



*Autorità Garante  
della Concorrenza e del Mercato*

**NEGOZIAZIONE ASP N. 2556970 - PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI REALIZZAZIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER L’AUTORITA’ – GARA N. 7751549 - CIG 82869195E4**

**CHIARIMENTI – AVVISO 4**

- 1) **Domanda:** È possibile avere gli step della guida (procedura di segnalazione) in modo tale da impostare il tutorial? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 1e).  
**Risposta:** Gli step della guida sono disponibili sull’homepage del sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it).
- 2) **Domanda:** È possibile avere un vademecum a cui attingere per delineare i messaggi dei loro servizi e le possibili clausole legali? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 1e).  
**Risposta:** Non esiste un vademecum generale, è possibile reperire vademecum di settore sul sito AGCM- Pubblicazioni- Vademecum.
- 3) **Domanda:** È possibile avere i materiali relativi alla brand identity e delle brand guidelines? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 1e)  
**Risposta:** Per quanto concerne la brand identity, non è disponibile materiale da fornire, ma è possibile reperire sul sito AGCM indicazioni utili al riguardo. Non esistono brand guidelines.
- 4) **Domanda:** La comunicazione dovrà avere un unico format per messaggio istituzionale e specifici? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 1e)  
**Risposta:** L’art. 3- punto 1e riguarda la produzione di un video tutorial esemplificativo per la guida alla compilazione del modulo “segnala online”. Non si comprende la domanda sul format avremmo bisogno di maggiori specificazioni sul punto.
- 5) **Domanda:** Chi gestisce il contatto con le scuole? Chi si occupa di scegliere e coinvolgere le scuole? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 2). Chi avrà la responsabilità di invitare gli studenti per la partecipazione agli eventi? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 2)  
**Risposta:** Sarà l’AGCM a gestire il contatto con le scuole, a scegliere e coinvolgere le scuole, ad invitare gli studenti per la partecipazione agli eventi.
- 6) **Domanda:** Chi gestisce il contatto con le camere di commercio per gli incontri con PMI? Chi si occupa di coinvolgere le PMI? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 3) Chi avrà la responsabilità di invitare gli imprenditori per la partecipazione agli eventi? (Capitolato tecnico - ART 3 - punto 3)  
**Risposta:** Sarà l’AGCM a gestire il contatto con le camere di commercio per gli incontri con PMI, a coinvolgere le PMI e ad invitare gli imprenditori per la partecipazione agli eventi.
- 7) **Domanda:** Il budget delle conferenze di apertura e chiusura delle attività sono all’interno del budget indicato o è da considerare attività e budget on top? (Capitolato tecnico - ART 3).  
**Risposta:** No, sono da considerarsi all’interno del budget indicato.
- 8) **Domanda:** Nel progetto di Crisis management dovrà essere indicato solo il flusso di

procedura e le eventuali aree di crisi? (Disciplinare di gara – cap 14 – punto G).

**Risposta:** Come indicato nel disciplinare di gara art.4 punto 4.1 “La Società dovrà sostenere l’Autorità sia nella fase di prevenzione che di gestione dell’emergenza per ripristinare il rapporto di fiducia dell’utenza nei confronti della stessa.

La Società dovrà presentare un progetto in cui:

1. Identificare potenziali aree/scenari di crisi relativi all’Autorità, all’organizzazione delle varie attività e a comportamenti degli attori della rete e indicare le eventuali strategie da attivare.
2. Identificare eventuali strategie e procedure da attivare anche per eventi/situazioni non previste né prevedibili che possano incorrere durante lo svolgimento delle attività di comunicazione”.

**9) Domanda:** Nel Capitolato di gara, art.3, pag.4, sub b), si precisa che i sette messaggi pubblicitari sono da diffondere tramite televisione, radio e web. A pag. 7, sub 5) si richiede che la campagna sia pianificata anche su stampa e OOH. La nostra interpretazione è che la campagna multisoggetto sia da pianificare solo su tv, radio e web, mentre per la stampa e l’OOH sia da prevedersi un unico messaggio generalista. Confermate che la nostra interpretazione è corretta?

**Risposta:** Sì, si conferma che è corretta

**10) Domanda:** Nel Capitolato di gara, art.3, sono richiesti, sia incontri-lezione per gli studenti, che incontri-formazione per le PMI. Vorremmo sapere se i contenuti didattici e i docenti saranno forniti dall’Autorità o sono da intendersi a carico dell’aggiudicatario.

**Risposta:** Sia i contenuti didattici che i docenti saranno di competenza dell’Autorità.

**11) Domanda:** Nel Capitolato di gara, art.4.2, pag.10, si richiede di “effettuare, entro due settimane dall’avvio del contratto, un’analisi delle conversazioni online”. Considerato che l’obiettivo di questa azione è “verificare la reputation e il sentiment che viene generato dalla campagna”, ci chiediamo se tale rilevazione debba farsi entro 2 settimane dall’avvio della campagna e non del contratto.

**Risposta:** Deve essere fatta a due settimane dall’avvio del contratto, per avere la reputation e il sentiment "di partenza", quindi a campagna offline.

**12) Domanda:** Nel Capitolato di gara, art.4.2, pag.10 si richiedono 2 report semestrali e 2 report annuali. Considerando che il contratto avrà la durata di 16 mesi e la campagna dovrebbe partire presumibilmente a settembre 2020 e concludersi a settembre 2021 (un anno), ci chiediamo quanti report effettivamente si debbano presentare nel corso del contratto e in quali periodi dell’anno.

**Risposta:** Al punto del Capitolato di gara indicato nella domanda si chiede di realizzare per l’intera durata del contratto: 4 report trimestrali per anno, 2 report semestrali per anno, 2 report annuali e 1 report finale sulla campagna effettuata. La durata di 16 mesi è una stima presuntiva che verrà compiutamente definita in fase di stipula del contratto, è ovvio che se il contratto avrà una durata inferiore ai 24 mesi, il report annuale sarà soltanto uno, i report semestrali saranno inferiori a quattro, tutto verrà commisurato all’effettiva durata del contratto.

I periodi dell’anno dipenderanno dall’effettiva decorrenza del contratto, da quella data si calcolerà il trimestre, il semestre e l’anno.

**13) Domanda:** Vorremmo avere chiarimenti in merito alla tempistica fornita dalla Stazione Appaltante nell’art.4.5 del Capitolato di gara. Da quanto indicato nell’art. 1 del Capitolato, infatti, si presume che il contratto debba essere firmato nel mese di giugno. Pertanto, secondo quanto riportato nell’art.4.5 “Tempi di esecuzione” (entro 2 settimane fornitura layout grafici e versione definitiva spot), al massimo entro la seconda settimana di luglio l’Autorità si aspetta di ricevere tutti i materiali definitivi per l’avvio della campagna. Tuttavia, da quanto riportato nell’art.4 del Capitolato “Tempistica”, la

campagna dovrebbe cominciare a settembre, cioè un mese e mezzo dopo la realizzazione di tutti gli strumenti di comunicazione. Ci chiediamo se l'avvio del contratto a giugno debba considerarsi un refuso, altrimenti chiediamo gentilmente di chiarire i tempi di esecuzione per poter fornire un timing delle attività coerente con le attese dell'Autorità.

**Risposta:** Sì, si conferma che si tratta di un refuso.

**14) Domanda:** A pagina 33/49 del disciplinare di gara viene indicato il volume massimo della relazione tecnica, non superiore a 50 pagine, ma non vengono indicati altri strumenti o piattaforme per fare pervenire ad AGCM materiale ad integrazione e completamento dell'offerta. Citiamo come esempio quanto richiesto a pagina 32 e 33/49 del disciplinare, al punto B: Rough video dello spot relativo alla Campagna ADV generalista e alle sue declinazioni, rough degli annunci pubblicitari (una prova di stampa ecc.), rough di un video tutorial esemplificativo ecc., rough del microsito ecc., rough di almeno due prodotti realizzati ad hoc per i canali social ecc... Lo stesso dicasi per quanto richiesto nei punti C, D, E. Dobbiamo quindi intendere che tutto quanto richiesto e progettato andrà solamente descritto in formato testuale nelle 50 pagine della relazione tecnica?

**Risposta:** No. Si rimanda alla risposta già resa al punto 1 dell'Avviso 3.

**15) Domanda:** A pagina 32 e 33/49 del disciplinare di gara, al punto B ii, si richiede un rough video dello spot relativo alla Campagna ADV generalista e alle sue declinazioni. Per declinazioni si intende l'adattamento del video in funzione delle diverse piattaforme su cui verrà programmato come da progetto di pianificazione (punto F), oppure si intende rough video dello spot relativo alla Campagna ADV generalista + rough video degli altri 6 messaggi pubblicitari mirati su specifici strumenti di tutela a disposizione di AGCM rispetto ai diritti dei consumatori? Stessa domanda per quanto riguarda le declinazioni richieste al punto B iii.

**Risposta:** Per declinazioni si intendono gli altri 6 messaggi pubblicitari.

**16) Domanda:** A pagina 33/49 del disciplinare di gara, al punto F, si richiedono attività professionali riferibili a attività di Media Relations (punto b, promozione dell'attività dell'Autorità anche all'interno di trasmissioni.... senza oneri economici e senza acquisto di spazi redazionali), Digital PR (punto c, progetto dettagliato pianificazione digital, in grado di .... su testate e riviste on line) e Social (punto e, piano editoriale e di promozione per i social media...). I costi per lo svolgimento di tali attività sono da intendersi comprese nel valore economico espresso con le attività di pianificazione sui media, identificato al numero 5 nella tabella pubblicata a pagina 8/49 del Disciplinare di Gara?

**Risposta:** Sì, sono da intendersi comprese nel valore economico identificato al numero 5 nella tabella pubblicata a pagina 8/49 del Disciplinare di Gara.

**17) Domanda:** A pagina 32 e 33/49 del disciplinare di gara e all'Art 3 del capitolato di gara vengono descritte tipologia e contenuto delle prestazioni. Per poter correttamente progettare le attività richieste si chiede ad AGCM se l'Agenzia che risulterà incaricata potrà affiancarsi ad altre risorse interne od esterne ad AGCM che si stanno occupando (o si occuperanno) genericamente delle Media Relations, PR e Digital PR di AGCM, oppure se tali attività a necessario supporto del progetto sono da intendersi incluse nel progetto stesso.

**Risposta:** Le attività sono da intendersi incluse nel progetto stesso, fermo restando che dovranno essere svolte in stretto e costante contatto con i referenti dell'Ufficio Stampa e dell'Ufficio Relazioni Esterne dell'AGCM.

**18) Domanda:** A pagina 9/14 del Capitolato Tecnico e a pagina 33/49 del Disciplinare di Gara si richiede di esplicitare un progetto di Crisis Management con l'attivazione di un pool di consulenza di comprovata esperienza per prevenzione e la gestione di eventuali

emergenze. I costi relativi sono da intendersi compresi nel valore economico espresso con il servizio per la realizzazione di una campagna di comunicazione nazionale dell'Autorità, identificato al numero 1 nella tabella pubblicata a pagina 8/49 del Disciplinare di Gara, oppure nel valore economico espresso con le attività di pianificazione sui media, identificato al numero 5 nella tabella pubblicata a pagina 8/49 del Disciplinare di Gara?

**Risposta:** I costi relativi possono essere attribuiti all'uno o all'altro valore economico, l'importante che siano ricompresi nel prezzo complessivo offerto.

**19) Domanda:** A pagina 9/14 del Capitolato Tecnico e a pagina 33/49 del Disciplinare di Gara si richiede di esplicitare un progetto di Crisis Management con l'attivazione di un pool di consulenza di comprovata esperienza per prevenzione e la gestione di eventuali emergenze. Il costo per la gestione operativa di eventuali emergenze, evidentemente non prevedibili e quindi non quantificabili, è da intendersi fatturabile a consuntivo previa autorizzazione di AGCM, come da tabella costi orari che verrà allegata alla Relazione Tecnica?

**Risposta:** No, rientra nel costo che verrà stimato da ciascun partecipante per il progetto di Crisis Management con l'attivazione di un pool di consulenza di comprovata esperienza per prevenzione e la gestione di eventuali emergenze.

**20) Domanda:** Per quanto riguarda gli indici finanziari richiesti a pag. 13 del DGUE punto 4 parte B non sono specificati in nessuno dei documenti di gare e /o avviso. Chiediamo pertanto di specificare di quali indici finanziari si richiede il rapporto ai fini della presente gara.

**Risposta:** Gli indici finanziari non vanno indicati, quindi quella parte non va compilata.

**21) Domanda:** sul punto 7.3.a relativamente alle campagne di comunicazione del valore di 1 mln di euro possiamo considerare anche un contratto di servizi di ideazione e produzione creativa di questo valore? La comprova può essere data tramite copia del contratto o copia degli ordini di acquisto?

**Risposta:** Sì, è possibile considerare anche un contratto di servizi di ideazione e produzione creativa di pari valore. Come scritto al punto 7.3.a sovracitato "In caso di servizi/forniture prestati a favore di pubbliche amministrazioni o enti pubblici mediante una delle seguenti modalità:

- originale o copia conforme dei certificati rilasciati dall'amministrazione/ente contraente, con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione.

In caso di servizi/forniture prestati a favore di committenti privati, mediante una delle seguenti modalità:

- originale o copia autentica dei certificati rilasciati dal committente privato, con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione.

Anche copia del contratto o degli ordini di acquisto possono andar bene. In ogni caso si rappresenta che in questa fase sarà sufficiente l'autocertificazione dei requisiti che sarà oggetto di comprova nei confronti dell'aggiudicatario.

**22) Domanda:** Sul punto 7.3.a. relativamente alla campagna ad alta creatività e fortemente innovativa per l'utilizzo dei canali social e digital, per l'investimento media di 250 k è sufficiente la dichiarazione del cliente o del centro media che ha provveduto all'acquisto di tale investimento?

**Risposta:** Sì, è sufficiente la dichiarazione con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione.

Roma, 3 giugno 2020

**Il Responsabile del procedimento**

*Annalisa Rocchiatti March*

(FIRMATO DIGITALMENTE)