

Torino, 16 febbraio 2021

Prot. 82 / 2021 B

Oggetto: Procedura negoziata ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. b) del D.L. n. 76/2020, come convertito con modificazioni dalla Legge n. 120/2020, per l'affidamento del servizio di Social Media Management della Fondazione – CIG 8608877E07 – CPV 64220000 – CHIARIMENTI (2).

In relazione alla gara in oggetto, si fornisce di seguito risposta ai quesiti formulati da alcuni operatori economici.

1. **Domanda:** *La busta B comprende sia la presentazione aziendale (prevista al punto A.1) sia la proposta progettuale (A.2)? Ossia in 10 slide dobbiamo includere entrambe? Le 10 slide sono riferite alla proposta progettuale: conferma?*

Risposta: Nella busta B (Offerta tecnica) occorre inserire separatamente – essendo oggetto di separata valutazione – la documentazione di cui al punto 5-A.1 dell'Avviso (presentazione aziendale) e la proposta progettuale di cui al punto 5-A.2. Le 5 cartelle o 10 slide PowerPoint sono riferite alla sola proposta progettuale.

2. **Domanda:** *Per presentare le case history possiamo inserire dei link che rimandino a contenuti esterni al PowerPoint?*

Risposta: È possibile, ma poiché la presentazione aziendale deve essere presentata in forma scritta, e la valutazione sarà operata dalla Commissione in formato prevalentemente cartaceo, la Commissione non sarà tenuta ad ampliare la valutazione in tal senso.

3. **Domanda:** *Per “customer care” si intende community management?*

Risposta: Per “customer care” si intendono le richieste di informazioni sul Museo e sulle sue attività (orari di apertura, programmazione, rassegne in corso, ecc.).

4. **Domanda:** *Cosa si intende al punto 2. dei servizi richiesti nel Capitolato (“rapporti con i soggetti coinvolti nella creazione dei contenuti, redazione e pubblicazione sui vari canali social”)? Significa che è richiesto il coordinamento dei soggetti coinvolti (che vengono formati continuamente dall'agenzia), i quali si occuperanno di redigere e pubblicare sui vari canali? Oppure la redazione e la pubblicazione sono attività richieste all'agenzia?*

Risposta: A pubblicare sui vari canali sarà l'affidatario, il quale dovrà tenere i rapporti con i soggetti che afferiscono alle varie attività del Museo (Museo alla Mole, Festival, TorinoFilmLab, ecc.) al fine di definire il piano editoriale. I soggetti sono gli stessi ai quali è previsto che l'affidatario faccia la formazione. Si rammenta che all'affidatario è altresì richiesta la capacità di editing per l'adattamento grafico e audiovideo dei contenuti. All'affidatario NON è richiesto di gestire i social nel day by day per gli aspetti relativi alle richieste di informazioni sul Museo e sulle sue attività (es. orari di apertura, programmazione, rassegne in corso, ecc.), in quanto ciò verrà fatto dal personale interno.



MUSEO
NAZIONALE
DEL CINEMA
TORINO

5. **Domanda:** *In merito alla procedura in oggetto, con la presente siamo a richiedere se in caso di RTI i requisiti di cui ai punti 3.a, 3.b e 3.c possano intendersi rispettati qualora posseduti nella loro interezza a livello di RTI ma solo parzialmente da ciascuna delle realtà facenti parte del RTI.*

Risposta: Si rammenta che il raggruppamento di tipo verticale non è ammesso alla gara. Come noto, in caso di raggruppamento orizzontale la mandataria dovrà possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

6. **Domanda:** *Chiediamo se all'interno del RTI siano accettabili (non come capofila) realtà non iscritte al Registro della CCIAA o nel Registro CPA, quali ad esempio le Associazioni culturali o i liberi professionisti.*

Risposta: Sì.

Daniele Tinti

Coordinatore generale – RUP