

## GARA PER L’AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E D’INFORMAZIONE ISTITUZIONALE PER CONTO DEL MINISTERO DELL’ECONOMIA E DELLE FINANZE – ID 2883

I chiarimenti della gara sono visibili sui siti: [www.consip.it](http://www.consip.it); [www.acquistinretepa.it](http://www.acquistinretepa.it); [www.mef.gov.it](http://www.mef.gov.it)

### CHIARIMENTI

#### 2ª tranche

#### 22) Domanda

Listino Voce 4 – Scatti fotografici Cosa si intende con "a corpo"? Il prezzo si riferisce a una giornata di shooting o a un numero di scatti determinato? Eventualmente quanti? Quali quantità orientative dobbiamo considerare per valutare correttamente effort e costi? Quali diritti sono richiesti per lo shooting (durata, canali, territorio)? Confermate che in questa fase quoteremo i diritti per i talent previsti nella proposta creativa presentata in fase di gara che comprende un tot di attori, location, ecc e che per eventuali creatività/spot/shooting successivi si procederà con un adattamento della quotazione sulla base del nuovo brief e creatività approvata?

#### Risposta

Per ciascuna voce di listino la cui quotazione è richiesta "a corpo", il concorrente dovrà offrire un prezzo forfettario onnicomprensivo per il servizio/prodotto, da intendersi "chiavi in mano", che tenga dunque conto delle necessità connesse a 1 campagna di comunicazione integrata. Relativamente agli Scatti fotografici, indicativamente si faccia riferimento ad una sessione di shooting fotografico per la realizzazione di 4-5 proposte di scatti da sottoporre al cliente per ogni soggetto fotografico. Generalmente, il soggetto fotografico è uno solo, ma in alcuni casi potrebbero essere previsti diversi soggetti (max 2-3), oppure il medesimo soggetto in ambientazioni differenti. Le fotografie saranno destinate alla produzione di materiali di comunicazione quali locandine, affissioni, stampa e altri strumenti promozionali.

Il prezzo offerto resterà fisso per tutta la durata contrattuale. L'eventuale fornitura dello specifico servizio/prodotto in fase di esecuzione contrattuale dovrà dunque garantire un livello quali-quantitativo minimo commisurato al prezzo offerto. È prevista la cessione dei diritti limitatamente alla durata effettiva della campagna (indicativamente, in media, circa un mese). Si evidenzia tuttavia che, in questa fase, non è definibile se una campagna sarà veicolata solo su pochi mezzi (che saranno sicuramente le reti Rai e le pagine social della Committente) oppure se sarà veicolata su più mezzi, dipendendo ciò dalla necessità di sensibilizzazione dei target rispetto al messaggio da veicolare.

#### 23) Domanda

Listino Voce 5 – Layout ed esecutivi. La voce aggrega formati molto diversi (banner web, pieghevoli, social, volantini). È possibile dettagliare questi elementi nel file Excel allegato (es. voce per banner, voce per pieghevole ecc.) pur riportando un prezzo a corpo nel portale? In caso contrario, potete fornire un elenco di supporti con relative numeriche in modo che si possa valutare il pacchetto completo dei materiali richiesti e riportare un'unica voce di costo che li includa tutti?

#### Risposta

Per ciascuna voce di listino la cui quotazione è richiesta "a corpo", il concorrente dovrà offrire un prezzo forfettario onnicomprensivo per il servizio/prodotto, da intendersi "chiavi in mano", che tenga dunque conto delle necessità connesse a 1 campagna di comunicazione integrata. A titolo puramente indicativo e non vincolante per la Committente – e comunque in accordo con il Fornitore - gli esecutivi di cui alla voce 5 del Listino potrebbero essere ripartiti come di seguito:

- per la stampa: 25 esecutivi (layout: uno in verticale ed uno in orizzontale);
- per i banner: 5 esecutivi (formato 300x250);
- per i social: 5 post statici e/o con animazioni.

Il prezzo offerto resterà fisso per tutta la durata contrattuale. L'eventuale fornitura dello specifico servizio/prodotto in fase di esecuzione contrattuale dovrà dunque garantire un livello quali-quantitativo minimo commisurato al prezzo offerto.

#### **24) Domanda**

Listino Voce 6 – Distribuzione materiali. Per la distribuzione dei materiali (TV, radio, social, stampa), quali volumi indicativi dobbiamo considerare per stimare correttamente effort e risorse da allocare?

#### **Risposta**

Per ciascuna voce di listino la cui quotazione è richiesta “a corpo”, il concorrente dovrà offrire un prezzo forfettario onnicomprensivo per il servizio/prodotto, da intendersi “chiavi in mano”, che tenga dunque conto delle necessità connesse a 1 campagna di comunicazione integrata. Relativamente alla Distribuzione degli esecutivi, indicativamente si faccia riferimento ai quantitativi espressi nelle specifiche voci di listino e nelle risposte fornite alle Domande 22) e 23). Questo prezzo resterà fisso per tutta la durata contrattuale. L’eventuale fornitura dello specifico servizio/prodotto in fase di esecuzione contrattuale dovrà dunque garantire un livello quali-quantitativo minimo commisurato al prezzo offerto.

#### **25) Domanda**

Listino Voci 9, 10 e 12 – Riadattamento spot TV e radio e sostituzione voiceover. Per la modifica di uno spot già realizzato, è importante capire la durata dello spot in questione. Segnaliamo la necessità di avere indicazioni sui diritti per quanto riguarda un eventuale nuovo voiceover e che verrà incluso il costo di uno speaker di fascia intermedia come riferimento ai costi del talent.

#### **Risposta**

Per ciascuna voce di listino è richiesta una quotazione di prezzo *a forfait* che resterà fissa per tutta la durata contrattuale. L’eventuale fornitura dello specifico servizio/prodotto in fase di esecuzione contrattuale, nonché di pacchetti, dovrà dunque garantire un livello qualitativo minimo commisurato al prezzo offerto. La durata degli spot da riadattare è da intendersi, come per le voci precedenti di realizzazione, di 30” e 15”. È prevista la cessione dei diritti limitatamente alla durata effettiva della campagna (indicativamente, in media, circa un mese).

#### **26) Domanda**

Listino Voce 12 – Sessione speaker. Il prezzo per l’incisione di 1h con speaker deve essere riferito a un valore medio? Confermate che il dettaglio e la conferma del costo definitivo potranno avvenire solo dopo la selezione dello speaker definitivo? Quali diritti sono richiesti per lo speakeraggio (durata, canali, territorio)?

#### **Risposta**

Per ciascuna voce di listino è richiesta una quotazione di prezzo che resterà fissa per tutta la durata contrattuale. L’eventuale fornitura dello specifico servizio/prodotto in fase di esecuzione contrattuale, dovrà dunque garantire un livello qualitativo minimo commisurato al prezzo offerto. È prevista la cessione dei diritti limitatamente alla durata effettiva della campagna (indicativamente, in media, circa un mese).

#### **27) Domanda**

All’interno del brief è indicato che la campagna dovrà “informare in modo chiaro sulle caratteristiche dell’emissione” ma dallo stesso brief è specificato che alcuni dettagli “potranno variare in funzione di diverse esigenze e alcuni aspetti sono ancora oggetto di valutazione”. Rispetto al contenuto informativo sul prodotto da inserire nello spot, come è possibile orientarsi per non essere penalizzati sul contenuto?

#### **Risposta**

Alcuni dettagli potrebbero variare in relazione alla natura dei prodotti/iniziative da pubblicizzare. Per esempio, nel caso del BTP, potrebbero variare i tassi di interesse, alcuni dettagli specifici dell’emissione ed altre informazioni che generalmente sono rese note solo a ridosso dell’emissione e/o dell’uscita della misura che si vuole pubblicizzare. In fase di esecuzione contrattuale tutte queste informazioni saranno rese in maniera chiara. In fase di gara, ai fini della presentazione dell’offerta, dovrà solo essere ipotizzato un contenuto informativo di massima.

**28) Domanda**

Bisogna creare il logo con relativa identità visiva?

**Risposta**

In fase d'offerta non è richiesta la produzione di un logo con relativa identità visiva.

**29) Domanda**

C'è un'indicazione numerica del numero di campagne da effettuare nel corso dei 18 mesi?

**Risposta**

Come indicato in documentazione (cfr. Par. "Oggetto della gara" del Capitolato Tecnico), entro il budget di gara "si intende coprire le esigenze per la conduzione di, indicativamente, almeno 3 importanti campagne integrate connesse a iniziative del MEF".

**30) Domanda**

Si può meglio dettagliare cosa si intende per "...distribuzione ai media pianificati..." nel punto 1.1.b del capitolato tecnico?

**Risposta**

Si intende l'attività di messa a disposizione dei contenuti prodotti ai soggetti indicati dalla Committente per la diffusione degli stessi.

**31) Domanda**

È oggetto di gara che sia la agenzia aggiudicataria a gestire la pubblicazione dei contenuti di campagna sui vostri profili social?

**Risposta**

No, l'attività di pubblicazione di contenuti su profili social non è oggetto di gara.

**32) Domanda**

Ci sarà un'agenzia che si occuperà dell'acquisto degli spazi media (tv, radio e social/web) e quindi questo servizio non è oggetto di questo bando di gara?

**Risposta**

Si conferma che l'acquisto di spazi media non è oggetto di gara.

**33) Domanda**

Per i servizi di "monitoraggio e reportistica dell'andamento di performance delle campagne", qualora non fossimo noi a dover gestire i canali, ci verrà fornito accesso alle piattaforme necessarie per poter reperire i dati?

**Risposta**

Per quanto riguarda i canali social gestiti dalla Committente, sarà cura della stessa raccogliere i dati necessari a elaborare l'andamento di performance delle campagne. Tuttavia, qualora si rendesse necessario, per esigenze legate all'ideazione della campagna, al miglioramento della sua efficacia e/o alla valutazione dei risultati, la Committente potrà mettere a disposizione del fornitore i dati e gli analytics delle campagne, per il monitoraggio delle stesse e l'elaborazione di report.

**34) Domanda**

È possibile inserire dei link a video/audio a supporto della creatività?

**Risposta**

Non è ammesso l'inserimento di link a video/audio. Si faccia riferimento anche alla risposta fornita alla Domanda 17) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

**35) Domanda**

Formato: è possibile inviare un power point firmato digitalmente o c'è un formato obbligatorio?

**Risposta**

È possibile predisporre l'offerta tramite l'utilizzo di un software per la realizzazione di presentazioni, purché l'output finale sia statico e rispetti gli standard editoriali espressi nell'apposito All. 04 "Relazione Offerta Tecnica".

**36) Domanda**

Creatività: per i punti 4.3 e 4.4 si chiede conferma che il secondaggio, sia per script radio che TV, sia da intendersi 30"

**Risposta**

Si conferma, in fase di offerta dovrà essere proposta esclusivamente la versione da 30" per la fase di gara.

**37) Domanda**

Conteggio delle pagine: oltre a Copertine e Indice, si chiede conferma che non vengano conteggiati i cosiddetti "spacca-capitoli" (ovvero le slide di apertura sezione, che riprendono le titolazioni dell'indice ma non aggiungono altri contenuti)

**Risposta**

Negli standard editoriali dell'offerta, espressi nell'apposito All. 04 "Relazione Offerta Tecnica", non sono previsti i cosiddetti "spacca-capitoli", che pertanto non sono richiesti nella relazione tecnica. Qualora venissero comunque inseriti, si informa che nel numero delle pagine stabilito non verranno in ogni caso computati.

**38) Domanda**

Esistono delle linee guida grafiche da seguire per l'impaginazione degli elaborati? Ci sono font specifiche ufficiali da usare?

**Risposta**

Gli standard editoriali dell'offerta sono espressi nell'apposito All. 04 "Relazione Offerta Tecnica".

**39) Domanda**

È possibile presentare più di una idea creativa in risposta al brief?

**Risposta**

Non è possibile. Nel caso in cui venissero inserite più idee creative in risposta al brief, la Commissione valuterà soltanto la prima idea rappresentata.

**40) Domanda**

- a) Listino – voce nr. 4: "Scatti fotografici per la realizzazione di locandine, affissioni, stampa e materiale promozionale con soggetto fotografico": si chiede di indicare la quantità minima richiesta con il termine "scatti fotografici", ovvero la numerica di soggetti fotografici o al contrario se la quotazione riguardi la produzione di un unico soggetto fotografico per tutti i media indicati.
  
- b) Listino – voce nr. 6 "Produzione di tutti i materiali esecutivi e caricamento mediante le piattaforme dedicate alla pubblicazione e diffusione dei contenuti, nei formati richiesti dalle diverse emittenti

televisive, radiofoniche, piattaforme social e testate stampa e web”: si richiede la quantità massima di esecutivi da quotare.

- c) Listino - Risorse Umane - Dal punto 13 al punto 22: si chiede conferma che le figure indicate possano essere legate all'agenzia da diverse forme di collaborazione e non solo dipendenti assunti.

#### **Risposta**

- a) Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 22);
- b) Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 24);
- c) Si rimanda a quanto previsto nell'art. 3 G delle Condizioni Generali di contratto, il cui comma 3 prevede che: “Per le prestazioni richieste il Fornitore si obbliga ad avvalersi di personale specializzato con contratto di lavoro subordinato ovvero di somministrazione di lavoro ovvero con rapporto di lavoro comunque riconducibile a una delle tipologie contrattuali ammesse dalla Legge n. 183/2014 e successivi Decreti attuativi, nonché di lavoratori autonomi (nel rispetto di quanto previsto all'art. 119, comma 3, del Codice), nei limiti e alle condizioni previsti nel presente contratto e suoi allegati”.

#### **41) Domanda**

Punto 3.1 Monitoraggio e Reportistica: non essendo incluso nell'incarico la pianificazione media e la gestione dei mezzi, si chiede conferma che la reportistica e il monitoraggio faccia riferimento solo alle attività di produzione dei materiali e dello sviluppo creativo richiesto dal capitolato (processi, tempistiche, etc.) e non l'efficacia della campagna in termini di performance.

#### **Risposta**

Il monitoraggio e la reportistica devono sicuramente far riferimento alle attività di progetto, stati di avanzamento lavori, ecc. Si rimanda, inoltre, a quanto previsto nella risposta fornita alla Domanda 33).

#### **42) Domanda**

Si chiede di specificare se eventuali costi di testimonial sono a carico dell'aggiudicatario e vanno inseriti nelle voci del listino della tabella all'art. 15 del Disciplinare.

#### **Risposta**

Eventuali costi per testimonial sono a carico dell'aggiudicatario, per cui sono da intendersi ricompresi nel prezzo offerto a listino per lo specifico servizio/prodotto.

#### **43) Domanda**

Si chiede di confermare che i CV del team di lavoro andranno presentati esclusivamente dall'aggiudicatari e non allegati all'offerta tecnica.

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 10) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

#### **44) Domanda**

Eventuali professionisti aggiuntivi non inseriti nel listino di cui alla Tabella dell'art 15 del Disciplinare come saranno remunerati? Tali professionisti vanno equiparati a quelli indicati nel listino?

#### **Risposta**

Posto che l'oggetto della procedura è quello declinato nella documentazione di gara, si rimanda alla previsione di cui all'art. 14 S del Contratto comma 2, in materia di rendicontazione di voci particolari e non prevedibili di spesa.

**45) Domanda**

È facoltà dell'operatore proponente non inserire nel proprio modello organizzativo uno o più professionisti della tabella di cui all'art 15 del Disciplinare?

**Risposta**

Fermo restando che le figure professionali di Capo Progetto/Account Senior e Direttore Creativo sono figure "minime" previste da Capitolato (cfr. par. 1.3), per le restanti figure professionali indicate nella tabella par. 15 del Disciplinare di gara, il concorrente a propria discrezione potrà decidere se inserirle o meno nel proprio modello organizzativo. Si veda anche quanto risposto alla Domanda 15).

**46) Domanda**

Qualora un operatore non ritenesse di inserire nel modello organizzativo proposto uno dei professionisti inseriti nella tabella di cui all'art 15 del Disciplinare il relativo costo va comunque inserito nel modello di offerta economica?

**Risposta**

Si conferma. Tutte le voci di Listino sono da quotare obbligatoriamente.

**47) Domanda**

È richiesto o suggerito l'utilizzo di un testimonial?

**Risposta**

Non è esplicitamente richiesto o suggerito, tuttavia l'offerta è a discrezione del concorrente che può proporre ciò che ritiene più opportuno al conseguimento degli obiettivi comunicativi del Brief e del Capitolato Tecnico.

**48) Domanda**

In fase di presentazione, oltre al naming e payoff occorre anche produrre un pittogramma, un logo in affiancamento?

**Risposta**

No, non è richiesto.

**49) Domanda**

Quali sono le differenze chiave del nuovo BTP rispetto ai precedenti?

**Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 12) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

**50) Domanda**

Nel capitolato tecnico si fa riferimento alla realizzazione di 3 campagne totali 2025-2027. Nello schema di offerta economica è richiesta invece la stima di 5 spot di cui 3 spot girati, 1 spot animato e 1 spot da image bank. I pacchetti richiesti nell'offerta economica sono da considerarsi alternativi o devono rientrare tutti nel totale della base d'asta?

**Risposta**

L'Allegato 06.1 "Schema Conto Economico Commessa" non è uno schema di offerta economica, ma lo schema di conto economico della commessa, in cui sono stati preinseriti quantitativi ipotetici a mero titolo esemplificativo. Ciascun concorrente dovrà dunque modificare detti quantitativi, nel file, in ragione della propria

offerta economica per i pacchetti di campagne, rispetto alla capienza entro il valore contrattuale, pari alla base d'asta, di € 409.806,07 (IVA esclusa). Si rimanda a quanto previsto nel par. 15 del Disciplinare di gara.

#### **51) Domanda**

Il documento definitivo può essere consegnato in formato PDF?

#### **Risposta**

Si conferma, purché l'output finale rispetti gli standard editoriali espressi nell'All. 04 "Relazione Offerta Tecnica".

#### **52) Domanda**

L'importo di gara è comprensivo del budget pubblicitario per le campagne da destinare ai diversi media? O il budget pubblicitario è da considerarsi escluso?

#### **Risposta**

La diffusione delle campagne non è oggetto della presente procedura.

#### **53) Domanda**

All'interno dell'offerta tecnica è possibile presentare più proposte creative declinate in base ai canali di destinazione? O la proposta deve essere unica?

#### **Risposta**

Posto quanto già rappresentato nella risposta alla Domanda 39), a cui si rimanda, relativamente alle proposte da declinare sui diversi canali, si faccia riferimento unicamente a quanto previsto dalla Tabella di cui al par. 16.1 del Disciplinare, ambito di valutazione n. 4 "PROPOSTA DI CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA A SUPPORTO DELL'EMISSIONE DI BTP": per ogni voce di cui ai criteri da 4.1 a 4.5 della richiamata tabella, il concorrente dovrà presentare una sola proposta: in caso di eventuali proposte aggiuntive la Commissione valuterà solo la prima proposta descritta, per ciascuna voce.

#### **54) Domanda**

In riferimento all'offerta tecnica e alla proposta di una campagna di comunicazione integrata per l'emissione dei BTP, è possibile presentare più di una proposta creativa?

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 39).

#### **55) Domanda**

In riferimento alla descrizione della proposta creativa relativa alla campagna, è possibile inserire dei link nella relazione tecnica che rimandano a contenuti video/multimediali esterni?

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 19) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

#### **56) Domanda**

In riferimento all'offerta tecnica, è possibile presentare più di una proposta per il naming del BTP?

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 39).

### 57) Domanda

Con riferimento a quanto indicato nel Disciplinare di Gara al paragrafo 15 "Offerta economica", e in particolare alla voce "n. 1 Spot TV girato", la cui descrizione recita: "Servizio chiavi in mano, compresa distribuzione ai media pianificati". Al fine di presentare un'offerta economica congrua e pienamente rispondente alle Vostre esigenze, si richiede un chiarimento sulla portata dei servizi da intendersi inclusi nella suddetta dicitura, con specifico riguardo alle attività di pianificazione media. Per "pianificazione media" si intende l'insieme delle attività strategiche volte a definire i canali, i formati, il calendario e la pressione pubblicitaria ottimali per raggiungere gli obiettivi di comunicazione (ad es. analisi del target, scelta delle emittenti e delle fasce orarie, definizione della frequenza, ecc.).

Ciò premesso, si chiede di specificare se l'importo posto a base d'asta (€ 409.836,07) debba coprire:

- Esclusivamente i costi di ideazione e produzione dello spot, con la consegna del materiale pronto per la diffusione;
- I costi di ideazione/produzione e anche il servizio di pianificazione media strategica;
- I costi di ideazione/produzione, il servizio di pianificazione media e anche l'onere economico per l'acquisto degli spazi pubblicitari (media spending).

In sostanza, si chiede se l'attività di pianificazione media sia un servizio richiesto e ricompreso nell'importo a base d'asta e se lo stesso importo debba anche coprire il budget per l'acquisto degli spazi che risulteranno da tale pianificazione.

### Risposta

L'attività di pianificazione media e la di diffusione non sono oggetto di gara; i costi connessi a queste attività non sono dunque da intendersi ricompresi nei prezzi offerti per i pacchetti di campagne. Nell'ambito dei suddetti pacchetti, invece, rientra l'attività di distribuzione come descritta nella risposta fornita alla Domanda 30).

### 58) Domanda

Con riferimento al Disciplinare di Gara, paragrafo 15 "Offerta economica" si rileva che all'interno della sotto-tabella "Risorse umane", viene richiesta l'inclusione della figura professionale del Media Planner. Poiché la mansione specifica di tale figura è l'elaborazione della strategia e del piano mezzi (pianificazione media), la sua presenza richiesta sembra implicare che tale attività sia parte integrante dei servizi oggetto d'appalto. Si chiede di chiarire in modo esplicito quale sia il perimetro di attività atteso per la figura del Media Planner nell'ambito del servizio richiesto.

### Risposta

Le figure professionali "minime" previste da Capitolato Tecnico (cfr. par. 1.3) sono quelle di: Capo progetto/Account senior e Direttore creativo. Le altre figure professionali indicate nella tabella di cui al par. 15 del Disciplinare di gara, da intendersi d'interesse per la Committente, potrebbero risultare utili per specifici progetti futuri legati ad ambiti ad oggi non determinabili dalla Committente. Si rimanda anche alla risposta alla Domanda 45).

### 59) Domanda

Con riferimento al Disciplinare di Gara, paragrafo 15 "Offerta economica", e in particolare alla sotto-tabella "Attività Accessorie", si richiede un chiarimento sulla voce: "Riadattamento n. 1 Spot TV pre-esistente". Al fine di formulare un'offerta economica precisa, si chiede di confermare se con la dicitura "spot TV pre-esistente" si faccia riferimento a uno spot che sarà stato prodotto dall'operatore aggiudicatario nell'ambito del medesimo contratto d'appalto. In alternativa, qualora si intendesse la possibilità di riadattare materiali video storici non prodotti dall'aggiudicatario, si chiede di specificare se la Stazione Appaltante garantirà la fornitura di tutti i materiali sorgente necessari alla rilavorazione (es. file di progetto aperti, grafiche non finalizzate, tracce audio separate, ecc.).

### Risposta

Con la dicitura "spot TV pre-esistente" si fa riferimento sia a uno spot prodotto dall'operatore aggiudicatario nell'ambito del medesimo contratto d'appalto sia a uno spot storico, con materiali video non prodotti dall'aggiudicatario; in tale ultimo caso, si conferma la messa a disposizione dei materiali sorgente da parte della Committente.

### 60) Domanda

Con riferimento a quanto indicato nel documento "ALLEGATO 4 – RELAZIONE OFFERTA TECNICA", e in particolare alle istruzioni di redazione che prevedono un limite di 25 pagine in formato A4, con font Arial non inferiore a 10, si richiede il seguente chiarimento. Si chiede di specificare se la Relazione Tecnica, da consegnare in formato PDF, debba essere redatta e impaginata come un documento di testo tradizionale (es. file di tipo Word), oppure se sia consentito utilizzare un'impostazione grafica da presentazione (es. file di tipo PowerPoint), fermo restando il pieno rispetto di tutti i vincoli dimensionali (numero di pagine) e di formattazione (font, carattere) già specificati nel bando.

### Risposta

Si rimanda alle risposte fornite alle Domanda 35) e 51).

### 61) Domanda

In riferimento alla richiesta di compilazione del documento "ID 2883 - All. 06.1 Schema Conto Economico Commessa", si sottopongono alla Vostra attenzione i seguenti punti per un chiarimento sulle modalità di valorizzazione della prima tabella, denominata "COSTI E RICAVI DALLA VENDITA DI PRODOTTI E PRESTAZIONI".

Per una corretta e omogenea compilazione da parte di tutti i concorrenti, si chiede di specificare quanto segue:

- a) Costo unitario acquisto/produzione: Si chiede conferma che in questa colonna debba essere indicato il costo industriale interno sostenuto dall'operatore economico per la produzione o l'acquisto del singolo servizio offerto. Si tratta, quindi, del costo vivo per il concorrente, al netto di qualsiasi margine;
- b) Ricavo totale: Si chiede di chiarire il valore da inserire in questa colonna e la sua modalità di calcolo. In particolare, si chiede se il "Ricavo totale" per ciascuna riga di servizio sia da intendersi come il prodotto tra la Quantità (Q.tà) e il "prezzo unitario offerto" dal concorrente alla Stazione Appaltante per quello stesso servizio. La presente richiesta è volta a garantire la massima aderenza alle Vostre indicazioni e la piena confrontabilità delle offerte presentate.

### Risposta

Premesso che la compilazione del documento "ID 2883 - All. 06.1 Schema Conto Economico Commessa" non è funzionale alla comparazione delle offerte e che, con essa, il concorrente è tenuto a fornire i giustificativi dell'anomalia dell'offerta di cui all'art. 110, comma 2 del Codice in ordine ai prezzi o ai costi proposti in offerta economica (cfr. par. 15 del Disciplinare di gara), e che nell'ambito del documento citato sono indicate le "Istruzioni compilazione" alle quali si rimanda, di seguito si forniscono le seguenti risposte:

- a) si conferma;
- b) le celle da compilare a cura del concorrente sono quelle identificate dall'assenza di colore di fondo. La colonna "Ricavo totale" - celle a fondo giallo - contiene infatti valori calcolati automaticamente dalle formule preimpostate nel file e, nello specifico, il prodotto prezzo offerto per quantità. A tal proposito si rimanda anche alla risposta fornita alla Domanda 55).

### 62) Domanda

Con riferimento al Disciplinare di Gara e alla struttura dell'offerta economica, si sottopone alla Vostra attenzione la seguente richiesta di chiarimento. Il Disciplinare descrive due distinte tipologie di servizi:

- Pacchetto  $\alpha$  "Campagna con spot girato";
- Pacchetto  $\beta$  "Campagna con spot animato/da image bank";

Al fine di comprendere l'esatta entità delle prestazioni richieste, si chiede di specificare se l'importo a base d'asta di € 409.836,07 debba considerarsi come budget per la realizzazione di entrambi i pacchetti ( $\alpha$  e  $\beta$ ) oppure se la Stazione Appaltante intenda attivare, a sua insindacabile discrezione durante l'esecuzione del contratto, una sola delle due opzioni in alternativa tra loro (quindi o il Pacchetto  $\alpha$  o il Pacchetto  $\beta$ ) a valere sul medesimo importo a base d'asta.

### Risposta

Come riportato al par. 15 del Disciplinare: "Sarà richiesta a Sistema la quotazione di un *Listino* di prezzi unitari di servizi e prodotti per la comunicazione che potranno essere acquistati, singolarmente "*on demand*" o in maniera combinata tra essi "*a pacchetto*", entro il limite massimo del valore posto a base d'asta per la presente procedura, da intendersi anche quale valore massimale contrattuale."

Si rimanda, inoltre, anche alla risposta fornita alla Domanda 29).

**63) Domanda**

È possibile inserire nella proposta tecnica dei link esterni a cartelle Google Drive condivise?

**Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 19) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

**64) Domanda**

Come indicato nel Capitolato Tecnico, sono previste 3 campagne di comunicazioni nell'arco di 18 mesi. Per ogni campagna di comunicazione bisogna produrre 1 spot TV e 1 spot radio per un totale di 6 spot in 18 mesi? Declinati nei formati da 30 e da 15 secondi ciascuno.

**Risposta**

Si rimanda alle risposte fornite alla Domanda 29) e alla Domanda 4) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025).

**65) Domanda**

Possiamo inserire più proposte per la relazione tecnica?

**Risposta**

Si rimanda alle risposte fornite alle Domande 39) e 53).

**66) Domanda**

Esiste già un listino di partenza su cui applicare un ribasso? Oppure un budget di spesa massima?

**Risposta**

Il budget di spesa massima è dato dalla base d'asta, da intendersi anche quale valore massimale contrattuale. Non esiste un listino di riferimento, ciascun concorrente potrà proporre il proprio prezzo offerto per ciascuna voce di listino.

**67) Domanda**

Ci confermate che il nuovo BTP è attualmente oggetto di studio e che la formula step up non è confermata? Nello specifico l'informazione sul rendimento come va gestita nell'esercizio di gara?

**Risposta**

Si precisa che, ai fini dell'esercizio di gara, verrà valutata l'idea creativa e la modalità di presentazione del prodotto, senza tenere conto di contenuti specifici che potranno variare in base alle caratteristiche ad oggi non note. Al momento, infatti, le caratteristiche del nuovo strumento non sono ancora state definite; pertanto la presenza di una formula "step-up" non è né confermata né esclusa. Per quanto riguarda l'informazione sul rendimento, si fa presente che i tassi minimi garantiti vengono solitamente resi noti pochi giorni prima dell'emissione. Pertanto, fino a quel momento, i materiali pubblicitari non potranno contenere indicazioni puntuali sui rendimenti ma soltanto informazioni sulle caratteristiche del titolo (durata, periodicità delle cedole, eventuale possibilità di rimborso anticipato, eventuale premio finale, eventuale meccanismo step up, ecc...).

**68) Domanda**

Nella sezione documentazione amministrativa, all'interno della tendina, è indicato tra i documenti da caricare l'attestazione del pagamento del contributo ANAC. Nel disciplinare, però, è indicato che lo stesso va caricato nella sezione offerta tecnica. Dove va caricato?

**Risposta**

Come riportato in Disciplinare al par. 14, l'attestazione del pagamento del contributo ANAC va inserita in busta tecnica.

**69) Domanda**

È possibile inserire video o audio, oppure link a video o audio, relativi alla proposta di spot TV all'interno della relazione tecnica? Se sì, potranno i video concorrere alla valutazione della relazione tecnica stessa?

**Risposta**

Si rimanda alle risposte fornite alle Domande 17) e 19), della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

**70) Domanda**

È possibile presentare più varianti all'interno della stessa proposta tecnica, come ad esempio due proposte diverse di script TV che rimandano alla stessa proposta di naming?

**Risposta**

Si rimanda alle risposte fornite alle Domande 39) e 53).

**71) Domanda**

Nel caso degli script TV e radio, quale o quali sono i tagli richiesti da inserire in fase di gara? Solo 30" o anche 15"?

**Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 36).

**72) Domanda**

Qualora fosse già disponibile, è possibile avere un calendario relativo alla messa in onda della campagna?

**Risposta**

Non è attualmente disponibile un calendario. Se la domanda è da intendersi riferita alla campagna di cui all'offerta tecnica, si precisa che essa attiene soltanto ad un esercizio creativo per la fase di gara, non vi è alcuna garanzia che quest'ultima sarà effettivamente realizzata. Inoltre, si precisa che, come previsto nell'All. CT\_1 - Brief campagna BTP: "Il MEF si riserva la piena discrezionalità in merito all'utilizzo delle proposte presentate dall'operatore che risulterà aggiudicatario, potendo decidere se utilizzarle integralmente, parzialmente oppure non utilizzarle."

**73) Domanda**

Ci sono aggiornamenti sulle caratteristiche relative all'emissione di BTP in esame, rispetto a quanto riportato sul brief?

**Risposta**

Si faccia riferimento esclusivamente a quanto previsto nell'All. "CT\_1 - Brief campagna BTP".

**74) Domanda**

Ci sono caratteristiche distintive già definite, relative a questa emissione di BTP, che possono distinguerla dalle altre emissioni e dalle tre famiglie di BTP?

**Risposta**

Si faccia riferimento esclusivamente a quanto previsto nell'All. "CT\_1 - Brief campagna BTP".

**75) Domanda**

Qual è la cadenza delle cedole?

**Risposta**

Si faccia riferimento esclusivamente a quanto previsto nell'All. CT\_1 - Brief campagna BTP.

**76) Domanda**

A pagina 41 del documento "ID 2883 – 2. Disciplinare.pdf", si legge quanto segue: "Il concorrente dovrà ideare una strategia di comunicazione rispondente alle necessità e principi espressi nel Brief (All. CT\_1) rispetto ai temi oggetto della campagna, mediante l'ideazione e realizzazione di una proposta di contenuti, prodotti e servizi di comunicazione necessari ad una corretta veicolazione del messaggio dell'iniziativa connessa all'emissione di BTP." Tale indicazione va interpretata nel senso che la proposta progettuale debba essere unitaria e univoca, oppure è ammessa la presentazione di più concept/idee progettuali nell'ambito della medesima offerta tecnica?

**Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 39).

Inoltre, come indicato al par. 3 del Disciplinare "il concept delle campagne di comunicazione del MEF è da intendersi come unitario e richiede un'unica strategia comunicativa".

**77) Domanda**

In riferimento alla proposta creativa da presentare per la promozione dei BTP, è possibile proporre una multi-soggetto per i diversi target coinvolti o ci si aspetta un unico soggetto?

**Risposta**

È possibile fare un'unica proposta creativa rivolta a più target, purché la proposta rimanga unitaria. Si tenga dunque presente anche la risposta fornita alla Domanda 39).

**78) Domanda**

Nel listino non è mai menzionata la voce di costo relativa a naming, payoff e loghizzazione e ricerca anteriorità del nuovo BTP. In quale delle voci riportate volete che venga incluso questo costo?

**Risposta**

Per le attività di ideazione logo, naming e payoff, ancorché non richiamate in Listino, è previsto in Capitolato Tecnico (par. 1.1) che siano da effettuarsi "ove richiesto" nell'ambito dell'ideazione del progetto creativo delle campagne di comunicazione e di informazione. Dunque, qualora richieste nell'ambito dei pacchetti di campagna, queste attività sono da intendersi sottese e funzionali alla realizzazione delle stesse ed il loro costo ricompreso nel prezzo offerto per il relativo pacchetto di campagna. Laddove fossero invece richieste singolarmente, in modalità on demand, esse saranno remunerate, come previsto dall'Art. 14 S comma 2 del Contratto, previa presentazione di specifico preventivo alla Committente e relativa approvazione da parte di quest'ultima.

**79) Domanda**

Per quanto riguarda la campagna social e web vi aspettate la gestione da parte dell'aggiudicatario delle campagne sui vostri canali proprietari oppure verranno forniti solo gli esecutivi e vi occuperete della pubblicazione internamente con relativo budget media allocato? In caso vogliate che la campagna sia gestita interamente dall'aggiudicatario anche dal punto di vista pubblicazione adv, in quale voce di costo possiamo considerare questo aspetto e per poterla quotare e già ipotizzate un budget media da allocare sulla base del quale possiamo dedurre l'effort chiesto per social e digital?

**Risposta**

Si rimanda alle risposte fornite alle Domande n. 18), della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025, 30) e 33).

### **80) Domanda**

Avete dei documenti di brand identity e relative guidelines di cui dobbiamo tenere conto nella definizione delle proposte creative per la gara?

### **Risposta**

Si rimanda alla lettera c) della risposta fornita alla Domanda 12) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

### **81) Domanda**

In relazione alla presentazione dell'offerta economica, si chiede di confermare, come riportato a pag. 35 del Disciplinare, che dovrà essere compilata e firmata quella generata automaticamente dal sistema e non il file ID 2883 - All. 06.1 Schema Conto Economico Commessa.

### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 50).

### **82) Domanda**

Si richiede di confermare che, all'interno della relazione tecnica (redatta secondo lo schema allegato), la dichiarazione riportata nel file ID 2883 - All. 04 Relazione Offerta Tecnica, secondo cui "le figure professionali di cui al medesimo Capitolato Tecnico rispettano i requisiti minimi prescritti", sia da considerarsi idonea a soddisfare l'ambito di valutazione n. 2 – Team di progetto dedicato (pag. 40 del Disciplinare).

### **Risposta**

Occorre distinguere due aspetti: i requisiti minimi previsti da Capitolato Tecnico e le caratteristiche migliorative dell'Offerta tecnica che il concorrente intende presentare.

I primi debbono essere sempre rispettati e, pertanto, La dichiarazione di cui all'Allegato 04 Relazione Offerta Tecnica, secondo cui "le figure professionali di cui al medesimo Capitolato Tecnico rispettano i requisiti minimi prescritti" deve sempre essere resa.

Le seconde, invece, sono quelle che il concorrente intende offrire in relazione ai criteri di valutazione dell'offerta tecnica indicati al par. 16.1 del Disciplinare di gara. Pertanto, per il criterio 2 – Team di progetto dedicato, di cui alla tabella par. 16.1 del Disciplinare di gara, ai fini dell'acquisizione del punteggio il concorrente dovrà dichiarare il grado di esperienze maturato, per i profili professionali indicati.

### **83) Domanda**

Si chiede di confermare che la Certificazione UNI/PdR 125:2022 in originale o in copia, da allegare alla relazione tecnica, sia esclusa dal calcolo delle pagine disponibili per la redazione della relazione tecnica.

### **Risposta**

Si conferma e si precisa che essa va allegata a Sistema in apposita sezione busta "Tecnica" (cfr. Par. 14 del Disciplinare di gara, documento "Documentazione a comprova Certificazione di cui al criterio tecnico 5.1 Tecnica".

### **84) Domanda**

In relazione alla richiesta riportata a pag.4 del Capitolato di gara si chiede di specificare se per "Ideazione di una strategia di comunicazione (progetto creativo) rispondente alle necessità di comunicazione e di informazione sui temi oggetto della campagna, che sia calibrato rispetto alle tempistiche e alle fasi organizzative della campagna stessa" si intenda anche la richiesta di un documento di strategia e di pianificazione delle campagne nel corso dei mesi (es. definizione delle tempistiche per l'attivazione dei singoli canali) o se si riferisca in maniera più puntuale alla strategia di comunicazione e il relativo rationale legato alla singola campagna richiesta?

### **Risposta**

Per “Ideazione di una strategia di comunicazione (progetto creativo) rispondente alle necessità di comunicazione e di informazione sui temi oggetto della campagna, che sia calibrato rispetto alle tempistiche e alle fasi organizzative della campagna stessa” di cui al par. 1 del Capitolato Tecnico, si fa riferimento alla strategia creativa sottesa a ciascuno specifico progetto di campagna di comunicazione.

### **85) Domanda**

Alla pag. 7 del Capitolato è indicato che “Il resto del Team di lavoro, composto a discrezione del Fornitore, di volta in volta e secondo le necessità, dovrà essere dedicato in via prioritaria alle esigenze dello specifico progetto del MEF.” È corretto intendere che, a seconda della richiesta ricevuta, il Fornitore possa comporre un team di lavoro anche con figure diverse da quelle riportate alle pp. 36 e 37 del Disciplinare di gara, purché con costo giornaliero equivalente alle figure già indicate?

### **Risposta**

Si rappresenta che, laddove sia dimostrata la necessità di figure professionali ulteriori rispetto a quelle previste alle pp. 36 e 37 del Disciplinare di gara, previa approvazione della Committente, sarà possibile per il Fornitore comporre un team di lavoro anche con figure diverse da quelle indicate. Resta ferma la presenza, nel Team di Progetto dedicato delle seguenti figure professionali: Capo progetto/Account senior e Direttore creativo, come prescritto al par. 1.3 del Capitolato Tecnico.

### **86) Domanda**

“Un nuovo naming per la prossima emissione di titoli di stato dedicati ai piccoli risparmiatori. La proposta di nuovo nome dovrà contenere la parola “BTP” e andrà ad aggiungersi ad una delle famiglie di titoli già esistenti (BTP Italia, BTP Valore, BTP Futura).” È corretto intendere che il prossimo BTP sarà una sottocategoria di uno dei BTP già esistenti (es. rapporto tra BTP Valore e BTP Più) ma che dovrà avere un naming che non contenga alcun riferimento alla famiglia di appartenenza?

### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 12) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

### **87) Domanda**

Documento ID 2883 - 4.1 All. CT\_1 - Brief campagna BTP pag. 4 “Domande e risposte sul nuovo BTP retail in collocamento”. Si chiede se il nuovo prodotto andrà a rappresentare un nuovo titolo di stato al pari di BTP Valore, BTP Futura e BTP Italia o sarà piuttosto ricompreso in una di queste 3 famiglie come successo per BTP Più appartenente alla famiglia BTP Valore.

### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 12) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

### **88) Domanda**

Con riferimento all'Allegato 4 "Relazione Offerta Tecnica", si prega di chiarire cosa si intenda per "caratteristiche migliorative" menzionate nel titolo del paragrafo 2.2 "ELENCO DELLE CARATTERISTICHE MIGLIORATIVE OFFERTE DI CUI AI CRITERI DISCREZIONALI DEL DISCIPLINARE DI GARA". In particolare, si chiede di specificare se per tale si intende l'illustrazione dell'approccio peculiare del Fornitore ai criteri menzionati nei paragrafi dall'1 al 4 dello Schema di Risposta, o se costituisce un elenco separato di servizi aggiuntivi rispetto a quelli richiesti dal Capitolato.

### **Risposta**

Con riferimento all'allegato 4 “Relazione Offerta Tecnica” ed, in particolare, con riferimento all’ *“ELENCO DELLE CARATTERISTICHE MIGLIORATIVE OFFERTE DI CUI AI CRITERI DISCREZIONALI DEL*

*DISCIPLINARE DI GARA*", si intende l'illustrazione della propria proposta tecnica, relativamente ai criteri di valutazione discrezionali di cui al par. 16.1 del Disciplinare di gara, "*Tabella dei criteri discrezionali (D) e tabellari (T) di valutazione dell'offerta tecnica*", criteri 1.1, 1.2, 3.1, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, riportati nello schema proposto nel par. 2.2 dell'allegato citato, ossia:

1. MODELLO ORGANIZZATIVO
- 1.1 Modello organizzativo proposto
- 1.2 Identificazione e gestione di potenziali criticità/rischi
3. MONITORAGGIO E REPORTISTICA
- 3.1 Strumenti di monitoraggio e reportistica
4. CREATIVITA': PROPOSTA DI CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA A SUPPORTO DELL'EMISSIONE DI BTP
- 4.1 Nuovo naming BTP
- 4.2 Pay-off
- 4.3 Storyboard e script di uno spot televisivo "girato"
- 4.4 Script completo di uno spot radiofonico
- 4.5 Rough di un annuncio pubblicitario per la stampa

### 89) Domanda

Offerta economica

- a) Relativamente al Capitolo 15 del Disciplinare, si chiede di chiarire se il prezzo offerto per la voce 2 del listino prezzi sia da intendersi come prezzo unitario per ciascun formato, o un prezzo cumulativo per i 3 formati.
- b) Relativamente al Capitolo 15 del Disciplinare, si chiede di chiarire se il prezzo offerto per le voci 4, 5 e 6 del listino prezzi sia da intendersi come prezzo unitario per singolo prodotto (scatto fotografico, declinazione del layout, materiali esecutivi) o un prezzo cumulativo. In caso di prezzo cumulativo, si prega di indicare per ciascuna voce una quantità numerica.
- c) Relativamente al Capitolo 15 del Disciplinare, si chiede di confermare che le attività di gestione diretta dei canali social del MEF (accesso ai canali, pubblicazione e moderazione dei contenuti) non rientrano tra i servizi oggetto di gara. Si chiede altresì di confermare che le figure dei "social media manager" e "social media analyst" sono necessarie per la consulenza strategica in comunicazione social e per la creazione dei contenuti, ma non per la gestione diretta dei canali.
- d) Relativamente al Capitolo 15 del Disciplinare, si suggerisce, se possibile, di integrare il listino con prezzi su cui i proponenti applicano il ribasso.

### Risposta

- a) Prezzo cumulativo per intera voce;
- b) Prezzo cumulativo per intera voce. Si rimanda alle risposte fornite alle Domande 22), 23) e 24);
- c) Si conferma. Si rimanda anche alla risposta fornita alla Domanda 38);
- d) Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 66).

### 90) Domanda

Relativamente all'allegato 6.1 "Schema Conto Economico Commessa", si segnala che non si ravvisano voci relative a possibili costi vivi, ovvero costi legati a servizi e prodotti esterni e non riconducibili al lavoro delle risorse umane offerte (es. compenso per attori, acquisto clip o musiche da banche immagini ecc.). Si chiede quindi di specificare come questi debbano essere computati.

### Risposta

All'interno dell'allegato 6.1 "Schema Conto Economico Commessa", è previsto quanto segue: "*N.B.: le voci di costo preinserite nelle tabelle seguenti sono da intendersi a titolo puramente esemplificativo e non esaustivo. Si invita l'operatore ad aggiungere/rimuovere righe, secondo necessità, nelle tabelle seguenti*".

### 91) Domanda

Con riferimento al paragrafo 2 del Capitolato Tecnico, punto n), dove si indica che “tutti i materiali realizzati dovranno essere forniti al MEF su un cloud storage dedicato”, si chiede di chiarire se tale piattaforma di cloud storage sia già messa a disposizione dal Committente, a cui il Fornitore accederà in fase di avvio delle attività, oppure se sia onere del Fornitore individuare, attivare e sostenere i costi di una piattaforma dedicata. In tal caso, si richiede di specificare le modalità di copertura dei costi da parte della Stazione Appaltante.

### Risposta

La Committente metterà a disposizione un cloud storage dedicato. Tuttavia, non è esclusa la possibilità per il Fornitore di mettere a disposizione una propria piattaforma, se ritenuta più funzionale e previa approvazione della Committente, purché non comporti per essa costi aggiuntivi e sia in linea con le policy di sicurezza di quest'ultima.

### 92) Domanda

In merito alla proposta di campagna di comunicazione integrata a supporto dell'emissione di BTP, considerata l'impossibilità di realizzare uno spot video in fase di gara, si chiede di confermare la possibilità di inserire all'interno dello storyboard immagini tratte da banca dati, al solo fine illustrativo, per facilitare la comprensione dello stile narrativo e della resa visiva proposta.

### Risposta

Si conferma, ma si ribadisce che la proposta di spot TV di cui al criterio di valutazione 4.3 (Tabella di cui al par. 16.1 del Disciplinare) è da intendersi riferita alla modalità “spot TV girato”. Si rimanda anche alla risposta fornita alla Domanda 3) della I tranche di risposte ai chiarimenti pubblicata in data 18/07/2025.

### 93) Domanda

Riferimento CAPITOLATO TECNICO Par. Oggetto della Gara (pagina 3). Relativamente al materiale che può essere da noi stoccato, trasportato e consegnato si chiede di avere un esempio di tale materiale.

### Risposta

Si rappresenta che la seguente previsione "Eventuali materiali dovranno essere realizzati, stoccati, trasportati e consegnati a carico della Società anche in tranche successive che saranno comunicate" di cui al par. "Oggetto della gara" del Capitolato Tecnico, trattasi di un refuso.

### 94) Domanda

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Par. 1 Dettaglio delle attività (pagina 4). Si chiede di chiarire cosa si intende con "provvedere alla realizzazione di tutti i contenuti/prodotti/servizi di comunicazione e relative declinazioni richiesti per la realizzazione della campagna di comunicazione e anche la realizzazione e fornitura".

### Risposta

Come previsto al par. 1 del Capitolato Tecnico, “[...] l'agenzia affidataria dovrà occuparsi, per ogni campagna di comunicazione, di: [...] • provvedere alla realizzazione di tutti i contenuti/prodotti/servizi di comunicazione e relative declinazioni richiesti per la realizzazione della campagna di comunicazione e anche la realizzazione e fornitura on demand di contenuti/prodotti/servizi di comunicazione ad hoc eventualmente richiesti”. Pertanto, in corso di esecuzione contrattuale, la Committente potrà richiedere sia la realizzazione di intere campagne, che la fornitura di singoli servizi/prodotti come da listino. A tal proposito, si rimanda anche alla risposta fornita alla Domanda 62).

### 95) Domanda

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Par. 1.1 IDEAZIONE DI UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE (PROGETTO CREATIVO) E PRODUZIONE (pagina 5). Si chiede conferma che la pianificazione media verrà definita da voi/dal vostro centro media.

### **Risposta**

L'attività di pianificazione media non è oggetto della presente procedura di gara.

### **96) Domanda**

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Par. 1.1 IDEAZIONE DI UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE (PROGETTO CREATIVO) E PRODUZIONE (pagina 5). Relativamente alla pianificazione media si chiede di averne un esempio sulla base dell'esperienze passate del numero di media/broadcaster utilizzati e relativi formati.

### **Risposta**

A titolo puramente indicativo e non vincolante per la Committente, sulla base delle esperienze pregresse, si può fare riferimento a un piano mezzi articolato come segue:

- 25 uscite su stampa cartacea (formato mezza pagina o un quarto di pagina)
- 5 uscite su stampa online (banner formato 300x250)
- 4 emittenti televisive (spot TV da 30")
- 3 circuiti radiofonici (spot radio da 30" o 15")
- circa 20 adattamenti per affissioni OOH (Out Of Home), da considerarsi a titolo esemplificativo per supporti quali stazioni, centri commerciali, autobus, ecc.

Si precisa che la pianificazione effettiva potrà variare in funzione degli obiettivi specifici della campagna e delle caratteristiche dei target di riferimento.

### **97) Domanda**

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Par. 1.4 PROGETTAZIONE ESECUTIVA, MONITORAGGIO E REPORTISTICA (pagina 7). Relativamente a "ciascuna delle campagne gestite, la Società dovrà presentare preliminarmente un progetto dettagliato" si chiede di avere un esempio di "progetto dettagliato".

### **Risposta**

Si precisa che il "progetto dettagliato" di cui al Capitolato Tecnico attiene alla fase di esecuzione contrattuale e non alla fase di gara. Non è possibile fornire un esempio di "progetto dettagliato", la cui struttura si rimette all'esperienza e professionalità del fornitore, che ne presenterà una proposta – in approvazione alla Committente - in sede di avvio delle attività.

### **98) Domanda**

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Oggetto della Gara (pagina 3). Si chiede conferma che relativamente alle tre campagne a cui fa riferimento il capitolato si intendono le tre "emissioni". Diversamente si chiede conferma che la singola campagna oggetto del capitolato copre una sola "emissione".

### **Risposta**

Posto quanto già risposto alla Domanda 29), a cui si rinvia, si precisa che la previsione di "*realizzazione di almeno 3 importanti campagne di comunicazione integrata*" è puramente indicativa e che "*A titolo esemplificativo e non esaustivo le campagne di comunicazione potranno riguardare: la divulgazione di informazioni riguardanti i titoli di stato dedicati ai piccoli risparmiatori, la divulgazione di informazioni inerenti tematiche fiscali, normative e di finanza pubblica, nonché la diffusione di contenuti informativi relativi a misure previste da provvedimenti del Governo, l'educazione finanziaria.*" (rif. pag. 3 del Capitolato Tecnico)

### **99) Domanda**

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Par. 1.1 IDEAZIONE DI UNA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE (PROGETTO CREATIVO) E PRODUZIONE (pagina 4). Relativamente alle campagne di comunicazione integrata si chiede se è stabilito il target specifico per ciascuna campagna. Diversamente si chiede conferma che la stessa campagna di comunicazione lavora su più target.

### **Risposta**

Per la fase di gara si faccia riferimento a quanto previsto nell'All. CT\_1 - Brief campagna BTP.

Per la fase di esecuzione contrattuale i target saranno definiti in sede di avvio di ciascuno specifico progetto.

#### **100) Domanda**

Riferimento CAPITOLATO TECNICO, Par. 1.4 PROGETTAZIONE ESECUTIVA, MONITORAGGIO E REPORTISTICA (pagina 7). Si chiede conferma che i dati dei risultati delle campagne per misurarne l'efficacia, saranno forniti da voi e noi provvederemo a costruirvi il report e ad estrarne gli insights per una lettura più contestualizzata.

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 33).

#### **101) Domanda**

Riferimento RELAZIONE OFFERTA TECNICA (pagina 1). Si richiede conferma rispetto alla possibilità di presentare un documento di risposta tecnica in formato PPT ed inviarlo in formato PDF, mantenendo i limiti indicati nelle regole di gara.

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 35).

#### **102) Domanda**

Riferimento Schema Conto Economico Commessa (foglio "Conto Economico Commessa"). Si richiede conferma che nella Colonna F "Costo unitario acquisto / produzione" si intende il costo dei costi esterni tra i quali: il costo degli attori, dei diritti, ecc.

#### **Risposta**

Si rimanda alla risposta fornita alla Domanda 61) lett. a).

#### **103) Domanda**

Riferimento Schema Conto Economico Commessa (foglio "Conto Economico Commessa"). Nel caso in cui siano necessarie attività extra rispetto ai "Pacchetti di Campagne di comunicazione" della riga 4 del conto economico, si chiede di confermare che nella Scheda Conto Economico le specifiche relative alle figure professionali sono quelle previste a partire dalla riga 14 e successive.

#### **Risposta**

Si precisa che nel file "All. 06.1 Schema Conto Economico Commessa" è richiesto di compilare inserendo solo costi che attengano alla realizzazione di pacchetti di campagne. Si rimanda inoltre alla risposta fornita alla Domanda 50).

#### **104) Domanda**

Riferimento Schema Conto Economico Commessa (foglio "Conto Economico Commessa"). Relativamente alla medesima campagna si potrà configurare la situazione in cui ci siano entrambe le tipologie di spot? Diversamente si chiede di confermare che la quantità indicativa dei Pacchetti di campagne di comunicazione è pari a cinque, in quanto nel Capitolato Tecnico si menzionano tre campagne.

#### **Risposta**

Si conferma la possibilità, per quanto remota, che vengano richieste entrambe le tipologie di spot TV nell'ambito della medesima campagna.

Si ribadisce quanto già espresso nella risposta fornita alla Domanda 50).

### **105) Domanda**

Riferimento Contratto Condizioni generali, ARTICOLO 8 G DANNI, RESPONSABILITÀ CIVILE E, OVE APPLICABILE, POLIZZA ASSICURATIVA (pagine 7,8). Si richiede conferma, in deroga a quanto previsto, della possibilità di soddisfare quanto riportato con una polizza di RC Generale, con un massimale unico ed aggregato, ma in linea con il volume d'affari dell'opportunità.

### **Risposta**

Si conferma che è possibile soddisfare quanto riportato con una polizza di RC Generale, con un massimale unico ed aggregato, in linea con il volume d'affari dell'opportunità. Fermo il resto.

### **106) Domanda**

Riferimento Contratto Condizioni generali, ARTICOLO 8 G DANNI, RESPONSABILITÀ CIVILE E, OVE APPLICABILE, POLIZZA ASSICURATIVA (pagine 7,8). Si chiede conferma, in deroga a quanto previsto dalla documentazione di gara, della possibilità di presentare solamente certificati di copertura emessi dalla compagnia assicuratrice, come evidenza del possesso di idonee polizze e testimonianza dell'avvenuto pagamento del premio.

### **Risposta**

Si conferma, purché contenenti tutte le clausole indicate nel par. 22.3 del Disciplinare di gara e nell'allegato 12.

### **107) Domanda**

Riferimento Contratto Condizioni generali, ARTICOLO 8 G DANNI, RESPONSABILITÀ CIVILE E, OVE APPLICABILE, POLIZZA ASSICURATIVA (pagine 7,8). Si chiede conferma, in caso di partecipazione di Raggruppamento di imprese/RTI, della possibilità che la polizza assicurativa possa essere stipulata esclusivamente dalla Mandataria, in nome e per conto dei membri del raggruppamento, nonché a tutela dei singoli membri.

### **Risposta**

Come previsto dal par. 22.1 del Disciplinare di gara, la polizza assicurativa, deve essere presentata *“in caso di RTI o di Consorzi ordinari, su mandato irrevocabile, dall'impresa mandataria in nome e per conto di tutte le imprese raggruppate fermo restando la responsabilità solidale tra le imprese”*.

### **108) Domanda**

Riferimento Disciplinare (pagina 36). Relativamente al monitoraggio e reportistica, descritte sia nel disciplinare che nel Capitolato Tecnico (pagina 7) non viene esplicitata la macro-voce di listino per la quantificazione e stima delle diverse attività. Si chiede di indicare quale “macro-voci di listino” identifica le attività di monitoraggio e reportistica.

### **Risposta**

Non sono previste né voci né macro-voci di listino per l'attività di monitoraggio e reportistica, da intendersi sottesa alla gestione dei progetti affidati di volta in volta e il cui costo è da intendersi ricompreso nei prezzi offerti in listino.

### **109) Domanda**

Buongiorno, vorremo partecipare come RTI e un operatore economico in avvalimento. Nel DGUE i due operatori economici in RTI in quale sezione devono indicare il terzo operatore economico in avvalimento? Servono altre documentazioni a supporto da parte delle RTI?

### **Risposta**

Si rappresenta che nell'ambito del DGUE c'è un'apposita sezione sull'avvalimento che ciascun operatore del raggruppamento che intende utilizzare tale strumento, dovrà valorizzare. Come indicato al par. 13.2 del Disciplinare di gara, *“La “Response xml” del DGUE deve essere sottoscritta con una firma digitale che consenta di conservarne il formato XML, ad es. con la firma CADES (con estensione .p7m), dal legale*

*rappresentante dell'impresa o da altro soggetto individuato al precedente paragrafo 15.1 e presentata: [...] da tutti gli operatori economici che partecipano alla procedura in raggruppamenti temporanei, consorzi ordinari, GEIE e compilato in tutte le Sezioni pertinenti; [...] dall'impresa ausiliaria e compilato nelle parti pertinenti relative: i) nel caso di avvalimento per soddisfare i requisiti partecipazione: Parte II, Sezioni A, B; Parte III, Sezioni A, B, C e D; Parte IV, in relazione ai requisiti oggetto di avvalimento; Parte VI; ii) nel caso di avvalimento per migliorare l'offerta: Parte II, Sezioni A, B; Parte III, Sezioni A, B, C e D; Parte VI".*

*Inoltre, nel medesimo paragrafo è indicato quanto segue: "[...] In caso di ricorso all'avvalimento si richiede la compilazione della sezione C. Solo nel caso di avvalimento per soddisfare i requisiti partecipazione: il concorrente dovrà compilare le informazioni di cui alle lettere a), b) e c). Nel caso di avvalimento per migliorare l'offerta: il concorrente dovrà compilare solo la lettera a) e specificare nella domanda di partecipazioni che si tratta di avvalimento per migliorare l'offerta senza, tuttavia, indicare i requisiti tecnici migliorativi che mette a disposizione. Il concorrente allega, inoltre, l'ulteriore documentazione indicata nel presente Disciplinare".*

Per l'ulteriore documentazione che dovrà produrre il RTI si rimanda a quanto puntualmente previsto nel Disciplinare di gara e suoi allegati.

Divisione Sourcing Sanità, Beni e Servizi

Il Responsabile

(Dott. Guido Gastaldon)