

**PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO TRIENNALE DEL SERVIZIO DI
COMUNICAZIONE E UFFICIO STAMPA PER IL CENTRO NAZIONALE DI
ADROTERAPIA ONCOLOGICA (CNAO) DI PAVIA**

CHIARIMENTI REV. 3 DEL 23/08/2019

Quesito n. 1)

“Dal disciplinare si evince che, per poter partecipare, è necessario aver svolto servizio di comunicazione e ufficio stampa nel triennio 2015-2018 per almeno due aziende sanitarie pubbliche o private che abbiano sviluppato volumi di produzione annui maggiori o uguali a 3 milioni di euro;

Possono essere considerate “aziende sanitarie” anche le aziende farmaceutiche?”

Risposta n. 1)

A parziale rettifica di quanto indicato nel Disciplinare di gara al punto **3.A.5), lett. a) (e lett. b)** si precisa che il triennio di riferimento deve essere il **2016 – 2018**.

Con riferimento al quesito formulato, siamo a chiarire che l’operatore economico abbia svolto servizio di comunicazione e ufficio stampa per almeno 2 aziende sanitarie pubbliche o private, da intendersi quali aziende del Servizio Sanitario Nazionale o Accreditate, erogatrici di prestazioni cliniche su pazienti sia in regime ospedaliero che ambulatoriale.

Quesito n. 2)

“Dal disciplinare si evince che, per poter partecipare, è necessario aver svolto servizio di comunicazione e ufficio stampa nel triennio 2015-2018 per almeno due aziende sanitarie pubbliche o private che abbiano sviluppato volumi di produzione annui maggiori o uguali a 3 milioni di euro;

Si intende che nel triennio l’agenzia ha lavorato per almeno 2 aziende sanitarie pubbliche o aziende sanitarie private, le quali hanno volumi di produzione di almeno 3 milioni di euro. Pertanto è inteso che sono le aziende sanitarie pubbliche o aziende sanitarie private che hanno volumi di 3 milioni di euro)?

Risposta n. 2)

Corretto. Si conferma quanto previsto nel disciplinare di gara.

Quesito n. 3)

Con riferimento punto 3.A.5) del Disciplinare: *“Quando si dice aver svolto un servizio di comunicazione e ufficio stampa per almeno 2 aziende sanitarie pubbliche o private, è considerato elemento valido per partecipare anche il caso in cui il servizio di comunicazione o ufficio stampa è stato svolto per l’azienda sanitaria ma finanziato da una terza parte?”*

Risposta n. 3)

Con riferimento al quesito formulato, confermato quanto riportato nelle precedenti risposte n. 1 e 2, siamo a precisare che l’operatore economico **deve aver svolto direttamente** il “servizio di comunicazione e ufficio stampa”, oggetto della presente procedura di gara, **per (leggasi su incarico di) almeno 2 aziende sanitarie pubbliche o private** (da intendersi quali aziende del Servizio Sanitario Nazionale o Accreditate), non rilevando, pertanto, se il pagamento provenga da una terza parte, ma richiedendosi in ogni caso la diretta imputabilità della responsabilità contrattuale, anche eventualmente pro-quota.

Pertanto se l’eventuale servizio pro – quota viene utilizzato per la comprova del requisito di fatturato specifico (3.A.5 b) *“fatturato in attività di comunicazione e ufficio stampa del triennio 2016-2018 è stato*

pari ad almeno Euro 360.000,00, così come risultante dai relativi bilanci) esso verrà considerato nella sola entità della quota.

Quesito n. 4)

“ref. ART. 3. CAPITOLATO TECNICO - DIMENSIONAMENTO ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE ATTUALE

È possibile ricevere alcuni esempi dei vostri attuali materiali di comunicazione (cartella stampa, newsletter ecc) e delle ultime campagne di comunicazione che avete realizzato? Sarebbe utile anche poter consultare la rassegna stampa dell'ultimo anno o un documento di sintesi che evidenzi il coverage media ricevuto (testate stampa o web, numero di citazioni ecc)”.

Risposta n. 4).

È possibile consultare il materiale realizzato ai seguenti link:

Rassegna Stampa:

<https://fondazionecnao.it/it/media-room/selezione-dalla-rassegna-stampa/2018>

<https://fondazionecnao.it/it/media-room/selezione-dalla-rassegna-stampa/2019>

Newsletter generalista:

<https://fondazionecnao.it/it/newsletter/archivio-newsletter/listid-1-cnao-news>

Newsletter professionisti:

<https://fondazionecnao.it/area-medici/it/newsletter/archivio-newsletter>

Cartella Stampa:

<https://fondazionecnao.it/it/media-room/schede-tematiche/il-percorso-terapeutico>

<https://fondazionecnao.it/it/media-room/schede-tematiche/sincrotrone>

<https://fondazionecnao.it/it/media-room/schede-tematiche/l-adroterapia>

Campagna 5x1000 2018:

<https://youtu.be/xXp-nglycdM>

<https://www.facebook.com/watch/?v=2023149204671479>

<https://www.facebook.com/watch/?v=2022235024762897>

<https://www.facebook.com/watch/?v=2011313749188358>

Campagna 5x1000 2019:

<https://youtu.be/uDkshn3JxT0>

<https://www.facebook.com/FondazioneCnao/posts/2310385502614513>

<https://www.facebook.com/FondazioneCnao/posts/2299337713719292>

<https://www.facebook.com/FondazioneCnao/posts/2294812740838456>

<https://www.facebook.com/FondazioneCnao/posts/2286934054959658>

Quesito n. 5)

Ref ART. 5.A. CAPITOLATO TECNICO - ATTIVITÀ DI BASE – ART. 5.A.2 CAPITOLATO TECNICO - SERVIZIO UFFICIO STAMPA

Tra le attività richieste è indicato il “supporto alla gestione di eventuali situazioni di crisi che investano la Fondazione o i vertici, con definizione della tipologia di intervento da definire a seconda della situazione”.

..... è in grado di offrire un expertise specifica in tema di comunicazione di crisi e può certamente supportare l’Istituto nella gestione di queste situazioni con un supporto consulenziale di primo livello. Per un lavoro più approfondito e preventivo che consenta di individuare e monitorare le issue critiche, reali e potenziali, così come per la definizione di procedure specifiche e/o manuali per la gestione della comunicazione di crisi e/o l’organizzazione di eventuali media training per le spokespersons dell’Istituto, è possibile prevedere integrazioni contrattuali?”

Risposta n. 5)

Non sono previste integrazioni contrattuali diverse da quelle consentite dal Codice Appalti e dai documenti di gara.

In particolare, l’analisi del rischio potenziale e/o attuale, così come la definizione di procedure specifiche e/o manuali per la gestione della comunicazione di crisi e/o l’organizzazione di eventuali media training per le spokespersons del CNAO possono far parte della proposta metodologica relativa allo svolgimento dei compiti dettagliati nel capitolato tecnico al punto 5 come previsto dal punto 3.B.1.2. del Disciplinare di Gara, in quanto funzionali alla richiesta attività di gestione di eventuali situazioni di crisi che investano la Fondazione o i vertici, con definizione della tipologia di intervento da definire a seconda della situazione di cui al punto 5.A.2 Capitolato, pagg. 6 e 7.

Quesito n. 6)

Ref. ART. 5.A.3 CAPITOLATO TECNICO - GESTIONE PRESENZA SUL WEB

“Intendiamo che la richiesta sia di garantire la gestione dei servizi/attività indicate nei punti elenco e che per gli stessi sia disponibile un budget dedicato. È corretto? In caso affermativo, è possibile avere evidenza del budget stanziato negli ultimi 2 anni per detti servizi ?”

Risposta n. 6)

È corretto. Si richiede in particolare che l’Operatore Economico definisca nella propria proposta di piano strategico di comunicazione triennale azioni specifiche finalizzate alla crescita del brand awareness attraverso la visibilità sul WEB dell’attività della Fondazione e del sito internet della Fondazione, ad esempio tramite a) campagne ADWORDS; b) attività di SEO e SEM; c) utilizzo di influencer e micro influencer; d) organizzazione mirata di attività di Media Advocacy; e) azioni di digital PR, diffusione del materiale su blog specifici e community.

Per la realizzazione di tali campagne e/o attività specifiche Fondazione CNAO valuterà l’utilizzo di un budget diverso e dedicato.

L’indicazione del budget impiegato da Fondazione CNAO su tali attività negli ultimi due anni non è un’informazione rilevante per la determinazione della proposta strategica originale della ditta partecipante.

Quesito n. 7)

Ref. ART. 5.A.6 CAPITOLATO TECNICO - SERVIZIO DI RASSEGNA STAMPA

“Non ci è chiaro se l’offerta debba includere l’attivazione di un servizio di media monitoring presso società terza specializzata o se lo stesso sia già fornito e la richiesta nei confronti dell’agenzia sia di analizzare la rassegna stampa, segnalare gli articoli di maggiore interesse e/o critici, produrre reportistica ecc. Nel caso in cui la richiesta fosse di attivare un servizio di media monitoring esterno, vi preghiamo di specificare le caratteristiche del servizio richiesto, fornendo un elenco di parole chiave da monitorare”.

Risposta n. 7)

Si precisa che è altresì oggetto della presente gara l’attivazione di un servizio di media monitoring presso società terza specializzata.

Il monitoraggio potrà avvenire su temi o parole chiave, a seconda delle caratteristiche del servizio scelto, il cui elenco verrà identificato e concordato con la Stazione Appaltante durante l’esecuzione del contratto. Di seguito si riportano, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alcuni temi e parole chiave:

- CNAO
- ADROTERAPIA
- TUMORI/CANCRO
- PROTONTERAPIA
- ONCOLOGIA – RICERCA SCIENTIFICA E CURE
- TECNOLOGIA MEDICA
- CRONACA MEDICO-SANITARIA NAZIONALE
- SANITÀ NAZIONALE – POLITICA, NORMATIVA ECONOMIA

Quesito n. 8)

Ref. ART. 5.A.9 CAPITOLATO TECNICO - NEWSLETTER CLINICA E NEWSLETTER GRANDE PUBBLICO

“Al netto del coordinamento indicato tra medical writer e Direzione Scientifica e Medica dell’Istituto per la definizione dei contenuti, la realizzazione delle newsletter include la stesura dei testi o gli stessi vengono, anche solo parzialmente, forniti ? In altre parole, il servizio richiesto è “chiavi in mano”?”

Risposta n. 8)

Oltre al coordinamento con la Direzione Scientifica e Medica del CNAO per la definizione dei contenuti, l’attività di realizzazione della newsletter include la stesura dei testi da parte di una figura di Medical Writer.

La newsletter deve essere pianificata in base a uno specifico piano editoriale che identifichi strategicamente i contenuti della stessa, in coordinamento con direzione scientifica e direzione medica.

Quesito n. 9)

Ref. ART. 5.A.11 CAPITOLATO TECNICO - PIANIFICAZIONE DI EVENTI DI FORMAZIONE E PARTECIPAZIONE AD EVENTI

“E’ possibile ricevere il calendario degli eventi realizzati nel corso degli ultimi 2 anni e avere un’indicazione sul budget stanziato per la concreta organizzazione degli stessi (affitto location, allestimenti, catering ecc)?”

Risposta n. 9)

Come previsto al punto 5.A.11 del Capitolato, l’appaltatore dovrà identificare in modo strategico la tipologia e il mix di eventi a cui partecipare o da organizzare per raggiungere gli obiettivi della comunicazione nel triennio (eventi istituzionali, eventi interni, eventi internazionali, congressi, corsi itineranti per patologia).

L’indicazione del calendario degli eventi realizzati nel corso degli ultimi due anni dalla Stazione Appaltante e del budget stanziato per la concreta organizzazione non è un’informazione rilevante per la definizione delle azioni strategiche ed originali che l’Operatore Economico dovrà avanzare ed attuare. In ogni caso, tali informazioni potranno essere oggetto d’analisi nella fase di esecuzione del contratto.

Quesito n. 10)

Ref. ART. 3.B. DISCIPLINARE DI GARA - PROGETTO TECNICO

“È possibile avere un’indicazione più precisa sulle campagne specifiche per patologia richieste? Quali sono le patologie più comuni e significative tra quelle trattate? Possiamo scegliere liberamente su quale patologia strutturare la campagna o avete indicazioni in tal senso?”

Risposta n. 10)

La scelta delle patologie su cui incentrare le campagne specifiche sarà oggetto di analisi e definizione nella fase esecutiva del contratto.

Quesito n. 11)

È possibile avere accesso anche alle risposte dei quesiti eventualmente posti dalle altre agenzie che partecipano alla gara?

Risposta n. 11)

Le risposte a tutte le richieste di chiarimenti pervenute dai vari Operatori Economici sono pubbliche e formano parte integrante della documentazione di gara e accessibili al seguente link nella sezione bandi e acquisti del sito internet della Fondazione:

<https://www.fondazionecnao.it/bandi-acquisti/bandi/attivi/121-procedura-aperta-per-l-affidamento-triennale-del-servizio-di-comunicazione-e-ufficio-stampa>.

Si precisa, infine, che verranno forniti chiarimenti a tutte le richieste pervenute entro il giorno 26 Agosto come previsto nel disciplinare di gara.

Quesito n. 12)

“Ipotizzando una RTI, in che termini un’azienda mandante o consorziata può ottemperare nella misura del 10% ai requisiti tecnici e finanziari richiesti al punto 3. A. 5 del Disciplinare di gara?”

Risposta n. 12)

Ai requisiti di capacità tecnica e finanziaria di cui al punto 3. A. 5 del Disciplinare di gara, l’Operatore Economico ottempera, a seconda della tipologia di raggruppamento di seguito riportate, come segue:

- per i raggruppamenti temporanei di tipo orizzontale, i requisiti di qualificazione economico-finanziari e tecnico-organizzativi richiesti nel bando di gara per l’impresa singola devono essere posseduti dalla mandataria o da un’impresa consorziata nella misura minima del 40 per cento e la restante percentuale cumulativamente dalle mandanti o dalle altre imprese consorziate ciascuna nella misura minima del 10 per cento;
- per i raggruppamenti temporanei di tipo verticale, i requisiti di qualificazione economico-finanziari e tecnico-organizzativi sono posseduti dalla mandataria nella categoria prevalente/principale (in quota percentuale maggioritaria) e da ciascuna impresa mandante (una o più imprese mandanti) con riferimento alle prestazioni secondarie e nella misura delle attività da ciascuna di esse svolta.

Quesito n. 13)

“Il budget per la diffusione delle campagne (200.000 euro nel triennio) indicato al punto 3.B.1.3 del Disciplinare di gara è IVA esclusa o inclusa?”

Risposta n. 13)

Con riferimento all’indicazione di cui al punto 3.B.1.3 del disciplinare di gara “il progetto dovrà essere costruito sulla base dell’ipotesi che la stazione appaltante abbia a disposizione un budget complessivo relativo ai servizi di diffusione non compresi nel presente affidamento, ma ad esse accessorie e facenti parte del budget generale della comunicazione (stampa, passaggi tv, acquisto adwords, organizzazione eventi, acquisizione testimonial ecc.) pari a 200 mila euro nel triennio”, si precisa che **il budget di euro 200.000 è da intendersi IVA inclusa.**