



*Ministero delle politiche agricole alimentari forestali e del turismo*

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

## **Campagna di comunicazione a supporto di eventi ippici**

---

Gara comunitaria a procedura aperta per l'affidamento di servizi per la realizzazione di una campagna di comunicazione a supporto di eventi ippici.

Il suddetto appalto è suddiviso in un lotto unico non frazionabile.

Durata: 12 mesi dalla data di affidamento, per un importo totale a base di gara di € 327.868,85 Iva esclusa.

CUP assegnato al progetto: J59E19000000001

CIG assegnato al progetto: 7780160722.

---

Documento rilasciato in data 08 febbraio 2019

---

## **RISPOSTE AI QUESITI**

### **Rettifiche:**

1. è stato rettificato il numero CIG.
2. A pagina 6 del capitolato tecnico punto 1.3 **Gli operatori destinatari del piano di comunicazione**, nell'elenco proposto, la categoria di corsa indicata al terzo trattino (Gran premi di trotto gruppo 1 ) deve essere intesa come *Gran premi di galoppo*)

---

### **FAQ n.ro 1 - Requisiti di capacità Economico – Finanziaria e Tecnico Organizzativa.**

---

Riscontriamo un'incongruenza tra quanto riportato nel Disciplinare di Gara, al punto 5.1, e l'allegato 3 *Requisiti di capacità Economico – Finanziaria e Tecnico Organizzativa*.

Nel Disciplinare di Gara e nel DGUE è richiesto un fatturato specifico, realizzato negli ultimi tre esercizi, pari ad almeno il 50% dell'importo a base d'asta (€ 163.934,42) ed è inteso come *fatturato*

*specifico* il fatturato relativo a piani di Comunicazione realizzati per amministrazioni pubbliche, Enti o Imprese (Disciplinare di Gara, punto 5.1, pag. 7).

Nell'allegato tre, invece, la tabella relativa al fatturato specifico richiede l'inserimento di un fatturato inerente a campagne realizzate nell'ambito agroalimentare, ittico o ippico, e non genericamente Campagne di Comunicazione (Allegato 3 *Requisiti di capacità Economico – finanziaria e Tecnico Organizzativa* punto 2, pag. 2).

Il riferimento all'esperienza pregressa nell'ambito di campagne di promozione di prodotti agroalimentari, ittici e ippici nel Disciplinare di gara, è menzionato solo relativamente ai requisiti di capacità tecnica e professionale, non relativamente al fatturato specifico.

Inoltre, nell'allegato 3 *Requisiti di capacità Economico – Finanziaria e Tecnico Organizzativa* l'importo minimo menzionato è pari a € 200.000,00.

Vi chiediamo di fornire chiarimenti in relazione alla definizione di fatturato specifico e alla compilazione dell'allegato 3.

#### **Risposta**

La definizione corretta è quella del disciplinare di gara, laddove, al paragrafo 5.1, Per **fatturato specifico** si intende la sommatoria dei fatturati realizzati nei tre esercizi finanziari di riferimento, ed è riferito a piani di comunicazione svolti in favore di amministrazioni pubbliche o di Enti ed imprese.

L'aver svolto, nei 36 mesi antecedenti la pubblicazione del presente bando, almeno un incarico per servizi di comunicazione e/o di pubblicizzazione dei prodotti agricoli o agroalimentari o ittici o ippici a favore di amministrazioni pubbliche di cui all'art. 1 comma 2 del D.lgs. 165/2001 o di Enti e/o di imprese rientra **tra i requisiti di capacità tecnica e professionale**.

Quanto espresso nell'allegato 3 – documento che propone un facsimile – costituisce un refuso tecnico, laddove il valore di € 200.000,00 è palesemente il 50% del valore del bando **IVA inclusa**.

#### **FAQ n.ro 2 - Capacità Economico – Finanziaria**

---

- 1) Il fatturato specifico realizzato negli ultimi 3 esercizi finanziari di riferimento, è riferito a piani di comunicazione in generale come riportato nel disciplinare di gara art. 5.1 pagina 7, oppure come riportato nell'allegato 3 (requisiti di capacità economico-finanziaria e tecnico organizzativa) punto 2 pagina 2, è riferito a piani di comunicazione e di pubblicizzazione di prodotti agricoli, agroalimentari e ittici?

#### **Risposta Vedi FAQ 1**

- 2) Nell'allegato 3 (requisiti di capacità economico-finanziaria e tecnico organizzativa) punto 2 pagina 2, il fatturato specifico è riferito anche a piani di comunicazione di prodotti ippici? In tale allegato vengono riportati solo prodotti agricoli, agroalimentari e ittici.

#### **Risposta**

**Vedasi al riguardo l'allegato 3 rettificato, laddove viene specificato che è da considerare valido quanto previsto dal disciplinare di gara, ovvero che tra i requisiti di capacità economico-finanziaria e tecnico organizzativa c'è quello di aver svolto, nei 36 mesi antecedenti la pubblicazione del presente bando, almeno un incarico per servizi di comunicazione e/o di pubblicizzazione dei prodotti agricoli o agroalimentari o ittici o ippici a favore di amministrazioni pubbliche di cui all'art. 1 comma 2 del D.lgs. 165/2001 o di Enti e/o di imprese**

- 3) Nel Disciplinare di gara art. 5.1 pagina 6, si richiede un fatturato specifico pari ad almeno il 50% dell'importo a base d'asta, ossia € 163.934,42. Perché nell'allegato 3 (requisiti di capacità economico-finanziaria e tecnico organizzativa) invece si parla di un fatturato specifico non inferiore al 50% del valore del bando ovvero € 200.000,00?

**Vedasi risposta al punto precedente**

- 4) In merito al Passoe e alla ricevuta di versamento del contributo ANAC, nel momento in cui viene inserito il CIG di gara **Z9126A9846**, il sistema AVCPASS non lo riconosce. Come si può risolvere il problema?

**Per mero errore materiale è stato inserito lo (smart) CIG; esso è stato rettificato**

### **FAQ n.ro 3 - Capacità tecnica e professionale e spazi *media***

---

1. Relativamente al requisito di capacità tecnica e professionale, consistente nell'aver svolto, nei 36 mesi antecedenti la pubblicazione del bando, *“almeno un incarico per servizi di comunicazione e/o di pubblicizzazione dei prodotti agricoli o agroalimentari o ittici o ippici a favore di amministrazioni pubbliche di cui all'art. 1 comma 2 del D.lgs. 165/2001 o di Enti e/o di imprese”*, chiediamo di confermare che saranno considerati validi anche gli incarichi aventi ad oggetto servizi di comunicazione nei quali la pubblicizzazione di prodotti agricoli / agroalimentari sia stata funzionale alla promozione turistica di un territorio.  
In particolare, chiediamo di confermare che si terrà conto del fatto che le campagne abbiano avuto come “protagonisti” dei prodotti agricoli e che sarà irrilevante la circostanza che le stesse rientrino in un più ampio progetto di comunicazione turistica di un territorio (cui fanno riferimento anche le fatture comprovanti il lavoro svolto).

**Si conferma**

2. È possibile presentare delle tavole creative da allegare all'offerta tecnica?

**Si conferma**

3. È possibile presentare più di una proposta creativa relativa ai materiali richiesti?

**Si conferma**

4. Confermate che l'acquisto degli **spazi media** è incluso nel budget e sarà a carico dell'aggiudicatario solo per quanto riguarda i **mezzi stampa, radio, web e social**?

**Risposta**

**Si conferma che sono a carico dell'aggiudicatario l'acquisto dello spazio web utilizzato per la gestione delle informazioni e del piano di comunicazione. Sono esclusi da questa voce gli acquisti di banner pubblicitari.**

**Il bando non pone limiti all'aggiudicatario nel presentare proposte in cui siano previsti i possibili mezzi media utilizzabili.**

**Sono a carico dell'aggiudicatario:**

- i servizi di ideazione e produzione di materiali pubblicitari;
- la proposta delle fasi di diffusione sul territorio italiano, o il territorio di interesse del singolo ippodromo.

5. Confermate che per le affissioni sulla città e sul territorio l'aggiudicatario dovrà fornire solo il file esecutivo, senza provvedere anche all'acquisto dello spazio?

**Risposta**

**L'acquisto degli spazi per le affissioni non rientra nel budget del bando**

**Resta a carico dell'aggiudicatario la proposta del piano di diffusione**

#### **FAQ n.ro 4 - Proposte creative**

---

Si richiede, rispetto alle specifiche fornite nell'articolazione dell'offerta tecnica (Bando di gara pag. 19) se è richiesto ( al punto 2.) un documento metodologico o la presentazione delle proposte creative.

**Risposta**

**E' necessario un documento che illustri analiticamente le proposte creative e il piano di comunicazione nel suo complesso. Trattasi quindi soprattutto di documento metodologico.**

Laddove sia prevista la proposta creativa, è possibile presentare un allegato grafico **oltre le 40 pag.** previste per l'offerta tecnica?

**Risposta**

**Si conferma, ai sensi del paragrafo 5.3.1 del disciplinare**

Nel punto 3) della stessa sezione, inoltre, si richiedono figure professionali per numero e requisiti coerenti con il Capitolato: quali sono le caratteristiche richieste? Da Capitolato infatti non emergono specifiche.

**Risposta**

**Si chiede al concorrente di elaborare una proposta di piano di comunicazione. Palesamente le professionalità degli operatori coinvolti devono essere coerenti con il piano di comunicazione.**

Inoltre, facendo specifico riferimento al capitolato tecnico (pag. 9) nella sezione relativa al punto B. fase di diffusione, si richiede se è necessario presentare un'articolazione del piano media già in fase di gara e se i costi di pianificazione sono da ritenersi a carico dell'aggiudicatario o della stazione appaltante.

**Risposta**

**Quanto previsto al richiamato punto B, pag. 9 del Capitolato tecnico è un elenco propositivo e non ha carattere obbligatorio.**

**Pertanto, non è necessario presentare un'articolazione del piano media già in fase di gara e i costi di pianificazione sono a carico dell'aggiudicatario. E' tuttavia necessario illustrare con completezza la proposta operativa per consentire alla Commissione di esprimere un proprio giudizio.**

**Il bando chiede essenzialmente un format replicabile, con una disponibilità di adattamento alle specifiche e diversificate esigenze degli ippodromi dislocati sul territorio nazionale**

#### **FAQ n.ro 5 -**

- 1) Al Capitolo 2 pagina 8 del capitolato tecnico si scrive: "Le offerte tecniche devono indicare un format di comunicazione integrata da offrire a società di corse gestori degli ippodromi". Cosa si intende per format di comunicazione integrata? Ci si riferisce ad un layout grafico che possa essere utilizzato in tutte le comunicazioni visive dei 20 eventi promossi?

**Per comunicazione integrata si intende un utilizzo di più media e più strumenti di comunicazione. Il capitolato nel prosieguito indica chiaramente la richiesta di indicare quali canali proporre (quali stampa, web e radio); con costi differenziati in modo da consentire scelte economiche alle società di corse**

- 2) In riferimento al Capitolo 2 pag 8 del capitolato tecnico, si chiede di chiarire cosa si intende alla lettera b) "offrire servizi caratterizzati per una elevata affidabilità ed innovatività sotto il profilo del contenuto e della documentazione e per l'interattività e la flessibilità degli aspetti diffusivi".

**All'aggiudicatario si chiede di elaborare i contenuti dei messaggi e della comunicazione, oltre ad adattarsi alle specifiche esigenze delle società di corse che organizzeranno gli eventi ippici**

- 3) In riferimento al Capitolo 2 pag 9 del capitolato tecnico, alla lettera A) si chiede la realizzazione di logo, immagine coordinata e sito dedicato, inclusi contenuti, testi e oggetti multimediali. Si chiede cosa si intende per oggetti multimediali e in che quantità.

**Il concorrente trova esplicitazione e risposta alle sue domande nel prosieguito del capitolato tecnico.**

- 4) Al Capitolo 2 Pag 9 si parla di "un format di affissione statica per il quale si dovrà prevedere la declinazione in n. 4 formati standard previsti: **40x30, 100x140, 140x200**". I formati elencati sono 3 e non 4.

**Trattasi di refuso**

- 5) Al Capitolo 2 Pag 9 si parla di "un format di campagna digital", cosa si intende? In merito alla campagna digital, il costo degli **spazi sul web** è a carico dell'aggiudicatario e dunque è da prevedere nel budget di offerta? Se sì, di quali e quanti spazi si tratta?

#### **Risposta**

**La campagna di comunicazione certamente ha dei contenuti da utilizzare sul web. E' a discrezione del concorrente elaborare una sua proposta.**

**Il costo degli spazi web per scopi pubblicitari è a carico degli aggiudicatari, che decide di quali e quanti spazi si tratta.**

- 6) In merito alle campagne affissioni sui singoli territori dei 20 eventi, si richiedono chiarimento su cosa è richiesto all'aggiudicatario. Si richiede esclusivamente la

realizzazione dei file esecutivi? Gli spazi pubblicitari saranno invece definiti e acquistati direttamente dai singoli ippodromi?

**Risposta**

**Per quanto attiene alla campagna affissione, l'aggiudicatario è tenuto alla realizzazione dei file esecutivi, adattati alle esigenze delle società di corse.**

**I costi di acquisto degli spazi e di relativa affissione competono alle società di corse.**

- 7) In merito alla campagna di diffusione a livello nazionale, si tratta di un'unica campagna che deve prevedere i canali indicati stampa, web e radio? Se sì, i costi di acquisto degli spazi sui 3 canali è a carico dell'aggiudicatario e dunque è da prevedere nel budget di offerta?

**Risposta**

**Il concetto di "livello nazionale" è legato soprattutto alla dislocazione dei singoli ippodromi sull'intero territorio nazionale; parimenti l'elaborazione dei temi e il contenuto dei messaggi devono avere una stretta coerenza con la contestualizzazione del bando di gara e le finalità generali di rilancio dell'ippica nazionale.**

- 8) Nel caso in cui la campagna a diffusione nazionale debba essere a carico dell'aggiudicatario, per la radio di quali e quante emittenti si parla? Quanti annunci?

**Vedi risposta al punto precedente 5 e 7 della presente FAQ**

- 9) In merito alla campagna web e social, si tratta di sponsorizzazioni su social già esistenti o bisogna prevedere che l'aggiudicatario apra dei profili ex novo e si occupi anche della gestione delle pagine e dei relativi contenuti? In questo ultimo caso, per quanto tempo?

**L'aggiudicatario è tenuto ad aprire dei profili ex novo e si deve occupare anche della gestione delle pagine e dei relativi contenuti. Il tempo contrattuale è quello del bando, ovvero i 12 mesi dalla firma del contratto.**

## **FAQ n.ro 6 - Acquisto degli spazi pubblicitari**

---

In merito alla procedura in oggetto si chiede di chiarire se l'acquisto degli spazi pubblicitari di cui al punto B, pagina 9, del relativo capitolato tecnico, sia a carico del Ministero che utilizzerà un proprio budget ovvero se l'onere dell'acquisto degli spazi sia compreso nell'importo posto a base d'asta?

**Risposta.**

**Vedi FAQ precedenti. L'onere dell'acquisto degli spazi pubblicitari è a carico della società di corse alla quali viene proposto il piano di comunicazione**

## **FAQ n.ro 7 - Quesiti diversi**

---

### **Quesito num. 1**

A pagina 9 il capitolato prevede:

*L'aggiudicatario dovrà fornire:*

- *un wireframe del sito dedicato;*

- *Un format di banner statico per il quale si dovrà prevedere la declinazione in un massimo di n. 10 formati in base alle specifiche tecniche delle inserzioni web acquistate, successivamente approvate dal Ministero e comunicate all'aggiudicatario, e l'invio degli esecutivi ai gestori di tali siti, nonché al Ministero stesso;*
- *Un format di campagna digital con acquisto di adwords ad hoc e con indicazioni strategiche per la presenza sui social media;*
- *un format di affissione statica per il quale si dovrà prevedere la declinazione in n. 4 formati standard previsti: 40x30, 100x140, 140x200 in base alle specifiche tecniche fornite dalle società di corse e invio degli esecutivi.*

Relativamente al paragrafo integralmente sopra riportato, si chiede di chiarire se i servizi richiesti siano da fornire solo in caso di aggiudicazione della gara ("L'aggiudicatario dovrà fornire") o se devono essere prospettati con rendering grafici anche in fase di offerta.

#### **Risposta**

**Vedasi anche FAQ 4..**

**I servizi richiesti non devono essere forniti in sede di gara. E' tuttavia necessario illustrare con completezza la proposta operativa per consentire alla Commissione di esprimere un proprio giudizio con l'adozione dei criteri di cui al paragrafo 9.1 del disciplinare**

#### **Quesito num. 2**

A pagina 9 il capitolato prevede:

*L'aggiudicatario dovrà fornire:*

*- un format di affissione statica per il quale si dovrà prevedere la declinazione in n. 4 formati standard previsti: 40x30, 100x140, 140x200 in base alle specifiche tecniche fornite dalle società di corse e invio degli esecutivi*

La scelta e di conseguenza l'acquisto degli spazi di affissione sarà quindi effettuata dai gestori delle sale corse e all'aggiudicatario spetterà solo l'invio degli esecutivi a misura?

#### **Risposta**

**Vedi FAQ precedenti.** all'aggiudicatario spetta l'elaborazione e invio degli esecutivi a misura, unitamente alla proposta di un piano di diffusione.

#### **Quesito num. 3**

Relativamente all'acquisto degli spazi pubblicitari previsti nei vari canali di diffusione a livello nazionale citati nel capitolato tecnico a pag.9, si chiede di precisare quanto segue:

**Vedi FAQ PRECEDENTI. L'onere dell'acquisto degli spazi pubblicitari previsti nei vari canali di diffusione non deve essere compreso nell'importo posto a base d'asta. Esso è a carico delle società di corse**

#### **Stampa**

*Campagna della durata minima di 15 gg con un numero di uscite non inferiore a 10. Dovranno essere indicate le testate, il periodo e il numero di uscite.*

Il costo relativo agli annunci Stampa dovrà essere incluso nell'offerta economica oppure l'offerente dovrà unicamente proporre un piano strategico individuando le testate più idonee e solo in caso di

aggiudicazione, **fornire al Ministero**, che procederà all'acquisto diretto delle testate proposte, i vari materiali grafici nelle declinazioni necessarie all'uscita della campagna?

### **Web e social**

*Posizionamento banner e sponsorizzazioni sui canali social per la durata non inferiore a 30 gg. Dovranno essere indicate le sponsorizzazioni previste per il numero di impression.*

Il costo relativo agli spazi sul web ed alle sponsorizzazioni sui social network dovrà essere incluso nell'offerta economica oppure l'offerente dovrà unicamente proporre un piano strategico che preveda i siti più affini e gli spazi pubblicitari più idonei sui social network e, solo in caso di aggiudicazione, fornire al Ministero, che procederà all'acquisto diretto degli spazi proposti, i vari materiali grafici nelle declinazioni necessarie all'uscita della campagna?

**Il costo relativo agli spazi sul web sui social network dovrà essere incluso nell'offerta economica. Non sono comprese le spese di pubblicizzazione e sponsorizzazione**

### **Spot Radio**

*Ideazione e realizzazione di spot radiofonico (della durata minima di 30") da diffondere su emittenti radiofoniche nazionali. Dovrà essere realizzato un testo con almeno due proposte creative per la realizzazione dello spot.*

La richiesta prevede la sola realizzazione di n. 2 spot radiofonici da diffondere su emittenti nazionali oppure bisogna prevedere anche un piano radio?

In tal caso il costo relativo agli spazi radiofonici dovrà essere incluso nell'offerta economica oppure l'offerente dovrà unicamente proporre un piano strategico elaborato sulle emittenti più affini e, solo in caso di aggiudicazione, fornire al Ministero, che procederà all'acquisto diretto degli spazi proposti, gli spot necessari all'uscita della campagna?

**La proposta deve prevedere una proposta di piano radio unitamente agli spot radiofonici; il costo relativo agli spazi radiofonici e a carico delle società di corse.**

### **Quesito num. 4**

Si richiede di specificare se i profili social da utilizzare sono quelli già esistenti del Ministero oppure bisogna crearne ex-novo.

### **Vedi FAQ nro 5**

### **Quesito num. 5**

Si richiede se i supporti tecnici quali pennette USB, CD-ROM o eventualmente link a pagine web sono ammessi all'interno dell'offerta tecnica.

**Si. Sono ammessi**

### **Quesito num. 6**

Si richiede se le tavole rappresentanti le proposte creative quali affissioni, banner e altro possono essere considerati come grafici e tabelle, ovvero esclusi dal conteggio totale di massimo 40 pagine dell'offerta tecnica.

**Si.**

### **Quesito num. 7**

Si richiede se i cv dovranno essere forniti in forma anonima e se dovranno necessariamente essere in formato europass o meno.

**Il formato dei Curriculum è libero e devono essere riferiti alle professionalità che coopereranno in caso di aggiudicazione. E' fatta salva la possibilità di variazione con richiesta al RUP di poter effettuare la sostituzione con professionalità di pari grado.**

### **FAQ n.ro 8 -**

---

#### **QUESITO n.1**

Il capitolato tecnico a pag. 8, punto 2 OGGETTO E DESCRIZIONE DEL SERVIZIO prevede che le offerte tecniche debbano indicare un format di comunicazione integrata da offrire a società di corse gestori degli ippodromi per promuovere in maniera adeguata e coerente gli eventi che si svolgono al loro interno.

In particolare, in riferimento al seguente passaggio:

*“Pertanto, nello svolgimento del servizio e con riferimento a metodologie e tecniche diffusive, l'aggiudicatario dovrà:*

- 1. a) proporre canali di comunicazione ad elevato grado di penetrazione sui target dell'oggetto dell'intervento;*
- 2. b) offrire servizi caratterizzati per una elevata affidabilità ed innovatività sotto il profilo del contenuto e della documentazione e per l'interattività e la flessibilità degli aspetti diffusivi;*
- 3. c) proporre una offerta ed esplicitare un impegno a garantire, all'interno del piano, azioni che possano essere declinate al servizio dell'attività che svolgono gli ippodromi presenti sul territorio al fine di agevolarne la comunicazione al pubblico.*

Si chiede di chiarire se gli eventi da promuovere saranno individuati dal Ministero successivamente oppure se dovranno essere selezionati e indicati dall'offerente in fase di gara.

#### **Risposta**

**Gli eventi saranno individuati dal Ministero successivamente all'aggiudicazione e prima della contrattualizzazione**

#### **QUESITO n.2**

Il capitolato tecnico a pag. 6 - punto 1.3 *Gli operatori destinatari del piano di comunicazione* riporta che il numero minimo di eventi da supportare sono 20 (venti) riferibili essenzialmente alle seguenti categorie di corse:

- Grandi Premi di trotto gruppo 1
- Corse Gruppo Listed di galoppo gruppo 1 e gruppo 2
- Gran premi di trotto gruppo 1

Potreste chiarire la differenza tra la prima e la terza categoria di corse pubblicate?

#### **Risposta**

**La terza categoria è stata un refuso tecnico. Vedasi la rettifica posta in testa al presente documento**

### **QUESITO n.3 - Punto B del capitolato tecnico pag 9:**

Nella fase di diffusione di materiali pubblicitari sul territorio italiano vengono citati: o sito dedicato; o campagna digital con adwords e social networking; o campagna di affissione sulla città o sul territorio di riferimento dell'evento; o campagna di diffusione a livello nazionale.

Si chiede di chiarire se la campagna digital con adwords e social networking si riferisce a un'unica campagna di promozione del sito che sarà realizzato, o se si richiedono più campagne a supporto di ognuno degli eventi selezionati.

#### **Risposta**

**L'obiettivo del bando al riguardo è palesato al paragrafo 1.2 – Target di riferimento**

### **QUESITO n.4 - Capitolato tecnico pag 9:**

Il capitolato indica che l'aggiudicatario dovrà fornire:

- un wireframe del sito dedicato;
- un format di banner statico per il quale si dovrà prevedere la declinazione in un massimo di n. 10 formati in base alle specifiche tecniche delle inserzioni web acquistate, successivamente approvate dal Ministero e comunicate all'aggiudicatario, e l'invio degli esecutivi ai gestori di tali siti, nonché al Ministero stesso;
- un format di campagna digital con acquisto di adwords ad hoc e con indicazioni strategiche per la presenza sui social media;
- un format di affissione statica per il quale si dovrà prevedere la declinazione in n. 4 formati standard previsti: 40x30, 100x140, 140x200 in base alle specifiche tecniche fornite dalle società di corse e invio degli esecutivi.

Relativamente alla campagna digital citata si chiede di chiarire se in caso di aggiudicazione si dovrà fornire solo un format della campagna digital con adwords o se all'aggiudicatario spetterà anche l'acquisto dei suddetti spazi, il cui costo dovrà quindi essere incluso nell'offerta economica

#### **Risposta**

**Vedasi FAQ precedenti nel quale si evidenzia come all'aggiudicatario non spetti sostenere il costo degli spazi pubblicitari**

Relativamente alle affissioni citate, si chiede di confermare che la pianificazione, la stampa e l'acquisto degli spazi di affissione saranno effettuati dalle società di corse e che all'aggiudicatario spetterà solo la realizzazione grafica e l'invio degli esecutivi secondo le specifiche che gli saranno comunicate dai singoli gestori.

**Vedasi FAQ precedenti nel quale si evidenzia come all'aggiudicatario spetti solo la progettazione e realizzazione grafica e l'invio degli esecutivi secondo le specifiche che gli saranno comunicate dai singoli gestori.**

### **QUESITO n.5**

RELATIVO al capitolato tecnico pag 9: Al punto in cui si cita che il servizio di ideazione e realizzazione degli interventi di informazione e pubblicità dovrà essere formalizzato, principalmente, nei seguenti prodotti:

**Stampa** Campagna della durata minima di 15 gg con un numero di uscite non inferiore a 10. Dovranno essere indicate le testate, il periodo e il numero di uscite.

**Web e social** Posizionamento banner e sponsorizzazioni sui canali social per la durata non inferiore a 30 gg. Dovranno essere indicate le sponsorizzazioni previste per il numero di impression. Si chiede di chiarire se il costo degli spazi richiesti per la campagna stampa e per la campagna Web e social sono da considerarsi inclusi nell'offerta economica

**Spot Radio** Ideazione e realizzazione di spot radiofonico (della durata minima di 30") da diffondere su emittenti radiofoniche nazionali. Dovrà essere realizzato un testo con almeno due proposte creative per la realizzazione dello spot. Si chiede di confermare che relativamente alla campagna sulle radio nazionali, l'aggiudicatario dovrà ideare e realizzare n.2 spot ma che il costo degli spazi del non sarà a carico dell'aggiudicatario.

#### **Risposta**

**L'aggiudicatario dovrà ideare e realizzare i due spot radiofonici: il costo degli spazi è a carico della società di corse**

#### **FAQ n.ro 9 -**

---

All'interno del documento

"7\_Allegato\_3\_\_\_Dichiarazione\_dei\_requisiti\_di\_capacità economico-finanziaria" al punto 2 viene richiesto un fatturato specifico del 50% del valore del bando, inerente a servizi di comunicazione e pubblicizzazione di prodotti agricoli, agroalimentari e ittici:

2. Che ha 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 200.000,00 (duecentomila /00)), con indicazione di: soggetto committente, importo, periodo di esecuzione, sintetica descrizione: dei servizi prestati

Nel bando di gara invece, sotto la voce "Capacità economica e finanziaria" viene richiesto :

b) fatturato specifico, ovvero derivante da attività di servizi di comunicazione resi ad amministrazioni pubbliche o Enti realizzato negli ultimi tre esercizi, pari ad almeno il 50% dell'importo a base d'asta, iva inclusa ovvero non inferiore a € 163.934,43.

Vi preghiamo di indicarci a quale dei due criteri dobbiamo attenerci.

#### **Vedasi la risposta di cui alle FAQ 1 e FAQ2**

#### **FAQ n.ro 10**

---

Sul disciplinare di gara, al punto 5.1 *requisiti di partecipazione* viene richiesto quanto segue:

- requisiti capacità economica e finanziaria: fatturato globale relativo agli ultimi tre esercizi finanziari pari ad € 655.737,70; fatturato specifico per servizi di comunicazione relativo agli ultimi tre esercizi finanziari pari ad € 163.934,42

- requisiti **capacità tecnica e professionale:** aver svolto nei 36 mesi antecedenti la pubblicazione del bando almeno 1 servizio di comunicazione e/o di pubblicizzazione di prodotti agricoli o agroalimentari o ittici o ippici

Sul modello da compilare *Allegato 3 – Dichiarazione requisiti di capacità economico-finanziaria e tecnico-professionale* invece si chiede:

- requisiti capacità economica e finanziaria: aver realizzato negli ultimi tre esercizi finanziari 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 200.000,00)
- requisiti capacità tecnica e professionale: aver svolto almeno 1 incarico nei 36 mesi antecedenti la pubblicazione del bando per servizi di comunicazione e di pubblicizzazione di prodotti agricoli, agroalimentari ittici e/o ippici

Tanto premesso, considerato quanto richiesto sul Disciplinare, è corretta l'interpretazione per cui sull'Allegato 3 bisognerà indicare di possedere un fatturato specifico relativo agli ultimi tre esercizi finanziari per “servizi di comunicazione” pari ad € 163.934,42?

**Vedasi la risposta di cui alle FAQ 1 e FAQ2**

## FAQ n.ro 11

1. Quante proposte è possibile presentare nell'offerta tecnica?

*Se trattasi di proposte globali, l'offerta è una*

*Se trattasi di proposte creative, è a discrezione del concorrente*

2. Nel budget è incluso l'investimento Media? qual è lo spending previsto?

*Vedasi risposte alle FAQ precedenti*

3. Lo sviluppo tecnologico e la manutenzione del sito sono esclusi dell'importo dell'appalto?

*Non si chiede lo sviluppo di un sito internet da mantenere oltre la durata contrattuale, ma di spazi web strutturati che possano ospitare le attività di comunicazione e di diffusione dell' iniziativa.*

4. l'apertura e la gestione dei profili social dedicati sono esclusi dell'importo dell'appalto?

*Sono compresi tutti gli oneri derivanti dall'attivazione e gestione durante la fase contrattuale*

5. la produzione dei materiali di campagna è esclusa dall'importo dell'appalto?

*Vedasi risposte alle FAQ precedenti*

[[ [[ [ [ ] ] ] ] ]