

NORME DI GARA PER L’AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE, ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA E ATTIVITÀ DI PR, INTEGRATE E FINALIZZATE ALLA PROMOZIONE DELL’IMMAGINE UNITARIA DEL COMUNE DI CERVIA E DELLA SUA OFFERTA TURISTICA, NEI MERCATI TURISTICI ITALIANI E STRANIERI – CIG: 66091234D5.

QUESITI

Quesito n. 1

Nel caso venga coinvolto un professionista o giornalista, per gestire attività di ufficio stampa e PR, il suo compenso deve rientrare nel budget annuo al netto della commissione del 12% (cioè 132,000 euro IVA inclusa all’anno).

Risposta n. 1

Sì.

Quesito n. 2

In merito allo sviluppo dell’offerta tecnica relativa al sub criterio 2: “Ideazione e sviluppo media planning & buying”, si chiede indicazione del piano media già in essere, al fine di studiare una proposta coerente e integrata.

Risposta n. 2

Non c’è un Piano Media in essere, si rimanda alla documentazione integrativa pubblicata sul sito.

Quesito n. 3

L’attività di ufficio stampa e PR sarà svolta internamente alla ns. agenzia.

Nel quesito n.2 evidenziate che "La commissione verrà fatturata trimestralmente in quota parte commisurata all’importo fisso risultante dalla percentuale offerta in sede di gara (nel caso di commissione offerta pari al 12%, la fattura trimestrale sarà pari a Euro 4.500,00 IVA inclusa)." alla quale oltre ai giustificativi delle spese sostenute, aggiungeremo un'altra fattura (comunque una documentazione specifica) per l’attività di ufficio stampa e PR, corretto ?

Risposta n. 3

Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

Quesito n. 4

a) All’interno del budget restante ci sono: l’attività di media planning e a quella dell’ufficio stampa e pr. In questa voce si inseriranno i costi vivi sostenuti per svolgere le relative attività (esempio, trasporti, vitti e alloggi, acquisto spazi pubblicitari, noleggio sale ecc.), corretto?

b) Inoltre se volessimo realizzare altre attività creative oltre a quelle elencate nell’attività di ufficio stampa, in quale voce li imputiamo? sempre ufficio stampa ?

c) Mentre per i costi relativi all’attività ideazione e creazione grafica per realizzare le attività del progetto (immagini pubblicitarie, press kit dedicati ecc) li in siamo sempre tra i costi vivi (in riferimento che siano attività legate al media planning o all’ufficio stampa), corretto?

Risposta n.

a) Sì.

b) Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.

c) Si rimanda al chiarimento n. 3; i costi vivi sono ricompresi nel budget da allocare.