

**NORME DI GARA PER L'AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA E ATTIVITÀ DI PR, INTEGRATE E FINALIZZATE ALLA PROMOZIONE DELL'IMMAGINE UNITARIA DEL COMUNE DI CERVIA E DELLA SUA OFFERTA TURISTICA, NEI MERCATI TURISTICI ITALIANI E STRANIERI – CIG: 66091234D5.**

**CHIARIMENTO N. 1**

Il modello di offerta economica riporta per mero errore materiale la seguente base d'asta: "€ 532.78689 per un totale di 650.000,00. L'importo corretto è quello citato nel capitolato e nelle norme di gara. Viene pubblicato in data odierna un modello di offerta corretto in tal senso.

**CHIARIMENTO N. 2**

In relazione alla commissione si chiarisce quanto segue:

La commissione è un importo fisso da corrispondere all'aggiudicataria che si calcola come segue: ad esempio, con una commissione del 12% (percentuale massima della commissione) sulla base d'asta annua di € 150.000,00 IVA inclusa, il valore della commissione sarà pari a € 18.000,00 IVA inclusa, pertanto l'importo spendibile per le attività sarà pari a € 132.000,00 IVA inclusa.

La commissione verrà fatturata trimestralmente in quota parte commisurata all'importo fisso risultante dalla percentuale offerta in sede di gara (nel caso di commissione offerta pari al 12%, la fattura trimestrale sarà pari a Euro 4.500,00 IVA inclusa).

**CHIARIMENTO N. 3**

In relazione alla previsione del capitolato (art. 9 – pag. 2 del bando): *“La parte di budget dedicato alle attività dell'Ufficio Stampa/PR non può essere inferiore al 40% del budget totale annuo. La parte di budget dedicato alle azioni sui mercati esteri non può essere inferiore al 60% del budget totale annuo”, si specifica quanto segue:*

Composizione del budget annuo pari a Euro 150.000,00 IVA inclusa:

- (% fissa per la commissione con un massimo del 12% IVA inclusa da corrispondere all'impresa aggiudicataria);
- il budget annuo restante (importo da allocare da parte dell'impresa aggiudicataria) deve essere speso per l'attività principale di Media planning & buying, salvaguardando per l'attività di Ufficio Stampa/PR almeno il 40% del budget; del budget dedicato alle precitate due attività almeno il 60% deve essere dedicato ai mercati esteri e la % restante al mercato Italia.

A mero titolo esemplificativo nel budget annuo restante sono ricompresi i costi vivi collaterali quali:

- catering/location per incontri con la stampa e/o viaggi e spostamenti, ecc....;

Si rimanda ai quesiti che seguono per altri esempi di costi vivi.

**CHIARIMENTO N. 4**

Il logo è stato pubblicato in data 23/03/2015.

Il logo non è accompagnato da claim.

**CHIARIMENTO N. 5**

Si chiarisce come indicato nell'articolo 10 del capitolato che il contratto avrà durata dalla data di stipula e fino al 31/12/2018.

Il budget disponibile per il 2016 sarà comunque pari a Euro 150.000,00.

## **CHIARIMENTO N. 6**

In relazione all'art. 3 e 5 del capitolato speciale si specifica che il proponente dovrà elaborare la proposta avendo come riferimento tutti i paesi target esplicitati nei suddetti articoli, sviluppando però la proposta verso quelli ritenuti strategicamente più rilevanti, motivando tale scelta.

## **QUESITI**

### **Quesito n. 1**

All'articolo 9 del Capitolato si afferma che la parte di budget dedicato alle attività dell'Ufficio Stampa / PR non può essere inferiore al 40% del budget totale annuo e che la parte dedicata alle azioni sui mercati esteri non può essere inferiore al 60% del budget totale annuo. Se già con queste due attività si raggiunge il 100% del budget annuo, si chiede di chiarire come possano essere remunerate le seguenti attività:

- a. Ideazione della strategia di comunicazione
- b. Media planning & buying per il mercato nazionale
- c. Coordinamento generale e accounting

### **Risposta n. 1**

Per l'attività di Media planning & buying **si rinvia al chiarimento n. 3.**

Solo le attività di cui alle lettere a) e c) sono remunerate all'interno della commissione.

### **Quesito n. 2**

Sulla base di quanto richiesto all'art. 2 del Capitolato, ossia che il servizio dovrà comporsi di attività da svolgersi nei mercati target nazionali e esteri, si richiede se i messaggi promozionali da produrre nell'ambito della strategia di comunicazione, dovranno essere presentati solo in lingua italiana o anche in altre lingue?

### **Risposta n. 2**

L'offerta tecnica deve essere presentata in lingua italiana.

Nel caso di aggiudicazione ogni campagna/azione proposta dovrà essere tradotta nella lingua del paese di riferimento.

### **Quesito n. 3**

Non vi è necessità di presentare alcuna richiesta di partecipazione, o manifestazione di interesse precedentemente alla consegna del progetto stesso?

### **Risposta n. 3**

No, si veda documentazione richiesta per la partecipazione prevista dalle norme di gara.

### **Quesito n. 4**

a) Desideriamo sapere se il Comune di Cervia può offrire spazi pubblicitari gratuiti nel proprio territorio e se fruisce di convenzioni o altri trattamenti di favore presso altri Comuni?

b) Il Comune di Cervia può garantire ospitalità alla stampa in caso di press trip?

c) Il Comune di Cervia partecipa di prassi a fiere o eventi turistici istituzionali? Quali?

### **Risposta n. 4**

a) Sì, il Comune di Cervia può offrire spazi pubblicitari gratuiti nel proprio territorio; non fruisce di convenzioni o altri trattamenti di favore presso altri Comuni;

b) No;

c) Le fiere e gli eventi promozionali previsti per l'anno 2016 sono indicativamente quelli previsti **nell'allegato 1.**

### **Quesito n. 5**

La proposta creativa fino a che punto deve ritenersi definitiva? Dobbiamo presentare un concept creativo con relativi visual e claim, o sono richiesti uno o più lay out definitivi?

### **Risposta n. 5**

La proposta deve essere formulata in modo comprensibile così da poter essere valutata dalla commissione; il grado di definizione della proposta rimane nella discrezionalità dell'operatore economico concorrente.

**Quesito n. 6**

Le eventuali immagini devono rientrare nel formato A4 e nelle 30 pagine indicate come massimo?

**Risposta n. 6**

Le immagini sono escluse dal conteggio delle 30 pagine dell'offerta tecnica e possono essere presentate in altri formati.

**Quesito n. 7**

Tra i requisiti nell'allegato 1 "istanza di ammissione alla gara e dichiarazione sostitutiva unica" al punto 7 è richiesto di aver svolto nell'ultimo triennio servizi analoghi per un importo complessivo non inferiore a complessivi 300.000 iva esclusa. Questo importo è relativo al nostro fatturato come fornitore di servizio (da certificare con relative fatture emesse) oppure può essere inteso anche come importo investito dal cliente e da noi gestito?

**Risposta n. 7**

Può essere inteso anche come importo investito dal cliente e gestito dall'impresa, comunque da provare attraverso idonea documentazione.

**Quesito n. 8**

A quanto ammonteranno all'incirca le spese contrattuali in caso aggiudicazione?

**Risposta n. 8**

Il contratto verrà stipulato in forma di scrittura privata pertanto non ci saranno costi relativi a diritti di segreteria o di imposta di registro. I costi riguardano l'imposta di bollo da assolvere in relazione al contratto ad ai suoi allegati (capitolato, offerta tecnica ed economica).

**Quesito n. 9**

Sono richiesti requisiti minimi per il team di lavoro ed eventualmente sono da documentare?

**Risposta n. 9**

Non sono richiesti requisiti minimi, l'esperienza dei componenti il gruppo di lavoro è comunque da documentare attraverso i curricula dei soggetti facenti parte della struttura organizzativa proposta.

**Quesito n. 10**

Oltre all'allegato "linee programmatiche" è possibile avere un ulteriore brief/documentazione in cui compaiono in modo più dettagliato le vostre richieste di servizio? In modo da formulare al meglio la nostra offerta tecnica.

**Risposta n. 10**

Non verrà messa a disposizione altra documentazione (salvo quanto pubblicato in relazione al chiarimento n. 4 e in risposta al quesito n. 4).

**Quesito n. 11**

Oltre ad un progetto strategico di comunicazione, per quanto riguarda la parte creativa ci sono dei criteri minimi per presentare il materiale oppure è a nostro carico la scelta della modalità? Esempio punto 1b) del bando di gara?

**Risposta n. 11**

È a carico del concorrente la scelta delle modalità.

**Quesito n. 12**

Che tipo di documentazione è richiesta al momento del consuntivo?

**Risposta n. 12**

Si rimanda all'articolo 11 del capitolato.

**Quesito n. 13**

- Voce "consulenza e organizzazione di conferenze stampa su base nazionale":

a) quante conferenze organizzate in media in un anno?

b) sono organizzate a Cervia o in posti strategici come Milano, Torino?

c) i costi relativi al noleggio della location dove si svolgerà la conferenza, i costi relativi alla produzione dei press kit e le spese relative alla trasferta dell'addetto stampa dell'agenzia vincitrice vanno scalati dall'importo dedicato a base d'asta?

**Risposta n. 13**

a) – b):

Locali : 27

Nazionali: 1 Milano

Estero: 1 Stoccarda

c) Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

**Quesito n. 14**

- Voce "attività di coinvolgimento di rappresentanti media in occasione di fiere e roadshow etc sia nazionali che esteri":

- le spese relative alla trasferta dell'addetto stampa dell'agenzia vincitrice vanno scalati dall'importo dedicato a base d'asta?

**Risposta n. 14**

Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

**Quesito n. 15**

- Voce "organizzazione di press tour e social event":

a) questo genere di attività prevedono il coinvolgimento di giornalisti provenienti da vari paesi europei, i costi relativi al viaggio, al soggiorno e alla loro permanenza vanno comunque scalati dall'importo a base d'asta;

b) sono previsti dei rimborsi a parte o sono previste delle gratuità in base ad accordi presi dal Comune con compagnie aeree, alberghi, società di noleggio, ristoratori etc?

c) costi relativi alla permanenza durante i press tour del personale dell'agenzia vincitrice sono sempre da scalare dall'importo a base d'asta?

**Risposta n. 15**

a) Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

b) No;

c) Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

**Quesito n. 16**

Qual è il web site a cui fare riferimento nelle campagne di comunicazione? E' [www.cerviaturismo.it](http://www.cerviaturismo.it)? Il sito cambierà o è quello che vediamo ora on line?

**Risposta n. 16**

Il sito è [www.turismo.comunecervia.it](http://www.turismo.comunecervia.it)

**Quesito n. 17**

Al bando sono ammesse ditte individuali?

**Risposta n. 17**

Sì, come previsto nelle norme di gara sono ammessi a partecipare alla gara i soggetti di cui agli artt. 34 D.Lgs 163/2006 ed i raggruppamenti temporanei di concorrenti e di consorzi ordinari non ancora costituiti ai sensi dell'art. 37 D.Lgs 163/2006, in possesso dei requisiti previsti nella dichiarazione sostitutiva unica allegata alle norme di gara.

**Quesito n. 18**

Per cartella si intende un ingombro standard ovvero di 30 righe per 60 battute spazi inclusi?

**Risposta n. 18**

Si rimanda a quanto previsto nelle norme di gara.

**Quesito n. 19**

Che tipo di materiali devono essere presentati per la linea grafica (ad esempio: strumenti di immagine coordinata, campagne adv, materiali btl?)

**Risposta n. 19**

È a carico del concorrente la scelta delle modalità.

**Quesito n. 20**

I bozzetti grafici devono essere inseriti nelle 30 pag o possono essere consegnate delle tavole allegate per valorizzare il lavoro?

**Risposta n. 20**

Le tavole grafiche sono escluse dal conteggio delle 30 pagine relative alla formulazione del progetto di comunicazione.

**Quesito n. 21**

Deve essere presentato il curriculum delle aziende in ATI? in che forma? dove va inserito?

**Risposta n. 21**

Deve essere presentato il curriculum dei componenti il gruppo di lavoro in formato europeo, inserito nella busta relativa all'offerta tecnica (i curricula sono escluse dal conteggio delle 30 pagine relative alla formulazione del progetto di comunicazione).

**Quesito n. 22**

Nel bando si parla di tv e radio. Se eventualmente dovessero entrare nel media plan, la produzione di video e comunicati radio è compresa nel budget?

**Risposta n. 22**

Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

**Quesito n. 23**

Nell'istanza di ammissione alla gara e dichiarazione sostitutiva unica si chiede al punto 7 di aver svolto "servizi analoghi per tipologia a quelli richiesti nel presente appalto presso amministrazioni/Enti pubblici o privati" questi servizi si riferiscono ai "servizi di progettazione e realizzazione di campagne di comunicazione, attività di ufficio stampa e attività di PR, integrate e finalizzate alla promozione dell'immagine" in generale o devono avere specifica attinenza alla promozione turistica?

**Risposta n. 23**

I servizi analoghi devono avere specifica attinenza alla promozione turistica.

**Quesito n. 24**

È a disposizione un Form per la scrittura del progetto oppure possiamo utilizzare uno schema interno che riprenda i titoli dei subcriteri dell'offerta tecnica?

**Risposta n. 24**

Si può utilizzare uno schema interno che riprenda i titoli dei subcriteri dell'offerta tecnica.

**Quesito n. 25**

Nella proposta tecnica, nel cronoprogramma o in altra documentazione devono essere indicati i valori economici dei vari servizi e/o attività proposti?

**Risposta n. 25**

No.

**Quesito n. 26**

Avendo un nostro ufficio stampa interno, molte della attività che verranno proposte saranno svolte dal nostro personale. In questo caso come dovranno essere giustificati gli importi delle attività svolte?

**Risposta n. 26**

Dovranno essere documentati i costi dell'impresa a seconda dell'azione realizzata, a prescindere dalla circostanza che siano costi interni o costi derivanti da prestazioni rese da soggetti esterni all'impresa.

**Quesito n. 27**

Per quanto riguarda la rassegna stampa, il costo dell'Eco della Stampa, va considerato a budget o il Vostro Ufficio Stampa ha già un contratto di abbonamento che è possibile utilizzare?

**Risposta n. 27**

Il nostro Ufficio stampa non ha contratti di abbonamento.

**Quesito n. 28**

PAG. 2 PUNTO 1b) DELLA STRATEGIA COMPLESSIVA indicate: [...]Sarà valutata la creatività nell'ideazione di varie linee grafiche coordinate, destinate a facilitare la comprensione e la lettura dei messaggi promozionali. Appeal dell'impatto visivo, utilizzo di tecnologie avanzate applicate alla comunicazione; comprovata capacità di realizzare campagne informative servendosi di tutti i più recenti ritrovati tecnologici largamente diffusi (web, televisione, riproduzione digitale di suoni e di immagini, radio, ecc.). Questo significa che nelle 30 cartelle da voi indicate dovrà essere compresa anche una proposta creativa del progetto oppure sarà sufficiente indicare il posizionamento della campagna di comunicazione spiegandone le linee grafiche, senza la presenza di immagini?

**Risposta n. 28**

La proposta deve essere formulata in modo comprensibile così da poter essere valutata dalla commissione; il grado di definizione della proposta rimane nella discrezionalità dell'operatore economico concorrente. Le tavole grafiche sono escluse dal conteggio delle 30 pagine del progetto di comunicazione.

**Quesito n. 29**

PAG. 11 PUNTO B) OFFERTA TECNICA indicante: [...] deve contenere a pena di esclusione: un progetto di comunicazione sottoscritto dal concorrente/legale rappresentante distinto in paragrafi corrispondenti ai sub-criteri di valutazione sotto specificati e redatto rispettando il limite complessivo massimo di 30 cartelle formato A4, carattere arial 11, interlinea 1,5. Mi sapreste indicare il numero di battute ammesse per ciascuna cartella?

**Risposta n. 29**

Si rimanda alle norme di gara.

**Quesito n. 30**

PAG. 11 PUNTO C) OFFERTA ECONOMICA indicante: [...] L'offerta economica dovrà contenere altresì la specificazione dei costi della sicurezza aziendale di cui all'articolo 87, 4 comma, del Decreto Legislativo n.163/2006. Confermate che per specificazione dei costi della sicurezza aziendale intendete i costi relativi ai corsi di formazione del personale relativi a Pronto Soccorso, Antincendio, ecc?

**Risposta n. 30**



COMUNE DI  
**CERVIA**

**CENTRALE UNICA DI COMMITTENZA**  
**CUC – COMUNI DI CERVIA, CESENATICO E RUSSI**

Codice AUSA: 0000546088

C.F.: CFAVCP-0000EF2

Sede: Piazza G. Garibaldi, 1 - 48015 Cervia (RA)

Tel. 0544.979.324

E-mail: serv-contratti@comunecervia.it

PEC: comune.cervia@legalmail.it

SITO WEB: www.comunecervia.it

Per costi della sicurezza di cui all'articolo 87, 4 comma, del Decreto Legislativo n.163/2006 si intendono i costi per la sicurezza specifici propri dell'impresa, che prescindono dalle condizioni del singolo appalto; si tratta dei costi del Documento di Valutazione del Rischio (DVR) disciplinati all'art. 26, comma 3, quinto periodo e comma 6, del D.Lgs. 81/08, nonché dagli artt. 86, comma 3bis1, e 87, comma 42, secondo periodo del D.Lgs. 163/06.

Per il calcolo degli oneri di sicurezza connessi con l'attività d'impresa si devono considerare le spese sostenute dalla società per adeguarsi agli obblighi di legge, contenuti prevalentemente nel d.lgs. 9 aprile 2008, n. 81, tra i quali a mero titolo esemplificativo si indicano le seguenti: sistema di gestione della sicurezza aziendale, servizio di prevenzione e protezione, rappresentante dei lavoratori della sicurezza, medico competente, addetti alla gestione delle emergenze e al primo soccorso, assicurazioni sugli infortuni e sulle malattie professionali, gestione della documentazione obbligatoria, Dispositivi di Sicurezza Individuale e dotazioni varie, ecc.

**Quesito n. 31**

Per servizi analoghi si intende la realizzazione di campagne, unita alla pianificazione media e alla comunicazione istituzionale per aziende clienti?

**Risposta n. 31**

Sì.

X:\Affari\_G\Contr-Delibere\2016\Gare\APPALTO SERVIZI\Gara Comunicazione\Atti Di Gara\Norme Di Gara.Doc