



Prot. n. 45 del 23.03.2024

QUESITI/RISPOSTE

RELATIVI

ALL’AFFIDAMENTO DIRETTO

AI SENSI DELL’ART. 50 COMMA 1 LETTERA B) DEL DLGS 36/2023

DEL SERVIZIO DI ELABORAZIONE DI UN PIANO

MARKETING/COMUNICAZIONE

E

DI SUPPORTO AGLI UFFICI PER LA GESTIONE E LO SVILUPPO DELLO STESSO

QUESITO N. 1

Un Operatore Economico chiede se sia sufficiente l’indicazione delle attività che si andranno a svolgere e non anche già “una produzione creativa”

RISPOSTA

Si riportano di seguito gli indicatori per la scelta discrezionale del contraente previsti sia dall’Avviso di indagine che dalla lettera di invito alla trattativa: a) Creatività ed originalità del concept creativo; b) qualità e coerenza della composizione grafica; c) qualità, coerenza ed esaustività della proposta social; d) qualità, coerenza, esaustività delle campagne pubblicitarie proposte; e) modalità di interazione con le risorse interne. **Dunque gli Operatori Economici devono articolare, oltre alle attività che si andranno a svolgere, e tenendo conto degli Assett della Fondazione come più volte evidenziati negli atti della procedura, anche la propria proposta del concept creativo “generale”** (salvo gli ovvi dettagli che saranno oggetto di valutazioni congiunte con la Committenza, dopo la scelta dell’Affidatario, ma tenendo sempre conto del predetto “concept generale”)



QUESITO N. 2

Redazione, monitoraggio e aggiornamento del piano marketing/comunicazionale su base triennale con valorizzazione degli aspetti naturalistico/ambientali e storico/archeologici dell'intero compendio gestito dalla Fondazione e dunque: Grotte di Pertosa-Auletta, Museo Speleo Archeologico – Museo del suolo - Gestione dei contenuti del sito web e del blog – Un Operatore Economico chiede quanti sono all'anno e se il sito è in wordpress

RISPOSTA

2.1. La Fondazione - fermo il budget di €20.000,00 oltre Iva annui - valuterà la proposta nel suo insieme. Quindi non è prevista alcuna predeterminazione numerica degli elementi che formano di marketing/comunicazione

2.2. Il sito è in Wordpress

QUESITO N. 3

Gestione social network (Facebook ed Instagram) per i 3 asset principali (Grotte di Pertosa-Auletta, Museo del Suolo e Museo Speleo Archeologico): Un operatore Economico chiede se le pagine siano: 2 MIdA Fb e MIdA Instagram

RISPOSTA

Le pagine Facebook sono: Fondazione MIdA, Grotte di Pertosa-Auletta, Museo del Suolo e Museo Speleo Archeologico; quelle Instagram sono Grotte di Pertosa-Auletta, Museo del Suolo e Museo Speleo Archeologico.

QUESITO N. 4

Produzione del copy necessario per la gestione dei canali social – Un operatore Economico chiede se il numero di post vada indicato nella proposta, oppure vi sia un numero standard prescelto dalla Fondazione?

RISPOSTA

IL numero di post va indicato dagli Operatori Economici, anche in funzione della organicità della proposta del piano di comunicazione/marketing nella sua interezza.



QUESITO N. 5

Ideazione e gestione campagne pubblicitarie on line su piattaforma Google ads e Facebook ads (per un massimo di due campagne pubblicitarie all'anno) - Un operatore Economico chiede se la pagina Facebook in uso alla fondazione sia un account business e se l'investimento pubblicitario sia da considerarsi come spesa a parte

RISPOSTA

5.1. La pagina Facebook in uso alla Fondazione è un account business

5.2. La spesa delle campagne pubblicitarie on line è da intendersi ricompresa nel prezzo complessivo stanziato dalla Fondazione a copertura del servizio, anche perché la "portata" delle campagne proposte dai singoli Operatori Economici deve tener conto del relativo "vincolo economico" come derivante dall'importo complessivo del contratto nel triennio (euro 60.000,00 oltre Iva)

QUESITO N. 6

Progettazione e creazione dei contenuti multimediali (audio / video / fotografici per la gestione dei social e del sito Web) – Un operatore Economico chiede se i costi degli shooting fotografici siano da considerarsi "extra" anche in considerazione del fatto che andrebbe verificato prima l'archivio immagini per comprendere il quantitativo di nuove immagini necessarie.

RISPOSTA

I costi degli shooting fotografici sono da considerarsi extra. Tuttavia, nell'indicazione della voce contrattuale in oggetto, gli Operatori Economici dovranno indicare il prezzo unitario degli shooting fotografici in argomento.

QUESITO N. 7

Progettazione dei contenuti grafici necessari per le attività di comunicazione istituzionale della Fondazione (volantini, cataloghi, poster) – Un Operatore Economico chiede se la Fondazione sia in possesso di una stima annuale in ordine ai tipi di volantini, cataloghi o poster.

RISPOSTA

Poiché la produzione dei volantini, dei cataloghi e dei poster sarà decisa anche in funzione del piano prescelto, non è possibile effettuare una stima del numero dei prodotti in oggetto a farsi. Tuttavia si rimarca che viene richiesta la mera progettazione dei contenuti grafici, con conseguente irrilevanza del numero dei prodotti da realizzarsi ai fini della formazione della proposta del piano di comunicazione/marketing di cui alla presente procedura.



QUESITO N. 8

Manutenzione e aggiornamento dei domini facenti capo all'ecosistema della Fondazione MIdA; Gestione della sicurezza relativa ai server su cui sono ospitati i suddetti domini – Un Operatore Economico, osservando che la sicurezza dipenda dal fornitore dei servizi, ritiene dubbia la legittimità di tale richiesta rispetto al piano nel suo complesso

RISPOSTA

Sul punto, gli Operatori Economici avranno cura di indicare le proprie modalità di supporto nella gestione, sia rispetto alla manutenzione ed aggiornamento dei domini facenti capo all'ecosistema della Fondazione MIdA, sia nella gestione della sicurezza relativa ai server, pur tenendo conto degli aspetti più propriamente tecnici delle predette gestioni.

FONDAZIONE MIdA

Il Responsabile Unico di Progetto

Antonietta Cafaro