

**OGGETTO: PROCEDURA NEGOZIATA TELEMATICA SENZA BANDO DI CUI ALL'ART. 50 COMMA 1 LETT. E) DEL D.LGS 36/2023 E SS.MM.II, PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI SUPPORTO PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "LAVORO INCLUSIVO VALORE CONDIVISO". CPV: 98300000 – SERVIZI VARI - CIG: BA5F0B303E.**

## **CHIARIMENTI N. 1 DEL 08/04/2026**

### **1) Richieste chiarimenti pervenuti in data 27.03.2026**

**Quesito n. 1** – Campagna di comunicazione: media da utilizzare. Con riferimento alla campagna di comunicazione sociale, si chiede di chiarire se sia obbligatorio prevedere un mix di media digitali e tradizionali, oppure se sia ammissibile una campagna esclusivamente digitale. I costi dei media identificati sono a carico dell'offerente?

**Risposta al quesito n. 1:** Fermo restando quanto previsto all'art. 6, in particolare *“questa campagna dovrà essere realizzata attraverso canali, mezzi e strumenti differenti anche combinati tra loro (...)”*, si precisa che non è previsto un vincolo specifico rispetto alla tipologia di media utilizzati, purché qualunque scelta e/o strategia, adeguatamente motivata e circostanziata, garantisca il successo dell'iniziativa ed il raggiungimento degli obiettivi proposti.  
I costi dei media identificati sono a carico dell'offerente

**Quesito n. 2** – Numero minimo di uscite media Si chiede di indicare se siano previsti quantitativi minimi di uscite/pubblicazioni per ciascun mezzo (es. spot TV/radio, inserzioni stampa, affissioni), oppure se tali elementi siano lasciati alla definizione progettuale del concorrente.

**Risposta al quesito n. 2:** Non sono previsti quantitativi minimi obbligatori di uscite/pubblicazioni per ciascun mezzo. Tali elementi sono lasciati alla valutazione e proposta dell'offerente.

**Quesito n. 3** – KPI e risultati attesi Si chiede di chiarire se la stazione appaltante abbia individuato specifici indicatori di performance (KPI) per la valutazione dell'efficacia della campagna di comunicazione (es. reach, engagement, copertura territoriale), oppure se tali indicatori debbano essere proposti dal concorrente.

**Risposta al quesito n. 3:** Gli indicatori di performance (KPI) per la valutazione dell'efficacia della campagna di comunicazione devono essere proposti nel piano di lavoro dall'aggiudicatario.

## **2) Richieste chiarimenti pervenuti in data 30.03.2026**

**Quesito:1)** Al punto azione 2 definite il numero minimo di partecipanti agli incontri n 25 ed il numero max quale è ? e per i work shop quale è il numero minimo e massimo

**Risposta al quesito n. 1** Non è previsto un numero massimo di partecipanti agli incontri, né un numero minimo e massimo di partecipanti ai workshop. Tali elementi sono lasciati alla valutazione e proposta dell'aggiudicatario

**Quesito:2)** Al punto 2.4 quando parlate di focus e tematica intendete che devono essere individuate e proposte da noi?

**Risposta al quesito n. 2** Non sono stati definiti il focus e la tematica, in quanto, come stabilito al punto 2.1, dovranno essere delineati dall'offerente e coerenti con la proposta.

**Quesito:3)** Azione n 3 il numero massimo di partecipanti ad ogni evento nazionale quale è ? le location potete renderle disponibili voi a titolo gratuito? Oppure dobbiamo trovare la location noi? Eventualmente potreste indicare le sale da voi concesse con capienze spazi disponibilità servizio tecnico

**Risposta al quesito n. 3** Non è previsto un numero massimo di partecipanti agli incontri. Tale elemento è lasciato alla valutazione e proposta dell'aggiudicatario. Così come indicato nel NB dell'Azione n. 3 *"L'ASPAL, se necessario, metterà a disposizione i locali dell'amministrazione regionale per gli eventi"*.

**Quesito:4)** Non leggiamo da nessuna parte relativamente ai servizi catering da proporre se non all'articolo 7 quando si parla dei CAM, non capiamo quindi se sono da prevedere o no. Se sono da prevedere sono da prevedere lunch e coffee break o solo uno dei due servizi.

**Risposta al quesito n. 4** Non è previsto alcun obbligo di attivare servizi di coffee break per i partecipanti e di buffet per i relatori ma, se previsti, come specificato nel NB dell'Azione n.3, saranno a carico dell'aggiudicatario e dovranno essere rispettate le disposizioni relative ai CAM.

**Quesito:5)** Non è chiaro se i relatori e i moderatori sia dell'evento nazionale sia degli eventi territoriali sia dei workshop dovremo individuarli noi come segreteria o saranno a vostra cura?

**Risposta al quesito n. 5** Per l'Azione n. 3, l'aggiudicatario dovrà indicare nel piano di lavoro, ogni elemento utile per la realizzazione della stessa azione, compresa la proposta dei relatori/moderatori. Rimane alla segreteria scientifica, gruppo di lavoro ASPAL, la scelta dei relatori e dei moderatori, la scaletta degli interventi e quanto altro legato più strettamente ai contenuti dell'incontro. Per le Azioni n. 2 e n. 4,



l'aggiudicatario dovrà indicare nei relativi piani di lavoro i moderatori che gestiranno le attività dei workshop

**Quesito: 6)** sarebbe possibile approfondire il punto 3.4 erogazione del servizio misto in parte? Intendete che dovrà esserci erogazione per la platea sia online per 100 pax sia in remoto?

**Risposta al quesito n. 6** Ciascun evento dovrà essere realizzato in modalità mista (in presenza e online). Per modalità mista si intende la possibilità per i partecipanti di scegliere se partecipare all'evento in presenza o on line.

Il RUP  
(Firmato Digitalmente)