



## **GARA A PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE INTEGRATE A SUPPORTO DEI CENSIMENTI PERMANENTI PER ISTAT– ID 2739**

I chiarimenti della gara sono visibili sui siti: [www.consip.it](http://www.consip.it); [www.acquistinretepa.it](http://www.acquistinretepa.it)

### **CHIARIMENTI**

#### **TRANCHE n. 2**

##### **17) Domanda**

Rif. Allegato 5\_Offerta Tecnica - Con riferimento a quanto riportato relativamente al font da utilizzare nella stesura della relazione tecnica si chiede di confermare che, allo scopo di migliorare l'esposizione e la fruibilità di info-grafiche e tabelle, all'interno di esse sarà possibile utilizzare un font più piccolo purché sia preservata la chiarezza del documento e il font utilizzato nelle tabelle non sia inferiore alla dimensione 8.

##### **Risposta**

Non si conferma e si ribadiscono i limiti editoriali previsti all'allegato "ID 2739\_All.5\_Offerta Tecnica".

##### **18) Domanda**

Rif. Allegato 5\_Offerta Tecnica - Data l'articolazione di quanto richiesto come offerta tecnica, con la presente si richiede se oltre le 20 pagine indicate come limite per il contenuto della proposta tecnica è possibile allegare tavole grafiche e tabelle per meglio rappresentare la creatività e tutti gli elementi grafici che ogni concorrente intende presentare. Nel caso fosse permesso quali sono i formati di file ammessi.

##### **Risposta**

Non si conferma e si rinvia al quesito n. 15. Tavole grafiche e tabelle dovranno essere ricomprese nelle 20 pagine indicate come limite nell'Allegato 5 Offerta Tecnica.

##### **19) Domanda**

Rif. Allegato 5\_Offerta Tecnica\_Sezione 3.1 - Con riferimento all'offerta tecnica, si chiede di confermare che i paragrafi 2. PREMESSA e 3.1 PRESENTAZIONE E DESCRIZIONE OFFERENTE non rientrino nel computo delle 20 pagine totali.

##### **Risposta**

Si conferma che il paragrafo 2. PREMESSA non rientra nel computo delle 20 pagine totali, diversamente dal paragrafo 3.1 PRESENTAZIONE E DESCRIZIONE OFFERENTE che concorre al computo stesso.

##### **20) Domanda**

Rif. All.13\_Elenco dettagliato servizi e prodotti - Si evidenzia che concorrono all'ammontare della somma totale sia i prezzi offerti per i servizi (es. banner riga 115) che le giornate uomo per figura professionale (da riga 127 a 156). Come è da effettuarsi la compilazione delle risorse umane da riga 127 a 156 per non quotare due volte lo stesso servizio, una volta con il costo per servizio e una volta con le giornate/uomo relative? Che tipologia di quotazione vi aspettate quindi per le risorse umane se i servizi sono già tutti quotati nel resto del foglio?

##### **Risposta**



La quotazione delle quantità relative alle voci presenti nella categoria “Risorse Umane” dell’Allegato 13 *Elenco dettagliato servizi/prodotti* è da intendersi riferita a tutte le eventuali attività trasversali, ma necessarie per la gestione di n. 1 pacchetto di Campagna di comunicazione integrata a supporto del censimento della Popolazione e delle Abitazioni, non riconducibili in maniera diretta alla realizzazione dei servizi/prodotti offerti. In tal caso, si chiede di descrivere tali attività trasversali nelle relative Note, in colonna F, sull’*Elenco* che verrà prodotto in Offerta Economica. Si raccomanda inoltre, al fine di evitare duplicazioni, di non quotare le giornate d’impiego delle risorse già considerate nel prezzo offerto per i servizi/prodotti in *Elenco*.

Nel caso in cui – invece - l’impiego delle risorse umane sia da intendersi pienamente ricompreso nel costo dei servizi/prodotti offerti per il pacchetto “Popolazione e Abitazioni” il concorrente dovrà quotare, per ciascuna figura professionale, il *costo die/persona* riconducibile all’impiego della risorsa nell’ambito della realizzazione del pacchetto in questione ed inserire quantità pari a 0 (zero).

Si rammenta che, come indicato nelle “Istruzioni operative” dell’Allegato 13: “Le voci quotate economicamente e con quantità pari a 0 (zero) sono intese come non offerte nel pacchetto di Campagna di comunicazione integrata a supporto del censimento della Popolazione e delle Abitazioni, ma comunque facenti parte del futuro listino, senza l’applicazione della maggiorazione del 10% di cui al par. 15 del Disciplinare.

## 21) Domanda

**Rif. Capitolato tecnico – 1.2.1 CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE INTEGRATE/1.3.2 Prodotti e servizi per la comunicazione multimediale** - Si chiede di confermare che ISTAT fornirà le specifiche tecniche applicabili al settore e/o servizi oggetto di gara, cui il Fornitore dovrà ottemperare.

## Risposta

Si conferma che la Committente fornirà le specifiche tecniche relative solo ai propri canali istituzionali, necessarie all’esecuzione contrattuale. Il Fornitore dovrà assicurarsi che tutti i prodotti siano responsive e soddisfino tutti i requisiti di accessibilità previsti dalle linee guida definite da AGID.

## 22) Domanda

Rif. Capitolato tecnico – par. 1.2.1.2 STRATEGIA DIGITAL E SERVIZI WEB - Si chiede di confermare che i contenuti descritti nel paragrafo saranno:

1. determinati sulla base di materiale fornito da ISTAT;
2. approvati da ISTAT prima della loro diffusione, conformemente a quanto previsto al par. 3 - MODALITÀ OPERATIVE RICHIESTE

## Risposta

1. Si conferma che il Fornitore dovrà costruire contenuti prevalentemente sulla base di materiale fornito da Istat, tuttavia, in maniera proattiva, potrà proporre altri contenuti sulla base di materiale acquisito autonomamente attraverso tutti i canali istituzionali Istat e/o di organismi di vertice delle principali istituzioni europee e di organismi internazionali quali ad esempio: Eurostat, Nazioni Unite, Unesco, FMI, Banca Mondiale, OCSE. In tal caso dovrà sempre esplicitare la fonte e attendere l’approvazione preventiva di Istat prima del loro sviluppo esecutivo.
2. Si conferma.

## 23) Domanda

Rif. Capitolato tecnico – par. 1.2.1.2 STRATEGIA DIGITAL E SERVIZI WEB - Si chiede di confermare che le “specifiche tecniche e gli standard editoriali del sito ISTAT” cui si fa riferimento nel testo saranno fornite da ISTAT stessa.

## Risposta



Si conferma.

#### **24) Domanda**

Rif. Capitolato tecnico – par. 1.3.2 Prodotti e servizi per la comunicazione multimediale - Si chiede di confermare che i contenuti dei prodotti e servizi descritti nel paragrafo saranno concordati con ISTAT e che ISTAT approverà i prodotti e/o servizi stessi prima della loro diffusione, conformemente a quanto previsto al par. 3 - MODALITÀ OPERATIVE RICHIESTE.

#### **Risposta**

Si conferma.

#### **25) Domanda**

Rif. Capitolato Tecnico – par. conformemente a quanto previsto al par. 3 - MODALITÀ OPERATIVE RICHIESTE  
Si chiede di confermare che l'approvazione di ISTAT si intende anche estesa alla verifica di conformità tra i prodotti/servizi e le specifiche tecniche/normative applicabili al settore e/o ai servizi oggetto del contratto.

#### **Risposta**

Non si conferma. Per quanto riguarda le verifiche di conformità si rimanda all'articolo 11 S del Contratto.

#### **26) Domanda**

Rif All.1CT\_Marchio Logo Censimenti e layout materiali supporto rilevazione - Si chiede di fornire, se disponibili:

- le guidelines di utilizzo del logo ISTAT e dei loghi relativi ai Censimenti permanenti;
- le indicazioni di palette colori e font utilizzati nella produzione di asset di comunicazione ISTAT;
- tutti i loghi presentati nell'allegato in oggetto, in formato vettoriale.

#### **Risposta**

Quanto richiesto verrà fornito esclusivamente in fase di esecuzione contrattuale.

#### **27) Domanda**

Si chiede di confermare che quanto indicato all'art. 6.4 del Disciplinare relativamente possesso del requisito di capacità tecnico-professionale in caso di partecipazione in RTI ovvero: *“ a) Il requisito dei servizi/forniture analoghi di cui al precedente paragrafo 6.3 deve essere posseduto dal raggruppamento nel complesso.”* sta a significare che è possibile la partecipazione di società mandanti che non hanno il requisito di capacità tecnico-professionale così come richiesto dall'art. 6.3 del Disciplinare e che pertanto tale requisito possa essere soddisfatto interamente dalla società capogruppo.

#### **Risposta**

Si conferma.

#### **28) Domanda**

In linea con quanto previsto dall' Art. 16.1 CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'OFFERTA TECNICA, in merito al gruppo di lavoro, si riscontra che gli unici 4 profili professionali oggetto di valutazione siano: Capo Progetto, Direttore creativo, Esperto in Pubbliche Relazioni e Media, Social media manager:

- a) Si conferma?



- b) L'esperienza dei 4 professionisti è da confermare unicamente in fase di compilazione dell'offerta tecnica generata dal sistema?
- c) Come e in quale documento si può dare evidenza dell'esperienza del resto del team.

#### **Risposta**

- a) Si conferma.
- b) Fermo restando che il concorrente in sede di offerta tecnica dovrà valorizzare a Sistema gli specifici campi relativi all'esperienza delle figure professionali offerte, i Curricula Vitae delle medesime figure professionali verranno presentati dall'operatore economico aggiudicatario entro 7 giorni dalla comunicazione di cui all'art. 90, comma 1, lett. b) del Codice;
- c) L'esperienza delle ulteriori figure professionali del team sarà dimostrata in fase di esecuzione contrattuale, secondo le modalità che verranno fornite da ISTAT.

#### **29) Domanda**

All'articolo 14 "Offerta tecnica" del Disciplinare si prescrive che essa deve contenere, a pena di esclusione:

1. L'offerta tecnica generata automaticamente dal sistema;
2. la Relazione Tecnica conforme al modello di cui all'Allegato n. 5;
3. l'Elenco dettagliato servizi/prodotti.

Si chiede di chiarire.

#### **Risposta**

Posto che il quesito non è chiaro, si conferma quanto stabilito al par. 14 del Disciplinare di gara. L'offerta tecnica nel suo complesso dovrà contenere, a pena di esclusione: 1) il documento di offerta tecnica generata automaticamente dal Sistema che consiste in un documento riepilogativo di quanto inserito a Sistema dall'operatore economico che dovrà essere firmato digitalmente e ricaricato nell'apposita sezione a Sistema; 2) la Relazione Tecnica conforme all'Allegato 5 che rappresenta il documento tecnico di offerta dell'operatore economico che sarà oggetto di valutazione da parte della Commissione; 3) l'Elenco dettagliato servizi/prodotti da presentare utilizzando l'apposito modello di cui all'Allegato 13 e privo di qualsivoglia riferimento di carattere economico, a pena di esclusione.

#### **30) Domanda**

Per 20 pagine si intende un totale di 40 facciate (una pagina, 2 facciate) o si intende 20 facciate in tutto?

#### **Risposta**

Si intende 20 facciate formato A4.

#### **31) Domanda**

Si conferma che non sia possibile aggiungere alcun allegato ai 3 documenti previsti, pena l'esclusione dalla procedura di gara, nel rispetto del principio di equivalenza di cui all'art. 79 e al relativo allegato II.5 del Codice?

#### **Risposta**

Il quesito non è chiaro. Per quanto riguarda le "specifiche tecniche" di cui all'articolo citato, si richiamano le disposizioni di cui alla *lex specialis*.



### 32) Domanda

Si conferma che tutti gli elaborati, inclusi piani media, storyboard e script (solo per citarne alcuni) debbano essere compresi nelle 20 pagine?

#### Risposta

Si conferma.

### 33) Domanda

In che modo e in quale dei tre elaborati è possibile dare evidenza dell'esperienza dei professionisti? In nessuno degli elaborati è presente un campo in cui poter valorizzare gli anni di esperienza professionale dei componenti del team, né dove poter allegare i CV.

#### Risposta

L'esperienza dei professionisti di cui all'ambito di valutazione n. 3 dei criteri di valutazione di cui al par. 16.1 del Disciplinare potrà essere valorizzata a Sistema nelle apposite sezioni predisposte; quanto inserito a Sistema andrà a comporre il documento di offerta tecnica generata automaticamente dal Sistema stesso.

Per quanto riguarda i tempi, la fase e le modalità secondo cui dovranno essere prodotti i curricula si rimanda alla risposta al quesito 28 b).

### 34) Domanda

Nel documento "all.3ct briefing e censimenti permanenti", paragrafo 2.3, si specifica che la Società dovrà "formulare una proposta di evoluzione e sviluppo del pay off e del claim ereditati dalla precedente campagna", vale a dire partendo dalla seguente creatività:

Il pay off "L'Italia giorno dopo giorno"  
Il claim "L'Italia ha bisogno di campioni"

La nuova proposta potrà quindi esplorare nuovi territori creativi, mantenendo però una continuità in termini di concept/storytelling e di posizionamento, corretto?

#### Risposta

Si conferma.

### 35) Domanda

Per quanto riguarda l'identità visiva definita, gli elementi da considerare sono solo i loghi (e gli esempi di sue applicazioni forniti), corretto?

#### Risposta

Si conferma che ai fini della predisposizione dell'offerta i concorrenti dovranno tenere conto delle indicazioni in tema di identità visiva di cui alla documentazione di gara.



### 36) Domanda

Con riferimento al doc. "all.5 offerta tecnica", Criterio 1, Par. 1.1, ci confermate che la richiesta prevede la presentazione di: 1 concept creativo, 1 pay-off generale, 6 claim per le 6 campagne dedicate ai censimenti specifici?

### Risposta

Nell'ambito di valutazione del Criterio n. 1 di cui all'All. 5 par. 3.2, è richiesto di descrivere sinteticamente il progetto complessivo di comunicazione integrata di cui al par. 1.1 del Capitolato Tecnico, con particolare focus sugli elementi fondamentali di cui ai criteri dal 1.1 al 1.5, da cui si evinca la strategia comunicativa generale ed il concept creativo, garantendo massima efficacia al progetto. Si precisa che il concept creativo è da intendersi unitario e che al criterio 1.1 è richiesto di presentare n. 1 proposta di pay-off generale e n. 5 proposte di claims specifici da associare a ciascuna delle campagne dedicate a ogni censimento permanente (Popolazione e Abitazioni, Imprese, Non profit, Istituzioni Pubbliche, Agricoltura).

### 37) Domanda

Per concept creativo si intende, in questa sede (Criterio 1, Par. 1.1), la proposta di copy senza key visual a corredo, corretto?

### Risposta

Si rimanda alla risposta al quesito n. 36. Il concept creativo deve essere evincibile dalla proposta, la cui elaborazione è rimessa al concorrente in sede di offerta tecnica.

### 38) Domanda

Con riferimento al doc. "all.5 offerta tecnica", Criterio 1, Par. 1.4:

- a) per la strategia social teniamo in considerazione l'ecosistema attuale di canali Istat o, se ritenuto opportuno, si può valutare l'apertura di profili su social non ancora presidiati?
- b) Per la parte di Digital PR è necessario, insieme alla proposta di attività, individuare e indicare profili di influencer/opinion leader ritenuti idonei al progetto?

### Risposta

- a) In aggiunta ad azioni sugli attuali canali social di Istat, il concorrente può proporre anche l'apertura di profili su canali social non ancora presidiati (v. par. 1.2.1.3 del Capitolato Tecnico);
- b) L'elaborazione della proposta è rimessa all'operatore economico, purché in linea con quanto descritto nella documentazione di gara, nello specifico al par. 1.2.1.3 del Capitolato Tecnico.

### 39) Domanda

Con riferimento a "all.5 offerta tecnica", Criterio 2: le max 10 slide richieste sono comprensive della presentazione delle creatività di cui al par. 2.1?

### Risposta

Si conferma.



#### 40) Domanda

Con riferimento a "all.5 offerta tecnica", Criterio 2: il documento da presentare comprende il concept creativo specifico della campagna in oggetto (figlio del pay-off elaborato nell'ambito del Criterio 1) con relativo claim. Non è specificato nell'offerta tecnica, ma si richiede anche la presentazione di un key visual (quello che verrà poi declinato nelle grafiche richieste)?

#### Risposta

Nell'ambito di valutazione del Criterio n. 2, par. 3.2 dell'All. 5, è richiesto di descrivere sinteticamente, anche avvalendosi dell'ausilio di grafiche, lo specifico progetto di pacchetto di comunicazione integrata a supporto del Censimento permanente della Popolazione e delle Abitazioni di cui al par. 1.1 del Capitolato Tecnico, da cui si evincano la strategia comunicativa specifica ed il concept creativo, con attenzione alla valorizzazione di contenuti di sostenibilità ambientale ed inclusione sociale, nonché elementi di carattere tecnologico innovativo.

Si precisa che il concept creativo è da intendersi unitario e deve essere evincibile dalla proposta, la cui elaborazione è rimessa al concorrente in sede di offerta tecnica.

#### 41) Domanda

Con riferimento a "all.5 offerta tecnica", Criterio 2, Par. 2.1:

per "mock-up dei prodotti identitari (v. Allegato 2), anche digitali", si intende la produzione di mock-up per tutti gli elementi dell'elenco in all. 2?

Riportiamo di seguito l'elenco di prodotti che stiamo considerando:

Es. Quaderno anelli o simili - matita o penna o micromina - shopper resistente;

Es. Infografiche statiche e dinamiche (e declinazioni per formati social);

Es. Card/social card (e qualsiasi altro format per la presenza web, adattamenti per altri formati).

Tali mockup sono da considerare all'interno delle 10 pagine?

#### Risposta

Si rimanda alla risposta al quesito n. 14.

Si conferma che la presentazione dei mock-up deve intendersi ricompresa entro le 10 pagine della Relazione Tecnica dedicate all'ambito di valutazione del Criterio n. 2 "PROGETTO PACCHETTO DI CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA A SUPPORTO DEL CENSIMENTO PERMANENTE DELLA POPOLAZIONE E DELLE ABITAZIONI".

#### 42) Domanda

Lo storyboard dello spot televisivo è inteso come una realizzazione visiva? In tal senso va sempre considerato all'interno delle 10 pagine?

#### Risposta

Si conferma.

#### 43) Domanda

Il documento di presentazione dell'offerta tecnica in formato A4, è da intendersi da realizzare in word o può essere realizzato in qualsiasi modo purché rispetti le specifiche richieste? È richiesto un formato A4 verticale o può essere utilizzato anche un formato A4 orizzontale?

#### Risposta



Il documento di presentazione dell'offerta tecnica può essere realizzato attraverso gli strumenti ritenuti più opportuni dall'operatore economico, senza vincolo di orientamento delle pagine, purché venga reso in formato A4, trasformato in .pdf e sottoscritto digitalmente; il tutto nel rispetto dei vincoli editoriali di cui all'Allegato 5 Offerta Tecnica.

#### 44) Domanda

All'interno dell'allegato 7.1, relativamente al foglio "Dettaglio costi del lavoro" si cita nelle note un allegato 16A che non ci sembra essere presente nei documenti di gara. A cosa fa riferimento?

#### Risposta

Si precisa che l'Allegato 16A citato alla nota 3) presente a margine del foglio di lavoro "Dettaglio costi del lavoro" dell'Allegato 7.1 è da intendersi riferito all'Allegato 7 parte A. In ragione di ciò dalla nota in questione va espunto il riferimento ai costi della manodopera.

#### 45) Domanda

All'interno dell'allegato 7.1, relativamente al foglio "Conto Economico Commessa", le formule a partire dalla riga 19 colonna M puntano a una cella D15 che non ha una corrispondenza in termini di valore. Si conferma che il riferimento alla riga 15 è errato e bisogna aggiornare le formule che rimandano a tale riga prendendo la riga 16 come riferimento sostitutivo della precedente?

#### Risposta

Si conferma. Nella tabella "*COSTI E RICAVI SERVIZI misurabili in gg/pp*" dell'allegato 7.1 la formula presente nella cella di cui alla colonna M "*Costo medio gg/pp*" righe dalla n. 19 alla n. 65 (escluse le righe 26-34-42-50-58) che attualmente punta alla cella D15 è da intendersi errata ed il puntamento corretto è da intendersi alla cella D16 in cui è rappresentato il "*N. ore per gg/pp*".

#### 46) Domanda

Si conferma, in riferimento al punto 15 e 16.3 del Disciplinare di Gara, che il ribasso offerto sarà calcolato dalla committente sulla base dei valori riportati nella colonna "Prezzo unitario offerto" dell'allegato 7.1 rispetto alla base d'asta e che non è presente nessuna cella in cui inserire/visualizzare tale ribasso? Non sembra infatti essere presente il ribasso r1 citato all'allegato 13.

#### Risposta

Con riferimento ai ribassi ed ai relativi prezzi, l'operatore deve inserire direttamente a Sistema, nelle apposite sezioni della scheda di offerta, i ribassi percentuali – da  $r_1$  a  $r_6$  - offerti sulle singole basi d'asta di cui al par. 3 del Disciplinare. Il Sistema in automatico calcolerà il relativo prezzo offerto rispetto a ciascun elemento a base d'asta, nonché il ribasso complessivo offerto R secondo la modalità descritta al par. 16.3 del Disciplinare.

Si rammenta che l'allegato 7.1 "ID 2739\_All.7.1\_Schema Conto Economico Commessa" - la cui presentazione è facoltativa - costituisce parte integrante dell'allegato 7 "ID 2739\_All.7\_Schema Giustificativi Anomalia" contenente i giustificativi di cui all'art. 110, comma 2, del D. Lgs. 36/2023 in ordine ai prezzi o ai costi proposti in offerta economica.

#### 47) Domanda

Si conferma inoltre che il ribasso risultante all'allegato 13 deve essere corrispondente solo al ribasso riportato per la stessa campagna all'allegato 7.1, mentre il ribasso per le altre campagne può essere differente?





#### **Risposta**

Ciascun ribasso (da  $r_1$  a  $r_6$ ) è da intendersi indipendente dagli altri. Con particolare riferimento al ribasso  $r_1$  offerto sul pacchetto per la “Campagna a supporto del Censimento permanente della Popolazione e delle Abitazioni” si raccomanda di fare attenzione ad inserire a Sistema il medesimo valore che si evince dalla formula presente nell’Allegato 13.

#### **48) Domanda**

Ci sono delle limitazioni lato publisher?

#### **Risposta**

Il quesito non è chiaro.

#### **49) Domanda**

Possiamo implementare dei pixel di tracciamento sul sito?

#### **Risposta**

Si conferma il loro utilizzo solo se pienamente rispondenti al GDPR ad esclusione di Google Analytics e similari.

#### **50) Domanda**

Sono già presenti delle landing page da poter visionare?

#### **Risposta**

I censimenti hanno una landing page generale <https://www.istat.it/it/censimenti>, da questa poi, attraverso un menu a tendina posto sul lato destro della pagina è possibile accedere alle landing page specifiche per ogni censimento.

#### **51) Domanda**

Per la pianificazione occorre rispettare l'art 177 del 2005 sui Criteri e regole per la pianificazione sui mezzi di comunicazione di massa?

#### **Risposta**

Posto che il quesito non è chiaro, relativamente alla “Destinazione di risorse da parte di amministrazioni ed enti pubblici a scopi promozionali e di comunicazione istituzionale” e all’eventuale acquisto di spazi a pagamento sui media tradizionali, si faccia riferimento a quanto previsto dall’art. 49, decreto legislativo del 8 novembre 2021, n. 208.

#### **52) Domanda**

C'è una priorità tra i 4 censimenti e il centenario a livello di distribuzione degli investimenti?

#### **Risposta**



Non esiste un criterio prioritario di distribuzione degli investimenti per quanto riguarda il Progetto Centenario e i Censimenti economici, fatta eccezione per il Censimento delle Istituzioni Pubbliche che richiede un investimento proporzionato al valore della relativa campagna. Si ribadisce quanto previsto al paragrafo 1.2.1.1 del Capitolato Tecnico: *“Il budget complessivo riservato all’ADV e al Placement per tutta la durata del contratto, incluso nel valore a base d’asta, è di massimo € 850.000,00 (iva esclusa), da gestire in funzione delle strategie proposte, nel rispetto degli investimenti minimi ADV”* dettagliati nella tabella di cui al medesimo par. 1.2.1.1 del Capitolato Tecnico.

### **53) Domanda**

Ci sono dei canali che devono essere necessariamente inseriti? Ce ne sono alcuni da non dover assolutamente integrare?

#### **Risposta**

Il quesito non è chiaro. Tuttavia, se ci si riferisce ad eventuali preferenze o esclusioni nel mix di canali (tradizionali, digital, social) da utilizzare nella strategia cross-mediale a supporto di ciascuna campagna, Istat non pone alcuna condizione vincolante e rimanda al Fornitore la scelta, in funzione della strategia e del progetto proposto.

### **54) Domanda**

Con riferimento al Capitolato a pagina 5, capitolo 1, e a pag. 8 paragrafo 1.2.1 ultimo capoverso, si chiede se possibile specificare e/o stimare la quantità di contenuti/prodotti/servizi di comunicazione che potranno essere richiesti da ISTAT “al di fuori delle campagne di comunicazione per soddisfare le finalità istituzionali di ISTAT” tra quelli indicati nei paragrafi da 1.2.1.1 ad 1.2.1.5.

#### **Risposta**

Le quantità non sono ad oggi stimabili, ma si precisa che l’eventuale realizzazione e fornitura *on demand* di contenuti/prodotti/servizi di comunicazione *ad hoc* sarà remunerata da Istat ai prezzi di cui al Listino di cui al par. 15 del Disciplinare, entro il limite massimo dell’importo contrattuale. Si precisa che in caso di richieste “extra listino” sarà ammessa la rendicontazione di ulteriori voci di spesa, ad oggi non prevedibili, purché preventivamente approvate dall’Istat in sede di preventivo e opportunamente giustificate.

### **55) Domanda**

Con riferimento al Capitolato, si chiede di specificare se (ed eventualmente come) dovranno essere dimostrati i valori economici massimi indicati nella tabella a pagina 7 relativi alla ripartizione economica delle campagne integrate di comunicazione o se i valori sono meramente indicativi e funzionali alla costruzione della base d’asta.

#### **Risposta**

I valori indicati nella tabella a pagina 7 del Capitolato Tecnico rappresentano i Valori economici (IVA esclusa) massimi per ciascuna campagna (inclusivi di ADV, come da par. 1.2.1.1), nonché le basi d’asta delle stesse. In fase di gara non è richiesto che essi siano forniti in maniera dettagliata, ad eccezione di quanto previsto per il valore relativo alla campagna di comunicazione integrata a supporto del censimento “Popolazione e Abitazioni”, la cui costruzione dovrà essere minuziosamente esplicitata nell’*Elenco dettagliato prodotti/servizi* di cui all’Allegato 13.

### **56) Domanda**

Con riferimento al Capitolato a pagina 9 si chiede:



a) Di confermare che l'importo di 850.000 euro (iva esclusa) da considerare come importo di budget massimo complessivo riservato all'ADV e al Placement include sia i costi relativi agli spazi pubblicitari, sia le fee di agenzia, sia il lavoro dei professionisti incaricati di pianificare le uscite e dei professionisti incaricati di ideare, realizzare e ottimizzare gli spot. In caso affermativo, si chiede di confermare che nell'ambito di tale importo l'Aggiudicatario ha facoltà di gestire le diverse tipologie di costi secondo le esigenze del progetto.

b) Si chiede di indicare come dovranno essere dimostrati i costi relativi all'acquisto degli spazi pubblicitari.

#### **Risposta**

- a) Si conferma. Si veda anche risposta al quesito n. 52.
- b) I costi saranno dimostrati, in fase di esecuzione contrattuale, tramite la rendicontazione della commessa che il Fornitore è tenuto a presentare ad Istat.

#### **57) Domanda**

Con riferimento al Capitolato a pag. 17 si chiede di confermare che il "cloud storage dedicato" su cui l'Aggiudicatario dovrà fornire i layout editabili di tutti i materiali prodotti è nelle disponibilità di ISTAT.

#### **Risposta**

Non si conferma. L'Aggiudicatario dovrà fornire anche il "cloud storage dedicato".

#### **58) Domanda**

Con riferimento all'allegato 13 Elenco dettaglio dei prodotti e servizi si chiede di specificare quale sia la differenza tra:

- a) Le righe 37-38 ("Apertura e brandizzazione di un profilo istituzionale su una nuova piattaforma social" – "gestione e aggiornamento del profilo istituzionale (costo die/persona)") e la riga 40 ("Apertura, brandizzazione e gestione di un profilo istituzionale su una nuova piattaforma social (costo die/persona)")
- b) Le righe 39-40 ("Apertura di una piattaforma di gestione delle community" – "gestione e aggiornamento della piattaforma di gestione community (costo die/persona)") e la riga "Apertura e gestione di una piattaforma di gestione delle community (costo die/persona)")

#### **Risposta**

Premesso che:

1. le voci pre-inserite nell'Elenco di cui all'Allegato 13 sono da intendersi a scopo indicativo, essendo altresì ivi precisato che "il concorrente può liberamente aggiungere righe o decidere di non quotare determinate voci dell'Elenco, in coerenza con la propria offerta tecnica di campagna "Popolazione e Abitazioni";
2. nelle "Istruzioni operative" dell'Allegato 13 è previsto che "Qualora all'interno della colonna A, in corrispondenza della singola voce, sia inserita la sigla "NC" e contemporaneamente nella colonna delle Quantità sia preimpostato il valore "0" (zero), è da intendersi che per il servizio/prodotto corrispondente, benché non previsto da Capitolato, è interesse della Committente conoscere il prezzo unitario offerto. Solo qualora il concorrente intenda offrire questo prodotto/servizio all'interno della propria composizione del pacchetto Campagna di comunicazione integrata a supporto del censimento della Popolazione e delle Abitazioni, è possibile quotarne anche la quantità, sostituendo allo 0 (zero) la quantità offerta".

In risposta al quesito si precisa, inoltre, che:



- nelle righe 37 e 39, rientranti nella fattispecie di cui al precedente punto 1, è richiesto al concorrente di quotare il prezzo *chiavi in mano* dei servizi rispettivamente di “apertura e brandizzazione profilo social” e di “apertura piattaforma”;
- nelle righe 38 e 40, rientranti nella fattispecie di cui al precedente punto 1, è richiesto al concorrente di quotare il *costo die/persona* dei servizi rispettivamente di “gestione profilo social” e “gestione piattaforma” nel tempo;
- nelle righe 41 e 42, rientranti nella fattispecie di cui al precedente punto 2 e quindi di particolare interesse per la Committente a prescindere se siano o meno state offerte nel pacchetto, è richiesto al concorrente di proporre una quotazione flat del *costo die/persona* rispettivamente dell’attività complessiva di “Apertura, brandizzazione e gestione profilo social” e “Apertura e gestione piattaforma”.

### 59) Domanda

Con riferimento all’allegato 13 Elenco dettaglio dei prodotti e servizi si chiede di confermare che la richiesta di quotare per il Censimento Popolazione e Abitazioni i servizi delle voci:

- Servizio di gestione della crisi,
- Servizio di brand protection,
- Public speaking: Pianificazione, organizzazione e realizzazione di moduli formativi ad hoc di public speaking e media training per spokesperson

è un mero refuso e che queste non vanno quantificate economicamente e quindi non concorrono a definire il prezzo per n. 1 pacchetto di Campagna di comunicazione integrata a supporto del censimento della Popolazione e delle Abitazioni, stante che tali servizi nel capitolato a pagina 22 vengono indicati come servizi per i quali ISTAT “richiederà un’offerta dedicata”.

### Risposta

Premesso che la richiesta di quotare le voci in questione non è frutto di un refuso in quanto Istat si riserva, per questi servizi, di richiedere un’offerta dedicata, caso per caso, si evidenzia che il Concorrente può liberamente aggiungere righe o decidere di non quotare determinate voci dell’Elenco, in quanto le medesime sono state inserite a mero titolo esemplificativo. Tuttavia si fa presente che tali servizi sono funzionali alle campagne di comunicazione, stante la complessità dei censimenti. Pertanto, il Concorrente potrà quotare in *Elenco* il *costo die/persona* dei servizi di cui al quesito, con quantità offerta pari a 0 (zero).

Si rammenta quanto descritto nel primo foglio dell’Allegato 13 contenente le Istruzioni operative per l’operatore: “Le voci quotate economicamente e con quantità pari a 0 (zero) sono intese come non offerte nel pacchetto di Campagna di comunicazione integrata a supporto del censimento della Popolazione e delle Abitazioni, ma comunque facenti parte del futuro listino, senza l’applicazione della maggiorazione del 10% di cui al par. 15 del Disciplinare.”

### 60) Domanda

Quanto dura indicativamente una campagna di lancio e di sostentamento del censimento?

### Risposta

Per quanto riguarda la durata della campagna di lancio si rimanda alla risposta al quesito n. 13. Relativamente al “sostentamento”, esso è subordinato alla durata di ciascuna rilevazione censuaria, da minimo 3 mesi per il censimento della Popolazione e delle Abitazioni, ai 4-5 mesi dei censimenti economici.

### 61) Domanda

Quali KPI vi aspettate dalle campagne? Visibilità e traffico?



### **Risposta**

Istat si aspetta il raggiungimento ottimale degli obiettivi e dei target di riferimento della specifica campagna. Il Fornitore dovrà dunque, per ciascuna campagna censuaria, definire la strategia più efficace – a tal fine - in termini di mix di canali e azioni.

### **62) Domanda**

Atterraggio annunci: nelle precedenti campagne, si atterrava su pagine sito web o su landing page?

### **Risposta**

Nelle precedenti campagne, le pagine di atterraggio erano prevalentemente su landing page dei siti dedicati alla comunicazione sui censimenti permanenti: [www.censimentigiornodopogiorno.it](http://www.censimentigiornodopogiorno.it), chiuso a inizio 2024, e sul Censimento dell'Agricoltura: <https://7censimentoagricoltura.it/>, che sarà oscurato a breve termine. Alternativamente per messaggi con una valenza più informativa e di servizio, le pagine di atterraggio potevano essere sulla sezione del sito istituzionale dedicata ai Censimenti permanenti: <https://www.istat.it/it/censimenti>.

### **63) Domanda**

È possibile avere la condivisione dello storico degli ultimi 3 anni per: allocazione budget sui canali e KPI raggiunti?

### **Risposta**

I dati storici richiesti non sono disponibili.

### **64) Domanda**

Sistemi di tracciamento: cosa è stato utilizzato fino ad ora?

### **Risposta**

Fino ad ora è stato utilizzato MATOMO.

### **65) Domanda**

Quali strumenti di reportistica sono stati utilizzati fino ad ora?

### **Risposta**

Per ciascuna campagna integrata è stato realizzato: un progetto esecutivo della campagna, un report finale e la rendicontazione di dettaglio, sia in formato excel che pdf (a fini amministrativi), di tutte le azioni, acquisizioni. Inoltre con periodicità mensile è stata realizzata un'analisi delle conversazioni online per verificare la reputation e il sentiment generato dalla campagna sui Censimenti. Sono stati stilati, con periodicità mensile, report quali-quantitativi dettagliati con i risultati dell'analisi, relativi a contenuti, sentiment e topic principali.

### **66) Domanda**

L'acquisto di campagne su siti web di quotidiani e periodici è considerata come acquisto media stampa?

### **Risposta**



Si conferma.

**67) Domanda**

È possibile inserire link nel documento offerta tecnica per visualizzare online o scaricare presentazioni pdf con key visual, storyboard, elementi visivi?

**Risposta**

Non si conferma. L'offerta deve essere presentata entro i limiti editoriali rappresentati nell'Allegato 5 Offerta Tecnica.

**68) Domanda**

È prevista l'estensione della consegna delle proposte tecniche ed economiche?

**Risposta**

Il quesito non è chiaro. Il termine per la presentazione delle offerte è indicato nel bando di gara.

Divisione Sourcing Sanità, Beni e Servizi

La Responsabile

*D.ssa Roberta D'Agostino*

---