle campagne pubblicitarie e dei lavori vari realizzati da un creativo, da un'agenzia, da un'azienda. C'è anche il portfolio clienti, pubblicazione con l'insieme dei clienti di un'agenzia con le relative campagne utilizzate.</p> <p>Pubblicazione che presenta una nuova campagna o un nuovo prodotto ad un target qualificato di venditori o intermediari commerciali.</p> <p>Per estensione, si utilizza anche per indicare la raccolta delle campagne realizzate da un'agenzia o da un gruppo creativo, e le immagine d'archivio di un fotografo o di un illustratore. In questo caso è utilizzato anche il termine "book".</p>

POSTER	<p>Manifesto di dimensioni standard, di norma affisso su tabelloni collocati in luoghi di transito pubblico. Utilizzati per la promozione sia di prodotto ma anche istituzionale, sfrutta il "visual" ed un testo breve ma accattivante.</p> <p>Manifesto di dimensioni standard (m.6×3).</p> <p>Manifesto di dimensioni 6×3, o locandina di grande formato all'interno del punto vendita o in speciali aree degli stand fieristici.</p>
QUARTINO	<p>Pubblicazione stampata a 4 facciate.</p> <p>Serie di quattro facciate ottenute piegando un foglio in due.</p>
TOTEM	<p>Grande poster con supporto da pavimento che pubblicizza un marchio, un prodotto, un'iniziativa commerciale o di pubbliche relazioni.</p>
VETROFANIA	<p>Adesivo pubblicitario da vetro di dimensioni ridotte utilizzato come mezzo P.O.P.A. e per pubblicità esterna sui mezzi di trasporto.</p>
VIDEO	<p>Nel linguaggio pubblicitario significa filmato riprodotto su supporto magnetico: cd-rom e DVD.</p>
VOLANTINO (Flyer)	<p>Stampato di piccolo formato per comunicazioni professionali, generalmente distribuito a mano direttamente al consumatore potenziale o nelle cassette della posta</p>



Camera di Commercio
Lucca



MANUALE
DI IDENTITÀ VISIVA
SISTEMA CAMERALE
LUCCA

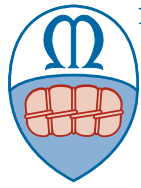




Manuale di identità visiva Sistema Camerale Lucca
CAMERA DI COMMERCIO DI LUCCA
Gennaio 2012

© Camera di Commercio di Lucca

Graphic design
Domenico Raimondi
www.thesignlab.it



1182

**Camera di Commercio
Lucca**



Il Marchio/Logo della Camera di Commercio di Lucca è l'elemento base del sistema di identità visiva.

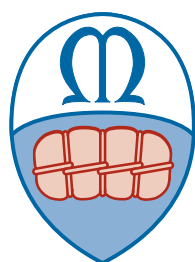
Può essere riprodotto anche senza il marchio preesistente.

I colori istituzionali corrispondono al rosso e al grigio del Sistema Camerale di Lucca (vedi tavola dei Colori istituzionali A.19)

Questa versione si usa solo su fondo bianco o molto chiaro.

Il Marchio/logo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede

La riproduzione del marchio/logo deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti o dagli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare



1182

**Camera di Commercio
Lucca**



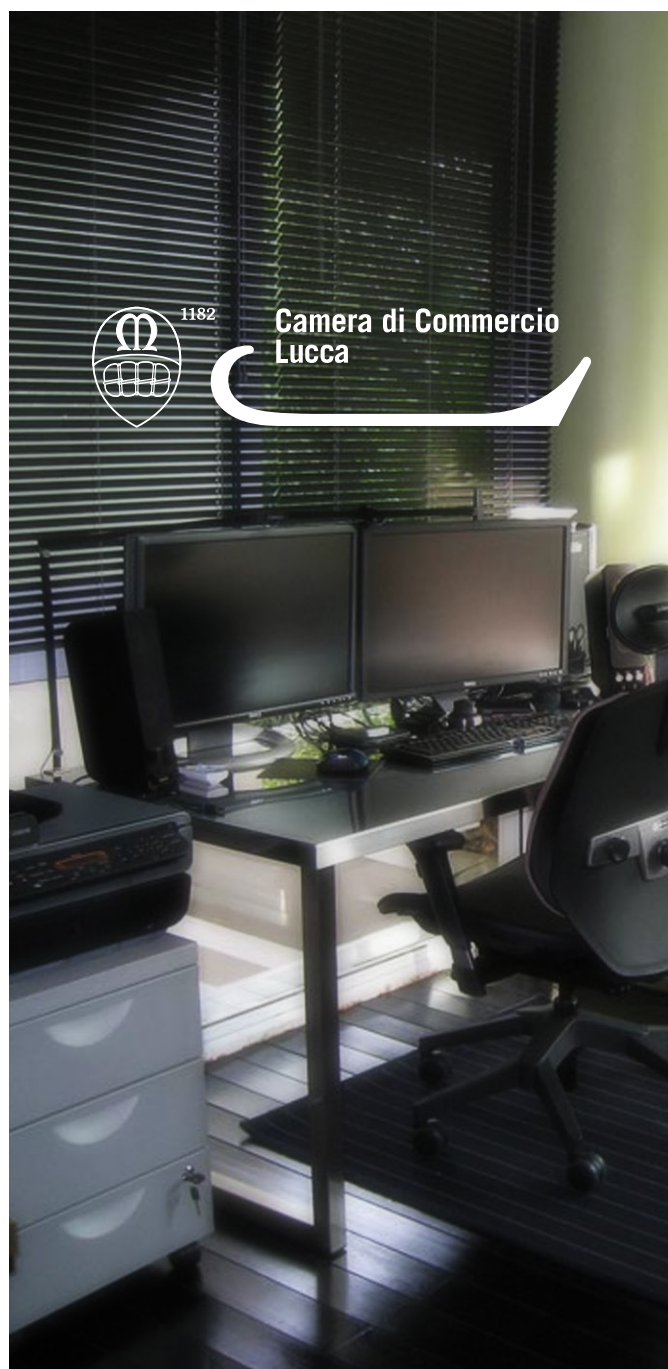
**Camera di Commercio
Lucca**



Quando il Marchio/logo deve essere riprodotto su un fondo colore istituzionale è necessario adottare una delle versioni negative illustrate in questa tavola.



Quando il Marchio/logo deve essere riprodotto su un fondo fotografico è necessario adottare una delle versioni negative illustrate in questa tavola.



Questa versione, positiva e negativa, viene utilizzata nei casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero (ad esempio: stampa quotidiana, stampa laser o ink-jet in bianco e nero, foglio fax) e non sia possibile adottare la versione colore.

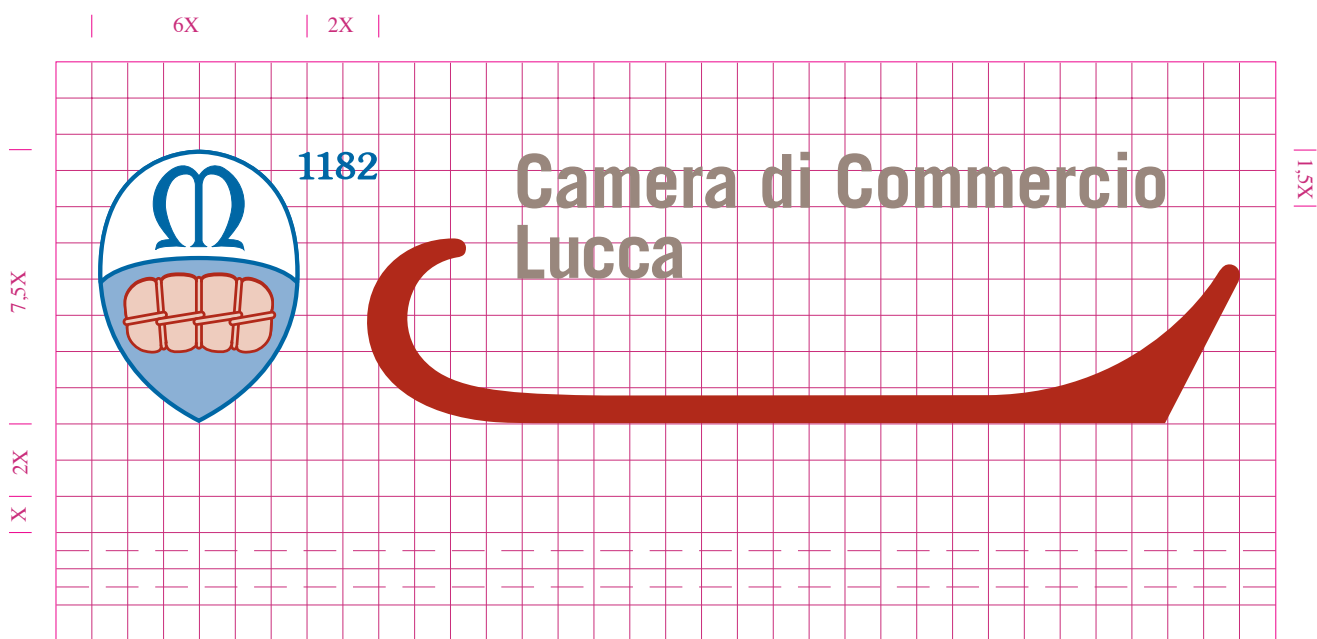


Il Marchio/Logo della Camera di Commercio è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X).

La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

Il Logo è composto nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo/minuscolo.

La specifica è composta nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo



La leggibilità del marchio/logo è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

Lo spazio minimo da rispettare tra il Marchio/Logo ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dal modulo base X, come riportato in figura.

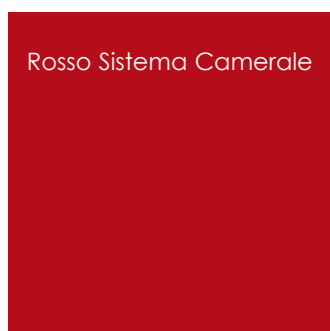
Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



Alla base del Sistema di identità visiva c'è l'utilizzo costante dei colori istituzionali: rosso e grigio del Sistema Camerale e blu del marchio preesistente della Camera di Commercio di Lucca.

I colori rosso, grigio e blu del Sistema Camerale, sono codificati con i colori della guida Pantone riportata in questa tavola (utilizzabili per la stampa su materiale cartaceo); i codici RAL (utilizzabili per la stampa a mezzo vernici), il codice 3M (utilizzabile per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive).

In casi particolari, come ad esempio negli stampati commerciali o promozionali e nella pubblicità, il marchio può essere stampato utilizzando i colori di quadricromia. In tali situazioni i colori devono essere impiegati secondo le percentuali prefissate indicate nella guida Pantone riportata in questa tavola.



	Pantone®	CMYK *	RGB **	WEB **	RAL	3M
Rosso	1807 C	0, 91, 94, 30	174, 63, 39	#AE3F27	3013	100-023
Grigio	Warm Gray 9 C	0, 15, 18, 47	158, 152, 135	#9E9887	7023	100-038
Blu	301 CV	87, 53, 5, 00	, 109, 171	#00529B	5005	100-47

* Trascodifica da Pantone Matching System®.
Tali indicazioni sono riferite alla classificazione Pantone® Color Bridge Coated.

** Trascodifica da Macromedia® Dreamweaver

In questa tavola sono illustrati alcuni esempi di errato impiego del Marchio/Logo.



Modificare la composizione o le proporzioni interne del Marchio/Logo



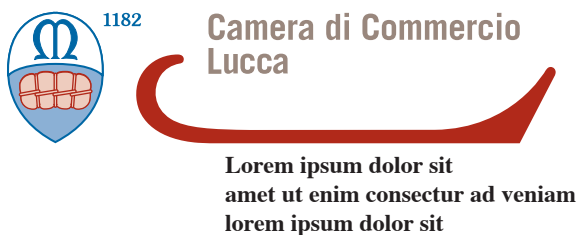
Deformare o distorcere il Marchio/Logo



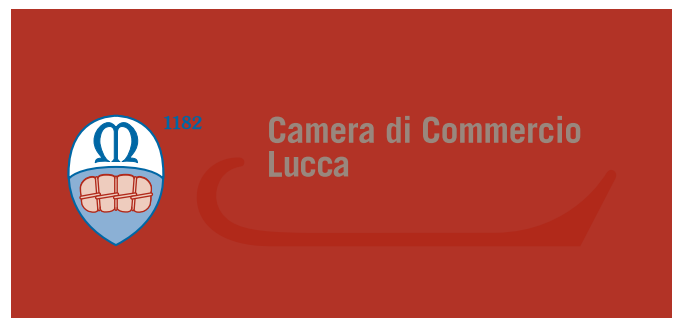
Modificare il carattere



Modificare i colori



Ignorare l'area di rispetto e le disposizioni per il corretto allineamento del testo



Applicare il Marchio/Logo in modo da ridurne la leggibilità

Formato: 55x85 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
300 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
300 gr.

FRONTE

Nome Cognome

Ruolo



Camera di Commercio
Lucca

Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647

F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it

www.lu.camcom.it

RETRO

Nome Cognome

Role



Camera di Commercio
Lucca

Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647

F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it

www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
100/120 gr.

| 35 | 45 |

| 35 |



| 10 |

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
camera commercio@lu.camcom.it
p.e.c. camera.commercio.lucca@lu.legalmail.camcom.it
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
100/120 gr.

| 20 | | 30 |

| 20



Camera di Commercio
Lucca



Formato chiuso: 210x297 mm

35

45

35



Spett.le

Prot. N° Data

Ufficio

Oggetto:

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
cameracommercio@lu.camcom.it
p.e.c. camera.commercio.lucca@lu.legalmail.camcom.it
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

| 20 | | 30 |

| 20



Formato chiuso: 210x297 mm

35

45

35



Spett.le

Prot. N° Data

Ufficio

Oggetto:

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
cameracommercio@lu.camcom.it
p.e.c. camera.commercio.lucca@lu.legalmail.camcom.it
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

| 20 | | 30 |

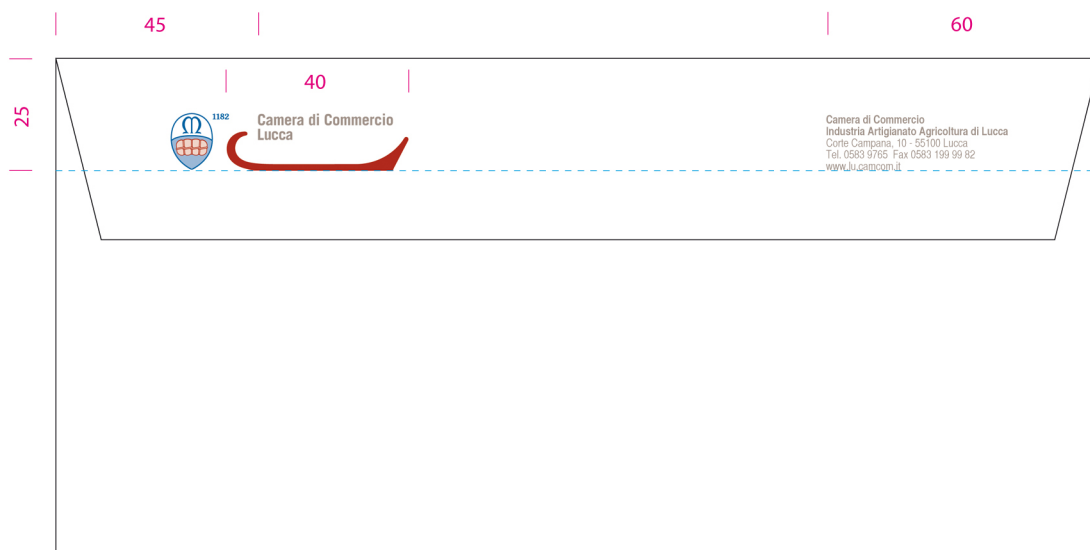
| 20



Formato chiuso: 230x110 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/120 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
100/120 gr.



Formato chiuso: 210x110 mm

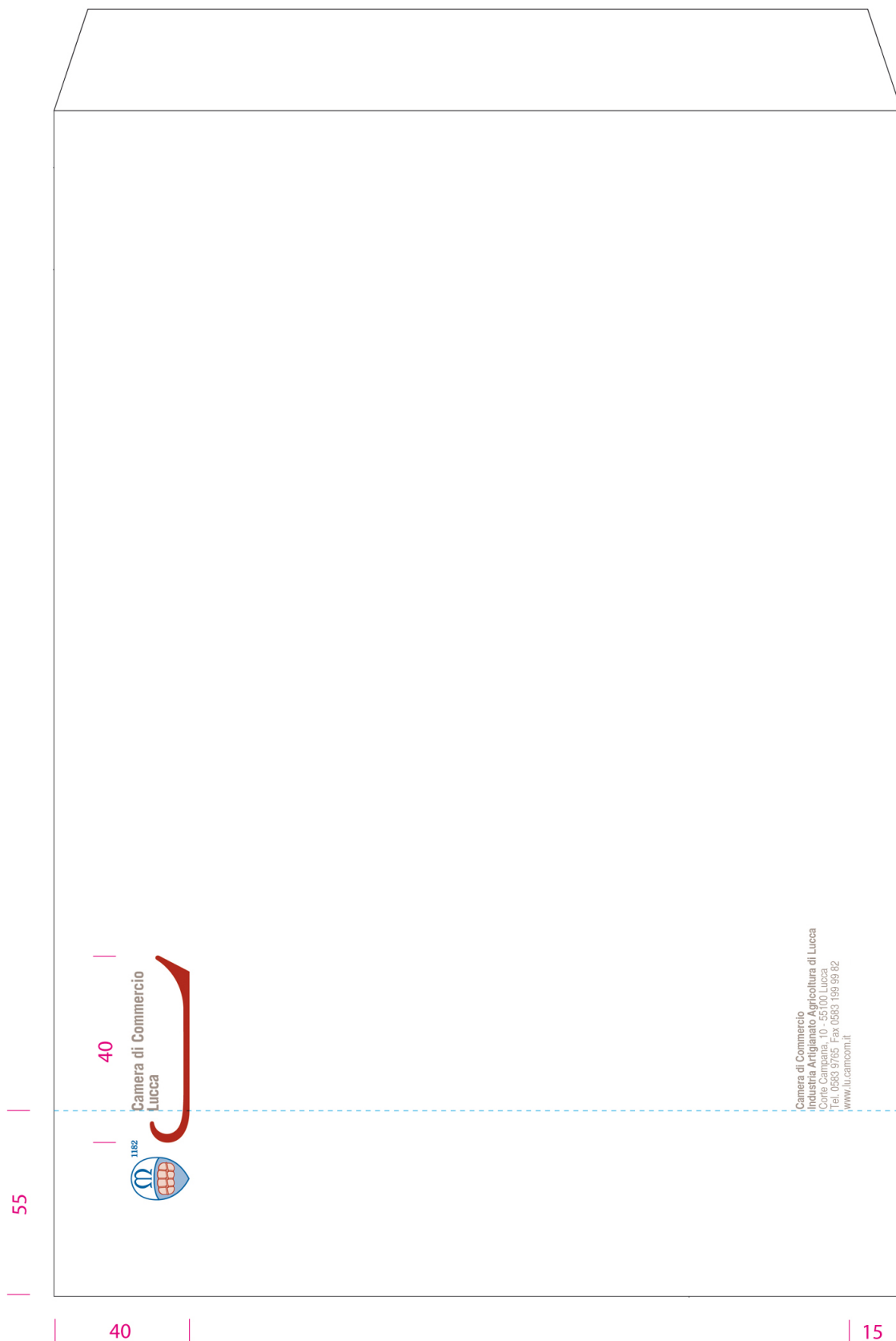
Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
200/230 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
200/230 gr.



Formato chiuso: 400x300 mm / 350x250 mm / 260x190 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/120 gr.



30

45

35



1182

**Camera di Commercio
Lucca**



Corte della Campana, 10
55100 Lucca
www.lu.camcom.it

Ufficio
T
F

ufficio@lu.camcom.it

Fax Cover

Data/Date 00.00.00	Prot/Prot 00.00.00
Dal/From Nome e Cognome	Fax +39 0583 000 000
A/To Nome e Cognome	Fax +39 00 000 000

Numero pagine inclusa la presente/number pages including this page
02

Oggetto/Object
Titolo

Note/Note
Testo

Se non avete ricevuto tutte le pagine, Vi preghiamo di chiamare il numero +39 0583 9765. Questo fax può contenere informazioni confidenziali o la cui riservatezza è tutelata. Esse devono intendersi destinate esclusivamente al/ai destinatario/i in indirizzo ovvero a coloro che siano eventualmente autorizzati a riceverle. Chiunque leggesse questo messaggio senza esserne legittimato è avvertito che è severamente proibito e potrebbe costituire violazione di legge qualsiasi uso, distribuzione, copia o diffusione dei contenuti di questa comunicazione e dei suoi allegati ovvero qualsivoglia azione intrapresa mediante l'utilizzo dei contenuti degli stessi. In questi casi, Vi preghiamo di darcene immediata notizia al numero telefonico sopra indicato.


Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum Creame Fedrigoni
100/110 gr

35 | 35

35 | 45 |



1182 Camera di Commercio
Lucca

il Presidente

Nome del Destinatario
Nome della Via, n. civico
CAP Città

Luogo e data
Prot. n. 0123/ABC

Oggetto: **Lettera tipo**

Abbiamo il piacere di presentarVi, con questo, un esempio di lettera tipo, organizzato secondo le indicazioni grafico-tipografiche relative alla corrispondenza della linea dirigenziale Camera di Commercio di Lucca.

L'allineamento del dattiloscritto è a 40 mm dal margine sinistro, il medesimo allineamento sarà osservato per l'oggetto.

Il testo del dattiloscritto avrà una larghezza massima di 150 mm e sarà composto a blocchetto senza rientro al capoverso.

Per la stesura del documento è consigliato l'utilizzo del carattere Arial nel corpo 10/12.

La firma è in basso, allineata a 40 mm dal margine sinistro del foglio.

Confidando di averVi offerto uno strumento utile nella pratica quotidiana, cogliamo l'occasione per porgere i ns. migliori auguri di buon lavoro.

Firma

Corte della Campana, 10
55100 Lucca
T +39 0583 9765
F +39 0583 976 629
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum Creame Fedrigoni
100/110 gr

| 20 | | 30 |

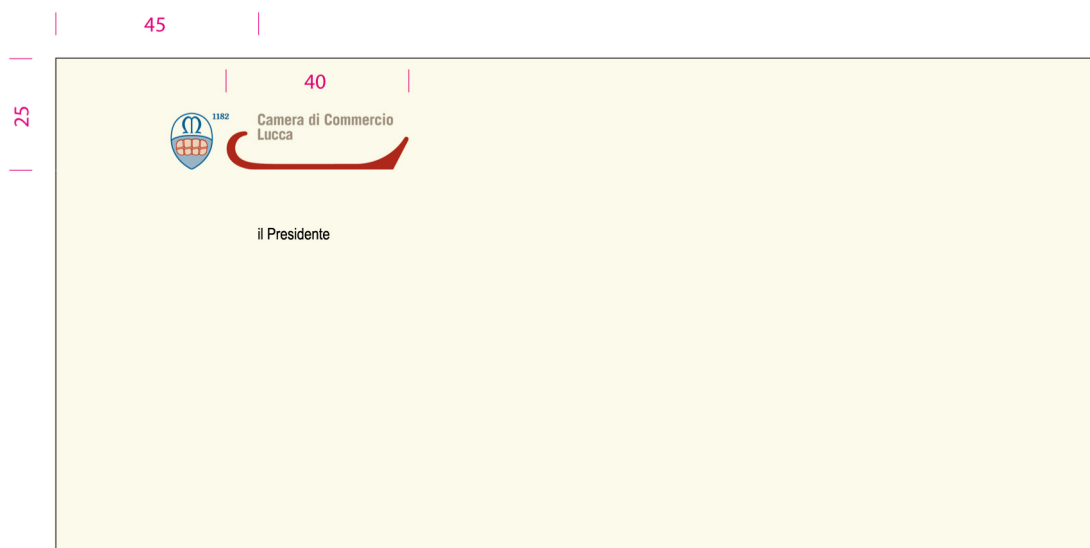
| 20 |



Formato: 210x110 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
200/230 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum Creame Fedrigoni
200/230 gr.



Formato: 55x85 mm
Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
300 gr.

Carta eco: tipo Freelife Vellum Creame Fedrigoni
300 gr.

FRONTE

Nome Cognome
Ruolo

 **Camera di Commercio
Lucca**


Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647
F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it
www.lu.camcom.it

RETRO

Nome Cognome
Role

 **Camera di Commercio
Lucca**

Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647
F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it
www.lu.camcom.it

Rispondi Rispondi a tutti Inoltra Indesiderato Stampa Elimina

Nuovo logo

Attività Categorie Progetti Collegamenti

Da: Francesca Sargenti <francesca.sargenti@lu.camcom.it>
Data: venerdì 10 febbraio 2012 11:13
A: elena <elena.saraceno@lu.camcom.it>
Cc:
Oggetto: Nuovo logo

Allegati:


image002.jpg	2,92 KB	Apri
Carta intestata -pag2--logo bianco-nero.doc	583,6 KB	Salva
Carta intestata -pag1--logo bianco-nero.doc	583,6 KB	
LETTERA CARTA INTESTATA NUOVA.doc	29,05 KB	Rimuovi

Buongiorno,
in merito alle tipologie di carte intestate basta una sola tipologia che preveda 1° foglio e 2° foglio, non occorre quella per i vertici (Presidente, Segretario generale) o per la contabilità, in quanto utilizzano il 2° foglio e poi lo personalizzano.

In allegato ti invio i file relativi ai vari modelli: lettere con carta intestata, e biglietti da visita, locandine per gli eventi nelle Sale, file con la firma per la posta elettronica.
Ciao e grazie

Francesca

Dott.ssa Nome Cognome
Responsabile Relazioni con l'Esterno

 Camera di Commercio
Lucca

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
www.lu.camcom.it

P "Per favore, considerate l'ambiente prima di stampare questa e-mail"

Al sensi del D.Lgs. n. 196 del 30.06.03 (Codice della Privacy) si precisa che le informazioni contenute in questo messaggio sono riservate e ad uso esclusivo del destinatario. Qualora il messaggio in parola Le fosse pervenuto per errore, La preghiamo di eliminarlo senza copiarlo e di non inoltrarlo a terzi, dandocene gentilmente comunicazione. Grazie

La pianificazione "Invia e ricevi tutti" verrà eseguita fra 4 minuti

Dott.ssa Nome Cognome
Responsabile Relazioni con l'Esterno



Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
www.lu.camcom.it

P "Per favore, considerate l'ambiente prima di stampare questa e-mail"

Al sensi del D.Lgs. n. 196 del 30.06.03 (Codice della Privacy) si precisa che le informazioni contenute in questo messaggio sono riservate e ad uso esclusivo del destinatario. Qualora il messaggio in parola Le fosse pervenuto per errore, La preghiamo di eliminarlo senza copiarlo e di non inoltrarlo a terzi, dandocene gentilmente comunicazione. Grazie



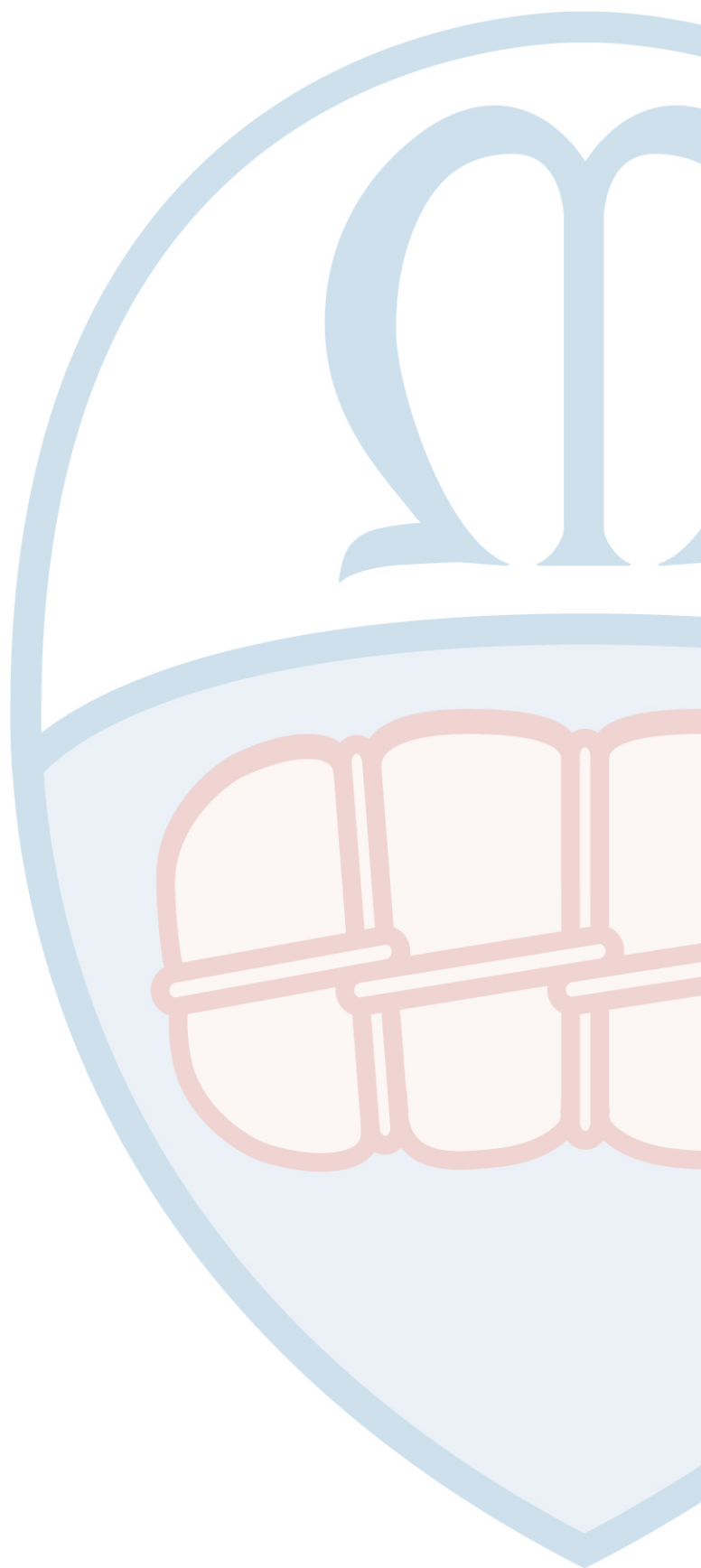
Camera di Commercio
Lucca

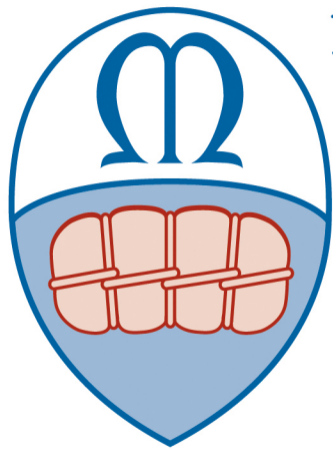


Manuale di identità visiva Sistema Camerale Lucca
CAMERA DI COMMERCIO DI LUCCA
Gennaio 2012

© Camera di Commercio di Lucca

Graphic design
Domenico Raimondi
www.thesignlab.it

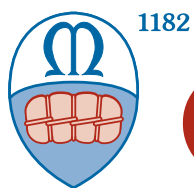




1182

Camera di Commercio
Lucca





Camera di Commercio
Lucca



MANUALE
DI IDENTITÀ VISIVA
SISTEMA CAMERALE
LUCCA

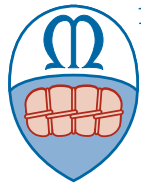




Manuale di identità visiva Sistema Camerale Lucca
CAMERA DI COMMERCIO DI LUCCA
Gennaio 2012

© Camera di Commercio di Lucca

Graphic design
Domenico Raimondi
www.thesignlab.it



1182

**Camera di Commercio
Lucca**



Il Marchio/Logo della Camera di Commercio di Lucca è l'elemento base del sistema di identità visiva.

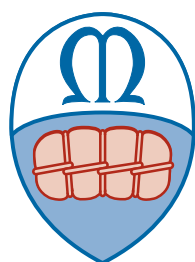
Può essere riprodotto anche senza il marchio preesistente.

I colori istituzionali corrispondono al rosso e al grigio del Sistema Camerale di Lucca (vedi tavola dei Colori istituzionali A.19)

Questa versione si usa solo su fondo bianco o molto chiaro.

Il Marchio/logo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede

La riproduzione del marchio/logo deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti o dagli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare



1182

**Camera di Commercio
Lucca**



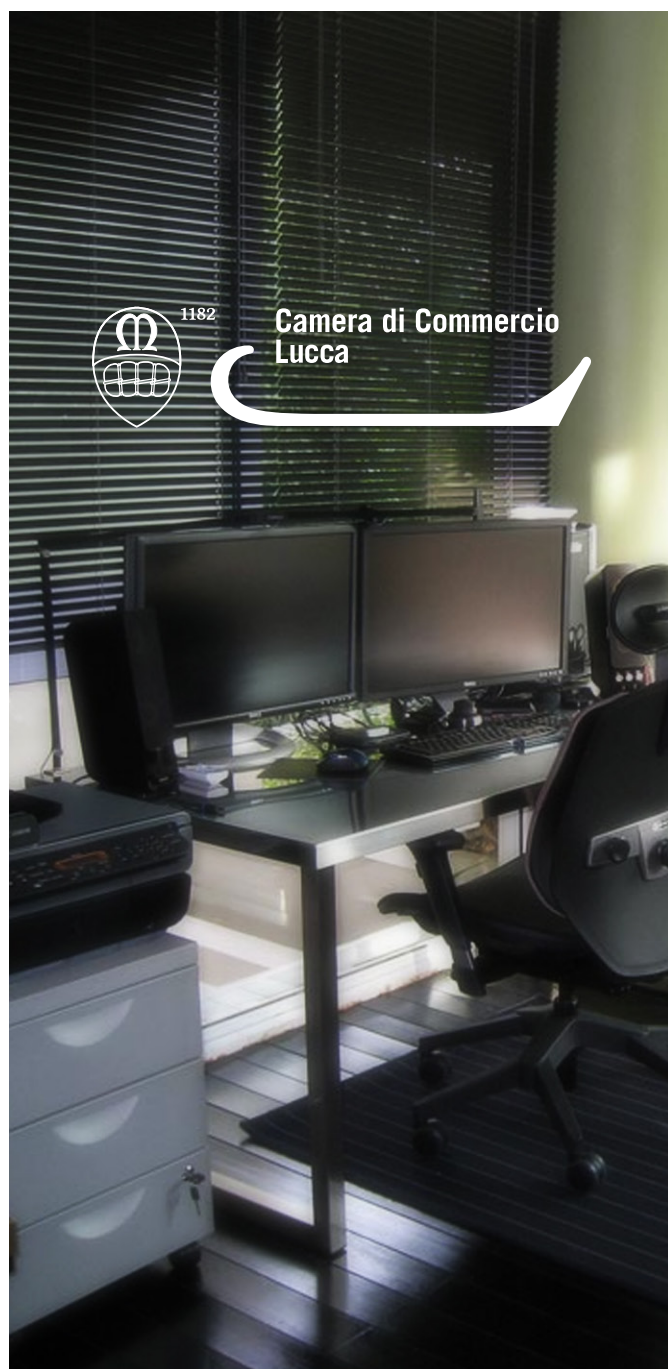
**Camera di Commercio
Lucca**



Quando il Marchio/logo deve essere riprodotto su un fondo colore istituzionale è necessario adottare una delle versioni negative illustrate in questa tavola.



Quando il Marchio/logo deve essere riprodotto su un fondo fotografico è necessario adottare una delle versioni negative illustrate in questa tavola.



Questa versione, positiva e negativa, viene utilizzata nei casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero (ad esempio: stampa quotidiana, stampa laser o ink-jet in bianco e nero, foglio fax) e non sia possibile adottare la versione colore.

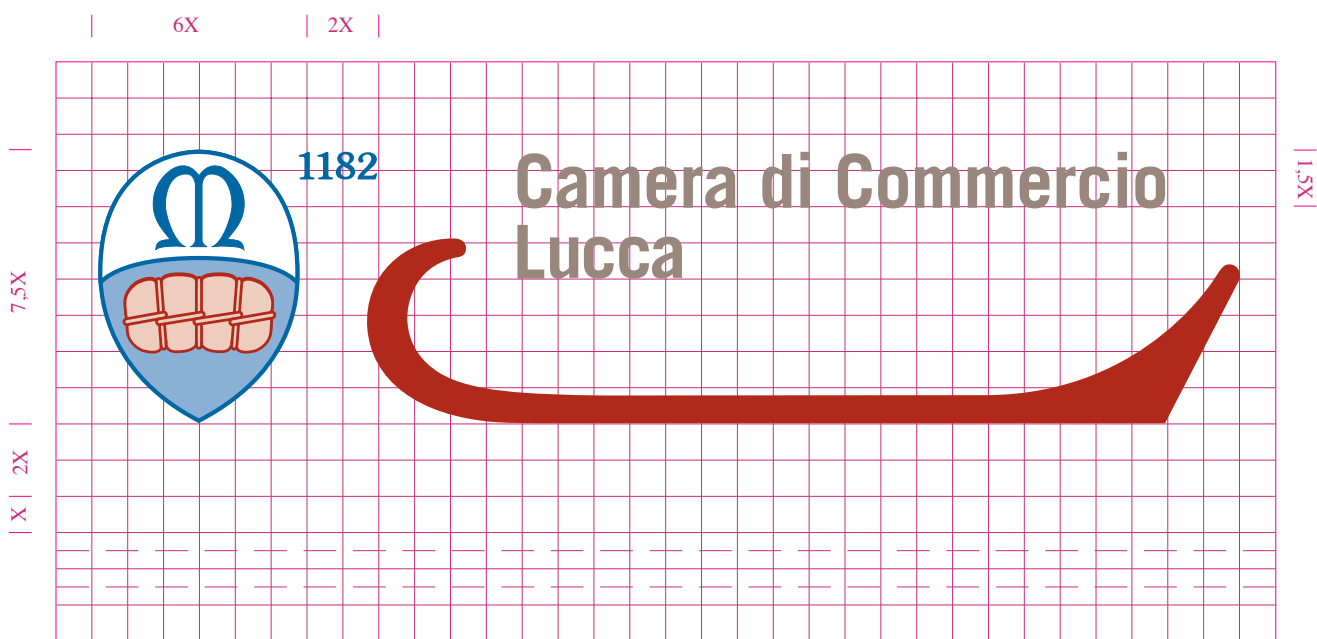


Il Marchio/Logo della Camera di Commercio è inserito all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera un reticolo (modulo quadrato X).

La scansione modulare definisce l'esatta collocazione degli elementi che lo compongono.

Il Logo è composto nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo/minuscolo.

La specifica è composta nel carattere Trade Gothic Bold Maiuscolo



La leggibilità del marchio/logo è migliore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio.

Lo spazio minimo da rispettare tra il Marchio/Logo ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dal modulo base X, come riportato in figura.

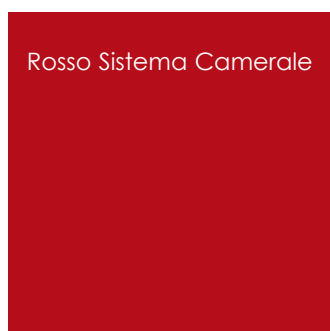
Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



Alla base del Sistema di identità visiva c'è l'utilizzo costante dei colori istituzionali: rosso e grigio del Sistema Camerale e blu del marchio preesistente della Camera di Commercio di Lucca.

I colori rosso, grigio e blu del Sistema Camerale, sono codificati con i colori della guida Pantone riportata in questa tavola (utilizzabili per la stampa su materiale cartaceo); i codici RAL (utilizzabili per la stampa a mezzo vernici), il codice 3M (utilizzabile per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive).

In casi particolari, come ad esempio negli stampati commerciali o promozionali e nella pubblicità, il marchio può essere stampato utilizzando i colori di quadricromia. In tali situazioni i colori devono essere impiegati secondo le percentuali prefissate indicate nella guida Pantone riportata in questa tavola.



	Pantone®	CMYK *	RGB **	WEB **	RAL	3M
Rosso	1807 C	0, 91, 94, 30	174, 63, 39	#AE3F27	3013	100-023
Grigio	Warm Gray 9 C	0, 15, 18, 47	158, 152, 135	#9E9887	7023	100-038
Blu	301 CV	87, 53, 5, 00	, 109, 171	#00529B	5005	100-47

* Trascodifica da Pantone Matching System®.
Tali indicazioni sono riferite alla classificazione Pantone® Color Bridge Coated.

** Trascodifica da Magma® Dreamweaver

In questa tavola sono illustrati alcuni esempi di errato impiego del Marchio/Logo.



Modificare la composizione o le proporzioni interne del Marchio/Logo



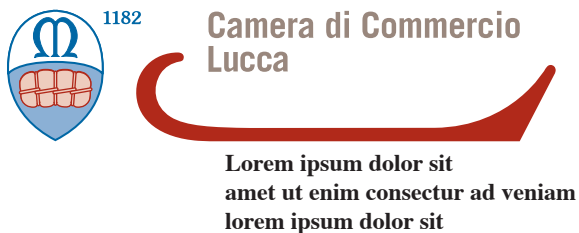
Deformare o distorcere il Marchio/Logo



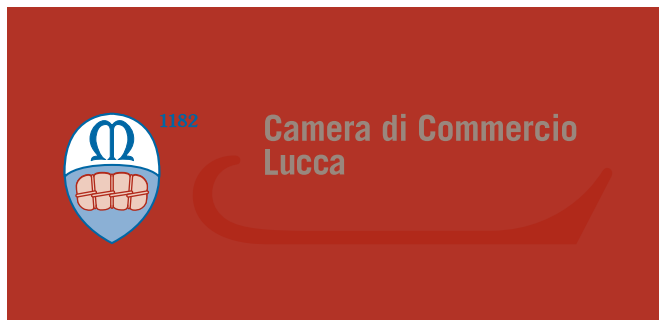
Modificare il carattere



Modificare i colori



Ignorare l'area di rispetto e le disposizioni per il corretto allineamento del testo



Applicare il Marchio/Logo in modo da ridurne la leggibilità

Formato: 55x85 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
300 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
300 gr.

FRONTE

Nome Cognome

Ruolo



Camera di Commercio
Lucca

Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647

F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it

www.lu.camcom.it

RETRO

Nome Cognome

Role



Camera di Commercio
Lucca

Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647

F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it

www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
100/120 gr.

| 35 | 45 |

| 35 |



| 10 |

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
camera commercio@lu.camcom.it
p.e.c. camera.commercio.lucca@lu.legalmail.camcom.it
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
100/120 gr.

| 20 | | 30 |

| 20



Camera di Commercio
Lucca



Formato chiuso: 210x297 mm

35

45

35



Spett.le

Prot. N° Data

Ufficio

Oggetto:

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
cameracommercio@lu.camcom.it
p.e.c. camera.commercio.lucca@lu.legalmail.camcom.it
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

| 20 | | 30 |

| 20



Formato chiuso: 210x297 mm

35

45

35



Spett.le

Prot. N° Data

Ufficio

Oggetto:

**Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca**
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
cameracommercio@lu.camcom.it
p.e.c. camera.commercio.lucca@lu.legalmail.camcom.it
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

| 20 | | 30 |

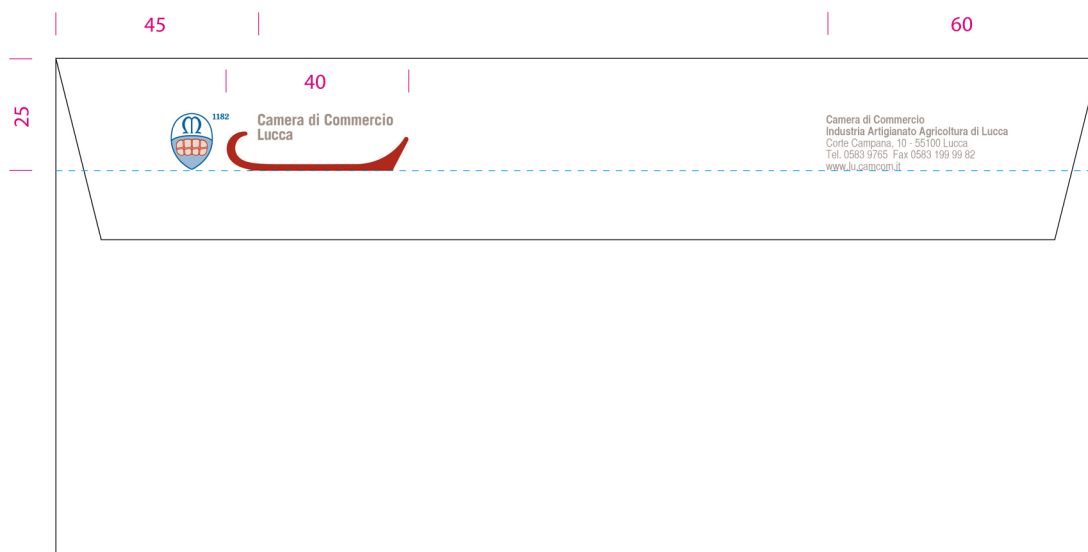
| 20



Formato chiuso: 230x110 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/120 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
100/120 gr.



Formato chiuso: 210x110 mm

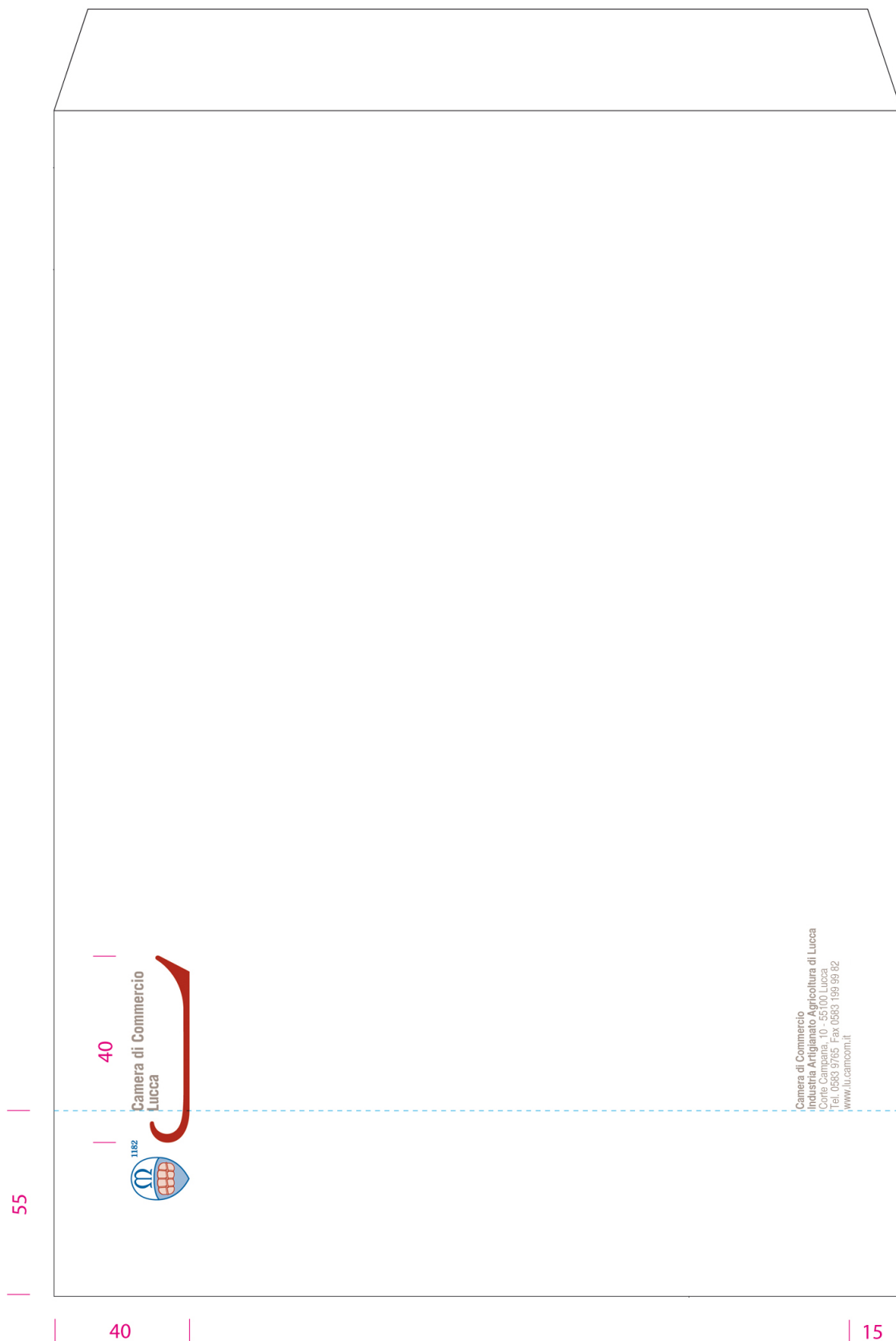
Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
200/230 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum White Fedrigoni
colore bianco
200/230 gr.



Formato chiuso: 400x300 mm / 350x250 mm / 260x190 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore bianco tipo Fedrigoni Splendorgel
100/120 gr.



30

45

35



1182

**Camera di Commercio
Lucca**



Corte della Campana, 10
55100 Lucca
www.lu.camcom.it

Ufficio
T
F

ufficio@lu.camcom.it

Fax Cover

Data/Date 00.00.00	Prot/Prot 00.00.00
Dal/From Nome e Cognome	Fax +39 0583 000 000
A/To Nome e Cognome	Fax +39 00 000 000

Numero pagine inclusa la presente/number pages including this page
02

Oggetto/Object
Titolo

Note/Note
Testo

Se non avete ricevuto tutte le pagine, Vi preghiamo di chiamare il numero +39 0583 9765. Questo fax può contenere informazioni confidenziali o la cui riservatezza è tutelata. Esse devono intendersi destinate esclusivamente al/ai destinatario/i in indirizzo ovvero a coloro che siano eventualmente autorizzati a riceverle. Chiunque leggesse questo messaggio senza esserne legittimato è avvertito che è severamente proibito e potrebbe costituire violazione di legge qualsiasi uso, distribuzione, copia o diffusione dei contenuti di questa comunicazione e dei suoi allegati ovvero qualsivoglia azione intrapresa mediante l'utilizzo dei contenuti degli stessi. In questi casi, Vi preghiamo di darcene immediata notizia al numero telefonico sopra indicato.

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum Creame Fedrigoni
100/110 gr

35 | 35

35 | 45 |



1182 Camera di Commercio
Lucca

il Presidente

Nome del Destinatario
Nome della Via, n. civico
CAP Città

Luogo e data
Prot. n. 0123/ABC

Oggetto: **Lettera tipo**

Abbiamo il piacere di presentarVi, con questo, un esempio di lettera tipo, organizzato secondo le indicazioni grafico-tipografiche relative alla corrispondenza della linea dirigenziale Camera di Commercio di Lucca.

L'allineamento del dattiloscritto è a 40 mm dal margine sinistro, il medesimo allineamento sarà osservato per l'oggetto.

Il testo del dattiloscritto avrà una larghezza massima di 150 mm e sarà composto a blocchetto senza rientro al capoverso.

Per la stesura del documento è consigliato l'utilizzo del carattere Arial nel corpo 10/12.

La firma è in basso, allineata a 40 mm dal margine sinistro del foglio.

Confidando di averVi offerto uno strumento utile nella pratica quotidiana, cogliamo l'occasione per porgere i ns. migliori auguri di buon lavoro.

Firma

Corte della Campana, 10
55100 Lucca
T +39 0583 9765
F +39 0583 976 629
www.lu.camcom.it

Formato chiuso: 210x297 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
100/110 gr.

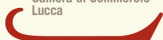
Carta eco: tipo Freelifa Vellum Creame Fedrigoni
100/110 gr

| 20 | | 30 |

| 20 |



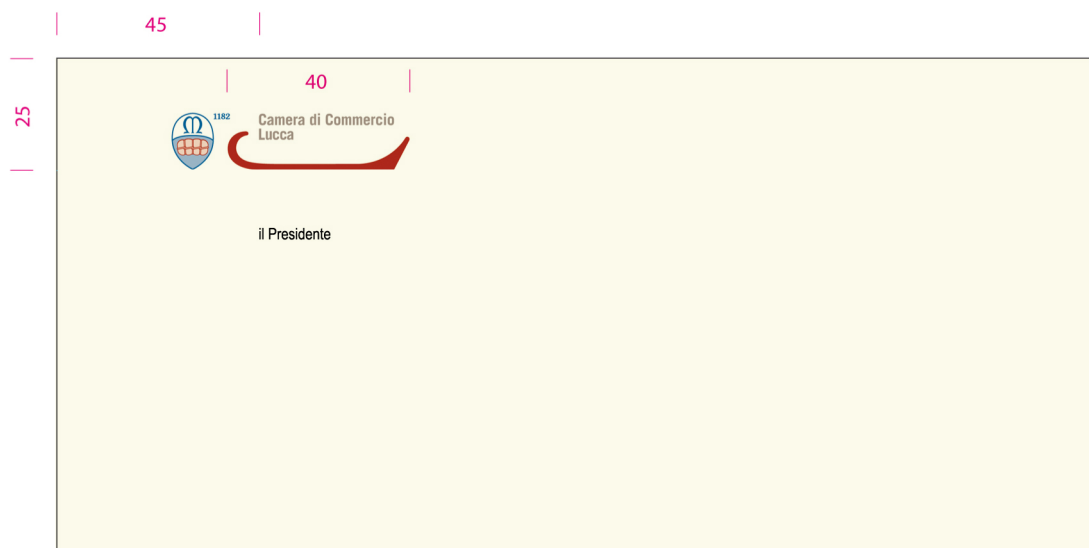
Camera di Commercio
Lucca



Formato: 210x110 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
200/230 gr.

Carta eco: tipo Freelifa Vellum Creame Fedrigoni
200/230 gr.




Formato: 55x85 mm

Carta: patinata opaca extrawhite liscia
colore avorio tipo Fedrigoni Splendorgel
300 gr.

Carta eco: tipo Freelife Vellum Creame Fedrigoni
300 gr.

FRONTE

Nome Cognome
Ruolo

 **Camera di Commercio
Lucca**


Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647
F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it
www.lu.camcom.it

RETRO

Nome Cognome
Role

 **Camera di Commercio
Lucca**

Corte della Campana, 10
55100 Lucca

T +39 0583 976 647
F +39 0583 976 629

nome.cognome@lu.camcom.it
www.lu.camcom.it

Rispondi Rispondi a tutti Inoltra Indesiderato Stampa Elimina

Nuovo logo

Attività Categorie Progetti Collegamenti

Da: Francesca Sargenti <francesca.sargenti@lu.camcom.it>
Data: venerdì 10 febbraio 2012 11:13
A: elena <elena.saraceno@lu.camcom.it>
Cc:
Oggetto: Nuovo logo

Allegati:


image002.jpg	2,92 KB	Apri
Carta intestata -pag2--logo bianco-nero.doc	583,6 KB	Salva
Carta intestata -pag1--logo bianco-nero.doc	583,6 KB	
LETTERA CARTA INTESTATA NUOVA.doc	29,05 KB	Rimuovi

Buongiorno,
in merito alle tipologie di carte intestate basta una sola tipologia che preveda 1° foglio e 2° foglio, non occorre quella per i vertici (Presidente, Segretario generale) o per la contabilità, in quanto utilizzano il 2° foglio e poi lo personalizzano.

In allegato ti invio i file relativi ai vari modelli: lettere con carta intestata, e biglietti da visita, locandine per gli eventi nelle Sale, file con la firma per la posta elettronica.
Ciao e grazie

Francesca

Dott.ssa Nome Cognome
Responsabile Relazioni con l'Esterno

 Camera di Commercio
Lucca

Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
www.lu.camcom.it

P "Per favore, considerate l'ambiente prima di stampare questa e-mail"

Al sensi del D.Lgs. n. 196 del 30.06.03 (Codice della Privacy) si precisa che le informazioni contenute in questo messaggio sono riservate e ad uso esclusivo del destinatario. Qualora il messaggio in parola Le fosse pervenuto per errore, La preghiamo di eliminarlo senza copiarlo e di non inoltrarlo a terzi, dandocene gentilmente comunicazione. Grazie

La pianificazione "Invia e ricevi tutti" verrà eseguita fra 4 minuti

Dott.ssa Nome Cognome
Responsabile Relazioni con l'Esterno



Camera di Commercio
Industria Artigianato Agricoltura di Lucca
Corte Campana, 10 - 55100 Lucca
T +39 0583 9765 F +39 0583 199 99 82
www.lu.camcom.it

P "Per favore, considerate l'ambiente prima di stampare questa e-mail"

Al sensi del D.Lgs. n. 196 del 30.06.03 (Codice della Privacy) si precisa che le informazioni contenute in questo messaggio sono riservate e ad uso esclusivo del destinatario. Qualora il messaggio in parola Le fosse pervenuto per errore, La preghiamo di eliminarlo senza copiarlo e di non inoltrarlo a terzi, dandocene gentilmente comunicazione. Grazie



1182

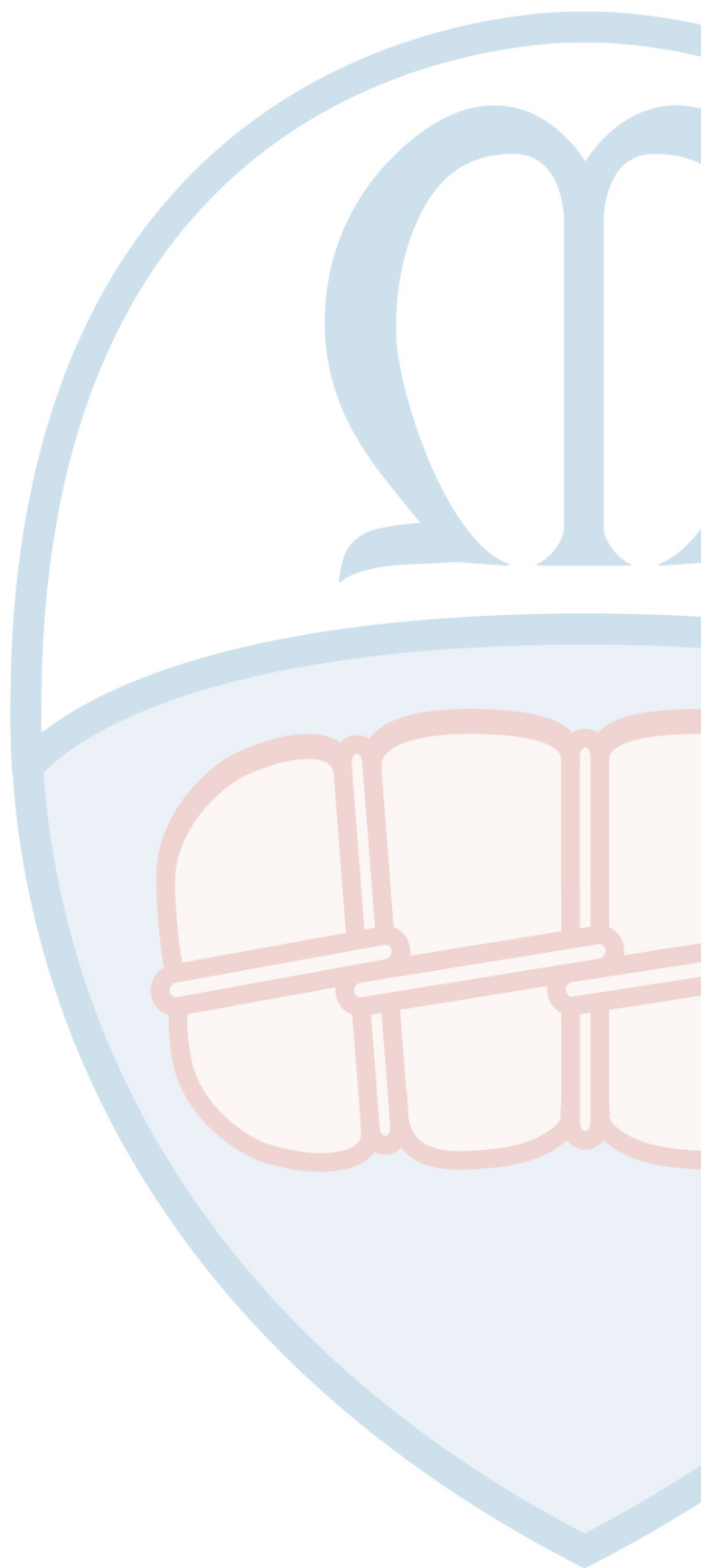
Camera di Commercio
Lucca

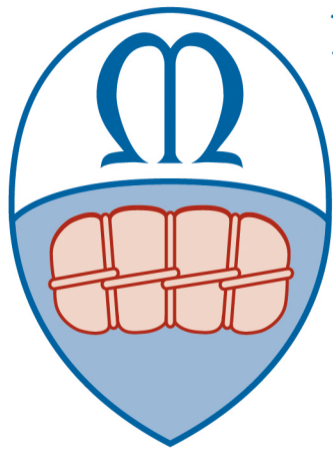


Manuale di identità visiva Sistema Camerale Lucca
CAMERA DI COMMERCIO DI LUCCA
Gennaio 2012

© Camera di Commercio di Lucca

Graphic design
Domenico Raimondi
www.thesignlab.it





1182

Camera di Commercio
Lucca

