**PROCEDURA DI GARA APERTA TELEMATICA, SOPRA SOGLIA DI RILEVANZA EUROPEA, FINALIZZATA ALL'AFFIDAMENTO DEL CONTRATTO PER LO SVOLGIMENTO DEI SERVIZI DI AGENZIA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA E SERVIZI DI SUPPORTO COMPLEMENTARI PER L'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA RETI E AMBIENTE.**

**CIG BD5B2B6996**

***Chiarimenti n. 1 del 6 novembre 2026***

Come previsto all'art. 2, paragrafo 2.2, del Disciplinare di gara con la presente nota si rappresentano le richieste di chiarimento pervenute e le risposte inviate, al fine di garantire la massima trasparenza e nel rispetto del principio generale di *par condicio* tra i concorrenti.

***Domanda n. 1***

*Con riferimento alla procedura in oggetto, si richiedono i seguenti chiarimenti.*

1. *Calcolo del fee di agenzia e copertura dei costi del personale*

   *Come vengono determinati i costi di produzione sui quali si applica il fee del 10% soggetto a ribasso? Sono definiti dall'agenzia attraverso preventivi approvati da ARERA oppure esistono tariffe di riferimento?*

   *Si chiede inoltre di chiarire se i costi del personale interno impiegato nella realizzazione dei servizi (creativi, copywriter, grafici, media planner, ecc.) vengano riconosciuti e remunerati separatamente dal fee di agenzia oppure debbano essere interamente coperti da quest'ultimo.*

   *Nel caso in cui siano riconosciuti separatamente, con quali criteri vengono calcolati (tariffe orarie, giornaliere, preventivi a progetto o altre modalità)?*

2. *Ripartizione del budget complessivo e annuale*

   *Dei € 2.600.000 previsti per l'appalto, comprensivi dell'eventuale proroga, quale importo o percentuale è stato stimato per l'acquisto degli spazi pubblicitari e quale per i servizi di agenzia, inclusi creatività, produzione e supporto?*

   *Si chiede di indicare la ripartizione utilizzata per determinare il valore dell'appalto, possibilmente anche per ciascuna delle tre annualità contrattuali e per l'eventuale anno di proroga.*

3. *Spesa sostenuta negli anni precedenti*

   *Negli anni 2023, 2024 e 2025, quanto ha speso ARERA per attività di comunicazione analoghe a quelle oggetto della gara?*

   *Si chiede di indicare, per ciascun anno, la spesa complessiva, quella destinata all'acquisto degli spazi pubblicitari e quella relativa ai servizi di agenzia e produzione, sulla base dei dati consuntivi disponibili.*

4. *Ripartizione del budget del brief creativo e criteri di valutazione*

   *Con riferimento al budget simulato di € 300.000 previsto per la campagna "I bonus energia e ambiente per le famiglie", si chiede di confermare che la ripartizione tra creatività, produzione e acquisto degli spazi pubblicitari sia rimessa alla scelta strategica del concorrente.*

   *In assenza di percentuali prestabilite, si chiede inoltre di chiarire come verranno confrontate e valutate offerte con ripartizioni molto diverse del budget e se una maggiore quota destinata alla diffusione pubblicitaria costituisca un elemento premiante oppure se la valutazione dipenda esclusivamente dall'efficacia e dalla coerenza della proposta, secondo i criteri previsti dall'art. 18.1 del Disciplinare.*

5. *Gestione degli acquisti pubblicitari sulle piattaforme digitali e social*

   *Con riferimento agli investimenti pubblicitari su piattaforme quali Meta, Google Ads e TikTok, si chiede di chiarire se le campagne debbano essere gestite tramite account pubblicitari e Business Manager intestati ad ARERA oppure attraverso account pubblicitari e wallet dell'agenzia aggiudicataria.*

   *In quest'ultimo caso, si chiede di precisare se l'agenzia debba anticipare i budget pubblicitari, quali siano le modalità di pagamento previste e quali documenti siano richiesti per la rendicontazione e il successivo rimborso delle somme investite, considerando anche le modalità di fatturazione delle piattaforme self-service.*

6. *Costi per diritti d'autore, talent, speaker e licenze*

   *Con riferimento alla produzione di spot TV, radio e contenuti digitali, si chiede di chiarire se i costi relativi a diritti d'autore e d'immagine, compensi per attori, testimonial e speaker, licenze musicali e diritti di utilizzo siano riconosciuti da ARERA come costi di produzione, sui quali applicare il fee di agenzia, oppure se debbano essere interamente sostenuti dall'aggiudicatario.*

7. *Tempi di approvazione dei progetti creativi e dei piani mezzi*

   *Con riferimento all'iter di approvazione delle proposte creative, dei materiali e dei piani mezzi previsto dal Capitolato tecnico, si chiede di chiarire se siano stabiliti tempi massimi entro i quali ARERA fornirà riscontri, approvazioni o richieste di modifica.*

   *Si chiede inoltre come verranno gestiti eventuali ritardi nelle approvazioni che possano incidere sulle scadenze di produzione, prenotazione degli spazi pubblicitari e messa in onda delle campagne.*

**Risposta n. 1**

1. La modalità di esecuzione dei servizi è descritta nel Capitolato tecnico a cui unico si rimanda, in particolare agli artt. 3.1.1, 3.1.2 e 3.1.3.

   Per agevolare, estrapolando alcuni passaggi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, si evidenzia:

   "*Per ciascuna campagna di comunicazione esterna, l'Autorità trasmetterà all'Appaltatore un Brief"* (nel quale saranno riportate le informazioni relative ai diversi aspetti necessari al suo sviluppo).

   *"Sulla base del Brief fornito dall'Autorità, l'Appaltatore dovrà trasmettere all'Autorità, entro i termini indicati dalla medesima nel brief, più proposte di progetto creativo (almeno tre) con il/i relativo/i piano/i mezzi. […]*

   *L'Autorità verificherà la congruità delle proposte di progetto creativo rispetto alle indicazioni contenute nel Brief, richiedendone, se del caso, l'eventuale rivisitazione/modifica per gli adattamenti necessari. […]*

   *A seguito della ricezione delle proposte di progetto creativo, l'Autorità comunicherà all'Appaltatore la proposta di progetto creativo approvata tra quelle presentate nonché il relativo Piano Mezzi.*"

   La procedura esemplificata, come riportato nel Capitolato tecnico, vale in modo simile per gli altri servizi previsti.

   Dall'analisi complessiva delle previsioni emerge come i costi di produzione rientrino tra le voci comprese nelle proposte di progetto che dovranno essere trasmesse all'Autorità in risposta al brief fornito, e rientreranno nella complessiva valutazione di congruità.

   Per quanto riguarda l'ambito di applicazione della fee i dettagli sono contenuti nel Disciplinare di gara e nelle Condizioni di contratto a cui unici si rimanda.

   Per agevolare. estrapolando alcuni passaggi dall'art. 17 del Disciplinare di gara, a titolo esemplificativo e non esaustivo, si evidenzia:

   "*Per quanto riguarda il punto 1), tale fee base verrà applicato a tutti i servizi previsti, compresa l'elaborazione intellettuale della definizione del piano mezzi, ad esclusione del mero acquisto degli spazi media a cui verrà applicato un fee fisso del 2%*"

   Il tema poi viene dettagliato all'art. 7 delle Condizioni di contratto, si evidenziano alcuni passaggi:

   "*(i) il fee unico di agenzia (come risultante in seguito al ribasso offerto dall'Appaltatore in sede di gara) sarà applicato, per ciascuna campagna, ai costi di produzione di tutti i servizi previsti, compresa l'elaborazione intellettuale della definizione del piano mezzi, ad esclusione del mero acquisto degli spazi media; (ii) per il mero acquisto degli spazi media, all'Appaltatore sarà corrisposto, per ciascuna campagna, il fee fisso del 2% da applicare ai costi "nettissimi" (ossia al netto di tutti gli sconti commerciali e di agenzia) per l'acquisto degli spazi;*

   *2) per le attività relative ai servizi di supporto per attività di comunicazione: il fee unico di agenzia (come risultante in seguito al ribasso offerto dall'Appaltatore in sede di gara) sarà applicato ai costi di produzione del servizio di supporto richiesto;*

   *3) per le attività di progettazione e sviluppo di progetti e prodotti audio, video e grafici, anche legati all'attività di comunicazione continuativa dell'Autorità: il fee unico di agenzia (come risultante in seguito al ribasso offerto dall'Appaltatore in sede di gara) sarà applicato ai costi di produzione dell'attività richiesta.*

*Il corrispettivo tiene conto dell'utile dell'Appaltatore, di ogni spesa e prestazione, generale e particolare, principale e accessoria, inerente alle prestazioni considerate e vale per l'esecuzione dell'appalto nelle condizioni di qualsiasi grado di difficoltà, con l'obbligo di attenersi alle prescrizioni imposte da tutti i documenti contrattuali.*"

2. La ripartizione del budget tra acquisto spazi e servizi di agenzia non ha una proporzione determinata, ma sarà uno degli elementi che il fornitore dovrà elaborare in base alla propria professionalità in risposta ai brief forniti dall'Autorità, sempre in un'ottica di efficientamento del budget e del miglior raggiungimento degli obiettivi indicati. Questo con principale riferimento ai servizi previsti all'art. 3.1 del Capitolato tecnico.
3. La spesa per i 3 anni è stata quella prevista dal relativo contratto in essere per l'omologo servizio, cioè pari a 409.000,00 euro/anno (oltre I.V.A.).
4. Anche per il "progetto cornice" che sarà oggetto di valutazione si ribadisce che la ripartizione del budget simulato tra acquisto spazi pubblicitari e creatività non ha una proporzione determinata, ma è "rimessa alla scelta strategica del concorrente" in base alla propria professionalità in risposta al brief fornito dall'Autorità, sempre in un'ottica di efficientamento del budget e del miglior raggiungimento degli obiettivi indicati.

   Si conferma che i criteri di valutazione delle scelte sono esclusivamente quelli previsti dall'art. 18.1 del Disciplinare di gara**.**
5. Per quanto riguarda i rapporti con le concessionarie di pubblicità si rimanda unicamente a quanto previsto all'art. 3.1.4 del Capitolato tecnico, valido anche per acquisto su piattaforme digitali e social.

   Per agevolare, estrapolando alcuni passaggi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, si evidenzia:

   "*L'Appaltatore acquisterà gli spazi concludendo i relativi contratti con i concessionari ed effettuerà i pagamenti dei corrispettivi dovuti per i servizi resi. Successivamente, l'Autorità, con le modalità stabilite nelle condizioni di contratto, corrisponderà all'Appaltatore gli importi erogati dallo stesso alle concessionarie.*

   *A tal fine, l'Appaltatore dovrà trasmettere all'Autorità: a) copia delle fatture emesse dalle concessionarie, con l'indicazione del servizio reso; b) un report dettagliato degli spazi pubblicitari acquistati, corredato dalla documentazione utile a certificare l'effettivo utilizzo di ciascun Mezzo […] che dovrà riportare, al minimo, le seguenti informazioni:*

   *[…] - per il web: tipologia sito, tipo di spazio (a titolo esemplificativo, banner, pop-up, antipixel, mailing list, etc.), frequenza, siti e portali proposti nonché ogni altra caratteristica ritenuta funzionale; per i social media e nuovi media: tipologia, durata, frequenza di utilizzo nonché ogni altra caratteristica ritenuta funzionale;*

   *[…] Resta inteso che l'Autorità corrisponderà all'Appaltatore gli importi erogati dallo stesso alle concessionarie nei limiti dei costi preventivati nel Piano Mezzi approvato, ed esclusivamente ove sia dimostrato l'effettivo utilizzo dei Mezzi pianificati. […] Resta inteso che l'Autorità è estranea ai rapporti contrattuali tra l'Affidatario e le concessionarie degli spazi pubblicitari; pertanto, l'Affidatario si obbliga a tenere indenne l'Autorità da qualsivoglia pretesa avanzata da queste ultime con riferimento ai servizi resi in relazione al presente affidamento.*"

   Quindi anche gli investimenti pubblicitari su piattaforme social devono essere gestiti con "wallet dell'agenzia aggiudicataria" nelle modalità e forme sopra descritte.
6. La risposta sul tema, come già ricordato alla precedente risposta n. 1 a cui si rimanda, può essere dedotta dall'art. 7 delle Condizioni di contratto e dall'art.17 del Disciplinare di gara.

   I "*costi relativi a diritti d'autore e d'immagine, compensi per attori, testimonial e speaker, licenze musicali e diritti di utilizzo*" o simili possono essere quindi intesi come inclusi nei costi di produzione a cui si applica la fee.
7. I tempi di approvazione non hanno una tempistica predefinita, ma l'Autorità, pur nel rispetto dei suoi processi decisionali istituzionali, gestirà il processo in modo da rispettare le eventuali scadenze legate all'oggetto dei diversi brief.

   In generale poi si ricorda quanto previsto all'art. 3.1.2 del Capitolato tecnico:

   *"[…] A seguito della ricezione delle proposte di progetto creativo, l'Autorità comunicherà all'Appaltatore la proposta di progetto creativo approvata tra quelle presentate nonché il relativo Piano Mezzi.*

   *L'Autorità, nel corso dell'esecuzione contrattuale, potrà richiedere all'Appaltatore rivisitazioni/modifiche del progetto creativo presentato necessarie a garantire la correttezza e coerenza dell'azione comunicativa in caso di eventuali evoluzioni legislative/regolatorie che dovessero intercorrere tra l'approvazione del progetto stesso e la*

*messa in produzione della campagna. Modifiche che si intenderanno come mera finalizzazione del già approvato progetto creativo e pertanto senza costi aggiuntivi per l'Autorità.*"

***Domanda n. 2***

*Con riferimento al requisito di capacità tecnica e professionale di cui all'art. 6.2, lett. b), del disciplinare, si chiede di confermare che lo stesso possa ritenersi soddisfatto da un costituendo raggruppamento temporaneo di imprese composto da due operatori economici che, in forza di un contratto da ciascuno stipulato autonomamente con il medesimo committente, abbiano eseguito, in maniera complementare, il primo, le attività di ideazione, progettazione e realizzazione di campagne di informazione e il secondo, le attività di pianificazione e acquisto dei mezzi pubblicitari, nonché di monitoraggio delle campagne progettate e realizzate dal primo.*

*In particolare, si chiede di confermare:*

*a) che la condizione di cui alla lett. b) punto (ii), relativa alla stipula del contratto con un unico committente, sia rispettata anche qualora il servizio sia stato reso in forza di due distinti contratti, stipulati da ciascun operatore con il medesimo committente per servizi tra loro complementari;*

*b) che la durata almeno annuale e il valore annuale minimo di euro 500.000,00 (oltre IVA) di cui alla lettera b) punto (iii) possano essere verificati con riferimento al servizio nel suo complesso, sommando i valori dei due contratti relativi alle medesime campagne;*

*c) che il requisito possa essere posseduto dal raggruppamento nel suo complesso, mediante il cumulo dei servizi svolti dai singoli componenti.*

**Risposta n. 2**

Non si conferma.

a) La circostanza che i due contratti siano stati stipulati con il medesimo committente non è, di per sé, sufficiente ai fini del soddisfacimento del requisito. La previsione di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare deve infatti essere letta unitariamente, tenuto conto che essa richiede l'esecuzione di almeno un servizio analogo (c.d. servizio di punta) avente le caratteristiche indicate nella medesima disposizione - in particolare di contenuto "**almeno un servizio analogo (c.d. "servizio di punta") di ideazione, progettazione, realizzazione, diffusione – ivi inclusi la definizione del piano mezzi e l'acquisto dei relativi spazi" -** e che, ai sensi dell'art. 6, par. 6.3 del Disciplinare, tale requisito deve essere posseduto da almeno uno dei componenti del raggruppamento nella sua interezza. In altre parole, non è consentito il frazionamento del requisito di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), tra più componenti del raggruppamento, in quanto l'art. 6, par. 6.3 richiede che tale requisito sia posseduto da almeno uno dei componenti nella sua interezza.

   Nel caso prospettato nella richiesta di chiarimento l'unicità riguarda esclusivamente il committente beneficiario della prestazione. Manca invece non solo l'unicità contrattuale formale, ma quella sostanziale in quanto i due contraenti esecutori svolgono, ciascuno, solo una quota delle attività che dovrebbero viceversa poter essere riconducibili al medesimo soggetto esecutore.

b) Ai sensi dell'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare il servizio analogo (c.d. "servizio di punta") deve presentare tutte le caratteristiche ivi indicate: in particolare, il relativo contratto deve avere durata almeno annuale e valore annuale almeno pari a euro 500.000,00, oltre I.V.A. Pertanto, non è ammessa, ai fini del raggiungimento del predetto valore minimo, la sommatoria degli importi di distinti contratti stipulati separatamente dai diversi componenti del raggruppamento.

c) Come già ricordato in precedenza, ai sensi dell'art. 6, par. 6.3 del Disciplinare, "*il requisito di capacità tecnica e professionale, di cui al precedente art. 6, par. 6.2, lett. a e b deve essere posseduto da almeno uno dei componenti del raggruppamento*". Ne consegue che il requisito relativo al servizio di punta di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare deve essere posseduto da almeno uno dei componenti del raggruppamento secondo tutte le caratteristiche previste dalla predetta disposizione e non può essere soddisfatto mediante il cumulo di servizi parziali o complementari eseguiti separatamente dai diversi componenti del raggruppamento.

   Tale previsione è coerente con i principi affermati dalla giurisprudenza, secondo cui, negli appalti di servizi e forniture, ferma restando la regola generale del possesso dei requisiti di capacità tecnica in capo al raggruppamento nel suo complesso, la lex specialis può prevedere specifiche modalità di possesso dei requisiti da parte dei singoli componenti, in relazione alle caratteristiche della prestazione da affidare (cfr. Cons. Stato, sez. V, 5 gennaio 2026, n. 57).

Pertanto, nella fattispecie rappresentata, il requisito non può ritenersi soddisfatto mediante la sommatoria delle attività svolte dai due operatori economici in forza dei rispettivi e distinti contratti, ancorché stipulati con il medesimo committente e riferiti alle medesime campagne, qualora nessuno dei due componenti possieda individualmente il requisito di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), nei termini richiesti dal Disciplinare.

***Domanda n. 3***

1. *Con riferimento al §6.3 lett. c) del Disciplinare, si chiede di confermare se, in caso di RTI costituendo, il requisito di cui al §6.2 lett. a) (disponibilità del gruppo di lavoro) possa essere soddisfatto cumulativamente dai componenti del raggruppamento, con le singole figure professionali messe a disposizione da operatori diversi, ferma restando la dichiarazione di ciascuno nel proprio DGUE, oppure se l'intero gruppo di lavoro debba essere nella disponibilità di un unico componente.*
2. *Si chiede di confermare che nel progetto di piano mezzi (§16.4) debbano essere indicati esclusivamente i costi netti degli spazi e dell'eventuale produzione, senza alcuna indicazione del fee di agenzia, e che l'indicazione del fee fisso del 2% sull'acquisto spazi non costituisca elemento dell'offerta economica.*
3. *Si chiede di chiarire se il concorrente possa includere nella proposta di piano mezzi gli spazi gratuiti messi a disposizione dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria (L. 150/2000) e se gli stessi rientrino tra le "iniziative extra-budget" oggetto di valutazione al sub-criterio 3.1, lett. c).*
4. *In caso di RTI costituendo, si chiede di chiarire se debba essere presentata un'unica domanda di partecipazione (Modello n.1) contenente i dati di tutti i componenti e sottoscritta digitalmente da tutti i legali rappresentanti, oppure una domanda per ciascun componente.*
5. *Si chiede di indicare la dimensione massima consentita per i file caricati nell'offerta tecnica e se gli spot video/audio (§16.1, punti 1 e 2) possano essere presentati come storyboard/script oppure debbano essere forniti come file audio/video realizzati.*
6. *Si chiede di chiarire se il budget di riferimento di € 300.000,00 net net indicato nel brief debba intendersi comprensivo sia dei costi di produzione della creatività sia dell'acquisto degli spazi, ovvero se debba essere destinato interamente all'acquisto degli spazi media, come sembrerebbe evincersi dal §16.4 del Disciplinare.*

**Risposta n. 3**

1. Non si conferma.

   Ai sensi dell'art.6, par. 6.3 del Disciplinare, "*il requisito di capacità tecnica e professionale, di cui al precedente art. 6, par. 6.2, lett. a e b deve essere posseduto da almeno uno dei componenti del raggruppamento*". Pertanto, analogamente a quanto precisato con riferimento al requisito di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), **il requisito relativo alla disponibilità del gruppo di lavoro deve essere posseduto integralmente da almeno uno dei componenti del raggruppamento** e non può essere soddisfatto mediante il cumulo delle singole figure professionali messe a disposizione separatamente dai diversi componenti.

   Resta fermo che le dichiarazioni nell'eDGUE devono essere rese in conformità alle previsioni del Disciplinare.

2. Nel progetto di piano mezzi di cui all'art. 16, par. 16.4 del Disciplinare deve essere indicata, per ciascun mezzo e per ciascuna iniziativa proposta, la porzione del budget "nettissimo" destinata alla diffusione, ossia al netto di tutti gli sconti commerciali e di agenzia. Non dovrà pertanto essere indicato nell'offerta tecnica alcun fee di agenzia. Si conferma che il fee fisso del 2% applicabile al mero acquisto degli spazi media non costituisce oggetto di offerta economica, essendo predeterminato dalla documentazione di gara. L'offerta economica è, infatti, costituita dal ribasso percentuale unico da applicare al fee base di agenzia del 10%, secondo quanto previsto dall'art. 17 del Disciplinare.
3. Gli spazi gratuiti messi a disposizione dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria (L. 150/2000) potrebbero rientrare nelle possibili iniziative extra budget. A scelta del concorrente possono essere inclusi nella proposta di piano mezzi, anche se la loro effettiva disponibilità non è garantita in quanto non è nella piena disponibilità decisoria dell'Autorità, ma in quella finale del Dipartimento editoria a cui l'Autorità, come le altre Amministrazioni, deve fare richiesta**.**
4. In caso di RTI costituendo può essere presentata un'unica domanda di partecipazione, redatta secondo il Modello n. 1, con l'indicazione dei componenti del raggruppamento e sottoscritta digitalmente da tutti i soggetti che lo costituiranno, secondo quanto previsto dall'art. 15, par. 15.1 del Disciplinare, oppure ciascun componente del

raggruppamento può presentare il proprio Modello n. 1. Resta ferma la presentazione dell'eDGUE da parte di ciascun componente del raggruppamento, secondo quanto previsto dall'art. 15, par. 15.3 del Disciplinare.

5. Si precisa che, ai sensi dell'art. 13 del Disciplinare, in ciascun campo disponibile per l'upload sulla piattaforma SINTEL è consentito il caricamento di file, anche in forma compressa, di dimensione inferiore a 150 Mbyte.

   Con riferimento all'art. 16, par. 16.1, del Disciplinare il progetto creativo, da rendere in formato PDF, deve illustrare anche le proposte relative al video/spot TV 30" e al materiale audio/spot Radio 30". Non è richiesta, ai fini della partecipazione la produzione definitiva degli spot. Gli stessi possono pertanto essere rappresentati, nel progetto creativo, mediante storyboard e/o script idonei a illustrare compiutamente la proposta. Resta ferma la facoltà del concorrente di allegare, in aggiunta al progetto creativo in formato PDF, documenti illustrativi in formati diversi dal PDF, purché sottoscritti digitalmente, secondo quanto previsto dall'art. 16, par. 16.1 del Disciplinare.

6. Come specificato nell'Allegato "Progetto Cornice" il budget "*comprende tutti i costi per la creatività e i costi per la diffusione del messaggio, per questi ultimi è riferito all'acquisto di spazi a carico dell'Autorità, escludendo il costo degli spazi potenzialmente ottenibili in modo gratuito dal Dipartimento Editoria della Presidenza del Consiglio, nell'ambito delle campagne istituzionali previste dalla legge n.150/2000*." Il citato art. 16.4 del Disciplinare è riferito alla sola valutazione del sub-criterio di valutazione "*definizione del piano mezzi e professionalità del personale dedicato*".

***Domanda n. 4***

*Determinazione del valore del servizio di punta e inclusione del budget media.*

*Con riferimento al requisito di capacità tecnica e professionale di cui all'art. 6.2, lett. b), del Disciplinare di gara, che richiede l'esecuzione di almeno un servizio analogo di importo annuale non inferiore a € 500.000,00, IVA esclusa, si chiede di confermare che, ai fini della determinazione del suddetto importo, debba essere considerato il valore complessivo delle prestazioni contrattualmente affidate, comprensivo delle somme destinate all'acquisto degli spazi pubblicitari (budget media), e non esclusivamente il compenso riconosciuto all'agenzia per le attività creative, di progettazione, gestione e coordinamento e/o il relativo fee di agenzia.*

*Si chiede inoltre di confermare che tali somme possano essere computate anche qualora siano state destinate dall'affidatario all'acquisto di spazi pubblicitari presso concessionarie o altri fornitori, purché dette attività rientrino nelle prestazioni contrattualmente affidate e siano adeguatamente documentabili.*

**Risposta n. 4**

Si conferma che ai fini della determinazione dell'importo annuale del servizio analogo di cui all'art.6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare, deve essere considerato il valore complessivo delle prestazioni oggetto del contratto, comprensivo degli importi destinati all'acquisto degli spazi pubblicitari, e non il solo compenso o *fee* riconosciuto all'agenzia.

Resta fermo che il servizio deve possedere tutte le ulteriori caratteristiche previste dall'art.6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare.

Si conferma altresì che ai fini della determinazione dell'importo annuale del servizio analogo di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), sono computabili anche le somme destinate dall'affidatario all'acquisto di spazi pubblicitari presso concessionarie o altri fornitori, purché tali attività rientrino nelle prestazioni oggetto del contratto indicato quale servizio di punta e i relativi importi siano adeguatamente documentabili.

***Domanda n. 5***

*Contratti integrati con attività di media buying eseguite da soggetti terzi (rif. art. 6.2lett. b del disciplinare).*

*Si chiede di chiarire se il requisito relativo al servizio analogo possa ritenersi soddisfatto mediante un contratto unitario di comunicazione integrata nell'ambito del quale l'operatore economico affidatario abbia svolto direttamente le attività di ideazione, progettazione, realizzazione e coordinamento della campagna, affidando invece a soggetti terzi specializzati le attività di pianificazione e/o acquisto degli spazi pubblicitari.*

*In particolare, si chiede di confermare che il ricorso a fornitori esterni per tali attività non precluda il riconoscimento dell'intero valore contrattuale ai fini della qualificazione, purché l'operatore economico abbia mantenuto la responsabilità complessiva del servizio nei confronti del committente.*

**Risposta n. 5**

Si conferma.

Il requisito di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare, può essere soddisfatto mediante un contratto unitario avente ad oggetto il complesso delle prestazioni ivi previste, anche qualora talune attività di pianificazione e/o acquisto degli spazi pubblicitari siano state svolte mediante il ricorso a soggetti terzi, purché tali attività rientrino nell'oggetto del contratto e l'operatore economico abbia assunto nei confronti del committente la responsabilità complessiva della relativa esecuzione.

In tale ipotesi, ai fini della determinazione dell'importo del servizio analogo, è considerato il valore complessivo delle prestazioni contrattualmente affidate al concorrente e adeguatamente documentabili, fermo restando il possesso di tutte le ulteriori condizioni previste dall'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare.

***Domanda n. 6***

*Possesso del servizio di punta in caso di raggruppamento temporaneo di imprese (rif. art. 6.2 lett. b, e 6.3 del disciplinare).*

*Con riferimento alla partecipazione mediante raggruppamento temporaneo di imprese, si chiede di confermare che il requisito del servizio di punta previsto dall'art. 6.2, lett. b), debba essere posseduto integralmente da almeno uno degli operatori raggruppati e non possa essere soddisfatto attraverso la sommatoria di contratti distinti eseguiti dai diversi componenti del raggruppamento.*

*Si chiede altresì di confermare che l'operatore in possesso del suddetto requisito possa assumere indifferentemente il ruolo di mandataria o mandante del RTI, fermo restando il rispetto delle disposizioni relative alla ripartizione delle prestazioni e all'effettiva capacità esecutiva dei singoli componenti.*

**Risposta n. 6**

Si conferma che ai sensi dell'art. 6, par. 6.3 del Disciplinare, il requisito relativo al servizio di punta di cui al § 6.2, lett. b), deve essere posseduto integralmente da almeno uno dei componenti del raggruppamento e non può essere soddisfatto mediante il cumulo di contratti distinti eseguiti dai diversi componenti.

Si conferma, altresì, che il componente in possesso del predetto requisito può assumere il ruolo di mandatario o di mandante, fermo restando il rispetto delle disposizioni del Disciplinare e dell'art. 68 del d.lgs. n. 36/2023 in ordine ai raggruppamenti temporanei e all'esecuzione delle prestazioni.

***Domanda n. 7***

*Determinazione del valore annuale nei contratti pluriennali (rif. art. 6.2 lett. b del disciplinare).*

*Si chiede di chiarire se, nel caso di un contratto pluriennale di comunicazione integrata, il requisito del valore annuale minimo di € 500.000,00 possa essere dimostrato con riferimento a una singola annualità di esecuzione nella quale siano state effettivamente realizzate e contabilizzate prestazioni di importo pari o superiore alla soglia richiesta, anche qualora il valore medio annuale del contratto risulti inferiore.*

*Si chiede inoltre di precisare se l'annualità di riferimento debba necessariamente coincidere con un anno solare oppure possa corrispondere a un periodo continuativo di dodici mesi decorrente dall'avvio del contratto o da altra data contrattualmente rilevante.*

**Risposta n. 7**

Si precisa che, nel caso di contratto pluriennale, il requisito di cui all'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare può essere comprovato con riferimento a un periodo continuativo di dodici mesi di esecuzione del contratto (ricadenti nel decennio di riferimento antecedente alla pubblicazione del bando), nel quale siano state effettivamente eseguite e contabilizzate prestazioni per un importo almeno pari a euro 500.000,00, I.V.A. esclusa.

Non è pertanto richiesto che il valore medio annuo dell'intera durata contrattuale sia pari alla predetta soglia.

Il periodo di dodici mesi consecutivi non deve necessariamente coincidere con l'anno solare, purché ricada nell'ambito della durata del contratto e le prestazioni e i relativi importi siano adeguatamente documentabili.

Resta fermo il possesso delle ulteriori condizioni previste dall'art. 6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare.

***Domanda n. 8***

*Modalità di comprova del servizio di punta (rif. art. 6.2 lett. b del disciplinare).*

*Con riferimento alla documentazione prevista per la comprova del servizio di punta, si chiede di confermare che, nel caso di contratti comprendenti sia prestazioni creative e di produzione sia investimenti in spazi pubblicitari, sia ammissibile produrre un'attestazione del committente recante l'oggetto delle prestazioni, il periodo di esecuzione e il valore complessivo delle attività effettivamente svolte, con separata evidenza della componente media buying.*

*Si chiede inoltre se tale attestazione, ove completa degli elementi richiesti dal Disciplinare, possa costituire prova sufficiente del requisito anche in assenza della produzione integrale della documentazione contabile relativa ai singoli acquisti pubblicitari.*

**Risposta n. 8**

Si conferma.

Ai sensi dell'art.6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare, la comprova del requisito può essere fornita mediante attestazione rilasciata dal committente, recante l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione del servizio. L'attestazione può dare separata evidenza della componente relativa all'acquisto degli spazi pubblicitari.

Qualora l'attestazione contenga tutti gli elementi richiesti dal Disciplinare e sia idonea a comprovare il possesso del requisito, non è necessaria la produzione integrale della documentazione contabile relativa ai singoli acquisti pubblicitari, ferma restando la facoltà dell'Autorità di richiedere eventuale documentazione complementare ove necessaria ai fini della verifica.

***Domanda n. 9***

*Composizione del gruppo di lavoro minimo in caso di RTI (rif. art. 6.2lett. b, e 6.3 del disciplinare).*

*Con riferimento al requisito relativo alla disponibilità del gruppo di lavoro minimo previsto dall'art. 6.2, lett. a), si chiede di chiarire se, in caso di partecipazione in RTI, le sette figure professionali richieste debbano essere tutte nella disponibilità di un unico componente del raggruppamento, oppure possano essere messe a disposizione congiuntamente dai diversi operatori raggruppati, in coerenza con le rispettive competenze e con le attività che ciascuno si impegna a eseguire.*

*A titolo esemplificativo, si chiede se sia ammessa una configurazione nella quale un operatore metta a disposizione i profili creativi e di comunicazione e un altro operatore il Media Planner e gli ulteriori profili specialistici di propria competenza.*

**Risposta n. 9**

Si veda risposta alla Domanda 3, punto 1 che precede.

***Domanda n. 10***

*Termini per il caricamento della documentazione di comprova nel FVOE 2.0 (rif. art. 6 e6.2 del disciplinare).*

*Con riferimento alle disposizioni contenute all'art. 6.2 del Disciplinare di gara, che prevedono l'inserimento nel sistema FVOE 2.0 di ANAC della documentazione a comprova dei requisiti di capacità tecnica e professionale, si chiede di chiarire se tale adempimento debba essere effettuato obbligatoriamente entro il termine di presentazione delle offerte oppure possa essere assolto successivamente, in sede di verifica dei requisiti, su richiesta della Stazione Appaltante.*

*In particolare, si chiede di confermare che, ai fini della partecipazione alla procedura, sia sufficiente dichiarare il possesso dei requisiti attraverso la compilazione dell'eDGUE e che la relativa documentazione probatoria, inclusi i curricula vitae delle risorse professionali e i documenti attestanti il servizio di punta, possa essere inserita nel FVOE 2.0 anche successivamente alla scadenza delle offerte, secondo le tempistiche e le modalità indicate dalla Stazione Appaltante.*

*Si chiede infine di chiarire se l'eventuale mancato caricamento preventivo della documentazione nel FVOE2.0 possa costituire motivo di esclusione dalla procedura.*

**Risposta n. 10**

Si conferma.

Ai fini della partecipazione alla procedura è sufficiente dichiarare nell'eDGUE il possesso dei requisiti di cui all'art.6, par. 6.2 del Disciplinare. La relativa documentazione a comprova, ivi inclusi i curricula vitae delle risorse professionali e la documentazione relativa al servizio di punta, non deve necessariamente risultare caricata nel FVOE 2.0 entro il termine di presentazione delle offerte, e potrà essere resa disponibile nel FVOE ai fini della successiva verifica dei requisiti, secondo le modalità e le tempistiche indicate dall'Autorità.

Il mancato caricamento preventivo della documentazione di comprova nel FVOE 2.0 non costituisce, di per sé, causa di esclusione, fermo restando che i requisiti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine di presentazione delle offerte e devono essere comprovati in sede di verifica.

***Domanda n. 11***

*Associazione dei documenti al CIG della procedura nel FVOE 2.0 (rif. art. 6 e 6.2 del disciplinare).*

*Con riferimento all'obbligo di inserimento nel FVOE 2.0 della documentazione a comprova dei requisiti speciali, si chiede di chiarire se, entro la scadenza di presentazione delle offerte, sia sufficiente che i documenti siano presenti nell'archivio generale dell'operatore economico, oppure se sia richiesta anche la loro associazione al fascicolo della specifica procedura CIG BD5B2B6996.*

*In quest'ultimo caso, si chiede di precisare con quali modalità l'operatore economico possa effettuare tale associazione qualora, pur essendo già stato attribuito il CIG alla procedura, il relativo fascicolo non risulti ancora disponibile nel FVOE 2.0 per l'associazione dei documenti, in assenza di una richiesta di accesso o verifica da parte della Stazione Appaltante.*

**Risposta n. 11**

Si precisa che, ai fini della partecipazione alla procedura, non è richiesta entro il termine di presentazione delle offerte l'associazione della documentazione a comprova dei requisiti al fascicolo relativo allo specifico CIG.

La documentazione dovrà essere resa disponibile nel FVOE 2.0 ai fini della verifica dei requisiti, secondo le funzionalità e le modalità previste dal sistema all'atto della verifica.

***Domanda n. 12***

*Disponibilità delle figure professionali mediante rapporti di collaborazione esterna (rif. art. 6.2 lett. a del disciplinare e art.4.2 delle Condizioni di contratto).*

*Con riferimento al requisito di capacità tecnica e professionale di cui all'art. 6.2, lett. a), del Disciplinare di gara, relativo alla disponibilità del gruppo di lavoro minimo, si chiede di confermare che le figure professionali richieste non debbano necessariamente essere legate all'operatore economico da un rapporto di lavoro subordinato.*

*In particolare, si chiede di confermare che, ai fini del soddisfacimento del suddetto requisito, possano essere considerate anche figure professionali esterne, quali consulenti, liberi professionisti titolari di partita IVA e collaboratori continuativi, purché in possesso delle esperienze professionali richieste e concretamente disponibili a svolgere le prestazioni oggetto dell'appalto.*

*Il chiarimento è richiesto con particolare riferimento alle figure del Media Planner e dell'Esperto di PR e Media Relations, per le quali il ricorso a professionalità specialistiche esterne costituisce una modalità organizzativa ricorrente nel settore della comunicazione integrata.*

*Si chiede altresì di precisare se, ai fini della dimostrazione della disponibilità di tali figure, sia sufficiente un impegno contrattuale o una dichiarazione sottoscritta dal professionista che ne garantisca la disponibilità per l'esecuzione dell'appalto, senza che sia necessario instaurare un rapporto di lavoro subordinato con l'operatore economico concorrente.*

*Si chiede infine di chiarire se tale documentazione debba essere prodotta già in sede di partecipazione oppure successivamente, in occasione della comprova del requisito o prima dell'avvio dell'esecuzione contrattuale.*

**Risposta n. 12**

Si conferma che le figure professionali componenti il gruppo di lavoro non devono necessariamente essere legate all'operatore economico da un rapporto di lavoro subordinato.

Con riferimento alle modalità di dimostrazione della disponibilità delle risorse, si precisa che in sede di presentazione dell'offerta non deve essere prodotta alcuna documentazione relativa alle singole figure professionali, essendo sufficiente la dichiarazione resa nel DGUE secondo quanto previsto dall'art.6, par. 6.2, lett. a), del Disciplinare.

La documentazione a comprova del requisito non deve essere prodotta già in sede di partecipazione.

***Domanda n. 13***

*Possesso distinto dei requisiti relativi al gruppo di lavoro e al servizio di punta in caso di RTI o avvalimento (rif. art. 6.2lett. a) e b), art. 6.3 lett. c), art. 7 del disciplinare).*

*Con riferimento ai due distinti requisiti di capacità tecnica e professionale previsti dall'art. 6.2 del Disciplinare di gara, rispettivamente relativi:*

1) *alla disponibilità del gruppo di lavoro minimo di cui alla lett. a);*
2) *all'avvenuta esecuzione del servizio analogo di punta di cui alla lett. b);*

*si chiede di confermare che tali requisiti possano essere posseduti da operatori economici differenti, senza necessità che entrambi siano soddisfatti dal medesimo soggetto.*

*In particolare, con riferimento all'art. 6.3, lett. c), del Disciplinare, secondo cui i requisiti di capacità tecnica e professionale devono essere posseduti da almeno uno dei componenti del raggruppamento, si chiede di confermare che tale previsione debba essere interpretata nel senso che ciascuno dei due requisiti può essere soddisfatto integralmente da un diverso componente del RTI.*

*A titolo esemplificativo, si chiede di confermare l'ammissibilità di un raggruppamento nel quale:*

- *l'operatore A possieda integralmente il requisito relativo alla disponibilità delle sette figure professionali previste dall'art. 6.2, lett. a), anche mediante personale dipendente, collaboratori continuativi e professionisti esterni titolari di partita IVA;*
- *l'operatore B possieda integralmente il requisito relativo al servizio analogo di punta previsto dall'art. 6.2, lett. b).*

*Si chiede inoltre di confermare che, nel rispetto delle disposizioni applicabili, la medesima configurazione possa essere realizzata mediante ricorso all'istituto dell'avvalimento di cui all'art. 104 del D.Lgs. 36/2023, qualora il concorrente disponga direttamente di uno dei due requisiti e acquisisca l'altro mediante un'impresa ausiliaria, con effettiva messa a disposizione delle risorse e dei mezzi necessari.*

*Si chiede infine di precisare se l'ammissibilità delle configurazioni sopra rappresentate sia subordinata a particolari condizioni relative alla ripartizione delle prestazioni tra gli operatori raggruppati oppure, nel caso dell'avvalimento, all'effettiva partecipazione dell'impresa ausiliaria all'esecuzione delle attività oggetto del contratto.*

**Risposta n. 13**

Si conferma.

In caso di raggruppamento temporaneo, i requisiti di capacità tecnica e professionale di cui all'art.6, par. 6.2, lett. a) e b), del Disciplinare possono essere posseduti da componenti diversi del raggruppamento, fermo restando che ciascun requisito deve essere posseduto integralmente da almeno uno dei componenti, secondo quanto previsto dall'art.6, par. 6.3 del Disciplinare. È pertanto ammissibile una configurazione nella quale un componente possieda integralmente il requisito relativo alla disponibilità del gruppo di lavoro e un diverso componente possieda integralmente il requisito relativo al servizio di punta.

Si conferma altresì la possibilità di ricorrere all'avvalimento per uno o entrambi i requisiti di cui al § 6.2, lett. a) e b), nel rispetto dell'art. 7 del Disciplinare e dell'art. 104 del d.lgs. n. 36/2023. L'impresa ausiliaria deve possedere il requisito oggetto di avvalimento e mettere effettivamente a disposizione, per tutta la durata dell'appalto, le risorse necessarie secondo quanto specificato nel contratto di avvalimento.

Restano ferme, in caso di RTI, le disposizioni relative all'esecuzione delle prestazioni da parte dei singoli componenti e, in caso di avvalimento, quelle relative all'effettiva messa a disposizione delle risorse oggetto del contratto.

***Domanda n. 14***

*Riconoscimento del servizio di punta derivante da più contratti riferiti a un'unica campagna e a un unico piano mezzi (rif. art. 6.2 lett. b del disciplinare).*

*Con riferimento al requisito del servizio analogo di punta di cui all'art. 6.2, lett. b), del Disciplinare di gara, si sottopone alla Stazione Appaltante la seguente fattispecie, al fine di ottenere un chiarimento sull'interpretazione del requisito.*

*Si consideri il caso di un operatore economico al quale un medesimo committente, pubblico o privato, abbia affidato la progettazione e la realizzazione di un'unica campagna di comunicazione integrata, articolata su più mezzi e canali di diffusione, sulla base di un piano mezzi unitario.*

*Per ragioni esclusivamente amministrative, contabili o organizzative proprie del committente, l'affidamento delle prestazioni sia stato formalizzato attraverso una pluralità di contratti distinti, ciascuno riferito a uno specifico mezzo o canale di comunicazione (a titolo esemplificativo: radio, affissioni/OOH, stampa, televisione e digital), anziché mediante un unico documento contrattuale.*

*Si ipotizzi, inoltre, che:*

- *tutti i contratti siano stati stipulati tra il medesimo committente e il medesimo operatore economico;*
- *le prestazioni siano riconducibili a un'unica strategia di comunicazione e a un unico piano mezzi, la cui unitarietà sia oggettivamente dimostrabile;*
- *le attività siano state eseguite nell'ambito del medesimo progetto o campagna di comunicazione, nel rispetto del periodo temporale richiesto dal Disciplinare;*
- *il valore complessivo delle prestazioni effettivamente eseguite nell'annualità considerata sia pari o superiore a € 500.000,00, IVA esclusa;*
- *l'operatore economico sia in grado di produrre documentazione contrattuale, progettuale e attestazioni del committente idonee a dimostrare l'unitarietà sostanziale dell'iniziativa.*

*Alla luce di quanto sopra, si chiede di chiarire se, ai fini del soddisfacimento del requisito del servizio di punta, sia ammissibile considerare unitariamente il valore dei diversi contratti, qualora essi costituiscano la formalizzazione amministrativa di un'unica operazione di comunicazione integrata.*

*In particolare, si chiede di confermare che il requisito possa essere valutato con riferimento all'unitarietà sostanziale del servizio effettivamente eseguito, senza che la mera articolazione dell'affidamento in più strumenti contrattuali, determinata da esigenze organizzative del committente, ne precluda automaticamente il riconoscimento.*

*Si chiede infine di precisare quali elementi documentali possano essere considerati idonei a dimostrare tale unitarietà, quali, a titolo esemplificativo, il piano mezzi complessivo, i brief progettuali, le comunicazioni di incarico, i contratti relativi ai singoli canali e un'attestazione riepilogativa rilasciata dal medesimo committente.*

**Risposta n. 14**

Si precisa che la mera sommatoria di una pluralità di contratti distinti non è, di per sé, idonea a soddisfare il requisito del servizio di punta di cui all'art. 6, par 6.2, lett. b), del Disciplinare.

In coerenza con la più recente giurisprudenza del Consiglio di Stato (cfr. sez. III, 18 aprile 2025, n. 3401), può tuttavia essere considerata, ai fini del predetto requisito, una pluralità di contratti riferibile a un servizio sostanzialmente unitario, qualora gli stessi, ancorché formalmente distinti, siano stipulati dal medesimo operatore economico (in caso di RTI, dal medesimo componente dell'RTI) con il medesimo committente e siano riconducibili a un'unica campagna di comunicazione integrata e a un unico piano mezzi, risultando la pluralità degli strumenti contrattuali riconducibile alla sola articolazione amministrativa, contabile od organizzativa data all'affidamento dal committente.

In tale ipotesi, **l'unitarietà sostanziale del servizio dovrà risultare da idonea documentazione**, dalla quale siano desumibili la riconducibilità dei diversi contratti alla medesima campagna, l'oggetto e il periodo di esecuzione delle prestazioni e il relativo valore complessivo.

Resta fermo che tale possibilità non configura un'ipotesi di cumulo di servizi o contratti autonomi ai fini del raggiungimento della soglia richiesta, ma presuppone che la pluralità degli atti contrattuali costituisca la formalizzazione di un servizio sostanzialmente unitario, riconducibile al medesimo operatore economico (in caso di RTI, dal medesimo componente dell'RTI) e al medesimo committente, la cui unitarietà sia oggettivamente documentabile.

Resta fermo il possesso di tutte le ulteriori condizioni previste dall'art.6, par. 6.2, lett. b), del Disciplinare.

***Domanda n. 15***

1. *Quesito 1: In riferimento alla fee su cui applicare il ribasso, è possibile sapere cosa viene remunerato con essa? È corretto considerare che al suo interno ci siano soltanto l'ideazione e la progettazione della campagna riconducibile al lavoro delle figure professionali da impiegare nell'appalto, oltre naturalmente a considerare la fee del 2% per l'acquisto spazi? La fee creativa viene quindi applicata sull'importo complessivo destinato all'acquisto di spazi media?*

   *E la produzione di spot video e audio che prevedono le riprese e la registrazione in studio come verrebbero remunerati visto che prevedono costi vivi da sostenere per diverse voci di spesa, compresi i diritti?*

2. *Quesito 2: Per quanto riguarda le altre tipologie di servizio, che verosimilmente non prevedono l'acquisto spazi, ovvero:*

   *2) Servizi di supporto per attività di comunicazione.*

   *3) Progettazione e sviluppo di progetti e prodotti audio, video e grafici anche legati all'attività di comunicazione continuativa dell'Autorità.*

   *Trattandosi per la maggior parte di lavoro svolto dalle figure professionali che lavorano a queste attività, come viene applicata la Fee e cosa remunera?*

3. *Quesito 3: I due quesiti precedenti hanno ripercussioni anche sul budget previsto per lo svolgimento del Progetto cornice, ovvero 300.000 euro.*

   *Cosa bisogna considerare all'interno del perimetro di budget:*

   *• Ideazione e progettazione*

   *• Produzione (eventuali riprese e registrazione in studio)*

   *• Acquisto spazi media?*

   *O si tratta di una cifra da destinare interamente all'acquisto spazi?*

   *Se all'interno del budget di 300.000 euro fossero ricomprese anche ideazione, progettazione e produzione, la cifra da destinare all'acquisto spazi potrebbe variare sensibilmente in base all'idea creativa proposta e alla produzione da destinare alla sua realizzazione.*

   *In questo modo la valutazione del piano mezzi potrebbe essere inficiata da un budget di partenza non uguale per tutti i concorrenti.*

   *Come bisogna regolarsi in proposito?*

**Risposta n. 15**

1. Si vedano le risposte alla Domanda 1, punto 1, e alla Domanda 3, punto 2, che precedono.
2. Si veda la risposta alla Domanda 1, punto 1, che precede.
3. Si ribadisce (Cfr Domanda 3, punto 6) che il budget complessivo di euro 300.000,00 net net previsto per il Progetto cornice comprende i costi per la creatività, la produzione e la diffusione del messaggio e non è, pertanto, destinato interamente all'acquisto degli spazi media. Resta fermo che al mero acquisto degli spazi media si applica il fee fisso del 2%, secondo quanto previsto dalla documentazione di gara.

   Anche per il "progetto cornice" che sarà oggetto di valutazione si ribadisce che la ripartizione del budget simulato tra acquisto spazi pubblicitari e creatività non ha una proporzione determinata, ma è "rimessa alla scelta strategica del concorrente" in base alla propria professionalità in risposta al brief fornito dall'Autorità, sempre in un'ottica di efficientamento del budget e del miglior raggiungimento degli obiettivi indicati. Si conferma che i criteri di valutazione delle scelte sono esclusivamente quelli previsti dall'art. 18.1 del Disciplinare di gara.

***Domanda n. 16***

1. *Per il valore annuo stimato di 650.000 €, qual è la ripartizione indicativa tra acquisto spazi, costi di produzione e fee di agenzia? L'Autorità prevede budget ulteriori per singole iniziative? (Disciplinare art. 3)*
2. *L'Autorità dispone di una programmazione indicativa del numero di campagne e di brief previsti per anno? Qual è il budget medio stimato per campagna? (Capitolato 3.1.1 e)*
3. *Secondo l'Allegato 1 il budget di 300.000 € del progetto cornice comprende "tutti i costi per la creatività e i costi perla diffusione", mentre il Disciplinare lo riferisce alla diffusione su ciascun mezzo. I 300.000 € sono quindi interamente destinati all'acquisto di spazi o includono anche produzione e fee? (Allegato 1; Disciplinare 16.4).*
4. *Come vengono determinati e approvati i "costi di produzione" su cui si applica il fee unico? Le attività svolte internamente dall'agenzia (ideazione, copy, art direction) sono riconosciute come costi di produzione o sono remunerate solo dal fee? (Condizioni art. 7)*
5. *Il Capitolato chiede almeno tre proposte creative per ogni brief: le proposte non approvate vengono remunerate? (Capitolato 3.1.2)*
6. *Se l'Autorità chiede la sola predisposizione del Piano Mezzi su una propria creatività, su quale base si calcola il fee d'agenzia? (Capitolato 3.1.3)*
7. *Tra i destinatari delle campagne figurano "consumatori e imprese": per imprese si intendono gli operatori dei settori regolati o le aziende in quanto clienti non domestici? (Capitolato art. 2)*
8. *Quali volumi sono attesi, indicativamente, per i servizi di supporto e per i prodotti audio, video e grafici? Per il supporto all'ufficio stampa presso la sede, quale impegno è previsto e in quale sede (Milano o Roma)? (Capitolato 3.2, 3.3)*
9. *Il brief cita il bonus rifiuti e, in prospettiva, il telecalore: la proposta deve comprenderli o può concentrarsi su elettrico, gas e acqua? (Allegato 1)*
10. *La campagna può rimandare a una landing page o a un dominio dedicato diverso da arera.it? Sono disponibili linee guida di immagine coordinata dell'Autorità? (Allegato 1, note)*
11. *Per le iniziative extra-budget sono ammesse collaborazioni con soggetti privati (media partner, concessionarie, associazioni)? Ci sono categorie escluse, come gli operatori dei settori regolati? (Allegato 1 par. 2)*
12. *Costituisce causa di incompatibilità, per l'operatore, per un componente del raggruppamento o per un'impresa ausiliaria, avere in corso contratti, anche di ricerca di mercato, con venditori di energia elettrica e gas, gestori idrici o gestori dei rifiuti? (Capitolato art. 4)*
13. *Dato che il subappalto non è ammesso, il ricorso a un centro media terzo per pianificazione e acquisto spazi configura subappalto? Oppure il centro media deve partecipare in raggruppamento? (Disciplinare art. 8)*
14. *I profili del gruppo di lavoro possono essere coperti da professionisti autonomi anziché da dipendenti? Una stessa persona può ricoprire due profili? (Disciplinare 6.2 a)*
15. *Ai fini del servizio di punta, è valido un contratto il cui importo comprende anche l'acquisto di spazi? In caso di raggruppamento, come si dimostra il requisito? (Disciplinare 6.2 b), 6.3)*
16. *Ci sono limiti di pagine, formato o carattere per le relazioni dell'offerta tecnica? Per gli spot da 30" sono ammesse animazioni o file audio dimostrativi? (Disciplinare art. 16)*
17. *Si può presentare lo stesso concept declinato per mezzo e target senza che le declinazioni siano considerate proposte creative alternative? (Disciplinare 16.1)*

**Risposta n. 16**

1. La ripartizione del budget tra acquisto spazi e servizi di agenzia non ha una proporzione determinata, ma sarà uno degli elementi che il fornitore dovrà elaborare in base alla propria professionalità in risposta ai brief forniti dall'Autorità, sempre in un'ottica di efficientamento del budget e del miglior raggiungimento degli obiettivi indicati. Questo con principale riferimento ai servizi previsti all'art. 3.1 del Capitolato tecnico.

   Il budget per le "singole iniziative" rientra nel budget massimo complessivo previsto per il contratto (euro/anno 650.000,00).

2. Il numero di campagne e di brief e i relativi budget saranno in funzione delle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno a determinare, pertanto non sono al momento quantificabili.
3. Si veda la risposta alla Domanda 15, punto 3, che precede. Si ribadisce altresì che tale budget non comprende alcuna fee.
4. Si vedano le risposte alla Domanda 1, punto 1, e alla Domanda 3, punto 2, che precedono.
5. No.
6. Si veda la risposta alla Domanda 1, punto 1, che precede.
7. Si intendono le aziende in quanto clienti non domestici.
8. Le attività cui fa riferimento il quesito verranno attivate in base alle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno di volta in volta a determinare, pertanto non sono al momento quantificabili. Per quanto riguarda l'eventuale supporto all'ufficio stampa, potenzialmente potrà riguardare gli uffici di Milano e Roma dell'Autorità.
9. Deve comprenderli.
10. L'eventuale utilizzo di una landing page o di un dominio dedicato diverso da arera.it potrà rientrare nella "scelta strategica del concorrente" in base alla propria professionalità e sarà soggetto a valutazione alla luce dei criteri di cui alla tabella n. 2 di cui all'art. 18, par. 18.1, del Disciplinare.
11. No. Le eventuali collaborazioni potranno essere ammesse solo con soggetti istituzionali.
12. No. Si rimanda a quanto previsto nelle Condizioni di contratto.
13. Si conferma che non è ammesso il subappalto. In questo caso il centro media dovrà partecipare come componente di un raggruppamento.
14. Si veda la risposta alla Domanda 12, cpv 1, che precede. In merito al secondo quesito prospettato si veda quanto previsto all'art. 6, par. 6.2, lett. a) del Disciplinare e art. 4 del Capitolato tecnico.
15. Si, limitatamente al primo quesito. In merito al secondo quesito prospettato si veda la risposta alla Domanda 2, che precede.
16. Non ci sono limiti di pagine, formato o carattere per le relazioni dell'offerta tecnica. In merito al secondo quesito prospettato si veda la risposta alla Domanda 3, punto 5, che precede.
17. Il progetto creativo/concept dovrà essere unico e va declinato nei termini dell'art. 16, par.16.1, del Disciplinare. Rimane fermo quanto previsto nella nota di ATTENZIONE in calce all'art. 16, par. 16.1, del Disciplinare.

***Domanda n. 17***

1. *Per il servizio di punta, il Disciplinare richiede un contratto di durata almeno annuale e di valore annuale almeno pari a 500.000 euro oltre IVA. Si chiede di precisare se il valore annuale vada calcolato per anno solare, per esercizio oppure su qualsiasi periodo di 12 mesi consecutivi di esecuzione del contratto (annualità contrattuale), anche a cavallo di due anni solari. Si chiede inoltre se, per un contratto pluriennale, il valore minimo debba essere raggiunto in almeno una annualità oppure come media sull'intera durata, e se un contratto ancora in corso possa essere considerato per la sola parte eseguita e fatturata alla data di pubblicazione del bando. (Disciplinare 6.2 lett. b), punti ii e iii)*
2. *All'art. 16, punto 16.4, il sotto criterio è denominato "definizione del piano mezzi e professionalità del personale dedicato", mentre nella Tabella n. 2 dell'art. 18.1 il sotto criterio 3.1 è denominato soltanto "Definizione del piano mezzi" e i relativi elementi di valutazione (lettere a, b, c) non fanno riferimento al personale. Si chiede se il documento 16.4 debba contenere anche la descrizione del personale dedicato alla pianificazione e se tale elemento sia oggetto di valutazione. (Disciplinare art. 16, punto 16.4; art. 18.1, Tabella n. 2)*
3. *Per i materiali dell'offerta tecnica in formato diverso dal pdf (ad esempio file video o audio), si chiede di precisare:*
   a) *le modalità di firma digitale ammesse;*
   b) *se sia possibile firmare un archivio .zip anziché ciascun file;*

*c) se i documenti da 16.1 a 16.6 vadano caricati in campi distinti della piattaforma o in un unico archivio, considerato il limite di 150 MB per campo. (Disciplinare art. 13 e art. 16, punto 16.1).*

4. *Con riferimento all' "on air" ipotetico di 4 settimane, si chiede se sia ammesso prevedere, nei limiti del budget, attività below the line o digitali di preparazione o di mantenimento al di fuori delle 4 settimane. Si chiede inoltre se il concorrente possa scegliere il periodo dell'anno in cui collocare la campagna. (Allegato 1, par. 2 "Timing")*

**Risposta n. 17**

1. Si veda la risposta alla Domanda 7, che precede.
2. La relazione denominata "definizione del piano mezzi e professionalità del personale dedicato" verrà valutata unicamente in base ai criteri di valutazione riportati al n. 3, sottopunto 3.1, della tabella n.2 di cui all'art. 18, par. 18.1, del Disciplinare.
3. (a) Si rimanda a quanto previsto all'art. 1 del Disciplinare e al par. 7.1 del documento denominato "*Modalità tecniche per l'utilizzo della piattaforma SINTEL*", citato tra i documenti nell'art. 2 del medesimo Disciplinare e messo a disposizione tra i documenti della procedura. (b) In coerenza con quanto previsto all'art. 15 del Disciplinare con riferimento alla documentazione amministrativa anche in questo caso tutti i documenti che compongono l'offerta tecnica dovranno essere sottoscritti digitalmente. L'eventuale cartella .zip all'interno della quale venissero inseriti tali documenti non dovrà essere firmata digitalmente. (c) I documenti richiesti ai sensi dell'art.16, da 16.1 a 16.6, del Disciplinare, vanno caricati negli appositi distinti campi della piattaforma.
4. Nell'Allegato 1 al paragrafo 2, in relazione al "Timing" si prevede che "*Il piano mezzi dovrà essere sviluppato per una diffusione potenziale dei messaggi con un "on air" per un periodo ipotetico di 4 settimane*". Il periodo è definito ipotetico e quindi la sua collocazione è libera. Nei limiti del budget, in base alle scelte strategiche e alla professionalità del concorrente, è possibile proporre altre iniziative, in un'ottica di efficientamento del budget e del miglior raggiungimento degli obiettivi indicati.

***Domanda n. 18***

*Si chiede se costituisca causa di incompatibilità, o comunque situazione da dichiarare, per l'operatore, per un componente del raggruppamento, per un'impresa ausiliaria o per una società controllante, controllata o collegata all'operatore ai sensi dell'art.2359 c.c., anche se non partecipante alla procedura, avere in corso contratti, anche di ricerca di mercato, con venditori di energia elettrica e gas, gestori idrici o dei rifiuti; e se in tal caso l'Autorità richieda specifiche misure organizzative (ad es. separazione dei gruppi di lavoro). (Capitolato art. 4; Disciplinare art. 5)*

**Risposta n. 18**

Si veda la risposta alla Domanda 16, punto 12, che precede.

***Domanda n. 19***

1. *Con riferimento agli artt. 13 e 16, par. 16.1, del Disciplinare, si chiede di precisare: (a) se i documenti di cui ai par. 16.1, 16.2, 16.3, 16.4 e 16.5 debbano essere presentati come file distinti; (b) se, per illustrare gli elementi audio e video del progetto creativo (ad esempio lo spot TV e lo spot radio), sia ammesso pubblicare i relativi file su una piattaforma esterna (ad esempio YouTube, con visibilità limitata a chi possiede il link) e riportare nel PDF del progetto creativo, sottoscritto digitalmente, il link per la visione; (c) in alternativa, se tali file debbano essere caricati su SINTEL in formato non PDF, sottoscritti digitalmente, anche in cartella compressa, e con quali modalità qualora superino il limite di 150 MB per campo di caricamento.*
2. *Con riferimento all'Allegato 1, paragrafo 1 ("Materiali da realizzare" e "Note", lett. c) e al Capitolato tecnico, par. 6.3 e 6.4, si chiede di confermare se, nei materiali illustrativi del progetto creativo presentati in sede di offerta, sia ammesso l'utilizzo, a fini meramente rappresentativi, di video, immagini, interpreti e voci generati in tutto o in parte con sistemi di intelligenza artificiale, fermo restando che, in fase di esecuzione, la produzione dei materiali destinati alla diffusione avverrà nel rispetto del Capitolato tecnico e delle indicazioni dell'Autorità (ad esempio con interpreti e voci reali). Si chiede inoltre se in tal caso sia richiesta un'indicazione specifica della natura di tali contenuti nell'offerta, e se la Commissione valuterà l'idea creativa indipendentemente dalla tecnica con cui è realizzato il materiale illustrativo.*
3. *Con riferimento all'art. 16, par. 16.1-16.5, e all' "ATTENZIONE" di p. 28 del Disciplinare, si chiede di chiarire se la Commissione valuterà ciascun documento esclusivamente ai fini del relativo sub-criterio, oppure se possa tenere*

*conto anche di elementi contenuti in altri documenti dell' offerta tecnica, eventualmente richiamati con rinvio espresso (ad esempio tra il progetto creativo di cui al par. 16.1 e la relazione di cui al par. 16.2, o tra il piano mezzi di cui al par. 16.4 e la relazione di cui al par. 16.5).*

4. *Con riferimento all'Allegato 1, paragrafo 2, sezione "Budget", si chiede di precisare se l'importo ipotetico di 300.000,00 euro net net sia da intendersi IVA esclusa, e se nei costi per la creatività siano da ricomprendere, oltre all'ideazione, anche la produzione esecutiva dei materiali, l'acquisizione dei diritti di utilizzo (musiche, voci, immagini) e la realizzazione di eventuali strumenti digitali di supporto alla campagna.*
5. *Con riferimento all'Allegato 1, paragrafo 2, sezione "Timing", che prevede un "on air" per un periodo ipotetico di 4 settimane, si chiede di chiarire: (a) se il concorrente possa collocare liberamente tale periodo nel calendario, indicandone mese e anno, ovvero se la simulazione debba riferirsi a un periodo predeterminato dall'Autorità; (b) se le soglie ISEE e i valori dei bonus indicati nel brief possano essere assunti come riferimento anche qualora il periodo ipotizzato ricada in un anno diverso dal 2026.*
6. *Ai fini della simulazione di piano mezzi di cui al par. 16.4 del Disciplinare, si chiede di confermare: (a) se le edizioni online e digitali di quotidiani e periodici concorrano al raggiungimento della quota minima destinata a quotidiani e periodici di cui all'art. 49 del D.Lgs. 208/2021; (b) se il rispetto delle quote debba essere dimostrato con riferimento alla singola simulazione di campagna.*
7. *Con riferimento all'art. 7 delle Condizioni di contratto e all'art. 17 del Disciplinare, si chiede di precisare se, nei preventivi di produzione sui quali si applica il fee unico di agenzia, possano essere ricompresi i costi delle attività di ideazione, sviluppo creativo, copywriting, art direction e post-produzione svolte con risorse interne dell'Appaltatore, oppure se tali attività si intendano integralmente remunerate dal solo fee.*
8. *L'art. 25, ultimo capoverso, delle Condizioni di contratto prevede che sia cura dell'Appaltatore "trattare l'acquisto, con spese a proprio carico," dei diritti di terzi (modelli, attori, fotografi, illustratori, case di produzione ecc.) in nome e per conto dell'Autorità. Si chiede di chiarire se i costi per l'acquisto dei diritti di terzi (inclusi cachet, diritti di utilizzazione ed eventuali rinnovi) rientrino tra i costi di produzione esposti nel preventivo della singola iniziativa, approvati dall'Autorità e remunerati con il fee di agenzia ai sensi dell'art. 7 delle Condizioni, oppure se restino interamente a carico dell'Appaltatore senza rimborso.*
9. *L'art. 25 delle Condizioni di contratto prevede la cessione all'Autorità, "in esclusiva ed in perpetuo", di tutti i diritti di utilizzazione, "compresi i diritti di terzi", senza limitazioni di tempo, territorio e mezzo. Il Capitolato tecnico prevede invece, all'art. 5, la liberatoria per l'utilizzo "in ogni momento o nell'arco temporale contrattato (eventualmente da rinnovare)"e, al par. 6.4, licenze d'uso "per la durata contratta e per gli ambiti territoriali e di canale indicati". Si chiede di chiarire se, per i diritti di titolarità di terzi (ad esempio interpreti, speaker, musiche, fotografie e immagini di repertorio), sia sufficiente acquisire licenze limitate per durata, territorio e mezzo, concordate di volta in volta con l'Autorità, ferma restando la cessione piena ed esclusiva delle elaborazioni creative originali dell'Appaltatore.*
10. *L'art. 7 delle Condizioni di contratto prevede che i pagamenti avvengano "al termine di ogni specifico servizio richiesto ed attivato" e il par. 3.1.4 del Capitolato tecnico prevede che l'Appaltatore paghi le concessionarie e che l'Autorità corrisponda successivamente gli importi erogati. Si chiede di chiarire se, per le campagne la cui diffusione si articola su più mesi e per i servizi di supporto continuativi (par. 3.2 del Capitolato), sia ammessa la fatturazione per periodi o per singolo flight pianificato, con particolare riferimento agli importi relativi all'acquisto degli spazi, oppure se la fatturazione sia possibile solo alla conclusione dell'intera campagna o servizio.*
11. *Con riferimento al Capitolato tecnico (§3 e §3.1.1, lett. c) e all'Allegato 1, Paragrafo 2 "Brief per la pianificazione degli spazi", che richiamano il rispetto della normativa in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi informativi da parte delle Amministrazioni dello Stato (art. 49 del D.Lgs. 8 novembre 2021, n. 208 e Direttiva del 28 settembre2009), si chiede di chiarire:*
    1. *se, ai fini della simulazione di piano mezzi di cui all'art. 16, par. 16.4, del Disciplinare di gara, il concorrente sia tenuto a rispettare le percentuali minime di destinazione della spesa previste dal citato art. 49 e, in caso affermativo, quali percentuali e quali categorie di mezzi l'Autorità ritenga applicabili;*
    2. *se tali percentuali debbano essere calcolate sulla sola quota di budget destinata all'acquisto di spazi (al netto dei costi di ideazione, creatività e produzione) oppure sull'intero importo di riferimento di 300.000,00 euro net net indicato nell'Allegato 1;*
    3. *se, nel caso di mezzi digitali (web e social), la relativa spesa concorra alla base di calcolo delle suddette percentuali.*

12. *Con riferimento all'Allegato 1, Paragrafo 2, sezione "Budget", che esclude dall'importo di 300.000,00 euro net net il costo degli spazi potenzialmente ottenibili in modo gratuito dal Dipartimento per l'informazione e l'editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri nell'ambito delle campagne istituzionali di cui alla Legge n. 150/2000, nonché alla nota a) del Paragrafo1 relativa agli spot trasmessi sugli spazi Rai, si chiede di chiarire:*

    1. *se il concorrente possa includere tali spazi nella simulazione di piano mezzi e, in caso affermativo, se l'Autorità possa indicare un'ipotesi di riferimento comune a tutti i concorrenti (mezzi ed emittenti, numero di passaggi, formati, periodo), al fine di garantire la comparabilità delle offerte;*
    2. *se tali spazi debbano essere quantificati con i relativi indicatori (es. GRP, copertura) ed eventualmente valorizzati economicamente, oppure soltanto indicati;*
    3. *se tali spazi siano da considerare tra le iniziative "extra-budget" oggetto di valutazione al criterio 3.1, lett. c), della Tabella n. 2 del Disciplinare, oppure separatamente da esse.*

**Risposta n. 19**

1. (a) I file delle relazioni richieste ai sensi dell'art.16, par. 16.1, 16.2, 16.3, 16.4 e 16.5, del Disciplinare devono essere distinti. (b) Fermo restando che nella relazione in pdf richiesta ai sensi dell'art. 16, par.16.1, del Disciplinare deve essere contenuta l'illustrazione degli elementi audio e video del progetto creativo, è ammesso, in ogni caso in aggiunta alla predetta illustrazione, l'inserimento nella relazione di un link alla piattaforma prescelta a condizione che tale link sia riservato esclusivamente alla visione della Commissione, senza possibilità di diffusione e/o di accesso da terzi. (c) Anche con riferimento alla dimensione massima dei file caricabili si rimanda a quanto previsto all'art. 1 del Disciplinare e al documento denominato "*Modalità tecniche per l'utilizzo della piattaforma SINTEL*", citato tra i documenti nell'art. 2 del medesimo Disciplinare e messo a disposizione tra i documenti della procedura.
2. Si conferma. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale, ai fini della predisposizione dell'offerta, dovrà avvenire nel rispetto di quanto dichiarato nel modello n. 1 – in relazione all'osservanza del Regolamento UE 2024/1689, della legge n. 132 del 2025 e della vigente normativa sul trattamento e protezione dei dati (Regolamento UE 2016/679, decreto legislativo n. 196 del 2003) – e in linea generale di quanto previsto dall'art. 6 del Capitolato tecnico. L'eventuale utilizzo dell'intelligenza artificiale è oggetto di apposita dichiarazione al punto 8 del citato Modello n. 1.
3. Come specificatamente indicato nell'ATTENZIONE in calce all'art. 16, del Disciplinare "*Ogni documento presentato dal concorrente dovrà essere predisposto in modo chiaro ed inequivocabile e contenere eventualmente altre informazioni, anche non richieste, solo se pertinenti all'argomento purché sia assicurata la facile consultabilità e la rintracciabilità certa degli elementi specificatamente richiesti ai punti precedentemente indicati*". Si ribadisce quindi che ciascuna relazione deve contenere specificatamente tutti gli elementi richiesti dal corrispondente punto dell'art.16, valutabili in base ai criteri specificatamente indicati nella tabella n. 2 dell'art. 18, par. 18.1 del Disciplinare per quella relazione.
4. Si precisa che l'importo di euro 300.000,00 indicato nell'Allegato 1 è da intendersi al netto dell'IVA.

   Come specificato nell'Allegato "Progetto Cornice" il budget "*comprende tutti i costi per la creatività e i costi per la diffusione del messaggio*". Nei costi per la creatività sono pertanto ricompresi, oltre all'ideazione e progettazione, anche i costi necessari alla produzione e finalizzazione dei materiali previsti dalla proposta, inclusi gli eventuali costi connessi all'acquisizione dei diritti di utilizzo e alla realizzazione degli strumenti e dei contenuti digitali funzionali alla campagna, secondo quanto previsto dal Capitolato tecnico.
5. La collocazione dell'"*on air*" è libera con principale riferimento alla durata del periodo di 4 settimane. A titolo esemplificativo e ai fini della sola valutazione del progetto cornice le soglie ISEE e i valori dei bonus indicati nel brief sono quelli presentati nel relativo allegato.
6. Come previsto dall'Allegato 1, par. 2, "*la simulazione di piano mezzi oggetto di valutazione, redatto sempre secondo le indicazioni del Capitolato tecnico (anche per quanto riguarda il rispetto della normativa in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi informativi da parte delle Amministrazioni dello Stato)*". Il Capitolato tecnico al punto 3 prevede espressamente "*Il Servizio dovrà essere erogato nel rispetto delle previsioni di cui alla Legge 7 giugno 2000, n. 150, recante «Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni», al D.Lgs. 8 novembre 2021, n. 208 (attuazione della direttiva UE 2018/1808 0/13/UE, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi), alla Direttiva del 28 settembre 2009, recante "Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato", nonché di ogni successiva ulteriore normativa,*

*giurisprudenza e pareri comunque applicabili legati agli ambiti del presente servizio*". Con specifico riferimento a quanto richiesto nel quesito si veda l'art. 1, punto 1.5, della citata Direttiva del 28 settembre 2009.

7. Si veda la risposta alla Domanda 1, punto 1, che precede.
8. Si veda la risposta alla Domanda 1, punto 6, che precede.
9. Si conferma.
10. È ammessa - previo accordo con l'Autorità - la fatturazione per periodi o per singolo *flight* pianificato, con particolare riferimento agli importi relativi all'acquisto degli spazi, a condizione che sia terminata la quota parte di attività cui si riferisce la fattura e che l'Autorità abbia verificato che la relativa prestazione sia stata effettivamente svolta e realizzata.
11. Si veda il precedente punto 6 della presente risposta. Con riferimento al punto 2 del quesito si conferma che tali percentuali devono essere calcolate sulla sola quota di budget destinata all'acquisto di spazi (al netto dei costi di ideazione, creatività e produzione).
12. Si veda la risposta alla Domanda 3, punto 3, che precede.

***Domanda n. 20***

1. *Art. 7 CORRISPETTIVI E PAGAMENTI – CONDIZIONI DI CONTRATTO: Ci confermate che le condizioni di pagamento a 30 gg data fattura includono anche l'acquisto spazi media?*
2. *Art 3.2 Servizi di supporto per attività di comunicazione – CAPITOLATO TECNICO: Potete fornire maggiore dettaglio circa comunicazioni legate all'attività nazionale ed internazionali previste dall'Autorità?*
3. *Art 3.2 Servizi di supporto per attività di comunicazione – CAPITOLATO TECNICO: Rispetto all'ideazione e realizzazione di prodotti BTL (below the line) è possibile avere un'indicazione di tipologie di attività e numero di richieste negli ultimi tre anni?*
4. *Art 3.2 Servizi di supporto per attività di comunicazione – CAPITOLATO TECNICO: Per l'attività di supporto ufficio stampa in occasione del lancio delle campagne di comunicazione può essere richiesto l'ausilio di personale che potrà operare presso la sede dell'Autorità. Ci potete indicare la sede di attivazione e un'ipotesi di giornate previste in sede?*
5. *Art 3.2 Servizi di supporto per attività di comunicazione – CAPITOLATO TECNICO: Ci potete dare maggiore dettaglio circa la richiesta di attivazione di un supporto social media continuativo? Con quale frequenza e per quali canali social è prevista produzione di contenuti di piano editoriale? Ci confermate che non sono comprese attività di gestione dei canali (posting, moderazione, reporting dei canali social)?*
6. *Art 3.2 Servizi di supporto per attività di comunicazione – CAPITOLATO TECNICO: Ci potete spiegare cosa si intende per attività territoriali, a supporto della partecipazione ad iniziative e attività di comunicazione coordinata?*
7. *Art 3.2 Servizi di supporto per attività di comunicazione – CAPITOLATO TECNICO: Rispetto alle attività di comunicazione internazionale Parlamento, Commissione, Consiglio, Direzioni Generali) e ai soggetti istituzionali collegati alla regolazione (Authority di altri paesi e associazioni internazionali dei settori regolati) ci potete indicare che tipologia di attività vi aspettate che venga svolta su richiesta?*
8. *Art 3.3 Progettazione e sviluppo di progetti e prodotti audio, video e grafici anche legati all'attività di comunicazione continuativa – CAPITOLATO TECNICO: Con riferimento alla previsione relativa alla fornitura di singoli prodotti/servizi per iniziative non collegate a campagne di comunicazione esterna, si chiede di precisare se tali prestazioni siano comprese nel corrispettivo contrattuale o remunerate separatamente e secondo quali criteri. Ai fini di una corretta stima dell'impegno produttivo e della formulazione dell'offerta economica, si chiede inoltre se siano previsti quantitativi indicativi o massimi, su base annua o per l'intera durata contrattuale, e parametri di complessità dei prodotti richiesti, quali durata dei contenuti audiovisivi, necessità di riprese originali, numero di versioni e adattamenti per canale.*
9. *art. 6.2 lett. b - REQUISITI SPECIALI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE – DISCIPLINARE: Il Disciplinare esclude i CV dalla busta amministrativa: vanno caricati solo sul FVOE 2.0 come comprove di requisiti di capacità tecnica e professionale - corretto? In che formato vanno caricati i CV sul FVOE? Nell'offerta tecnica possono essere indicati i profili, anche in forma anonima?*

10. *art. 16.1 - OFFERTA TECNICA – DISCIPLINARE: File non in PDF (art. 16.1). Quali formati sono ammessi (mp4, mp3, mov, png) e con quali dimensioni massime su SINTEL? I file audio e video vanno firmati digitalmente come i PDF?*
11. *art 16 - OFFERTA TECNICA – DISCIPLINARE: Ci confermate che le relazioni degli artt. 16.2 (Proposta creativa), 16.3 (Organizzazione aziendale) e 16.5 (razionale del piano mezzi) possono essere accorpate eventualmente in unico file? O preferite ricevere una relazione per ciascuno dei punti indicati?*
12. *Materiali da realizzare per la valutazione tecnica della rispondenza dell'idea creativa – ALLEGATO 1 BRIEF: Potete condividere le brand guidelines (logo, palette, font, tone of voice) ed eventuali design system, library e/o file sorgente del design attuale?*
13. *Materiali da realizzare per la valutazione tecnica della rispondenza dell'idea creativa – ALLEGATO 1 BRIEF: Il Capitolato (art. 6) chiede di dichiarare l'uso dell'IA. Possiamo usare immagini, voci o musiche generate con l'IA nei materiali di gara, purché dichiarate per l'esercizio creativo richiesto?*
14. *art. 6.2 lett. a - REQUISITI SPECIALI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE – DISCIPLINARE: Con riferimento al requisito di cui all'art. 6.2, lett. a) del Disciplinare (gruppo di lavoro minimo) e a quanto previsto al § 6.3, lett. c), si chiede di confermare se, in caso di partecipazione in RTI, il requisito possa essere soddisfatto dal raggruppamento nel suo complesso, cumulando i profili professionali messi a disposizione da componenti diversi (ad esempio alcune figure dalla mandataria e altre dalla mandante), oppure se l'intero gruppo di lavoro minimo debba essere nella disponibilità di un unico componente del raggruppamento.*
15. *Budget – ALLEGATO 1 BRIEF: Ci date conferma che 300.000 net net sia il costo media puro e non comprensivo dei compensi dell'agenzia e le commissioni rientrano nei 300.000 €?*
16. *Modello 1 – domanda di partecipazione: Con riferimento alla domanda di partecipazione in caso di raggruppamento temporaneo di concorrenti non ancora costituito, il § 15.1 del Disciplinare prevede che la domanda sia sottoscritta da tutti i soggetti che costituiranno il raggruppamento, mentre la nota [1] del Modello n. 1 indica che le dichiarazioni devono essere rese dal titolare/legale rappresentante/institore di tutte le imprese raggruppate.*

    *Si chiede di confermare se, in tale ipotesi, sia necessario presentare: a) un unico Modello n. 1, compilato con i dati di tutti i componenti e sottoscritto digitalmente da ciascuno di essi; oppure b) un Modello n. 1 distinto per ciascun componente del raggruppamento, ognuno sottoscritto dal rispettivo legale rappresentante.*

    *Nel caso di cui alla lett. b), si chiede inoltre di confermare se l'imposta di bollo di € 16,00 debba essere assolta su ciascun Modello n. 1 o una sola volta per il raggruppamento.*

**Risposta n. 20**

1. Si veda sul punto il combinato disposto tra l'art. 7 delle Condizioni di contratto e l'art. 3, par. 3.1., punto 3.1.4, del Capitolato tecnico.
2. Non è possibile in quanto tali attività saranno in funzione delle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno a determinare, pertanto non sono al momento identificabili.
3. I dati non sono attualmente consuntivabili.
4. Si veda la risposta alla Domanda 16, punto 8, che precede.
5. Non è possibile in quanto tali attività saranno in funzione delle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno a determinare, pertanto non sono al momento identificabili. Si precisa che potrà essere richiesto al fornitore anche il servizio di supporto alle attività di gestione dei canali social (posting, moderazione, reporting dei canali social).
6. Non è possibile in quanto tali attività saranno in funzione delle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno a determinare, pertanto non sono al momento identificabili.
7. Non è possibile in quanto tali attività saranno in funzione delle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno a determinare, pertanto non sono al momento identificabili.
8. La fornitura di singoli prodotti/servizi per iniziative non collegate a campagne di comunicazione esterna è compresa nel corrispettivo contrattuale ed è remunerata nei termini dell'art. 7, punto 3, delle Condizioni di contratto. Non è possibile fornire al momento le ulteriori indicazioni richieste in quanto anche tale attività sarà in funzione delle esigenze istituzionali di comunicazione dell'Autorità che si andranno a determinare.

9. Si conferma che i cv vanno caricati solo sul FVOE 2.0, in formato pdf nominativo. È facoltà del concorrente indicare i profili nell'offerta tecnica, anche in forma anonima.

10. Si rimanda – anche con riferimento alla dimensione massima dei file caricabili – a quanto previsto all'art. 1 del Disciplinare e al documento denominato "*Modalità tecniche per l'utilizzo della piattaforma SINTEL*", citato tra i documenti nell'art. 2 del medesimo Disciplinare e messo a disposizione tra i documenti della procedura. Tutti i documenti caricati in piattaforma – inclusi gli eventuali file audio e video – vanno firmati digitalmente.

11. Non si conferma. I file delle relazioni richieste ai sensi dell'art.16, par. 16.1, 16.2, 16.3, 16.4 e 16.5, del Disciplinare devono essere distinti.

12. No.

13. Si veda la risposta alla Domanda 19, punto 2, che precede.

14. Si veda la risposta alla Domanda 3, punto 1, che precede.

15. Si veda la risposta alla Domanda 15, punto 3, che precede. Si ribadisce che tale budget non comprende le fee.

16. Si veda la risposta alla Domanda 3, punto 4, che precede. In caso di raggruppamento deve essere pagata una sola imposta di bollo da 16,00 euro.

***Domanda n. 21***

*Considerando un budget complessivo ipotetico di 300.000 € net net per la campagna "Bonus Energia e Ambiente per le Famiglie", vorremmo un chiarimento sulle modalità con cui rappresentare e dettagliare la ripartizione economica tra le diverse voci di communication, production e media. È necessario inserire una tabella di economics all'interno del documento di presentazione dell'idea creativa? Oppure è previsto un altro spazio o formato in cui esplicitare come intendiamo allocare e gestire il budget complessivo della campagna?*

**Risposta n. 21**

Non è necessario inserire una tabella di *economics* all'interno dell'offerta tecnica. Con riferimento al budget complessivo ipotetico di 300.000 € net net per la campagna "Bonus Energia e Ambiente per le Famiglie" al concorrente è richiesto unicamente di indicare nella relazione di cui all'art. 16, par.16.4, del Disciplinare la quota parte del budget che intende dedicare al piano mezzi, declinandola tra i singoli mezzi.

In osservanza di quanto previsto nelle "Norme generali" in calce all'art. 16 del Disciplinare nell'offerta tecnica non deve essere contenuta alcuna indicazione riferita all'offerta economica presentata.

*Comunicazione firmata digitalmente da:*

Direzione Affari Generali e Risorse
Unità Gare e Contratti
Il Responsabile
(*Annalise Colombo*)

Annalise Colombo
Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente
06.11.2026
14:47:15
GMT+01:00