



Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA

BANDO DI GARA

**PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E
PUBBLICIZZAZIONE DEL PROGRAMMA**

“FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE”

ANNO SCOLASTICO 2016/ 2017

(CUP : J89G17000040007 – CIG : 699918455A)

Quesiti e chiarimenti da 1 a 15 – Paragrafo 15 del disciplinare di gara

Si evidenziano:

- l’errata corregge al quesito 2,
- l’integrazione al quesito 3.

Quesiti 1 e 2

Domanda

Si richiedono chiarimenti in merito alla gara “**PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE DEL PROGRAMMA “FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE” ANNO SCOLASTICO 2016/ 2017** - (CUP : J89G17000040007 – CIG : 699918455A)

Nel disciplinare è richiesto

- *possesso di un **fatturato specifico**, realizzato negli ultimi tre esercizi, pari ad almeno il 50% dell'importo a base d'asta (€ 262.500,00).*

Mentre nell’allegato 2 quarter è richiesto

- *realizzato negli ultimi tre esercizi finanziari, approvati alla data di pubblicazione del Bando, un fatturato specifico per servizi alle pubbliche amministrazioni di comunicazione e di pubblicizzazione di prodotti agricoli, agroalimentari e ittici non inferiore al 50% del valore del bando, escluso IVA (ovvero Euro 262.500,00 (duecentosessantaduemilacinquecento/00))*

Si tratta di un refuso nell’allegato da compilare e quindi basta aver realizzato un fatturato specifico come richiesto nel disciplinare?

Nell’allegato 3 requisiti di capacità economica- finanziaria e tecnico organizzativo nel **N.B.** è richiesto un fatturato specifico per servizi di consulenza ed assistenza tecnica alle pubbliche amministrazioni in materia di fondi e programmi comunitari.

Si chiede conferma se per i servizi analoghi basta che siano resi a *pubbliche amministrazioni* e che l'indicazione dei fondi e programmi comunitari sia un refuso.

Risposta

Per **fatturato specifico** è da intendersi il fatturato specifico derivante dai servizi resi alle pubbliche amministrazioni relativi ad attività di comunicazione e di pubblicizzazione di prodotti agricoli, agroalimentari e ittici, da descrivere come indicato nell'allegato 2-quater, alla sezione CAPACITA' ECONOMICA E FINANZIARIA, punto 2.

Al riguardo, con riferimento all'allegato 2-quater, si precisa quanto segue:

- nella nota a margine del punto 2 di cui alla sezione "CAPACITA' ECONOMICA E FINANZIARIA – paragrafo 5.1. punto f) del disciplinare di gara", sono da espungere le parole "in materia di fondi e programmi comunitari", trattandosi di un refuso tecnico;
- nel punto 2) di cui alla sezione "CAPACITA' TECNICO-ORGANIZZATIVA paragrafo 5.1. punto f) del disciplinare di gara", con il termine "programmi" si intende **programmi sostenuti da risorse comunitarie o da risorse comunitarie e nazionali.**

Errata corrige:

- ⇒ al primo paragrafo puntato, le parole "punto f)" sono sostituite dalle parole "punto vi".
- ⇒ al secondo paragrafo puntato, le parole "punto 2)" sono sostituite dalle parole "punto 1" e le parole "punto f)" sono sostituite dalle parole "punto vi".

Parimenti, con riferimento all'allegato 2- DGUE, si precisa quanto segue:

- alla *Sezione B: CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA, punto 1.c)*, il fatturato specifico indicato deve essere quello coerente con quanto sopra specificato;
- alla *Sezione C: CAPACITA' TECNICA E PROFESSIONALE* (equiparata alla capacità tecnico-organizzativa di cui all'allegato 2-quater), il o i servizi realizzati devono essere stati svolti nell'ambito di programmi come sopra definiti.

Quesito 3

Domanda

1. Le postazioni dei totem previsti saranno collocati all'esterno o all'interno?
2. L'ubicazione degli stessi sarà indicata dalla stazione appaltante o il concorrente dovrà individuarla e giustificarla?
3. L'attività di comunicazione prevede eventi in attività commerciali ortofrutticole, possono essere considerate tali i punti della GDO che ospitano i reparti frutta e verdura?
4. Riguardo il logo delle precedenti campagne, è possibile avere e/o rintracciarlo in forma vettoriale, non che avere il link del sito web delle stesse?

Risposta

1. E' a discrezione del proponente indicare le modalità di organizzazione degli strumenti di comunicazione.

2. E' sempre a discrezione del proponente indicare le modalità realizzative del piano di comunicazione proposto.
3. SI
4. I loghi che sono di proprietà del Ministero sono resi disponibili sul sito www.politicheagricole.it e www.fruttanellescuole.gov.it

Integrazione del 31 marzo 2017

Le pagine web dove reperire i loghi richiesti sono le seguenti:

<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/188>

<http://www.fruttanellescuole.gov.it/adulti/content/materiale-informativo>

Quesito 4

Domanda

Si richiedono i seguenti chiarimenti per la gara in oggetto:

Pag 21 del capitolato tecnico, nei criteri di valutazione, si indica che: 'sarà valutata la possibilità di riutilizzo di esperienze analoghe che il fornitore individuerà sul lotto cui intende partecipare'. Si può fornire una spiegazione cosa si intende e a quale lotto ci si riferisce?

Pag 22 del capitolato tecnico, in riferimento alla valutazione dello staff si indica la 'capacità previsionale'. Che cosa si intende esattamente?

Risposta

Premesso che il richiedente fa riferimento non al capitolato tecnico ma al disciplinare di gara, si rendono le seguenti risposte:

1. La valutazione del *riutilizzo di esperienze analoghe che il fornitore individuerà sul lotto cui intende partecipare* terrà conto delle esperienze pregresse che il proponente ha la facoltà di valorizzare nella definizione e realizzazione del piano di comunicazione oggetto del presente bando.
2. Il termine "lotto" è un refuso tecnico; per lotto si deve intendere il bando di riferimento.
3. Per "capacità previsionale" si intende la chiarezza e la profondità di analisi da cui far scaturire la previsione delle possibili criticità o variazioni in corso d'opera congiuntamente alle ipotesi di soluzione.

Quesito 5

Domanda

Poniamo le seguenti domande, relative alla procedura in oggetto:

- 1) Il soggetto incaricato dovrà occuparsi della ricerca dei 200 punti vendita (Piano di Comunicazione: specifiche 3.3):
 - possono anche appartenere ad uno stesso gruppo di distribuzione (GDO come Esselunga, Coop, Conad, ecc)?
 - quali sono gli Istituti Scolastici che hanno aderito ad oggi al programma? E/o in quali località italiane sono concentrati?
- 2) Il piano di comunicazione deve prevedere iniziative/attività integrative alle misure orizzontali e specifiche in corso come da Programma Operativo CREA: 5.1 e 5.2?
- 3) Il concorrente dovrà occuparsi delle media relation delle iniziative riportate nel Programma Operativo CREA parte seconda?
- 4) Quando saranno pubblicate le risposte ai quesiti pervenuti?

Risposta

- 1) I punti vendita (Piano di Comunicazione: specifiche 3.3):
 - il bando non prevede criteri specifici nella scelta dei punti vendita della GDO;
 - l'elenco degli istituti scolastici coinvolti è reperibile al seguente indirizzo:
<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/10402>
- 2) NO. Tali informazioni sono state rese per supportare la definizione del *concept* degli strumenti della campagna di comunicazione
- 3) NO
- 4) Il bando prevede che *"I chiarimenti saranno pubblicati in formato elettronico entro sette giorni dal termine di scadenza della presentazione dell'offerta sul sito www.politicheagricole.it, sezione Gare"*

Quesito 6

Domanda

- 1) In merito alla campagna di comunicazione e ai mezzi proposti per la diffusione della stessa, bisogna necessariamente includere un piano mezzi con acquisto di spazi pubblicitari? Se sì, si richiede di coinvolgere media web (social, portali, testate online, ecc...)? Oppure richiedete di coinvolgere anche emittenti radio e tv e media cartacei?
- 2) nel caso in cui bisogna proporre un piano mezzi strutturato, nel *budget* complessivo bisogna includere anche l'acquisto degli spazi? O in questa fase si richiede solo la proposta di una strategia mezzi?

Risposta

- 1) Non è necessario includere un piano mezzi con acquisto di spazi pubblicitari. Al riguardo si invita a valutare quanto espresso nel capitolato tecnico, al paragrafo 1 laddove si specifica quanto segue
"i servizi oggetto del presente bando consistono:
⇒ nella ideazione di un *concept* di comunicazione coerente con le attività in corso di realizzazione;

⇒ nella pianificazione e conduzione di una campagna di comunicazione caratterizzata da elementi innovativi in grado di completare **altre iniziative già avviate.**”

- 2) In caso di scelta di un piano di comunicazione che preveda spazi pubblicitari nella determinazione dell’offerta tecnica, si dovrà ovviamente tener conto dell’acquisto degli spazi necessari stante che il bando non prevede una mera proposta di strategia.

Quesito 7

Domanda

Con riferimento al BANDO DI GARA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E PUBBLICIZZAZIONE DEL PROGRAMMA “FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE” ANNO SCOLASTICO 2016/2017, il capitolato a pag 7 al punto c) del paragrafo 3.2 recita testualmente:”

c) Pieghevoli divulgativi (brochure e depliant) sul programma, contenenti i materiali informativi dedicati ai diversi target specificati, con particolare riferimento ai giovani in età scolare, al responsabile familiare dell’acquisto del prodotto ortofrutticolo, alle famiglie, agli operatori commerciali (depliant, flyer, vademecum, ecc nel formato –chiuso -14,80x14,80); per una quantità non inferiore a 1.000.000 di pezzi; “.

La quantità minima indicata è riferita ad ogni tipologia di prodotto editoriale (brochure, depliant, ecc.) o è complessivo?

Risposta

La quantità indicata deve essere intesa come **numero complessivo** delle diverse tipologie di pieghevoli divulgativi prescelti; se trattasi di diverse tipologie, esse devono essere opportunamente specificati in qualità e quantità programmata.

Quesito 8

Domanda

1. Al paragrafo 3.2 punto c) (pagina 5) dell’Allegato B – Capitolato Tecnico si parla di realizzazione pieghevoli divulgativi (brochure e depliant) del programma, contenenti i materiali dedicati ai diversi target specificati, a tal proposito bisogna rispettare un numero di pagine minimo e massimo per gli stessi oppure è tutto a discrezione del concorrente?
2. Inoltre, sempre per quanto riguarda suddetti materiali, i contenuti informativi saranno forniti dalla Stazione Appaltante oppure dovranno essere redatti e realizzati dal concorrente che dunque farà una proposta già in sede di offerta?
3. Relativamente agli eventi nei punti vendita, nel caso di *tasting*, i prodotti frutta e verdura sono a carico del concorrente oppure vengono forniti dalla Stazione Appaltante?

Risposta

1. Il paragrafo 3.2 punto c) (pagina 5) dell'Allegato B – Capitolato Tecnico esplicita il tipo e le dimensioni del prodotto editoriale richiesto, che deve essere uniforme per tutte le proposte avanzate dai concorrenti. Si specifica che il pieghevole deve essere della dimensione indicata; il numero delle pagine è a discrezione del concorrente.
2. I contenuti informativi devono essere proposti dal concorrente in sede di offerta tecnica; essi saranno successivamente autorizzati, prima della stampa, dalla Stazione Appaltante. Essi dovranno essere redatti e realizzati dal concorrente che è tenuto ad elaborare una proposta di massima già in sede di offerta: tali proposte costituiscono oggetto di valutazione con l'applicazione dei criteri indicati nel disciplinare di gara.
3. La stazione appaltante non fornisce alcun prodotto ortofrutticolo dal momento che il bando non contempla la presentazione di progetti di comunicazione che prevedano, nei punti vendita, *tasting* di prodotto.

Quesito 9

Domanda

1. Premesso che secondo quanto indicato nel bando di gara questo appalto non è suddiviso in lotti, si chiede se quanto indicato nel disciplinare di gara in merito ai criteri di valutazione dell'Offerta Tecnica ed in particolare la dicitura presente all'interno del criterio dedicato allo scenario di riferimento "sarà valutata la possibilità di riutilizzo di esperienze analoghe che il fornitore individuerà sul lotto cui intende partecipare" (4 punti), sia un refuso;
2. Nel criterio dedicato alla Proposta organizzativa, laddove viene valutato lo staff organizzativo (4 punti) cosa si intende quando si dice che la valutazione del medesimo terrà conto della capacità previsionale e progettuale nonché il livello di dettaglio, la chiarezza e l'eshaustività delle trattazioni, con particolare riferimento alla stabilità delle risorse nell'ambito dei singoli ordinativi.
3. Nel capitolato di gara cosa si intende quando viene scritto che "il supporto audio/video dovrà avere una durata compresa tra 15 e 30 secondi, reso nelle diverse durate a discrezione del proponente". Deve avere una durata compresa tra i 15 e 30 secondi, o può averne una diversa in funzione della proposta di ogni singolo proponente?
4. Cosa si intende quando si richiede 5 declinazioni di manifesti delle tre dimensioni previste che devono essere affissi presso "l'ingresso del punto vendita partecipante e presso il punto fisico di vendita dei prodotti ortofrutticoli"? Sembra infatti improbabile poter affiggere una tale quantità di manifesti (18.000 unità), in maniera permanente per 12 giorni, all'interno di 200 punti vendita che non prevedono spazi specifici adibiti a tale servizio (anche trovare lo spazio murale per un solo 100x140 è piuttosto difficile).
5. I punti vendita individuati possono appartenere ad una sola catena della Grande Distribuzione capace di soddisfare la presenza in tutte le Regioni Italiane?

Risposta

1. Vedasi la risposta 2 al quesito 4
2. Vedasi la risposta 3 al quesito 4
3. Il capitolato indica chiaramente che la discrezionalità del concorrente si esplica nella produzione di un supporto audio/video la cui durata minima è pari a 15 secondi e la durata massima è pari a 30 secondi.

4. Il capitolato tecnico richiede 5 idee progettuali (5 declinazioni del *concept*), ognuna delle quali deve essere prodotta nei tre formati dimensionali indicati. Il bando indica il numero minimo dei punti vendita da coinvolgere. In ogni caso il numero dei manifesti non utilizzati dovranno essere resi alla stazione appaltante che li potrà usare in iniziative analoghe o presso gli istituti scolastici dopo la chiusura del presente progetto di comunicazione.
5. Vedasi la risposta 1 al quesito 5

Quesito 10

Domanda

Alla luce dei chiarimenti pubblicati in data 24 marzo 2017, la presente per segnalare che:

1. i chiarimenti contengono dei refusi in quanto si fa riferimento a punti del Disciplinare di gara non esistenti (5.1. lett. f)
2. mediante i chiarimenti viene modificato il contenuto del Disciplinare di gara in relazione al requisito di capacità tecnico-organizzativa;
3. in ogni caso si ritiene non rispondente al criterio di ragionevolezza la richiesta di aver svolto servizi analoghi in favore di P.A. nell'ambito di *“programmi sostenuti da risorse comunitarie o da risorse comunitarie e nazionali”*.
4. In aggiunta a quanto sopra si chiede di chiarire se Expo S.p.A è compresa nella nozione di amministrazione pubblica di cui all'art. 1, comma 2, del D.lgs. 165/2001.

Risposta

1. Vedasi l'errata corrige di cui al **Quesiti 1 e 2**, dove le parole *“punto f)”* sono da sostituire con le parole *“punto vi”*.
2. Vedasi la risposta ai **Quesiti 1 e 2**. Con i chiarimenti viene specificato cosa si intende per *“programmi”*, laddove il termine *“programmi”* era già inserito nell'allegato 2-quater e, come si evince chiaramente dalla contestualizzazione del Bando, l'intero Programma *Frutta e verdura nelle scuola* è una attività promossa dall'Unione europea, sostenuto sia da fondi comunitari che da fondi nazionali. Si valuti anche l'inserimento, a titolo informativo e per la più ampia contestualizzazione dell'iniziativa oggetto del bando, a margine del capitolato tecnico, una sintesi del sub-programma svolto dal CREA (Misure di accompagnamento) e del sub-programma svolto da ISMEA per le attività di comunicazione. Queste informazioni sono state rese per un ottimale inquadramento delle attività che sono da svolgere nell'ambito di un programma comunitario all'interno delle misure dell'organizzazione comune dei mercati (OCM), di cui al regolamento (UE) 1308/2013;
3. La stazione appaltante ritiene ampiamente ragionevole la richiesta del requisito di aver svolto servizi analoghi in favore di P.A. nell'ambito di *“programmi sostenuti da risorse comunitarie o da risorse comunitarie e nazionali”* stante anche la rilevanza sociale e la pubblica utilità del Programma di riferimento.
4. Expo S.p.A è una società nazionale promossa e costituita interamente da Amministrazioni pubbliche; per cui è una amministrazione pubblica di cui all'art. 1, comma 2, del D.lgs. 165/2001.

Quesito 11

Domanda

1. Per 5 declinazioni di manifesti informativi-pubblicitari – ciascuno dei quali sviluppa i temi e i concept della campagna - cosa si intende? Una declinazione per ciascun target? I target indicati sono però 3, quindi i messaggi su cosa devono essere tarati e quali sono gli obiettivi di ogni singolo messaggio?
2. Viene indicato un minimo di 1200 pezzi per ogni declinazione: in base ai quantitativi indicati ci risulta quindi verranno consegnati 90 manifesti, in diversi formati, per ciascun punto vendita. E' corretto? E' vincolante proporre i 3 formati indicati (formato A3, 60x40, 100x140) o possiamo proporre - in sostituzione - formati alternativi che riteniamo più performanti?
3. Sono richiesti totem o supporto multimediale non inferiori alle 21 unità (uno per ogni regione). Qual è il criterio di scelta del punto vendita di installazione?
4. Per i pieghevoli divulgativi (brochure e depliant) sul programma è indicato un formato chiuso 14,80x14,80 per una quantità non inferiore a 1.000.000 di pezzi. Possiamo prevedere formati di stampa diversi e più performanti al posto del f.to 14,80x14,80?

Risposta

1. Il capitolato tecnico richiede 5 idee progettuali (declinazioni del *concept*), ognuna delle quali deve essere prodotta nei tre formati dimensionali indicati. La selezione dei target dipende prevalentemente dalle location o dal piano di comunicazione scelto dal concorrente; allo stesso modo i messaggi e il destinatario ideale del singolo messaggio sono individuati e descritti dal concorrente in autonomia. Il Bando offre tutti gli elementi utili per la definizione del *concept* e dei potenziali destinatari.
2. E' a discrezione del concorrente determinare il numero di manifesti da destinare ad ogni punto vendita. E' vincolante proporre 5 declinazioni di manifesti informativi-pubblicitari nei formati indicati (formato A3, 60x40, 100x140) e non è possibile proporre - in sostituzione - formati alternativi. Il numero dei manifesti non utilizzati dovranno essere resi alla stazione appaltante che li potrà usare in iniziative analoghe o presso gli istituti scolastici dopo la chiusura del presente progetto di comunicazione.
3. E' a discrezione del concorrente determinare il criterio di scelta del punto vendita nel quale installare il totem o il supporto multimediale.
4. Non è possibile prevedere formati di stampa diversi dal 14,80x14,80 previsto nel capitolato tecnico.

Quesito 12

Domanda

L' Allegato 2-quater riporta "in caso di partecipazione di imprese in R.T.I., ..., il requisito di fatturato specifico minimo dovrà essere posseduto cumulativamente dal R.T.I. Qualora una delle imprese del R.T.I. non avesse realizzato alcun fatturato specifico per servizi di consulenza ed assistenza tecnica alle pubbliche amministrazioni in materia di fondi e programmi comunitari potrà indicare nella tabella di cui sopra l'importo "zero", a condizione che il requisito sia soddisfatto cumulativamente dal R.T.I. nel suo complesso.

Si chiede se tale disposizione è applicabile anche alla mandataria e se quindi questa può avere “zero” di fatturato specifico.

L'art. 7.1 del disciplinare stabilisce quanto segue: *I requisiti di capacità tecnica richiesti al paragrafo 5.1 punto f) dovranno essere posseduti e dichiarati da uno qualsiasi dei componenti il RTI purché non siano frazionati.* Mentre l'Allegato 2-quater stabilisce che *“Il requisito deve essere posseduto e dichiarato dalla mandataria”* si chiede se la disposizione dell'Allegato n. 2-quater deve considerarsi un refuso e quindi non è necessario che l'incarico richiesto sia stato realizzato dalla società mandataria.

Risposta

- 1) In merito al requisito di fatturato specifico, questo ultimo deve essere posseduto cumulativamente dalla RTI. E' possibile, quindi, la fattispecie in cui la mandataria abbia un fatturato specifico pari a zero e la mandante o le mandanti posseggano singolarmente o cumulativamente il fatturato specifico richiesto.
- 2) Riguardo al requisito di capacità tecnica-organizzativa si conferma che anche suddetto requisito deve essere posseduto e dichiarato da uno qualsiasi dei componenti della RTI. Quindi quanto previsto nell'allegato 2-quater è un refuso e il requisito di capacità tecnica-organizzativa può essere posseduto dalla società mandante o dalle società mandanti e non solo dalla società mandataria.

Quesito 13

Domanda

In riferimento al possesso del requisito tecnico-organizzativo, nel disciplinare di gara al paragrafo 7.2 punto 3, viene indicato che detti requisiti dovranno essere posseduti e dichiarati da uno qualsiasi dei componenti l'RTI purché non siano frazionati mentre nell'allegato 2 -quater "Attestazione del possesso dei requisiti di carattere economico e finanziario e tecnico organizzativo" viene specificato che detto requisito deve essere posseduto e dichiarato dalla mandataria.

Risposta

Vedasi risposte al quesito 12

Quesito 14

Domanda

A pag 8 del Capitolato si richiede un gruppo di lavoro con almeno tre anni di attività nella realizzazione di campagne sociali. Per campagne sociali si possono intendere tutte le campagne e iniziative di informazione pensate per la Pubblica Amministrazione? Si chiede quindi di specificare meglio cosa si intende per “campagne sociali”.

Risposta

Per campagne sociali devono intendersi campagne di comunicazione e di informazioni svolte con finalità sociali, sostenute da risorse pubbliche e con la caratteristica di attività di sensibilizzazione su temi a sfondo

sociale, quale è, nel bando in questione, il progetto di educazione alimentare espressione del Programma Frutta e verdura nelle scuole.

Per estensione, quindi, si possono intendere tutte le campagne e iniziative di informazione pensate per la Pubblica Amministrazione quando promuove campagne di informazione di pubblica utilità.

Quesito 15

Domanda

Il capitolato a pag 7 al punto f del paragrafo 3.2 recita testualmente:

“f)totem o supporto multimediale analogo adeguato alla visualizzazione dei prodottiinformativi e pubblicitari di cui alle precedenti lettere a) ed e), non inferiore a 21 unità.”

Relativamente ai 21 totem previsti al punto f, pagina 7 del capitolato tecnico, andranno unicamente forniti o anche installati?

Nel caso debbano essere installati, l'ubicazione sarà indicata dalla stazione appaltante?

Relativamente al logo della campagna, chiediamo di conoscere il sito dove poter trovare il logo in formato vettoriale. Vorremmo conoscere il percorso esatto dove poter effettuare il download del logo.

Risposta

- 1) I totem o supporto multimediale analogo previsti al punto f, pagina 7 del capitolato tecnico, devono essere forniti ed installati, oltre che assistiti per il loro regolare funzionamento per la durata della campagna di comunicazione
- 2) L'ubicazione è a discrezione del concorrente che lo dovrà indicare nell'offerta.
- 3) Relativamente al logo della campagna, vedasi le risposte al quesito 3.