

PROCEDURA PER L'INDIVIDUAZIONE DI UNA SOCIETA' A CUI AFFIDARE L'ATTIVITA' DI IDEAZIONE, PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DI INFORMAZIONE SUL SETTORE RISICOLO - CIG. 5883726C48

1. DOMANDA in relazione agli allegati da produrre per il mod. 2, per scelta e per qualità del servizio ricevuto, la nostra società opera da oltre 25 anni avvalendosi di un unico e medesimo fornitore in relazione ai servizi bancari e finanziari.

E' causa di esclusione produrre quanto richiesto da un solo Istituto bancario che evidenzi anche la continuità del rapporto, anzichè da due come specificato a pag 9 del mod. 2?

RISPOSTA : In riferimento a quanto richiesto, ai sensi del comma 3 dell'art. 41 del D.Lgs. 163/2006 e s.m.i. l'operatore economico impossibilitato a presentare la seconda referenza bancaria, dovrà specificare le motivazioni della mancata produzione e produrre, in alternativa, documentazione atta a dimostrare, ai sensi del comma 1 della richiamata disposizione di legge, la propria capacità economica e finanziaria.

2. DOMANDA: prevedete di realizzare una campagna pubblicitaria costituita, oltre che da logo/claim, anche da visual? Nel capitolato non vengono citati mezzi tradizionali. Se sì, quali mezzi prevedete? I costi di acquisto e pianificazione sarebbero a vostra cura e dunque non inclusi nel presente bando di gara?

RISPOSTA Premesso che la campagna in oggetto dovrà avere carattere informativo, potranno comunque essere utilizzati visual laddove sia opportuno.

I mezzi tradizionali possono essere gli ulteriori canali su cui il soggetto partecipante alla gara può fare proposte progettuali fermo restando che, in caso di aggiudicazione, la realizzazione delle iniziative attraverso i suddetti mezzi, compresi tutti i costi richiesti a tal fine (gestione, acquisto e pianificazione...), saranno a carico del soggetto aggiudicatario.

3. DOMANDA: Quale sarà il periodo di espletamento della campagna di comunicazione?

RISPOSTA: Presumibilmente la campagna dovrà iniziare entro il 2014 e concludersi nei successivi 12 mesi.

4. DOMANDA: a pag 14 del capitolato, nell'elenco del punto B, si parla di "eventuale acquisto di spazi web": nell'offerta economica va inclusa questa attività oppure no?

RISPOSTA: L'offerta economica del soggetto partecipante alla gara dovrà tener conto di tutti i costi da sostenere per la realizzazione del progetto di campagna presentato, ivi compreso l'acquisto degli spazi web se previsti.

5. DOMANDA: a pag. 3 del capitolato, si dice "eventualmente capitalizzare i contenuti già prodotti e i materiali esistenti per la promozione del settore (ad es. filmati, ricettari)": è possibile avere indicazione e visionare quanto già prodotto ed esistente?

RISPOSTA: L'eventuale individuazione e analisi dei contenuti già prodotti per la promozione del settore risicolo sono a cura del soggetto partecipante alla gara, così come anche la scelta delle modalità attraverso le quali, eventualmente, capitalizzare i prodotti di comunicazione e promozione del settore, già realizzati a livello istituzionale.

6. DOMANDA: A pag. 5 del Capitolato richiedete all'aggiudicatario una gestione delle attività sui new media 'per tutta la durata della campagna e fino a due mesi dopo il termine'.

Si chiede di chiarire se la gestione di tali canali deve proseguire nei due mesi successivi ai 12 mesi di durata contrattuale.

RISPOSTA: Il soggetto aggiudicatario della gara dovrà garantire la gestione delle attività sui new media per tutta la durata della campagna e cioè 12 mesi a partire dalla data di contrattualizzazione e per i due mesi successivi.

7. DOMANDA: A pag. 6 del capitolato in sede di presentazione di offerta, si chiede all'offerente di fornire 'due proposte di logo-marchio di campagna in bozzetto, con claim, pay off e head line e relative proposte di declinazione grafica dell'immagine coordinata'.

Si chiede di precisare cosa si intende per 'bozzetto'. E' possibile presentare degli allegati all'offerta tecnica?

RISPOSTA: Le proposte descrittive del logomarchio di campagna dei partecipanti alla gara, devono essere corredate dalle relative rappresentazioni grafiche che potranno essere allegate all'offerta tecnica.

8. DOMANDA: A pag. 3 del capitolato, tra i vari canali, parlate di Mobile Internet Device. Si chiede di chiarire cosa si intende per Mobile Internet Device.

RISPOSTA: I Mobile Internet Device cui si fa riferimento sono i supporti mobili più diffusi per la navigazione su internet con configurazioni disponibili ad es. smartphone e tablet con sistema operativo android, windows mobile e i.O.s.

9. DOMANDA: A pag. 5 del capitolato è richiesta la 'predisposizione di piattaforme informatiche per gestire il download di app'. Cosa si intende esattamente per 'piattaforme informatiche'?

RISPOSTA: Il soggetto aggiudicatario dovrà garantire e curare la pubblicazione di eventuali app su repository autorizzato, in caso invece di progettazione di sito web responsive dovrà garantire la gestione oltre alla realizzazione dello stesso.

10. DOMANDA: Nella tabella relativa ai criteri di assegnazione dei punteggi delle offerte presentate dai concorrenti (pp. 20 e 21 del capitolato) sembra esserci un'incongruenza tra i valori dei punteggi massimi relativi a ciascun criterio, la cui sommatoria corrisponde al valore complessivo del progetto (60 pt), e i valori dei sub-punteggi, la cui sommatoria supera il valore complessivo del progetto e non corrisponde al valore dei punteggi massimi. E' possibile avere chiarezza in merito?

RISPOSTA: Non si ravvisano le incongruenze segnalate. E' probabile che l'impaginazione della tabella nel documento (a cavallo delle pagine 20 e 21) abbia fatto incorrere in errore. Si ribadisce, infatti, che:

- Per il criterio denominato "contenuti e merito tecnico del progetto" sono a disposizione complessivi **35 punti** (sub criteri: innovatività del progetto max 15 punti; completezza, adeguatezza etc della proposta di gestione max 15 punti; qualità ed efficacia degli strumenti individuati max 5 punti);
- Per il criterio denominato "Potenziale efficacia della campagna" sono a disposizione complessivi **25 punti** (sub criteri: numero dei canali proposti etc max. 10 punti; Progetto grafico max. 7 punti; Lancio e Promozione della campagna max. 8 punti);

- **Prezzo complessivo del progetto offerto: 40 punti**

11. DOMANDA: A pag.3 si fa riferimento a materiali e filmati già prodotti che eventualmente possono essere adattati al fine di capitalizzarne il contenuto – dove sono reperibili?

RISPOSTA: Si rimanda alla risposta fornita per il quesito n. 5.

12. DOMANDA: A pag. 4 si chiede di sviluppare il logo marchio di campagna con pay off, headline e claim – cosa si intende?

RISPOSTA: La campagna dovrà avere un suo riconoscimento e visibilità attraverso elementi di comunicazione in grado di raggiungere efficacemente i target obiettivo della proposta progettuale presentata.

13. DOMANDA: A pag. 4 si fa riferimento alla necessità di sviluppare 5 filmati collegati ad aree vocate alla produzione del riso – quali sono queste aree?

RISPOSTA: La specifica relativa alle aree geografiche votate alla produzione del riso potrà essere fornita a seguito di aggiudicazione.

14. DOMANDA: Lo storyboard che viene richiesto nell’offerta tecnica in base a cosa deve essere sviluppato?

RISPOSTA: Lo storyboard cui il capitolato fa riferimento è il canovaccio sulla base del quale dovranno essere sviluppati i 5 video relativi ciascuno ad una specifica area geografica di produzione. Tale storyboard dovrà tenere conto degli obiettivi e dei target della campagna.

Il Responsabile della Procedura

Dr.ssa Maria Chiara Zaganelli