



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

PRESIDÈNZIA  
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di committenza  
Servizio Spesa Comune

**PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO INTEGRATO DI PROGETTAZIONE E  
REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI PROMOZIONE ISTITUZIONALE DELLA REGIONE  
AUTONOMA DELLA SARDEGNA IN ITALIA E ALL’ESTERO, ANCHE ATTRAVERSO L’ACQUISIZIONE  
DI SPAZI PUBBLICITARI PER LA DIFFUSIONE DI PRODOTTI DI COMUNICAZIONE STATICI E  
DINAMICI**

**CHIARIMENTI**

**CHIARIMENTO N. 1**

**DOMANDA:**

REQUISITI DI CAPACITA' TECNICA E PROFESSIONALE

Il concorrente deve aver eseguito, con esito positivo, a pena di esclusione, negli ultimi 10 (dieci) anni antecedenti la data di pubblicazione del bando di gara, almeno 5 (cinque) campagne di comunicazione che abbiano comportato la fornitura congiunta di servizi analoghi a quelli indicati nella presente gara in ambito nazionale e/o internazionale, a favore di soggetti pubblici e/o privati. Almeno 2 (due) delle 5 campagne devono essere ognuna di valore pari o superiore a € 1.200.000,00 (IVA esclusa).

Aspetto essenziale dei servizi analoghi è il carattere integrato, multimediale e multicanale delle campagne di comunicazione, per cui non saranno ammissibili gli operatori economici che avranno fornito solo alcuni dei servizi indicati, o soltanto spazi pubblicitari su media cartacei o digitali, quali concessionarie di pubblicità, o che siano limitate alla fornitura dei soli servizi logistici e di allestimento di eventi.

Il valore della campagna deve essere calcolato considerando anche il costo di acquisto degli spazi dalle concessionarie o tale importo deve risultare solo dal valore di fee creative e di gestione della campagna?

Nel primo caso, la fatturazione non sarebbe in capo ad un unico soggetto.

**RISPOSTA:**

Trattandosi di campagne di comunicazione integrata, nel calcolo del valore della singola campagna devono essere ricompresi anche gli oneri di acquisto degli spazi dalle diverse concessionarie.

**CHIARIMENTO N. 2**

**DOMANDA:**

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del d.lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici

Chiarimenti



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

PRESIDÈNZIA  
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di committenza  
Servizio Spesa Comune

In caso di raggruppamenti di imprese, al punto 6.3, nella parte finale, si indica che "ciascun componente deve possedere il requisito relativo all'esecuzione di almeno uno dei servizi analoghi richiesti" rimandando con ciò al punto 6.2 in cui si indicano due diversi requisiti di capacità tecnica e professionale:

1. aver eseguito...negli ultimi 10 (dieci) anni...almeno 5 (cinque) campagne di comunicazione che abbiano comportato la fornitura congiunta di servizi analoghi a quelli indicati
2. almeno 2 (due) delle 5 campagne devono essere ognuna di valore pari o superiore a € 1.200.000,00 (IVA esclusa).

Fermo restando che il raggruppamento di imprese nel suo complesso deve possedere tutti i requisiti richiesti, quale dei due requisiti sopra indicati deve possedere il singolo componente? Deve avere eseguito almeno 1 campagna di comunicazione con fornitura congiunta di servizi analoghi? Deve avere eseguito almeno 5 campagne di comunicazione con fornitura congiunta di servizi analoghi?

O deve avere eseguito almeno una campagna di valore pari o superiore a € 1.200.000,00?

**RISPOSTA:**

Per quanto attiene il possesso del requisito di capacità tecnico professionale prescritto al paragrafo 6.2 del disciplinare di gara si precisa che, nella fattispecie, i raggruppamenti d'impresa, "nel loro complesso" devono aver eseguito con esito positivo a pena di esclusione, negli ultimi 10 (dieci) anni antecedenti la data di pubblicazione del bando di gara, almeno 5 (cinque) campagne di comunicazione che abbiano comportato la fornitura congiunta di servizi analoghi a quelli indicati nella presente gara in ambito nazionale e/o internazionale, a favore di soggetti pubblici e/o privati. Tra le 5 campagne eseguite dal raggruppamento, almeno 2 (due) devono avere un valore pari o superiore a € 1.200.000,00 (IVA esclusa)".

Fermo restando il possesso del requisito di capacità tecnica e professionale in capo al raggruppamento nel suo complesso, ciascun componente (mandataria e mandanti) deve aver eseguito, nel decennio di riferimento, almeno uno dei servizi analoghi oggetto dell'appalto.

**CHIARIMENTO N. 3**

**DOMANDA:**

In relazione al Vostro bando di gara N. 8637082 "**Italia-Cagliari: Servizi di campagne pubblicitarie 2022/S 131-373691**" nell'allegato CAPITOLATO TECNICO, al capitolo 2 punto 6 pagina 8 di 15 si parla di pannelli digitali statici promozionali. Per pannelli digitali statici cosa si intende nello specifico? Ovvero:

- Impianti di tipo digitale, su cui Regione Sardegna ha intenzione di passare un messaggio statico (quindi non un video)? Perché tutti gli impianti digitali in nostro possesso consentono sia la veicolazione di messaggi video (spot) sia la diffusione di immagini statiche (non video)

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del d.lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici

Chiarimenti



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

PRESIDÈNZIA  
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di committenza  
Servizio Spesa Comune

- Impianti di tipo tradizionale (impianti statici retroilluminati) quindi non digitali, su cui Regione Sardegna potrà passare un messaggio statico. Su questo tipo di impianto ovviamente non potrà essere veicolato un video
- Entrambi i tipi di impianti qui sopra

**RISPOSTA:**

Per pannelli digitali statici di cui al paragrafo.2.6, pag.8, del capitolato tecnico si intendono: impianti di tipo digitale, su cui la Regione Sardegna ha intenzione di passare un messaggio statico (non un video o uno spot).

**CHIARIMENTO N. 4**

**DOMANDA:**

Capitolato tecnico – Relazione tecnica:

Non ci sono riferimenti al potenziale periodo di on air. Avete indicazioni in proposito? E' possibile prevedere periodi di on air diversi per Italia, Europa e Stati Uniti?

**RISPOSTA:**

Il periodo di *on air* non è definito nei documenti di gara, la data di avvio dei servizi sarà definita nel Piano operativo definitivo soggetto ad approvazione da parte della stazione appaltante, nonché nel contratto di appalto. Nel Capitolato è definita la durata massima della campagna: "2 settimane", all'interno delle quali devono svolgersi tutti i servizi richiesti, per cui i periodi di *on air* in Italia, Europa e Stati Uniti devono coincidere.

**CHIARIMENTO N. 5**

**DOMANDA:**

Disciplinare – tabella criteri:

Si richiede conferma dell'interpretazione della tabella in merito ai punti aggiuntivi. Ad esempio al punto 3.1 si intende che si ottengono 6 punti (T) pianificando 21 spot e che si prevede un extra punteggio di 2 punti per ogni spot in più pianificato (es: 23 spot 10 punti)? Oppure che i 6 punti (T) si raggiungono pianificando almeno 24 spot (21 spot richiesti + almeno 3 spot in più)?

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del d.lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici

Chiarimenti



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

PRESIDÈNZIA  
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di committenza  
Servizio Spesa Comune

**RISPOSTA:**

I 21 spot rappresentano il minimo richiesto. Possono essere offerti ulteriori spot ai quali viene attribuito per ciascuno un punteggio di 2 punti. Per raggiungere il punteggio massimo di 6 punti di premialità devono essere pianificati almeno 24 spot (21 spot minimi richiesti + almeno 3 spot aggiuntivi).

**CHIARIMENTO N. 6**

**DOMANDA:**

Disciplinare – tabella criteri:

Si richiede conferma dell'interpretazione in merito al punto 5: le 10 testate giornalistiche internazionali (fatte salve le almeno 3 in US), sono da scegliere tra quelle mondiali?

**RISPOSTA:**

Si conferma. Il criterio 5 si riferisce alla scelta di testate giornalistiche internazionali.

**CHIARIMENTO N. 7**

**DOMANDA:**

Disciplinare – tabella criteri:

Nel punto 2.1 si richiedono passaggi dello spot su emittente BBC One, ma la suddetta non accetta investimenti pubblicitari e non permette di programmare spots.

**RISPOSTA:**

Si chiarisce che per mero errore materiale al paragrafo 2.1 del Capitolato è stato indicato BBC One anziché BBC World News. Pertanto, sia nel capitolato (par. 2.1) che nel Disciplinare di gara (par. 16.1, in corrispondenza del criterio 2.1), la dicitura BBC One deve intendersi BBC World News.

**CHIARIMENTO N. 8**

**DOMANDA:**

Capitolato tecnico:

Punto 2.3 - conferma che le impressions siano 2milioni complessive oppure 2mio per testata

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del d.lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici

Chiarimenti



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA  
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

PRESIDÈNZIA  
PRESIDENZA

Direzione generale della Centrale Regionale di committenza  
Servizio Spesa Comune

**RISPOSTA:**

Le impressions richieste sono complessivamente 4 milioni così suddivise: 2 milioni sulle testate internazionali e 2 milioni sulle testate nazionali.

**CHIARIMENTO N. 9**

**DOMANDA:**

Disciplinare – tabella criteri:

Punto 4 - per "testata giornalistica" si intende la versione digitale del quotidiano oppure possiamo includere anche broadcaster (emittenti televisive con estensione digitale)

**RISPOSTA:**

Fra le testate giornalistiche si possono includere anche le emittenti televisive con estensione digitale.

**CHIARIMENTO N. 10**

**DOMANDA:**

Disciplinare – tabella criteri:

Punto 5 - molte testate online straniere non ammettono il 30" ma solo il 15", altre testate non rispettano il numero di utenti unici indicati.

**RISPOSTA:**

Per il servizio di cui al paragrafo 2.3 del Capitolato, è prevista una valutazione qualitativa della proposta; l'operatore economico potrà scegliere le testate e motivare le scelte anche in relazione alla possibilità di diffusione di spot da 30" e del numero degli utenti unici richiesti.

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 60 del d.lgs. 50/2016, per l'affidamento del servizio integrato di progettazione e realizzazione di una campagna di promozione istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna in Italia e all'estero, anche attraverso l'acquisizione di spazi pubblicitari per la diffusione di prodotti di comunicazione statici e dinamici

Chiarimenti