



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE  
DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE DELL’ALBO NAZIONALE DEGLI AUTOTRASPORTATORI  
CIG: 86679667D2**

**RISPOSTA ALLE RICHIESTE DI CHIARIMENTI AL 20 APRILE 2021**

**Quesito n. 1**

In merito ai requisiti di capacità economica e finanziaria (7.2, punto c) si chiede di specificare cosa si intende per “settore di attività oggetto dell'appalto”.

**Risposta al quesito n. 1**

I servizi analoghi a cui far riferimento sono quelli di “esecuzione di progetti di strategia e gestione dei canali social per soggetti privati o pubblici”.

**Quesito n. 2**

In merito ai requisiti di capacità tecnica e professionale (7.3, punto d) si chiede di specificare se come “gestione dei canali social” si intende anche l'investimento media effettuato sui social stessi e se l'importo di euro 400.000 debba intendersi per un singolo cliente o possa essere la risultante di più progetti gestiti per clienti diversi.

**Risposta al quesito n. 2**

~~Con riferimento al quesito come “gestione dei canali social” si intende anche l'investimento media effettuato sui social stessi ma non si esaurisce soltanto in predetto investimento.~~

~~L'importo di euro 400.000 è da intendersi anche come risultante di più progetti gestiti per clienti diversi.~~

A rettifica dell'errore materiale nella risposta fornita in precedenza al quesito n. 2, si fa presente che il progetto di valore almeno pari ad euro 400.000, IVA esclusa (cfr. Disciplinare di gara – § 7.3, lett. d), è da intendersi come unico e dunque non è la risultante di più progetti gestiti per clienti diversi, in quanto “servizio di punta”.

**Con riferimento al quesito come “gestione dei canali social” si intende anche l'investimento media effettuato sui social stessi ma non si esaurisce soltanto in predetto investimento.**

**Quesito n. 3**

In merito alla pianificazione mezzi di comunicazione e acquisto spazi (scheda di relazione tecnica, punto B.3, p.37) si chiede di specificare l'importo di investimento media su cui effettuare l'esercizio di gara.

**Risposta al quesito n. 3**

L'importo di investimento media inteso come distribuzione relativo a ogni campagna di comunicazione dovrà essere non inferiore al 73% del contratto di affidamento della singola campagna di comunicazione, così come previsto dal Disciplinare al punto 16, ex articolo 7, comma 1, lettera a) del D.P.R. n. 403/2001.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

La pianificazione dei mezzi di comunicazione (piano mezzi) dovrà rispettare le percentuali di cui all'art. 41 del D.lgs. n. 177/2005.

**Quesito n. 4**

In merito all'ALLEGATO 3 LISTINO PREZZI nella descrizione sono riportate 38 voci a cui dovremo applicare la percentuale di prezzo unitaria.

Non viene indicato però il numero dei materiali che dovranno essere prodotti nel corso dei 36 mesi.

Il costo è da intendersi unitario?

Nelle singole voci non è riportato il costo del trasporto: va inteso come escluso?

**Risposta al quesito n. 4**

I materiali da produrre attengono ai prodotti e ai servizi di cui all'Allegato 3 Listino Prezzi, attivabili durante le campagne di comunicazioni che saranno attivate a valle del primo contratto. Il numero dei materiali che dovranno essere prodotti costituirà oggetto e sarà definito in sede di affidamento dei singoli contratti, con i quali verranno attivate le campagne di comunicazione.

Le voci dell'Allegato 3 Listino Prezzi costituiscono dei costi unitari e devono intendersi remunerativi di ogni costo sostenuto dall'impresa.

**RISPOSTA ALLE RICHIESTE DI CHIARIMENTI AL 30 APRILE 2021**

**Quesito n. 5**

Relativamente all'invio dei CV sul disciplinare al paragrafo 15 CONTENUTO DELLA OFFERTA TECNICA lettera b è scritto:

la busta B Offerta tecnico-organizzativa contiene, a pena di esclusione, i seguenti documenti: i curricula vitae anonimi delle risorse che compongono il gruppo di lavoro offerto. I curriculum dovranno essere sottoscritti in originale da parte del soggetto cui si riferiscono, riportare in allegato copia di un documento di identità in corso di validità.

Riteniamo che o i CV debbano essere anonimi o debbano essere firmati e allegati i documenti di riconoscimento.

**Risposta al quesito n. 5**

Il CV è anonimo ed è sottoscritto da parte del legale rappresentante o dal responsabile tecnico del soggetto proponente, con allegato documento di identità del sottoscrittore.

**Quesito n. 6**

Vi chiediamo dei chiarimenti in merito ai requisiti esposti nel disciplinare di gara al punto 7.3. Noi abbiamo un contratto dove abbiamo partecipato in RTI in qualità di Capogruppo e con quota maggioritaria maggiore di 400.000 mila euro come indicato tra i requisiti, oltre ad altri numerosi contratti di importo inferiore. Volevamo sapere se quanto descritto poteva soddisfare in pieno il requisito sopra citato.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Risposta al quesito n. 6**

Si precisa che il requisito descritto si intende soddisfatto, salvo la comprova di cui al punto 7.3 lett. d) del Disciplinare.

**Quesito n. 7**

In riferimento al capitolato di gara si chiede di esplicitare il budget media net net da tenere in considerazione per la formulazione dell'offerta tecnica.

**Risposta al quesito n. 7**

Il budget nettissimo è il costo complessivo per acquisto spazi media, al netto del corrispettivo per il Fornitore e degli sconti dei gestori dei mezzi di comunicazione e delle concessionarie di pubblicità (valore nettissimo) (si veda il Capitolato, nel paragrafo TERMINI E DEFINIZIONI).

**Quesito n. 8**

Si chiede di specificare se il budget massimo previsto per la Linea 3 pari ad 2.800.000,00 è comprensivo dei costi di acquisto dei mezzi.

**Risposta al quesito n. 8**

Sì.

**Quesito n. 9**

Il paragrafo La presentazione dell'offerente rientra nelle 50 pagine dell'offerta tecnica?

**Risposta al quesito n. 9**

Sì.

**Quesito n. 10**

Al punto 1.b dell'art 15 Contenuto dell'offerta tecnica del disciplinare di gara si legge: i curricula vitae anonimi delle risorse che compongono il gruppo di lavoro offerto. I curriculum dovranno essere sottoscritti in originale da parte del soggetto cui si riferiscono, riportare in allegato copia di un documento di identità in corso di validità e recare in calce l'autorizzazione al trattamento dei dati ai sensi del Decreto Legislativo n. 196/2003 e del Regolamento UE 2016/679 nonché del D.Lgs. 101/2018. Si chiede di chiarire se i curricula devono essere anonimi o firmati con allegato il documento di identità.

**Risposta al quesito n. 10**

Si prenda visione della risposta al quesito n. 5.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Quesito n. 11**

In riferimento all'art 15 Contenuto dell'offerta tecnica del disciplinare di gara si legge che l'offerta tecnica, redatta in carattere Calibri di dimensione 11 (undici) pt e interlinea singola e contenuta entro le n. 50 pagine, escluse le pagine relative ai curricula, alle copertine, al sommario e ad eventuali immagini a pagina intera; con riferimento alle eventuali immagini inserite che contengano testi scritti; la Commissione giudicatrice ha piena facoltà di ritenere non giudicabili ed escludere dalla valutazione immagini o parti di immagini che dovessero risultare di difficile lettura a causa della eccessiva riduzione dei caratteri. Si conferma che le immagini presentate a pagina intera, anche con testi scritti non rientrano nelle 50 pagine di offerta tecnica e che verranno valutate se i testi sono leggibili?

**Risposta al quesito n. 11**

Le immagini presentate a pagina intera, se contengono anche testi scritti, rientrano nelle 50 pagine di offerta tecnica e la Commissione giudicatrice ha piena facoltà di ritenere non giudicabili ed escludere dalla valutazione immagini o parti di immagini che dovessero risultare di difficile lettura a causa della eccessiva riduzione dei caratteri.

**Quesito n. 12**

In riferimento al punto 7.3 del disciplinare di gara, REQUISITI DI CAPACITA' TECNICA E PROFESSIONALE: il valore di almeno euro 400.000,00, Iva esclusa, in almeno 1 progetto di strategia e gestione dei canali social, dev'essere raggiunto con un solo progetto/contratto o anche con più di uno?

**Risposta al quesito n. 12**

Si veda la risposta al quesito n. 2

**Quesito n. 13**

Nel disciplinare di gara, al paragrafo 15, si richiede che l'offerta tecnica sia redatta in formato A4 e si specificano corpo, interlinea e pagine. Il formato deve essere redatto in formato verticale o può essere sfruttato anche in formato orizzontale, come generalmente sono realizzate le presentazioni?

**Risposta al quesito n. 13**

Non si riscontrano vincoli per l'orientamento orizzontale o verticale della presentazione dell'offerta tecnica, a condizione che siano rispettate le specifiche della medesima, indicate al punto 15 del Disciplinare.

**Quesito n. 14**

Per quanto concerne la linea di servizio 2, è richiesta l'apertura di nuovi canali. Eventuali attività con influencer o sponsorizzazioni media suggerite con l'obiettivo di acquisire follower in questi canali, possono essere suggerite on top? Stando alla descrizione della linea di servizio, la richiesta di 600.000 a ribasso è solo relativa alla gestione organica del canale.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Risposta al quesito n. 14**

Si rinvia a quanto contenuto al punto 17.1 del Disciplinare inerente i criteri e sub-criteri di valutazione.

**Quesito n. 15**

Nel disciplinare di gara, al paragrafo 3, si specifica che l'importo massimo per la linea di servizi 3 è di 2.800.000. Questo importo, stando all'offerta economica punto c, deve essere ribassato con riferimento al Listino Prezzi, quindi alla componente creativa con esclusione del piano mezzi. Vorremmo capire se il budget da pianificare sui media redatto secondo i criteri dell'articolo 41 del D.lgs. 177/2005 è da intendersi come la componente restante di questo importo, ovvero i 2.800.000 meno la somma dei valori ribassati del Listino Prezzi.

**Risposta al quesito n. 15**

Si rinvia a quanto contenuto al punto 16 del Disciplinare.

**Quesito n. 16**

Nell'offerta economica, al punto d, si specifica che nell'offerta economica il compenso dell'impresa non può eccedere il 12%, la produzione il 15% e la distribuzione il 73%. Vorremmo capire cosa si intende per produzione e distribuzione nella linea di servizio 1 e cosa si intende per distribuzione nella linea di servizio 2 la richiesta è solo di contenuti organici e non di distribuzione con investimenti media.

**Risposta al quesito n. 16**

Il punto d) dell'allegato offerta economica si riferisce solo alla linea di servizio n. 3

**Quesito n. 17**

Nel disciplinare di gara, al paragrafo 3, si specifica che l'importo della linea di servizio 3 è calcolato come ipotesi sulla base di tre campagne all'anno. Trattandosi di un appalto di 36 mesi come definito al paragrafo 4 del disciplinare vorremmo capire se l'importo di 2.800.000 per la linea di servizio 3, al netto del ribasso che proporremmo, deve quindi essere impiegato per la pianificazione di tre campagne per tre anni, quindi nove campagne media in totale.

**Risposta al quesito n. 17**

Sì, fermo restando quanto indicato al punto 3 del Disciplinare.

**Quesito n. 18**

Nel disciplinare di gara, al paragrafo 3, si specifica che l'importo della linea di servizio 3 è calcolato come ipotesi sulla base di tre campagne all'anno. Trattandosi di un appalto di 36 mesi come definito al paragrafo 4 del disciplinare vorremmo capire se il piano mezzi da presentare richiede di coprire tre campagne per tre anni, quindi nove campagne media in totale.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Risposta al quesito n. 18**

Sì, fermo restando quanto previsto all'art. 2, lett. B.4 I) del Capitolato, nel rispetto di quanto indicato al punto B.3 dello SCHEMA DI RELAZIONE TECNICA del Disciplinare.

**Quesito n. 19**

Nello schema di relazione tecnica inserita nel disciplinare di gara, al punto B.3 si richiede una pianificazione preliminare di alto livello ma anche razionali di allocazione sui mezzi e canali con dettaglio dell'articolazione temporale e territoriale; che livello di dettaglio è necessario inserire? Ad esempio, è sufficiente indicare l'area geografica ed il mezzo o richiedete anche il canale, la testata o l'editore che suggeriremmo di utilizzare? Che KPI è necessario considerare per sostanziare la capacità di acquisto?

**Risposta al quesito n. 19**

Gli elementi per la PIANIFICAZIONE MEZZI DI COMUNICAZIONE E ACQUISTO SPAZI (PIANO MEZZI) sono indicati al punto B.3 dello SCHEMA DI RELAZIONE TECNICA del Disciplinare.

**Quesito n. 20**

Con riferimento alle linee di servizio 1, 2 e 3 vorremmo capire con che brand e logo firmare le varie comunicazioni.

**Risposta al quesito n. 20**

Si rinvia allo SCHEMA DI RELAZIONE TECNICA del Disciplinare.

**Quesito n. 21**

Con riferimento alla linea di servizio 3, confermate che non c'è il vincolo di un numero minimo di idee creative da sottoporvi?

**Risposta al quesito n. 21**

Si rinvia all'art. 2 lett. B.2) del Capitolato e ai documenti di gara.

**Quesito n. 22**

Considerando che come espresso nei chiarimenti l'importo di investimento media inteso come distribuzione relativo a ogni campagna di comunicazione dovrà essere non inferiore al 73% del contratto di affidamento della singola campagna di comunicazione, così come previsto dal Disciplinare al punto 16, ex articolo 7, comma 1, lettera a) del D.P.R. n. 403/2001 si richiede di indicare quale importo di investimento media va considerato per la redazione dell'offerta tecnica.

**Risposta al quesito n. 22**

Si rinvia al Capitolato.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Quesito n. 23**

Si chiede di confermare che il piano media da presentare in offerta tecnica deve avere la durata complessiva di 3 mesi.

**Risposta al quesito n. 23**

Si richiama il punto B.3 dell'OFFERTA TECNICA del Disciplinare.

**Quesito n. 24**

Quanti flight di campagna vanno considerati per la campagna da presentare in offerta tecnica?

**Risposta al quesito n. 24**

Si rinvia al paragrafo TERMINI E DEFINIZIONI del Capitolato.

**Quesito n. 25**

Si chiede conferma che il documento modello di brief non rappresenta soltanto un esempio di brief ma fornisce indicazioni per la proposta di creatività e la redazione del piano media da inserire in offerta tecnica?

**Risposta al quesito n. 25**

Il documento modello di brief allegato ai documenti di gara riassume le caratteristiche più rappresentative dell'Amministrazione proponente (identità e mission) e del servizio/evento oggetto della campagna.

Si rinvia al paragrafo TERMINI E DEFINIZIONI del Capitolato.

**Quesito n. 26**

Quali sono gli obiettivi specifici, i temi e il focus target della campagna da presentare in offerta tecnica?

**Risposta al quesito n. 26**

Si rimanda al documento modello di brief allegato ai documenti di gara e al paragrafo TERMINI E DEFINIZIONI del Capitolato.

**Quesito n. 27**

La campagna da presentare in offerta tecnica deve considerare solo mezzi di comunicazione esterna o anche mezzi di comunicazione interna?

**Risposta al quesito n. 27**

Si rinvia all'art. 1 del Capitolato.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Quesito n. 28**

I mezzi di comunicazione interna vanno considerati come spazi gratuiti o si tratta di spazi a pagamento?

**Risposta al quesito n. 28**

Gli spazi utilizzati per la comunicazione interna sono a disposizione del Committente e comunque i relativi oneri non graveranno sull'appaltatore.

**Quesito n. 29**

Come la stazione appaltante intende valutare il rispetto della quota di 73% di diffusione, 12% massimo compenso di agenzia e 15% produzione considerando che per la Linea 3 va presentato soltanto il ribasso sul listino prezzi dell'allegato 3?

**Risposta al quesito n. 29**

La ripartizione in parola è prevista dalla normativa richiamata nel Disciplinare.

**Quesito n. 30**

Si conferma che l'indicazione relativa alla ripartizione del budget e cioè: compenso dell'Impresa affidataria: fee non oltre il 12%; produzione: non oltre il 15%; distribuzione: non meno del 73% è da riferirsi solo alla Linea 3?

**Risposta al quesito n. 30**

Si rinvia alla risposta al quesito n. 16.

**Quesito n. 31**

Nel disciplinare di gara nel punto Schema di relazione tecnica si legge che nel capitolo B.3 PIANIFICAZIONE MEZZI DI COMUNICAZIONE E ACQUISTO SPAZI (PIANO MEZZI) va inserita l'allocazione del budget e che l'allocazione del budget per canale deve essere effettuata sia in termini di percentuale che di numeri interi. Questo significa che nell'offerta tecnica vanno inseriti i costi previsti per ogni mezzo? Rispetto a quale budget complessivo di investimento media?

**Risposta al quesito n. 31**

Il punto B.3 PIANIFICAZIONE MEZZI DI COMUNICAZIONE E ACQUISTO SPAZI (PIANO MEZZI) fa riferimento a un esempio di piano di allocazione del budget pubblicitario. Si rinvia al paragrafo TERMINI E DEFINIZIONI del Capitolato.





*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Quesito n. 32**

Nel disciplinare di gara nel punto Schema di relazione tecnica al punto B.3 PIANIFICAZIONE MEZZI DI COMUNICAZIONE E ACQUISTO SPAZI (PIANO MEZZI) si legge che Il piano di allocazione del budget pubblicitario per l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, ai sensi dell'articolo 41 del D.lgs. 177/2005, di cui al piano mezzi, deve rispondere ai seguenti criteri minimi: per almeno il 15 per cento deve essere previsto a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici.

Questa indicazione è da riferirsi all'intero budget di pianificazione previsto per i tre anni oppure va tenuto in considerazione anche per il budget da prevedersi per il piano media da proporre in offerta tecnica?

**Risposta al quesito n. 32**

Sì va tenuto in considerazione anche per il budget da prevedersi per il piano media da proporre in offerta tecnica.

**Quesito n. 33**

In riferimento alla risposta del quesito n. 1, si chiede conferma che in relazione ai requisiti di capacità economica e finanziaria (7.2, punto c) per "settore di attività oggetto dell'appalto" si intendano ricomprese tutte le linee di attività previste dal capitolato di gara:

1. Analisi e definizione del posizionamento, nonché delle linee guida per la strategia di comunicazione integrata multicanale (Linea di servizio n. 1);
2. Analisi e definizione della strategia social, comprensiva di apertura canali social e loro gestione (Linea di servizio n. 2);
3. Ideazione e realizzazione di campagne di comunicazione esterna e interna, comprensive della fornitura di singoli prodotti creativi e del Piano Mezzi (Linea di servizio n. 3).

**Risposta al quesito n. 33**

Si rinvia alla risposta al quesito n. 1

**Quesito n. 34**

Nel disciplinare di gara si parla di analisi del posizionamento e proposta per un nuovo posizionamento del Brand.

In questo si intende un'analisi e un riposizionamento dell'intero brand, inteso anche ad esempio revisione del logo e di tutta la comunicazione istituzionale visiva e non, o si tratta di un'analisi e un riposizionamento delle properties del brand (Pagine social, sito), partendo dalle linee guida grafiche presenti?

**Risposta al quesito n. 34**

Si rinvia al Capitolato.



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

**Quesito n. 35**

Tra i requisiti di capacità tecnica e professionale è richiesta copia conforme dei contratti unitamente a copia conforme delle fatture relative al periodo richiesto, è possibile allegare una lettera in carta intestata che il cliente contro-sigla per confermare le collaborazioni al posto dei contratti e delle fatture?

Inoltre i documenti richiesti per la comprova dei requisiti di cui ai punti 7.2 e 7.3 sono cumulativi o alternativi tra loro?

**Risposta al quesito n. 35**

Si rinvia al Disciplinare.

**RISPOSTA ALLE RICHIESTE DI CHIARIMENTI AL 7 MAGGIO 2021**

**Quesito n. 36**

Si chiede cortesemente se è possibile procedere in RTI verticale.

**Risposta al quesito n. 36**

L'RTI verticale non è ammissibile non essendo prevista una prestazione secondaria.

**Quesito n. 37**

Punto B.3 pag. 37 del Disciplinare di gara: PIANIFICAZIONE MEZZI DI COMUNICAZIONE E ACQUISTO SPAZI (PIANO MEZZI)

“Il piano di allocazione del budget pubblicitario per l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa, ai sensi dell'articolo 41 del D.lgs. 177/2005, di cui al piano mezzi, deve rispondere ai seguenti criteri minimi: per almeno il 15 per cento deve essere previsto a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea e per almeno il 50 per cento a favore dei giornali quotidiani e periodici”.

Domanda:

Se la proposta di media mix deve essere elaborata secondo le suddette quote di legge, il valore degli spazi acquistati sui social network dovrà rientrare nella quota del 35% riservata al “mezzo libero”?

**Risposta al quesito n. 37**

Sì, si conferma che il valore degli spazi acquistati sui social network dovrà rientrare nella quota del 35% riservata al “mezzo libero”.

**Quesito n. 38**

Con riferimento agli elaborati video da produrre in fase di offerta, volevamo sapere se fosse possibile presentare un video già realizzato per verificare la qualità dei nostri lavori o se fosse necessario generare un contenuto originale per la campagna in oggetto?



*Ministero delle Infrastrutture  
e della Mobilità Sostenibili*

Comitato Centrale per l'Albo nazionale delle persone  
fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di  
cose per conto di terzi

Qualora il video fosse originale potrebbe essere un video con le tematiche principali da voi indicate nella campagna o possiamo scegliere noi a quale target riferirci? È possibile utilizzare immagini stock con watermark?

**Risposta al quesito n. 38**

Il video fa parte della Relazione Tecnica le cui caratteristiche sono richiamate nel Disciplinare. Anche per quanto riguarda le immagini si rinvia ai documenti di gara.

**Quesito n. 39**

Essendo la campagna rivolta a 3 target differenti, che necessitano di linguaggi, mezzi e toni specifici, possiamo in fase di gara declinare graficamente solo uno di questi target e dei due rimanenti descrivere l'idea creativa?

**Risposta al quesito n. 39**

La declinazione del TARGET è inserita nel modello di brief, del quale, in quanto richiamato nel Disciplinare di gara, occorrerà tener conto al fine della redazione dell'offerta tecnica. Per l'offerta tecnica si rinvia allo SCHEMA DI RELAZIONE TECNICA di cui al Disciplinare, in particolare al punto B.1.

**Quesito n. 40**

Buongiorno, potete confermare gentilmente che i canali oggetto della gara siano i seguenti? o sono presenti altri?

<https://www.alboautotrasporto.it/web/portale-albo/>

<https://rivistatir.it/>

<https://www.mit.gov.it/>

**Risposta al quesito n. 40**

Il piano di allocazione del budget pubblicitario per l'acquisto di spazi sui mezzi di comunicazione di massa dovrà essere conforme all'art. 41 del D.lgs. 177/2005.