

OGGETTO : PROCEDURA NEGOZIATA SENZA PREVIA PUBBLICAZIONE DI BANDO DI GARA EX ART. 63 COMMA 6 E AI SENSI DELL'ART. 36 COMMA 2 LETT. B) DEL D. LGS. 50/2016 E S.M.I. PER L'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI PREVISTI DALLA SCHEDA 2.1 DEL PIANO DI AZIONE DEL FLAG MARCHE CENTRO: COSTRUZIONE DI UN BRAND OMBRELLO E SVILUPPO DI INIZIATIVE INTEGRATE DI MARKETING E PROMOZIONE TERRITORIALE. CIG: 73503493E1 - CUP: B95C16000010009

Quesito n. 1

In caso di ATI o RTI da costituire in caso di aggiudicazione, va generato un PASSOE unico o un Passoe per ogni operatore economico che andrà a costituire l'ATI?

Risposta: il Passoe è unico e deve corrispondere alla configurazione del concorrente in sede di offerta. In caso di costituendo RTI andranno indicati tutti gli operatori economici (Mandataria e mandanti) seguendo le istruzioni riportate nel portale ANAC.

Quesito n. 2

Il codice a barre da applicare sulla busta va semplicemente fotocopiato e ritagliato?

Risposta: sì, può essere fotocopiato e ritagliato.

Quesito n. 3

In caso di ATI o RTI da costituire in caso di aggiudicazione, va generato un DGUE unico o un DGUE per ogni operatore economico che andrà a costituire l'ATI?

Risposta: come indicato al punto A.2.3 della lettera invito, in caso di costituendo RTI occorre compilare ed esibire un distinto DGUE per ciascun operatore economico; analogamente andrà compilato per ciascun operatore economico un distinto modulo delle dichiarazioni integrative del DGUE,

Quesito n. 4

In caso di ATI o RTI da costituire in caso di aggiudicazione, va fatta un'unica istanza o un'istanza per ogni operatore economico che andrà a costituire l'ATI?

Risposta: come indicato al punto A.1 della lettera invito, il concorrente può compilare un'istanza unica, che nel caso di RTI non ancora costituito, deve essere sottoscritta a pena di esclusione da tutti i soggetti che costituiranno il raggruppamento.

Quesito n. 5

In merito al punto 1 studio del territorio. Esistendo già una approfondita analisi di contesto (allegato A3 modello di strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo) richiediamo di precisare meglio l'oggetto di analisi.

Risposta: le modalità di redazione della proposta progettuale, alle quali gli offerenti sono invitati ad attenersi, sono dettagliatamente descritte al punto 3 della lettera invito; sarà compito della commissione giudicatrice valutare le offerte tecniche sulla base dei criteri e sub-criteri indicati nel citato punto 3 della lettera invito; la stessa non dovrà risultare ridondante rispetto agli elementi

conoscitivi già disponibili.

Quesito 6

In merito al punto 3 piano di marketing e promo-commercializzazione richiediamo:

* se esiste un range di budget entro il quale definire le proposte essendo ampie e diverse le scelte in termini di mezzi e canali al fine di definire un piano specie dal punto di vista operativo accessibile e sostenibile.

*se è interesse della stazione appaltante in merito a questo punto:

a) avere un piano media dettagliato in relazione a mezzi e veicoli. A tal fine sarebbe però necessario avere un budget di riferimento entro il quale definire le proposte al fine di definire un piano operativo accessibile e sostenibile.

oppure

b) avere solo delle indicazioni su azioni e proposte strategiche per promuovere la partecipazione ed il coinvolgimento di residenti e turisti indipendentemente dai canali e dall'acquisto di spazi o mezzi promozionali dal punto di vista operativo accessibile e sostenibile.

Risposta: il piano di marketing rappresenta il documento di programmazione unitaria dalla quale deve emergere come la sistematizzazione di tutte le attività programmate nell'ambito dell'offerta tecnica possa contribuire ad una qualificata strategia di comunicazione e marketing del territorio del FLAG Marche Centro. Non si prevede quindi lo stanziamento di risorse ulteriori o complementari per la realizzazione dell'intervento.

Quesito 7

Cosa si intende per "trans media storytelling".

Risposta: la "narrazione transmediale (inglese Transmedia storytelling), è una forma narrativa che, muovendosi attraverso diversi tipi di media, contribuisce a perfezionare ed integrare l'esperienza dell'utente con nuove e distinte informazioni. Ogni medium, veicolando nuove e distinte informazioni, contribuisce allo sviluppo della storia e alla comprensione del mondo narrato. In questo modo l'utente è chiamato a ricostruire il significato complessivo di "contenitore" (sia esso un'opera, un territorio, ...) integrando di "contenuti" vari media".