

PRECISAZIONE 3

Quesito n. 1

Sembra che nell'importo di 600.000 euro non sia compreso l'acquisto degli spazi media. È corretta l'interpretazione?

Sì, l'interpretazione è corretta.

Quesito n. 2

Si chiede di specificare cosa si intende per programma triennale strategico di comunicazione: si tratta di sviluppare solo un piano media con mezzi Above the Line (stampa, tv, radio, affissione, internet) oppure dobbiamo anche comprendere l'organizzazione di conferenze stampa o azioni di comunicazione diretta tipo incontri, convegni, attività di animazione?

Il piano mezzi rappresenta la concretizzazione di una strategia di comunicazione. Nel disciplinare di gara si chiede di esplicitare il programma strategico.

Quesito n. 3

Per il criterio di valutazione "Proposta per una campagna di comunicazione annuale": Questo comporta, dunque, l'individuazione, oltre che del concept, anche del messaggio creativo e del format di comunicazione? Se sì, dobbiamo ideare un nuovo format, oppure continuare sulla linea da voi già tracciata? Oltre al concept, dobbiamo anche fare un piano di attività? Se sì, come ho già chiesto prima, stiamo parlando solo dell'ideazione di un Piano Media Above the Line e non di altro?

È lasciata alla discrezionalità dell'agenzia la scelta tra la prosecuzione del format attuale oppure la proposta di uno nuovo. In questo caso è richiesta la concretizzazione di una campagna di comunicazione (above the line e/o below the line) basata ovviamente sul piano strategico proposto al punto precedente (risposta 2).

Quesito n. 4-

Per il criterio "Prova di elaborazione grafica" si chiede di specificare se il format deve essere quello già esistente oppure se ne dobbiamo ideare un altro!

È lasciata alla discrezionalità della agenzia la scelta tra la prosecuzione del format attuale oppure la proposta di uno nuovo.

Quesito n. 5

Cose si intende per proposte di comunicazione congiunte? Si tratta di proposte grafiche e di proposte di iniziative strategiche (es. comarketing)?

Si tratta di proposte concrete di attività di comunicazione congiunta tra prodotti tipici e turismo, dove è fondamentale che vi sia una riconoscibilità di ambedue i mondi.

Quesito n. 6

La produzione dei materiali di promozione (come ad esempio spot tv o radio, eventuale materiale informativo cartaceo, ect.), debba essere compresa nel budget d'investimento annuo oppure è da considerare nell'importo a base d'asta (per intenderci nelle 608.000)?

La produzione dei materiali di promozione deve essere compresa nel budget di investimento annuo.

Quesito n. 7

È possibile introdurre allegati all'offerta tecnica, ad esempio, tavole grafiche, ovviamente, rispettando le modalità di presentazione indicate nei documenti di gara?

È possibile introdurre allegati all'offerta tecnica, ma comunque vengono valutati solamente gli elementi richiesti nella documentazione di gara.

Quesito n. 8

Il punto 2 dell'offerta tecnica riferisce alla presentazione di una strategia creativa o comunemente detta copystrategy, senza attuazione di bozze grafiche di una campagna o creazione di sceneggiatura/storyboard? Oppure si richiede una trattazione verbale dei soggetti di campagna con descrizione dei principi e dei contenuti?

Nel disciplinare si parla di descrizione di una proposta concreta: è possibile introdurre allegati all'offerta tecnica, ma comunque vengono valutati solamente gli elementi richiesti nella documentazione di gara.

Quesito n.9

Il punto 3 dell'offerta tecnica riferisce ad un "esercizio" di adattamento secondo i parametri espressi nelle linee guida del sito indicato oppure è necessario un ampliamento dello studio del format del banner e dei suoi contenuti?

Deve essere presentata una proposta di campagna banner internet che si traduca attraverso una relazione che ne spieghi la logica ed una riproduzione su carta della proposta.

Quesito n. 10

Nella busta A si deve inserire l'elenco di almeno 5 servizi da predisporre utilizzando l'"Allegato 1 bis" compilato in ogni sua parte e sottoscritto nell'apposita colonna dal legale rappresentante del committente. Ciò significa che ogni ente committente (cliente per cui è stato svolto il servizio) deve sottoscrivere l'elenco e solo in sede di verifica ex art. 48 si deve produrre la certificazione di buon esito/andamento della commessa dichiarata? Nell'elenco dobbiamo considerare solo le commesse chiuse, oppure anche in corso di svolgimento?

L'elenco di almeno 5 servizi deve essere contenuto nella busta A. L'elenco deve essere firmato nell'apposita colonna dal legale rappresentante del committente, il quale sottoscrivendo dichiara anche la regolare ed effettiva esecuzione del servizio. L'offerente però ha anche la facoltà di presentare una dichiarazione sostitutiva compilando l'allegato 1 nella parte corrispondente (lett. D).

Solo in questo caso la gara sarà sospesa per effettuare, ai sensi dell'art. 48 D.lgs 163/2006, i controlli a campione sulla veridicità delle dichiarazioni rese e saranno richieste le attestazioni del committente comprovante la regolare esecuzione del servizio.

L'elenco deve considerare solo commesse concluse – in quanto se l'offerente intende predisporre una dichiarazione sostitutiva il committente deve dichiarare la regolare esecuzione del servizio (ovviamente già finito).

PRÄZISIERUNG 3

Frage Nr. 1

Es scheint, dass der Betrag von 600.000 € nicht die Mediaeinkäufe beinhaltet. Ist dies die richtige Interpretation?

Ja, das ist die richtige Interpretation.

Frage Nr. 2

Es wird um Klärung gebeten was unter einem 3-Jahresprogramm der Kommunikationsstrategie zu verstehen ist: geht es lediglich darum einen Mediaplan mit Above the Line-Maßnahmen (Presse, TV, Radio, Plakate, Internet) zu entwickeln oder beinhaltet es auch die Organisation von Pressekonferenzen oder Aktionen direkter Kommunikation wie Tagungen, Konferenzen, Freizeitaktivitäten?

Der Maßnahmenplan stellt die Ausführungsform der Kommunikationsstrategie dar. Die Ausschreibungsunterlagen verlangen, dass der strategische Plan erklärt wird.

Frage Nr. 3

Für das Bewertungskriterium "Vorschlag einer jährlichen Kommunikationskampagne": Das bedeutet also, abgesehen von der Identifikation des Konzeptes, auch die Identifikation der kreativen Botschaft und des Kommunikationsformats? Wenn dem so ist, müssen wir ein neues Format entwickeln oder weiter auf der Linie bleiben, die Sie vorgegeben haben? Abgesehen vom Konzept, müssen wir auch einen Aktionsplan vorbereiten? Wenn dem so ist, dann frage ich noch mal: sprechen wir nur über die Ideation eines Mediaplans Above the Line und von nichts Anderem?

Es liegt im Ermessen der Agentur zwischen der Fortsetzung des aktuellen Formats oder einem neuen Vorschlag zu entscheiden. In letzterem Fall erfordert es natürlich einer Kommunikationskampagne (Above the line und / oder Below the line) basierend auf dem strategischen Plan des vorherigen Punktes (Antwort 2).

Frage Nr. 4

Für das Bewertungskriterium "Graphische Ausarbeitung" wird gebeten, anzugeben, ob das Format jenes sein soll welches bereits vorhanden ist oder ob ein anderes entwickeln werden muss?

Es liegt im Ermessen der Agentur zwischen der Fortsetzung des Formats oder einem neuen Vorschlag zu entscheiden.

Frage Nr. 5

Was versteht man unter Vorschläge für gemeinsame Kommunikationsaktivitäten? Handelt es sich um grafische Vorschläge und um Vorschläge von strategischen Initiativen (z. B. Co-Marketing)?

Es handelt sich um konkrete Vorschläge für gemeinsame Kommunikationsaktivitäten zwischen typischen, authentischen Südtiroler Produkten und Tourismus – grundlegend ist der Wiedererkennungswert der beiden Welten.

Frage Nr. 6

Ist die Produktion von Werbemitteln (wie TV- oder Radiospots, alle gedruckten Materialien, usw.) im jährlichen Investitionsvolumen oder im Gesamtbetrag der Dienstleistung (innerhalb der 608.000 Euro) enthalten?

Die Produktion von Werbemitteln ist im jährlichen Investitionsvolumen enthalten.

Frage Nr. 7

Ist es möglich dem technischen Angebot Anlagen/Anhänge beizulegen? Zum Beispiel: Grafik-Entwürfe, natürlich unter Beachtung der Präsentationsart, angegeben in den Ausschreibungsunterlagen?

Dem technischen Angebot können Anlagen/Anhänge beigelegt werden. Allerdings werden nur die Elemente bewertet, welche in den Ausschreibungsunterlagen verlangt wurden.

Frage Nr. 8

Geht es im Punkt 2 des technischen Angebotes um die Präsentation einer kreativen Strategie oder allgemein um eine „copystrategy“ ohne Umsetzung der grafischen Skizzen einer Kampagne, oder das Erstellen eines Drehbuches „Storyboard“? Oder bedarf es einer verbalen Zusammenfassung und einer Beschreibung der Grundlagen und Inhalte?

Die Wettbewerbsunterlagen besagen, dass es sich um eine Beschreibung eines konkreten Vorschlag handelt: es ist möglich dem technische Angebot Anlagen/Anhänge beizulegen. Allerdings werden nur die Elemente bewertet, welche in den Ausschreibungsunterlagen verlangt wurden.

Frage Nr. 9

Geht es im Punkt 3 des technischen Angebotes um eine "Übung" gemäß den Parametern, welche in den Leitlinien auf der angegebenen Webseite angegeben sind, oder ist eine Erweiterung des Bannerkonzeptes und seiner Inhalte nötig?

Es muss ein Vorschlag einer Internet-Bannerkampagne präsentiert werden und zwar mittels erläuternden Bericht, der die Logik erklärt sowie der Wiedergabe des Vorschlages auf Papier

Frage Nr. 10

Im Umschlag A muss das Verzeichnis von mindestens 5 Dienstleistungen enthalten sein. Dieses ist mittels Anwendung der, den Wettbewerbsbedingungen beigelegten Anlage 1 bis, vorzulegen, welche in allen Feldern auszufüllen und vom rechtlichen Vertreter des Auftraggebers, in der eigens dafür vorgesehenen Spalte zu unterzeichnen ist.

Bedeutet dies, dass jeder Auftraggeber (Klient, für welchen die Dienstleistung durchgeführt wurde) das Verzeichnis unterschreiben muss, und nur im Falle der Stichprobenkontrolle über den Wahrheitsgehalt der Erklärung lt. Art. 48 Leg.Dekret 163/2006, die Bestätigung des Empfängers im Bezug auf die ordnungsgemäße Ausführung der Dienstleistung vorgelegt werden muss? Beinhaltet das Verzeichnis nur die abgeschlossenen oder auch die noch nicht abgeschlossenen Dienstleistungen?

Das Verzeichnis der 5 Dienstleistungen muss im Umschlag A enthalten sein. Das Verzeichnis muss in der entsprechenden Spalte vom rechtlichen Vertreter des Auftragnehmers unterzeichnet werden, welcher mit seiner Unterschrift die ordnungsgemäße und tatsächliche Ausführung der Dienstleistung bestätigt. Der Bieter hat aber auch die Möglichkeit eine Ersatzerklärung abzugeben, und zwar im entsprechenden Teil (Buchstaben D) der Anlage 1.

Nur in diesem Fall wird das Ausschreibeverfahren unterbrochen um, gemäß Art. 48 Leg. Dekret 163/2006 Stichprobenkontrollen über den Wahrheitsgehalt der Erklärungen durchzuführen. In diesem Fall werden Unterlagen angefordert, welche die ordnungsgemäße Ausführung der Dienstleistung bestätigen. Das Verzeichnis führt nur abgeschlossene Dienstleistungen an – da, sollte der Bieter eine Ersatzerklärung abgeben, der Auftraggeber die ordnungsgemäße Ausführung der Dienstleistung bestätigen muss (natürlich schon abgeschlossen).