



Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

GARA 5244211 - Procedura telematica aperta per l'affidamento del servizio di ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione per l'Autorità CIG: B58E1B6673

CHIARIMENTI

Con riferimento alla procedura in epigrafe, tenuto conto delle richieste pervenute, si forniscono i seguenti chiarimenti, esposti con apposito comunicato anche all'interno della piattaforma AcquistinretePA.

CHIARIMENTO 1

Domanda: Ai fini della comprova del possesso dei requisiti di capacità tecnica e professionale, in virtù dell'oggetto del servizio, possono essere considerati analoghi sia progetti di comunicazione che di formazione?

Risposta

Ai fini della comprova del possesso dei requisiti di capacità tecnica e professionale, in virtù dell'oggetto del servizio è richiesta l'esperienza in entrambi gli ambiti.

CHIARIMENTO 2

Domanda: Il piano mezzi indicato per la somma minima di 50.000,00 euro sulla spesa per la Campagna di comunicazione nazionale #convienesaperlo destinata agli studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado, corredata da evento conclusivo di premiazione della campagna è da ritenersi incluso nei 430.165 euro soggetti a ribasso d'asta?

Risposta

Si, il piano mezzi indicato per la somma minima di 50.000 euro Iva inclusa sulla spesa per la Campagna di comunicazione nazionale #convienesaperlo è incluso nei 430.165,00 euro Iva esclusa soggetti a ribasso d'asta.

CHIARIMENTO 3

Domanda: Il piano mezzi indicato per la somma minima di 60.000 euro sulla spesa per l'attività di formazione rivolta ai responsabili e agli operatori delle associazioni addetti agli sportelli per i consumatori, finanziati nell'ambito dei bandi/Regioni MIMIT è da ritenersi incluso nei 131.147,00 euro Iva esclusa soggetti a ribasso d'asta?

Risposta

SI, il piano mezzi indicato per la somma minima di 60.000 Iva inclusa euro sulla spesa per l'attività di formazione è da ritenersi incluso nei 131.147,00 euro Iva esclusa soggetti a ribasso d'asta.

CHIARIMENTO 4

Domanda: Il piano mezzi indicato nella somma minima di 290.000 euro che relazione ha con l'investimento per la Campagna di comunicazione sul decalogo predisposto dall'Autorità in materia di e:commerce e truffe online che ha come base d'asta 278.688 euro?

Risposta

La base d'asta per tutta l'attività descritta a pag. 14 del capitolato (Iniziativa III, lettere a. b. c. d.) è di euro 278.688 Iva esclusa pari a euro 339.999,36 Iva inclusa.

La pianificazione della campagna su radio, web e social media dovrà avere un budget minimo dedicato di euro 290.000 **Iva inclusa** che è compreso nei 339.999,36 euro Iva inclusa previsti a base d'asta.

CHIARIMENTO 5

Domanda: Relativamente al capitolato punto c della sezione I e nello specifico alla dicitura "Pubblicazione e diffusione del concorso sul sito convienesaperlo.agcm.it, sui canali social dell'Autorità e su piattaforme target specifiche. Il concorso dovrà essere promosso attraverso una campagna da pubblicare su piattaforme idonee a diffonderne i contenuti, sul sito convienesaperlo.agcm.it e sui canali social dell'Autorità, nonché attraverso eventuali altre forme di divulgazione proposte dalla Società aggiudicataria". si intende che l'operatore economico riceverà gli accessi e le password per pubblicare in autonomia i contenuti oppure che questi saranno caricati dalla stazione appaltante secondo le indicazioni del OE?

Risposta

La pubblicazione dei contenuti dovrà essere effettuata dall'operatore economico, che riceverà gli accessi e le password dei profili social istituzionali. Ulteriori piattaforme idonee a diffondere i contenuti delle campagne di comunicazione o eventuali altre forme di divulgazione dovranno essere individuate dall'operatore economico, che ne coprirà i relativi costi.

CHIARIMENTO 6

Domanda: Relativamente alla gestione della campagna sui social, sono richieste attività di interazione con gli utenti e/o attività di moderazione o questi saranno in capo alla stazione appaltante?

Risposta

La stazione appaltante gestirà unicamente la messaggistica privata (Messenger) delle piattaforme META: le altre interazioni e/o l'attività di moderazione (ad es. risposte a commenti) saranno a carico della società aggiudicataria, che avrà il compito di

monitorare le piattaforme social istituzionali e concordare con la Direzione Rapporti Istituzionali, Relazioni Esterne, Comunicazione e Stampa gli eventuali interventi da pubblicare.

CHIARIMENTO 7

Domanda: Relativamente alle attività di pianificazione del piano media si intende che la pianificazione strategica comprensiva di cronoprogramma sarà a carico dell'OE e che la gestione (pubblicazione, investimento piano mezzi, verifica dei risultati e simili) saranno in capo alla stazione appaltante?

Risposta

La società aggiudicataria dovrà gestire tutte le attività connesse al piano media, pertanto la pianificazione strategica, i costi, la pubblicazione e la verifica dei risultati saranno a carico dell'operatore economico

CHIARIMENTO 8

Domanda: Relativamente ai premi potete gentilmente indicare il volume economico generale atteso (quali e quanti premi in totale)?

Risposta

L'importo complessivo dei premi destinato alle scuole e agli studenti vincitori del concorso *#convienesaperlo* è di euro 44.000, così come dettagliatamente ripartito nel Capitolato (Iniziativa I, sezione A, lett. b., pagg. 5 e 6).

Per quanto riguarda, invece, i premi del valore minimo di euro 50 destinati ai vincitori del game show (Iniziativa I, sezione B, lett. g., pag. 8) l'operatore economico dovrà indicare nel progetto, presentato in fase di offerta tecnica, il sistema di premiazione previsto dal game show ideato e di conseguenza quanti e quali premi intenderà assegnare.

Anche il costo dei trofei e delle targhe, come da capitolato, saranno a carico della società aggiudicataria.

CHIARIMENTO 9

Domanda: Relativamente alla realizzazione di materiale informativo cartaceo brandizzato, destinato ai consumatori, da distribuire a circa 450 punti informativi si intende che la stampa è a carico dell'operatore economico? Come avviene la distribuzione presso i 450 punti informativi? Quale quantitativo generale in termini di pezzi è atteso?

Risposta

La stampa del materiale cartaceo brandizzato sarà a carico della società aggiudicataria. L'operatore economico dovrà indicare nel progetto, presentato in fase di offerta tecnica, le modalità individuate per la distribuzione e il quantitativo del materiale che metterà a disposizione dei punti informativi. Anche la distribuzione del materiale presso i 450 punti operativi sarà a carico della società aggiudicataria.

CHIARIMENTO 10

Domanda: Nel punto f di ATTIVITÀ DI FORMAZIONE RIVOLTA AI RESPONSABILI E AGLI OPERATORI DELLE ASSOCIAZIONI ADDETTI AGLI SPORTELLI PER I CONSUMATORI FINANZIATI NELL'AMBITO DEI BANDI/REGIONI MIMIT è specificato che lo spot deve essere pensato per essere diffuso tramite televisione, mentre nel punto h la pianificazione della campagna non prevede la tv. Come va interpretata questa incongruità? Nel caso la tv sia da prevedere su quale budget deve essere prevista?

Risposta

Il messaggio pubblicitario ideato e prodotto dalla società aggiudicataria (Iniziativa II, lett. f., pag. 12 del Capitolato) sarà diffuso tramite televisione direttamente dalla stazione appaltante, quindi i relativi costi di trasmissione non saranno a carico della società aggiudicataria. La società aggiudicataria dovrà farsi carico unicamente della pianificazione radio, web e social media del video di cui al punto f.

CHIARIMENTO 11

Domanda: I contenuti relativamente alle attività di formazione del punto II ATTIVITÀ DI FORMAZIONE RIVOLTA AI RESPONSABILI E AGLI OPERATORI DELLE ASSOCIAZIONI ADDETTI AGLI SPORTELLI PER I CONSUMATORI FINANZIATI NELL'AMBITO DEI BANDI/REGIONI MIMIT saranno forniti dalla stazione appaltante?

Risposta

La stazione appaltante fornirà i riferimenti normativi e ogni materiale utile all'elaborazione dei contenuti, la cui produzione sarà a carico della società aggiudicataria.

CHIARIMENTO 12

Domanda: È corretto desumere che la formazione avverrà esclusivamente attraverso la somministrazione di video tutorial e materiale informativo cartaceo?

Risposta

La formazione avverrà attraverso la realizzazione di attività ad hoc proposte nel progetto presentato dall'operatore economico in fase di offerta tecnica. Il progetto dovrà prevedere anche la somministrazione di video formativi per gli operatori e di video tutorial sulle modalità di segnalazione all'AGCM, nonché la realizzazione di materiale informativo cartaceo. Si vedano in proposito i punti a., b., c. e d. dell'Iniziativa II del Capitolato (pag. 12)

CHIARIMENTO 13

Domanda: in relazione ai video tutorial per gli operatori degli sportelli quanti video e/o argomenti ritenete che dovranno essere prodotti

Risposta

Non è stato individuato un quantitativo minimo. L'operatore economico dovrà indicare nel progetto, presentato in fase di offerta tecnica, il numero dei video che intende produrre.

CHIARIMENTO 14

Domanda: Alla relazione tecnica, comprese nelle 50 pagine (carattere Times New Roman dimensione 12 ed interlinea singola), dovranno essere allegati rough, script, storyboard, render degli allestimenti : layout di gadget, opuscoli, modelli power point, spot video. Vi chiederei per favore come intendete preferite che alleghiamo lo spot video.

Risposta

Tramite un file video.

CHIARIMENTO 15

Domanda : Per rispondere al criterio di selezione valgono anche servizi analoghi a quello indicato nel capitolato tecnico, eseguiti contemporaneamente in più paesi dell'Unione europea e il cui valore cumulativo supera 800.000 €?

Risposta

L'importo di euro 800.000 non si ritiene soddisfatto se realizzato con più di due servizi anche se svolti contemporaneamente. Come da disciplinare di gara, l'operatore economico deve "aver eseguito, **nell'ultimo decennio almeno un servizio analogo** a quello indicato nel Capitolato tecnico con regolare esecuzione, **di importo pari a euro 800.000,00 o due servizi analoghi eseguiti nella stessa annualità che cumulativamente raggiungano l'importo di euro 800.000,00 (Iva esclusa)**". Valgono i servizi eseguiti in altri paesi dell'Unione Europea e in ogni altra Parte del mondo.

CHIARIMENTO 16

Domanda: Con riferimento al punto "8.3 Requisiti di capacità tecnico professionale: aver eseguito, nell'ultimo decennio almeno un servizio analogo a quello indicato nel Capitolato tecnico con regolare esecuzione, di importo pari a euro 800.000,00 o due servizi analoghi eseguiti nella stessa annualità che cumulativamente raggiungano l'importo di euro 800.000,00 (Iva esclusa)", è corretto intendere per "servizio" l'erogazione per uno stesso cliente e centro di spesa suddivisa di una attività di formazione sugli stessi contenuti, articolata in 2 ordini di acquisto nello stesso anno, uno per il primo semestre e uno per il secondo?

Risposta

Non importa il numero di ordini, l'importante è che siano afferenti ad un unico contratto per considerarlo un unico servizio, fermo restando che il servizio erogato non

deve essere limitato alla sola attività di formazione, perché il servizio analogo deve riguardare sia l'attività di comunicazione che di formazione. Si rimanda anche al chiarimento n.15 e n.27

CHIARIMENTO 17

Domanda: Nell'art.17 del Disciplinare di gara, relativo alle modalità di redazione dell'offerta tecnica, è scritto "Alla relazione tecnica, nelle 50 pagine, dovranno essere allegati rough, script, storyboard, render degli allestimenti: layout di gadget, opuscoli, modelli power point, spot video."

Potreste chiarire se gli allegati sono da conteggiare nelle 50 pagine o possono essere, appunto, allegati alla relazione di 50 pagine?

Risposta

Gli allegati (rough, script, storyboard, render degli allestimenti : layout di gadget, opuscoli, modelli power point, spot video) sono **compresi** nelle 50 pagine indicate nell'art. 17 del Disciplinare di gara.

CHIARIMENTO 18

Domanda: In riferimento al criterio di valutazione 1.5 relativo alla campagna di comunicazione nazionale #convienesaperlo, sembra che il punteggio (4 punti) sia attribuito solo alla proposta tecnica relativa al punto c) del capitolato tecnico. Tuttavia nel paragrafo precedente si richiede di specificare anche allestimenti, gadget, etc. Vorremmo capire pertanto se la proposta tecnica debba riferirsi anche alle modalità di realizzazione del concorso e all'organizzazione dell'evento finale.

Risposta

La proposta tecnica deve riferirsi anche alle modalità di realizzazione del concorso e all'organizzazione dell'evento finale.

CHIARIMENTO 19

Domanda: In riferimento al criterio di valutazione 1.5 relativo alla campagna di comunicazione sul decalogo in materia di e:commerce, non è chiaro se in sede di relazione il concorrente debba formulare una specifica proposta per questo servizio o se la valutazione (max 4 punti) sia da attribuirsi esclusivamente alle campagne di maggior rilievo effettuate negli ultimi tre anni.

Risposta

Il punteggio relativo al criterio di valutazione 1.5 nella parte concernente la valutazione relativa alla Campagna di Comunicazione sul Decalogo (pag.34 del disciplinare di gara) terrà conto esclusivamente delle campagne di maggior rilievo effettuate negli ultimi tre anni. Fermi restando i punteggi che riguardano tutte e tre le iniziative previste dagli altri punti

CHIARIMENTO 20

Domanda: In riferimento ai criteri di valutazione 3) e 4) sembra che l'oggetto della valutazione sia lo stesso. Il criterio di valutazione 3 prende in considerazione l'esperienza pregressa dei singoli profili proposti. Il criterio di valutazione 4 considera i Curriculum Vitae che sostanzialmente riporta le stesse indicazioni valutate nel precedente criterio.

Risposta

Il criterio di valutazione 3 prende in considerazione l'esperienza del team di lavoro e l'esperienza maturata dai singoli professionisti. Il criterio di valutazione 4 è relativo all'attività pregressa dell'operatore economico. Quindi correttamente i curricula saranno presi in considerazione per il criterio di valutazione 3 e l'esperienza pregressa per il criterio di valutazione 4 dove viene richiesta la presentazione della società, e, sarà come scritto nel disciplinare pag.35 valutata l'“Attività prestata sia in ambito nazionale che internazionale di elevato prestigio e comprovata esperienza, saranno presi in considerazione gli anni di esperienza maturati e il prestigio degli eventi”. Per mero errore materiale i curricula sono stati inseriti nel criterio di valutazione n.4 invece che nel 3.

CHIARIMENTO 21

Domanda: Il criterio di valutazione 2 prende in considerazione, tra i mezzi di comunicazione, anche l'affissione. Strumento che invece non è richiesto nel Capitolato di gara. Vorremmo sapere se tale strumento debba essere previsto o meno.

Risposta

L'affissione non è prevista da capitolato ma è stata inserita come eventuale miglioria proposta dalla società nell'offerta tecnica. Si valuterà la capacità di costruire una pianificazione che raggiunga la migliore copertura in coerenza con il target group.

CHIARIMENTO 22

Domanda : In riferimento al progetto creativo si chiede se ci sia una visual identity da seguire o il concorrente è libero di proporre anche un nuovo stile di comunicazione.

Risposta

Relativamente all'**Iniziativa I SEZIONE A e SEZIONE B** la produzione di contenuti grafici deve essere in linea con lo stile delle precedenti campagne. Tutte le creatività prodotte dovranno essere graficamente in linea con le campagne #Conviene saperlo svolte negli anni passati, in modo da garantire la riconoscibilità del concorso, già ampiamente diffuso nelle edizioni precedenti.

Per quanto riguarda le **Iniziativa II e III** l'operatore economico è libero di proporre nuove forme di comunicazione.

CHIARIMENTO 23

Domanda: Nel capitolato tecnico, per l'attività di formazione rivolta ai responsabili e agli operatori delle associazioni, è richiesta al punto f) la diffusione di uno spot tramite televisione, radio, web e social media. Successivamente, al punto h) la televisione non è menzionata. Si richiede se il mezzo televisivo debba essere previsto o meno nel piano.

Risposta

Vedi risposta al chiarimento n.10

CHIARIMENTO 24

Domanda: Nel capitolato tecnico, per la campagna di comunicazione sul decalogo è richiesta al punto b) la diffusione di uno spot tramite televisione, radio, web e social media. Successivamente, al punto d) la televisione non è menzionata. Si richiede se il mezzo televisivo debba essere previsto o meno nel piano.

Risposta

Il messaggio pubblicitario ideato e prodotto dalla società aggiudicataria (Iniziativa III, lett. b., pag. 14 del Capitolato) sarà diffuso tramite televisione direttamente dalla stazione appaltante, quindi i relativi costi di trasmissione non saranno a carico della società aggiudicataria. La società aggiudicataria dovrà farsi carico unicamente della pianificazione radio, web e social media del video di cui alla lett.b.

CHIARIMENTO 25

Domanda: Nel capitolato tecnico, nella sezione B si richiede al punto f) l'evento dovrà essere prodotto per la diretta streaming e la messa in onda sui canali TV Nazionali. Si conferma che la messa in onda su tv nazionali dell'evento non è compresa nel budget di gara, ma che si richiede di produrre una diretta adatta anche alla messa in onda in tv?

Risposta

Si conferma che la messa in onda su tv nazionali dell'evento non è compresa nel budget di gara. L'operatore economico dovrà, pertanto, produrre unicamente una diretta adatta anche alla messa in onda in tv.

CHIARIMENTO 26

Domanda: Con riferimento alla seguente attività “ATTIVITÀ DI FORMAZIONE RIVOLTA AI RESPONSABILI E AGLI OPERATORI DELLE ASSOCIAZIONI ADDETTI AGLI SPORTELLI PER I CONSUMATORI FINANZIATI NELL'AMBITO DEI BANDI/REGIONI MIMIT”, si richiede di indicare:

: il numero delle associazioni interessate

: la numerosità dei target, suddivisi tra Responsabili e Operatori

: conferma che la formazione avverrà attraverso la produzione di asset con fruizione asincrona, quindi video formativi, video tutorial, materiale informativo cartaceo come specificato nel capitolato di gara.

Risposta

La società aggiudicataria dovrà organizzare la formazione e stimare il quantitativo di materiale necessario per il numero di punti informativi già indicato a pag. 12 del Capitolato (n. 450). Non è possibile fornire ulteriori specifiche sul numero delle associazioni o sulla suddivisione tra Responsabili e Operatori, che peraltro non sarebbero rilevanti ai fini del quantitativo di materiale da produrre: inoltre, spetterà alla stessa società aggiudicataria il compito di prendere contatti con i Responsabili dei punti informativi per acquisire i dati necessari alla finalizzazione del progetto.

Si conferma che la formazione avverrà mediante video formativi, video tutorial, materiale informativo cartaceo come specificato nel Capitolato di gara, fermo restando che l'operatore economico può formulare proposte aggiuntive in fase di offerta tecnica.

CHIARIMENTO 27

Quando si parla di servizio analogo, si intende che il servizio debba includere tutte le componenti previste dal capitolato, ossia campagna di comunicazione e attività di formazione, oppure, nel caso di due servizi, le attività possono essere pertinenti a progetti diversi e comprendere ad esempio, uno la "campagna di comunicazione" e l'altro la "formazione"? e quando si parla di formazione a figure a contatto con il pubblico, è possibile considerare anche attività in presenza?

Risposta

Quando si parla di servizio analogo si intende che:

- le attività possono essere pertinenti anche a progetti diversi e comprendere uno la "campagna di comunicazione" e l'altro la "formazione".
- quando si parla di formazione a figure a contatto con il pubblico, è possibile considerare anche attività che sono state effettuate in presenza.

CHIARIMENTO 28

E' possibile ottenere una proroga della scadenza?

Risposta

Al momento non si rinvengono motivazioni per una proroga del termine di scadenza, considerata anche l'urgenza dell'espletamento dei servizi.

Del presente documento viene data comunicazione tramite piattaforma MEPA, nonché mediante pubblicazione sul sito www.agcm.it – sezione Autorità Trasparente.

Roma, 25 febbraio 2025

Il Responsabile dell'Ufficio Acquisti

Antonello Schettino

(FIRMATO DIGITALMENTE)