

PROCEDURA APERTA TELEMATICA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI CONSULENZA E PROMOZIONE DELL’IMMAGINE CROSS CHANNEL E CROSS MEDIA: PORTALE WEB, CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE, CANALI SOCIAL E ATTIVITÀ DI WEB MARKETING PER LA DURATA DI ANNI UNO.

FAQ

- 1) Nel Capitolato, nel titolo e pag. 10, si parla di servizi per la durata di un anno, mentre nella premessa del Disciplinare, a pag. 3 e a pag. 5, si parla di durata di anni tre. Qual è il riferimento temporale corretto?

Risposta: il riferimento temporale corretto è un anno. Trattasi di un refuso.

- 2) Per il sub-criterio di valutazione A.1 Prestigio e rilevanza dei clienti dell'agenzia è richiesto solo di elencare i clienti per i quali nell'ultimo triennio l'operatore economico ha svolto servizi di comunicazione emarketing con particolare attenzione ai servizi oggetto della procedura?

Risposta: Saranno valutati positivamente qualità e quantità del portfolio clienti, con riferimento all'ultimo triennio, per servizi di comunicazione e marketing con particolare attenzione ai servizi oggetto della procedura. Sarà valorizzato l'aver lavorato per istituzioni pubbliche e private complesse.

- 3) Come si differenzia il sub-criterio di valutazione B.1 Presentazione del portfolio per tutti i servizi previsti e descrizione di un progetto/esperienza pregressa di rilievo rispetto ai sub-criteri A.2 Qualità e quantità dei progetti realizzati/servizi prestati e A.3 Competenza nell'ambito dell'oggetto della procedura?

Risposta: Come riportato nella procedura di gara

B.1 Sarà valorizzata la coerenza dei servizi prestati con le attività indicate nel Capitolato. Saranno valutati i risultati raggiunti nell'ambito del progetto/esperienza pregressa di rilievo descritta.

A.2 Saranno valutati positivamente i servizi prestati e i progetti realizzati in materia di comunicazione e marketing, con riferimento ai servizi oggetto della procedura

A.3 Sarà valutata positivamente la qualità della proposta tecnica e creativa. Saranno valorizzati i servizi svolti presso le Pubbliche Amministrazioni.

- 4) Per il sub-criterio di valutazione C.2 Organizzazione del servizio cosa si intende con continuità e stabilità delle risorse messe a disposizione in loco? L'impegno previsto in loco riguarda un incontro mensile in presenza presso la sede di piazza Marina, 61, un meeting dedicato allo Stato di Avanzamento Lavori ogni bimestre al Complesso Monumentale dello Steri e la partecipazione agli eventi istituzionali, o è richiesta una presenza quotidiana a Palermo di una o più risorse?

Risposta: Non è richiesta una presenza quotidiana a Palermo. Come indicato nel sub-criterio di valutazione C.2 saranno valorizzate le proposte che garantiscono la continuità e la stabilità delle risorse messe a disposizione in loco durante il periodo di esecuzione del servizio.

- 5) Per il sub-criterio di valutazione C.3 Qualificazione professionale delle risorse, quando si parla di curricula da fornire in forma anonima si intende una breve sintesi delle esperienze lavorative delle risorse messe a disposizione per realizzare il servizio? O è richiesto di allegare un cv per ogni risorsa senza menzione dei suoi dati anagrafici?

Risposta: È richiesto di allegare un cv per ogni risorsa senza menzione dei dati anagrafici

- 6) Nel Capitolato è scritto al punto 7 che il sito dovrà "essere gestito e mantenuto su piattaforma preferibilmente OpenCMS o Drupal...": è possibile ed ammesso, con piena valutazione, proporre la piattaforma WordPress?

Risposta: la realizzazione del sito web dell'Ateneo dovrà avvenire tramite un sistema di gestione dei contenuti (CMS), preferibilmente OpenCMS o Drupal.

- 7) Nel Capitolato è scritto al punto 7 e che si tratta di " ...un restyling del sito web..." e non di un rifacimento del sito. Confermate?

Risposta: con riferimento al punto 7 “Restyling sito web di ateneo” si rimanda alle specifiche delle prestazioni previste indicate nel capitolato e, a titolo esemplificativo e non esaustivo, riportate di seguito:

- Analisi dell’attuale sito web ed individuazione delle principali criticità.
- Analisi delle specifiche esigenze dei principali stakeholder (studenti, docenti, personale TAB, altri utenti).
- Progettazione di un nuovo modello comunicativo finalizzato al sito web di Ateneo.
- Progettazione di un nuovo template grafico.
- Progettazione, sviluppo e realizzazione del sito www.unipa.it.
- Il progetto sarà gestito e mantenuto attraverso un'unica piattaforma di Content Management System (CMS), preferibilmente OpenCMS o Drupal, i cui requisiti funzionali e tecnologici sono dettagliati di seguito. Queste attività includono la definizione dell'architettura tecnologica, il progetto grafico, la definizione e realizzazione della struttura funzionale del sito e dell'albero di navigazione, nonché l'integrazione con servizi preesistenti.
- Progettazione dell'infrastruttura dei processi redazionali, inclusi il workflow delle attività di pubblicazione dei documenti, i template utilizzati nelle procedure automatiche di pubblicazione e le funzioni assegnate al sistema di content management, con la redazione dei relativi manuali d'uso.
- Fornitura del software di content management necessario per la gestione e personalizzazione del sito.
- Integrazione con altre basi dati per alimentare le sezioni web di strutture, personale, dipartimenti, corsi di studio.
- Servizio di formazione sia di tipo tecnico che redazionale.
- Servizio di web content, come descritto di seguito.
- Servizio di web architecture and design, come descritto di seguito.
- Installazione del sistema su architettura sistemistica fornita dall'Ateneo.



- Configurazione del sistema mediante integrazione con i servizi di gestione delle identità, ruoli ed afferenza organizzativa resi disponibili attraverso il protocollo LDAP, e l'inserimento dei profili utente.
- Migrazione di tutti i contenuti attualmente presenti nel sito di Ateneo, ad eccezione di quelli obsoleti, che possono essere archiviati su apposite sezioni web.
- Manutenzione, Assistenza ed Helpdesk sulle componenti della fornitura dall'online fino al termine del contratto.
- Servizio di assistenza e implementazione evolutiva del sistema con riferimento a nuove sezioni, nuove funzionalità, nuovi siti tematici.

8) Tutti i criteri motivazionali saranno valutati sulla base dell'analisi della sola relazione di max 10 pagine da inserire nel MODULO_O_TECNICA??

Risposta: Sì

9) Nella relazione di max 10 pagine da inserire nel MODULO_O_TECNICA è possibile menzionare degli allegati se inseriti nelle ultime pagine del MODULO_O_TECNICA?

Risposta: I curricula possono essere inseriti come allegati e non vanno computati nel calcolo delle 10 pagine previste. Gli stessi possono, pertanto, essere menzionati nella relazione e allegati alla medesima.

10) I CV menzionati al sub-criterio C.3 vanno allegati, e quindi inseriti, nelle ultime pagine del MODULO_O_TECNICA?

Risposta: Sì. Vedi sopra.

11) Il restyling del sito richiesto si riferisce unicamente al dominio <https://www.unipa.it/>?

Risposta: Il dominio UNIPA e tutti i sottodomini

12) Qual è la tecnologia attualmente utilizzata per lo sviluppo del sito <https://www.unipa.it/>?

Risposta: OpenCMS

13) Integrazione con altre basi dati per alimentare le sezioni web di strutture, personale, dipartimenti, corsi di studio:

- Quali e quanti tipi di integrazione?
- Verranno fornite delle API con della documentazione?
- Bisognerà interfacciarsi direttamente con dei DB esterni?

Risposta: Le integrazioni riguarda l'alimentazione di alcune sezioni web recuperando dati già presenti in altri sistemi informativi come ad esempio: carriere studenti, personale, struttura uffici, ecc.

L'integrazione può avvenire con accesso diretto a basi dati Oracle o viste o API (solo in alcuni casi). Alcune sorgenti informative sono interne altre esterne.

- 14) Area riservata: l'area riservata dovrà offrire tutti i servizi attualmente presenti nel sito di Ateneo ed il backend per l'editing dei contenuti e la progettazione di nuove sezioni web
- Possiamo avere un accesso all'area riservata, oppure una lista dei servizi attualmente presenti?

Risposta: L'accesso all'area riservata non è possibile ma possiamo fornire un elenco dei servizi interni.

- 15) Assegnazione privilegi: profilazione dell'utente e politica di single sign-on.
- Tra quali piattaforme deve essere implementato il single sign-on?

Risposta: I privilegi si intendono per l'editing delle sezioni web che dovranno essere ad accesso limitato in funzione dei privilegi.

- 16) Integrazione con sistemi di autenticazione: Active Directory, LDAP, ecc.
- Bisogna prevedere la login solo con SPID e CIE o bisogna provvedere anche altri provider?

Risposta: I sistemi di autenticazione sono già implementati in ateneo (compreso SPID e CIE), occorre solo integrare i servizi web del portale per l'accesso all'area riservata.

- 17) In quale formato dovrà essere elaborato il file con firma digitale (P7M, Xades, ecc)?

Risposta: P7M

- 18) Essendo la nostra una "piccola" azienda la garanzia provvisoria pari a euro 5.920 va ridotta al 50%?

Risposta: Il pagamento avverrà in conformità alle disposizioni del codice

- 19) In riferimento al punto A.3, della tabella presente nel Disciplinare di Gara articolo 14, è possibile includere un allegato ad un documento pdf per mostrare la creatività degli oggetti realizzati in relazione ai servizi analoghi resi ai clienti dell'Agenzia?

Risposta: No. È possibile inserire un link a una demo.

- 20) In riferimento al punto B.1, della tabella presente nel Disciplinare di Gara articolo 14, è possibile includere un allegato ad un documento pdf per mostrare in tutte le sue sfaccettature il progetto/esperienza pregressa di rilievo?

Risposta: No. È possibile inserire un link a una demo.

- 21) Quando al punto C1, della tabella presente nel Disciplinare di Gara articolo 14, si dice "Dovrà essere data indicazione della strategia, della progettualità della proposta", si intende anche l'inserimento di layout grafico degli oggetti di comunicazione richiesti (sito web, campagne, social, video) a supporto della proposta tecnica?

Risposta: Sì, mediante link a una demo.

22) Per poter godere della proposta creativa è concesso inserire un link ad un tool di presentazione grafica o un allegato pdf per visualizzare la proposta creativa?

Risposta: Sì, mediante link a una demo.

23) Potete elencare tutte le URL da considerare oggetto del capitolato di gara relativo al restyling del dominio UNIPA?

Risposta: Le URL sono a partire dalla radice unipa.it

24) Potete fornire un elenco dei servizi interni presenti dentro l'area riservata?

Risposta: Si tratta di servizi relativi alla gestione di informazioni istituzionali, avvisi, modifica password, ecc.

25) Potete elencare tutte le sorgenti informative sia interne che esterne che popoleranno il sito tramite integrazione con accesso diretto, basi dati Oracle o viste o API, descrivendo la funzionalità di ognuna di esse?

Risposta: Non è possibile predisporre un elenco così dettagliato. Le sorgenti informative sono DB Oracle, viste e alcune web services delle applicazioni Cineca.

26) Potete elencare i contenuti che non saranno oggetto di migrazione e quindi intesi "obsoleti"?

Risposta: I contenuti dell'attuale portale dovranno essere migrati tutti.

27) Al punto 2 del capitolato di gara "Campagne promozionali integrate", viene richiesta la produzione di "almeno n. 3 video ad uso digital social" per le campagne Immatricolazioni, Orientamento e 5x1000. Questi video sono da considerare inclusi nei 30 contenuti dinamici menzionati al punto 4 "Social media marketing"?

Risposta: No.

28) Al punto 4 del capitolato di gara "Social media marketing/Influencer e supporto contenuti", viene richiesto: "n.° 30 contenuti dinamici [...], al di là dei contenuti statici standard". Cosa si intende con "contenuti statici standard"? Viene richiesta la produzione e la pubblicazione di questi contenuti oltre ai 30 contenuti dinamici menzionati? Se sì, come possono essere quantificati?

Risposta: Per "contenuti statici standard" si intendono prodotti di comunicazione tradizionale; si rimanda al punto 2 "Campagne promozionali integrate".

29) Relativamente al punto 6 del capitolato di gara "Servizio audio video":

a. Sono noti i luoghi specifici ove dovranno essere svolti i servizi fotografici e/o video reportage?

Risposta: Come indicato nel Capitolato si richiede "Realizzazione e fornitura per n° 12 servizi fotografici e/o video in stile reportage (max 6h cad.), di eventi o progetti sul territorio regionale liberamente utilizzabili per le diverse finalità di divulgazione".

b. Si ha un'attesa a livello di output richiesto (X ore di girato, Y numero di fotografie, qualità foto/video...)?

Risposta: Il numero di ore di girato e il numero di fotografie deve essere congruo rispetto al tipo di iniziativa/evento/cerimonia. Il materiale foto/video deve essere di buona qualità.

c. Sono richiesti anche servizi di post-produzione (e.g. editing fotografico o montaggio video)?

Risposta: Sì.

30) È prevista la produzione di ulteriori contenuti web/social oltre a quelli menzionati al capitolo 2 per le "Campagne promozionali integrate" e quelli al capitolo 4 paragrafo "Influencer e supporto contenuti"?

Risposta: Sì, secondo esigenze estemporanee di promozione di contenuti una tantum.

31) Relativamente al punto 7 del capitolato di gara "Restyling sito web di ateneo":

a. Si ha un numero esatto dei citati "sistemi esterni" che andranno integrati? Quali sono?

Risposta: Si tratta di sistemi informativi che gestiscono contenuti come ad esempio l'offerta formativa, la struttura gerarchica degli uffici amministrativi. Il personale strutturato, ecc.

b. I contenuti dedicati in lingua inglese menzionati andranno prodotti ex novo o sono già esistenti e ne va solo fatta la migrazione sul nuovo portale oggetto di gara?

Risposta: I contenuti sono già presenti ma il nuovo progetto grafico potrebbe modificare alcuni elementi.

c. Viene menzionato che il nuovo portale dovrà essere fruibile in almeno le lingue già presenti (Ita, Eng, Zho, Ger, Spa) sul sito unipa.it; è ragionevole presumere che i contenuti per ogni lingua, ad eccezione dell'inglese, saranno la semplice traduzione dall'italiano ove non oggetto di migrazione?

Risposta: Sì.

d. È richiesto un restyling della sola parte pubblica del sito o anche dell'Area riservata?

Risposta: Anche dell'Area riservata.

e. È già nota la necessità di implementare nuove sezioni, funzionalità, e siti tematici all'interno del portale di Ateneo oggetto di gara? Se sì, quali?

Risposta: Non è nota.

f. Viene richiesta la produzione di contenuti ex novo durante il rifacimento del portale di Ateneo?

Risposta: Potrebbero essere richiesti nuovi contenuti in funzione del nuovo progetto.

g. L'Ateneo avrà ruolo di richiedere, proporre, o produrre contenuti web e/o social durante l'esecuzione del contratto?

Risposta: Sì, secondo esigenze estemporanee di promozione di contenuti una tantum.

32) Vi sono delle esigenze in termini di tempistiche per la messa in servizio (live) del restyling del portale di Ateneo e del piano di comunicazione (es. primo post social)? Sono richieste date specifiche?

Risposta: Sì. Entro la durata del contratto l'intero progetto e a distanza di sei mesi dalla stipula l'avvio in produzione della nuova home page e le sezioni dei corsi di studio. Le attività di comunicazione (es. primo post social) relative alle campagne Immatricolazioni, Orientamento e 5x1000 dovranno essere avviate a partire da marzo 2025.

33) Nel produrre concept, art e copy per le campagne promozionali integrate, è da considerare incluso nel budget di gara l'eventuale stampa cartacea o la produzione e/o acquisto di materiali fisici (tela, gadget...) individuati come supporto per la campagna?

Risposta: No.

34) Secondo quale logica desiderate archiviare i contenuti "obsoleti" del sito?

Risposta: Si può creare una sezione archivio in cui far confluire i contenuti obsoleti.

35) Quando parlate di sito "globale", cosa intendete? Quali sono i parametri che secondo voi rendono un sito "globale"?

Risposta: La struttura deve essere omogenea in ogni sottosezione.

36) Quali sono i criteri minimi di personalizzazione dell'esperienza utente in base alle preferenze individuali e in quale contesto del sito (p.es area riservata o dimensioni font nell'area pubblica)?

Risposta: Area riservata modificabile in base alle proprie preferenze di funzionalità (per esempio il personale TAB vede cose diverse rispetto al personale docente o agli studenti).

37) Quando parlate di internazionalizzazione del sito specificate che il sito debba essere in italiano come lingua principale e in inglese per alcuni contenuti, poi richiedete la localizzazione per le lingue già esistenti. Cosa intendete? come dobbiamo intendere queste due necessità?

Risposta: Il progetto grafico deve essere strutturato in modo da attirare l'interesse anche di soggetti stranieri.

38) Quando parlate di "Supporto a servizi collaborativi: richieste di contatto, blog, forum, feed, sondaggi, ecc." si intende che volete che il sito reindirizzi a siti e servizi esterni? O che siano funzioni interne al CMS attivabili in base alla necessità?

Risposta: Funzioni interne al CMS attivabili in base alla necessità.

39) Riguardo l'integrazione "SOA: interconnessione con banche dati interne." Quali sono le banche dati interne che dovrebbero essere interconnesse?

Risposta: Si tratta di banche dati del personale degli studenti e di altra tipologia funzionale ai contenuti del sito.

40) Riguardo al tema SSO, come vengono distribuite le sessioni? qual è il protocollo?

Risposta: Il nostro sistema SSO utilizza shibboleth.

41) Polis.unipa.it / e-learning / portale studenti / immaweb sono le banche dati, o rientrano tra i sottodomini/domini da inglobare nel sito?

Risposta: Sono portali esterni da non integrare.

42) Quali sono i servizi esterni che vanno integrati nel nuovo sito e quali sono le piattaforme esterne che rimangono tali?

Risposta: Quelle precedenti sono esterne e rimangono tali. Quelle attualmente presenti ne sito devono essere integrate: dipartimenti, corsi di studio, ecc.

43) Per "servizio di web content" citato nell'elenco puntato del paragrafo 7, si intende un servizio di Content Marketing con piano editoriale? Se sì, i contenuti verrebbero redatti dal vostro ufficio stampa e in caso revisionati dall'agenzia in ottica SEO?

Risposta: I contenuti saranno redatti dalle singole strutture di Ateneo e in caso revisionati dall'aggiudicatario in ottica SEO.

44) Confermate che la spesa relativa al budget media di 20.000 è una spesa che deve rientrare all'interno dell'importo totale dell'offerta economica di 296.000 soggetta al ribasso?

Risposta: Come riportato nel Capitolato "Per potere sostenere e realizzare le attività di cui sopra, sarà destinato un budget annuo di almeno 20.000 € (oltre I.V.A.). Tale importo è da considerarsi parte dell'ammontare previsto per l'appalto".

45) Si prega di fornire l'elenco completo delle sezioni che vengono caricate da database esterni, come ad esempio biblioteche.

Risposta: Al momento non è possibile estrapolare questi dati.

46) Si prega di fornire un elenco di tutte le attività che l'utente può completare una volta effettuato l'accesso per tipo di utente.

Risposta: Le attività sono quelle tipiche di un CMS.

47) Si prega di fornire un elenco completo dei sottodomini.

Risposta: I sottodomini sono tutti quelli sotto il dominio principale (www.unipa.it).

48) In relazione alla FAQ n.11 e alla relativa risposta, si chiede di fornire indicazione su quali sottodomini insistono attualmente sul portale e le relative URL, che saranno oggetto dell'attività di restyling, al fine di valutarne il numero e la struttura.

Risposta: I sottodomini sono tutti quelli sotto il dominio principale (www.unipa.it).

49) Ci sono delle integrazioni da fare nell'ecosistema di comunicazioni? Se sì, esiste già un mapping?

Risposta: Non esiste un mapping.

50) Si possono avere informazioni più precise sulle funzionalità dell'area riservata, con le differenze tra i vari ruoli e i relativi privilegi?

Risposta: I ruoli e privilegi sono quelli tipici di un CMS.

51) Servizio Audio/Video: i video per l'Ateneo saranno realizzati in loco a Palermo? Se sì, verranno prodotti da noi o da terzi? (La discussione riguarda campagne pubblicitarie e il rifacimento del sito dell'Ateneo con questi video e con la partecipazione di più soggetti.)

Risposta: Come indicato nel Capitolato si richiede “Realizzazione e fornitura per n° 12 servizi fotografici e/o video in stile reportage (max 6h cad.), di eventi o progetti sul territorio regionale liberamente utilizzabili per le diverse finalità di divulgazione”.

52) Gli account utilizzati per le attività di advertising saranno a carico dell'Ateneo o dovremo noi coprire i costi e quindi gestire l'ADV (che include social, campagne su social, Google, LinkedIn, ecc.)? Questa sarà la procedura iniziale per poi passare la gestione all'Ateneo in un secondo momento?

Risposta: Le attività di advertising saranno realizzate sui canali social di Ateneo. I costi e la gestione di ADV sono a carico dell'aggiudicatario; come riportato nel Capitolato, al punto Gestione delle campagne, “Per potere sostenere e realizzare le attività di cui sopra, sarà destinato un budget annuo di almeno 20.000 € (oltre I.V.A.). Tale importo è da considerarsi parte dell'ammontare previsto per l'appalto”.

Le attività saranno gestite mediante la concessione di privilegi parziali.

53) In che modo saranno condivisi gli obiettivi e i target delle campagne con il team dell'aggiudicatario?

Risposta: Come riportato nel Capitolato “All'aggiudicatario è fatto obbligo di elaborare una strategia e pianificazione del media per la sponsorizzazione su almeno Google Ads e Meta Ads (o sistemi equivalenti) delle suddette campagne di comunicazione (es. immatricolazioni), con individuazione degli obiettivi e Key Performance Indicators per setup campagne.

L'aggiudicatario sarà chiamato a monitorare e analizzare settimanalmente i KPI delle campagne digital e social nell'ottica di mettere in atto in tempi brevi delle attività di ottimizzazione delle performance per massimizzare il ritorno dell'investimento pubblicitario. Dovranno pertanto essere previsti degli incontri periodici di condivisione dei risultati”.

54) È obbligatorio utilizzare influencer per la creazione dei contenuti dinamici richiesti, o sono accettate alternative?

Risposta: Come riportato nel Capitolato i “contenuti dinamici [...] potranno essere realizzati con competenze interne o anche tramite strategie di Influencer Marketing a seconda delle esigenze di comunicazione che si porranno in essere durante la gestione [...]”.

55) Quali metriche di performance saranno utilizzate per valutare l'efficacia delle campagne digitali?

Risposta: KPI standard (tasso di conversione, CTR, ROI, CPC, etc.) e metriche chiave relative ai diversi canali di marketing digitale.

56) Gli strumenti di social listening e analisi benchmark devono essere certificati o approvati dall'Università?

Risposta: Le attività di social listening e analisi benchmark dovranno essere effettuate mediante adeguati ed efficaci strumenti e tool la cui gestione sarà in carico all'aggiudicatario.

57) In merito alla FAQ condivisa n.11 che cita il restyling del sito richiesto si riferisce unicamente al dominio <https://www.unipa.it/>, i sottodomini di cui alla risposta, quali sono? I sottodomini se precedentemente sviluppati con altri framework dovranno riprendere la tecnologia usata per il sito principale?

Risposta: I sottodomini sono tutti quelli sotto il dominio principale (www.unipa.it).

58) In merito alla FAQ condivisa n.14, è possibile avere l'elenco dei servizi interni?

Risposta: I servizi interni non sono tantissimi. Oltre la gestione del Backend del portale è presente una gestione delle notizie interne e la possibilità di modificare informazioni personali (telefono, curriculum, ecc.).

59) Quante lingue prevede il portale (oltre a quelle già visibili?). Le traduzioni nelle diverse lingue sono a carico dell'OE? Oppure saranno eseguite dalla SA? Il nuovo sito verrà tradotto interamente o solo alcune sezioni come nel sito attuale?

Risposta: Le lingue presenti sono quelle visibili e la traduzione delle sezioni nella prima fase, per le nuove sezioni, è a cura dell'OE.

60) Dopo aver effettuato il login sul dominio idp.unipa.it, tornando sul dominio principale gli studenti hanno a disposizione un'area riservata con delle funzionalità?

Risposta: Attualmente no ma si dovrebbe realizzare un'area riservata personalizzata per studenti, docenti e personale TAB.

61) I CV di cui al punto C3 dei "criteri di Aggiudicazione" all'interno del Disciplinare di gara, sono considerarsi esclusi dal conteggio delle 10 pagine dell'offerta tecnica?

Risposta: I curricula possono essere inseriti come allegati e non vanno computati nel calcolo delle 10 pagine previste. Gli stessi possono, pertanto, essere menzionati nella relazione e allegati alla medesima.

62) I suddetti CV sono da presentare con un formato specifico?

Risposta: No, è richiesto di allegare un cv per ogni risorsa senza menzione dei dati anagrafici.

63) Facendo riferimento al disciplinare di gara, cap. 14 "criteri di aggiudicazione", punto A3 della tabella: le schede creative richieste rientrano nel conteggio delle 10 pagine?

Risposta: Sì. È possibile inserire link a una demo.

64) Facendo riferimento al disciplinare di gara, cap. 14 "criteri di aggiudicazione", nel punto A1 è richiesto un elenco dei clienti dell'agenzia, mentre nel punto A.2 è richiesta la descrizione puntuale dei progetti e servizi fatti ai clienti sopracitati?

Risposta: Come riportato nella procedura di gara, con riferimento al sub-criterio A.1 “Saranno valutati positivamente qualità e quantità del portfolio clienti, con riferimento all’ultimo triennio, per servizi di comunicazione e marketing con particolare attenzione ai servizi oggetto della procedura. Sarà valorizzato l’aver lavorato per istituzioni pubbliche e private complesse”. Relativamente al sub-criterio A.2 “Saranno valutati positivamente i servizi prestati e i progetti realizzati in materia di comunicazione e marketing, con riferimento ai servizi oggetto della presente procedura”.

65) All'interno del Capitolato di gara, capitolo 1 "Dettaglio attività", Nel punto 2 "campagne promozionali integrate" si fa riferimento a tre tipologie di campagne, per l'offerta economica, dobbiamo considerare una campagna per tipologia o ne sono previste di più, in questo caso quante?

Risposta: Sì, una campagna per tipologia.

66) All'interno del Capitolato di gara, capitolo 1 "Dettaglio attività", nel punto 2 "campagne promozionali integrate" si fa riferimento a tre tipologie di campagne, all'interno delle quali sono previsti degli esecutivi di campagna: quanti esecutivi sono previsti?

Risposta: Un numero congruo di esecutivi (stampa, OOH-DOOH, digital/social) a garanzia dell'efficacia di ogni campagna.

67) In riferimento al supporto in ambito Social Media Marketing esposto all'interno del Capitolato di Gara, punto 4 del paragrafo "Dettaglio attività", si richiede conferma del fatto che il supporto dell'Agenzia non sarà in ottica di produzione contenuti ongoing e gestione delle piattaforme, ma in ottica strategica e consulenziale, con la produzione di soli contenuti (30/anno) in aggiunta rispetto ai post prodotti dall'Ufficio Comunicazione URP.

Risposta: Si conferma che il supporto dell'aggiudicatario sarà in ottica strategica e consulenziale, con la produzione dei contenuti previsti al punto “Campagne promozionali integrate” e al punto “Social media marketing”.

68) Portfolio clienti e presentazione azienda, con esperienze pregresse, devono rientrare nel computo delle 10 pagine?

Risposta: Sì, entro le 10 pagine.

69) Solo i CV possono essere allegati oltre il numero massimo consentito?

Risposta: Sì.

70) Nell'offerta tecnica devono essere già presentate delle creatività (per le campagne istituzionali integrate)?

Risposta: Sì, mediante link a una demo.