



Fondazione
ARENA DI VERONA*

OGGETTO: PROCEDURA APERTA EX ART. 60 D.LGS. 50/2016 PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI **“IDEAZIONE, PROGETTAZIONE CREATIVA E REALIZZAZIONE DELL’ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE SUI SOCIAL NETWORK PER LE ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI FONDAZIONE ARENA DI VERONA RELATIVE ALL’ARENA OPERA FESTIVAL E ALLA STAGIONE LIRICA E SINFONICA AL TEATRO FILARMONICO NEL PERIODO DAL 01/04/2020 AL 31/12/2021”** - CIG: 8206196F27

FAQ alla data del 04.03.2020

Domanda n.1

Buongiorno,

in merito alla procedura in oggetto vi chiediamo quanto segue:

- La ricevuta del pagamento all’ANAC va inserita nella busta A “Documentazione Amministrativa”?
- È possibile avere il modello di DGUE (allegato M) in formato editabile (word o altro?)

Risposta alla Domanda n.1

Si forniscono di seguito le risposte alla richiesta:

- Si conferma che la ricevuta di versamento del contributo all’ANAC andrà inserito nel Plico A “Documentazione Amministrativa”;
- Il modello DGUE (allegato M) in formato editabile, è liberamente scaricabile dal sito web della scrivente, nella sezione “Gare e appalti”, in corrispondenza della relativa procedura.

Domanda n.2

Buonasera,

in merito alla procedura indicata in oggetto, siamo a chiedere quanto segue:

- 1) Se il *budget advertising* sia da considerarsi escluso dal base d'asta;
- 2) Se per *Video Opera Trailer* si fa riferimento a dei trailer da lanciare prima dell'Opera;
- 3) Se la risposta alla domanda precedente è sì, quanto tempo prima si dovranno girare i trailer e a quante prove si avrà accesso;
- 4) Se i 4 video da realizzare per ciascun Festival facciano riferimento alle stagioni giugno a settembre 2020 e giugno e settembre 2021.

In attesa di ricevere un riscontro, porgiamo cordiali saluti

Risposta alla Domanda n.2

Si forniscono di seguito le risposte alle richieste di chiarimento:

- 1) Si conferma che il *budget advertising* è da considerarsi escluso dall’importo a base d'asta;
- 2) Si conferma che per *Video Opera Trailer* si intendono *Trailer* da lanciare prima dell’Opera;
- 3) I *Videotrailer* dovranno essere realizzati utilizzando materiale video d’archivio; per il nuovo allestimento di ciascun anno si dovrà utilizzare materiale fotografico messo a disposizione da Fondazione Arena. I *Trailer* dovranno indicativamente essere girati con un anticipo presunto di 50 giorni rispetto all’inizio del Festival, fatta salva diversa indicazione da parte di FAV che concorderà con l’aggiudicatario del servizio, un termine diverso, in ragione delle esigenze di comunicazione, visibilità e promozione delle opere in cartellone.



- 4) Si conferma che i 4 Video da realizzare per ciascun Festival si riferiscono alle stagioni (da Giugno a Settembre) del Festival Areniano 2020 e 2021.
-

Domanda n.3

Buongiorno,

in merito alla procedura indicata in oggetto siamo a chiedere se si possa presentare una referenza bancaria e i bilanci relativi agli ultimi 3 esercizi approvati, e se si debba presentare una dichiarazione unitamente alla produzione dell'unica referenza bancaria.

Distinti saluti.

Risposta alla Domanda n.3

Si conferma la possibilità prospettata, come peraltro espressamente previsto all'art. 6.3 lett. B) del Disciplinare di gara. Il concorrente, quindi, potrà limitarsi a presentare la Referenza di un istituto bancario o altro soggetto abilitato (di data non anteriore a tre mesi) che attesti l'idoneità finanziaria ed economica del concorrente, in relazione all'ammontare complessivo dell'appalto, unitamente alla copia dei Bilanci degli ultimi 3 esercizi approvati (2016 – 2017 – 2018), corredati da nota integrativa e ricevuta di deposito presso l'ufficio del registro imprese territorialmente competente.

Domanda n.4

Spett.Le Fondazione Arena di Verona,

In riferimento alla procedura di gara per il SERVIZIO DI "IDEAZIONE, PROGETTAZIONE CREATIVA E REALIZZAZIONE DELL'ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE SUI SOCIAL NETWORK PER LE ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DI FONDAZIONE ARENA DI VERONA RELATIVE ALL'ARENA OPERA FESTIVAL E ALLA STAGIONE LIRICA E SINFONICA AL TEATRO FILARMONICO NEL PERIODO DAL 01/04/2020 AL 31/12/2021", inviamo i seguenti quesiti:

Quesito 1 - Informazioni generali: Da dove nasce l'esigenza di avere un canale integrativo dedicato a "Teatro Filarmonico"?

Quesito 2 - Informazioni generali: I materiali segnalati a pagina 6 dell'allegato H, sono intesi come obbligatori o possiamo suggerire altri qualora li ritenessimo in linea con la strategia che verrà definita.

Quesito 3 - Informazioni generali: Quanti giorni durerà l'**Arena di Verona Opera Festival** del 2020 e indicativamente quello del 2021?

Quesito 4 - Risposta alla gara: il file di risposta, richiesto in formato standard A4, può anche essere girato in senso orizzontale?

Quesito 5 - Risposta alla gara: Che tipo di output sono attesi per la risposta alla gara? E' necessario sviluppare una nuova Strategia Social Media (Social Media Proposition, Strategia di canale e di contenuto...) e un esempio di piano editoriale annesso o solo il secondo? Qualora la strategia social fosse già definita è possibile ricevere qualche informazione a riguardo?

Quesito 6 - Budget Media: L'acquisto degli spazi media sui canali social è da ritenersi incluso? Se sì, e sulla base dell'esperienza pregressa, con quali volumi attesi durante i 21 mesi di collaborazione?

Quesito 7 - Team: E' richiesta presenza fisica costante in loco a VR?

Quesito 8 - Team: "È richiesta la presenza di un unico account o Team dedicato che segua interamente FONDAZIONE ARENA e si coordini con i referenti dell'ufficio marketing per tutte le attività...". E' possibile precisare cosa s'intende con "Team dedicato"?

Quesito 9 - Web Listening: E' un'attività da svolgere attraverso piattaforma già in essere? Se sì quale? Se no, costi di licenza sono da intendersi esclusi rispetto all'importo del bando?



Quesito 10 - Community management: Quanti commenti / messaggi mediamente riceve la pagina durante il weekend?

Distinti saluti

Risposta alla Domanda n.4

Di seguito le risposte ai quesiti:

- 1) L'Arena Opera Festiva e la stagione artistica del Teatro Filarmonico hanno due anime e due target sensibilmente differenti e si ritiene opportuno valorizzarle entrambe, con le debite proporzioni, anche sui social network. È facile comprendere come uno spettacolo invernale al filarmonico può non essere interessante ad un fan della pagina residente negli Stati Uniti.
 - 2) I materiali sono da intendersi come indicativi, è possibile e opportuno proporre anche nuovi materiali
 - 3) Il Festival 2020 prevede 53 serate di spettacolo dal 13 giugno al 5 settembre. Il programma 2021 è in fase di definizione.
 - 4) Si conferma che la relazione tecnica potrà essere resa su fogli in formato DIN A4, anche in modalità orizzontale. Si richiede unicamente il rispetto del formato, oltre alle altre specifiche indicate all'art. 15 lett. a), b) e c).
 - 5) La strategia social per i mesi a venire non è ancora stata definita. L'output atteso include sia una strategia social che un esempio di piano editoriale.
 - 6) Il budget digitale escluso dalla gara e gestito da altro fornitore è quasi interamente dedicato ad attività di e-commerce e prevede solo minima attività di boost post organici e aumento fanbase da concordare con l'aggiudicatario.
 - 7) Non in maniera continuativa. Mai nella fase ottobre-maggio se non in occasione di particolari riunioni.
 - 8) Si intende un gruppo di persone che si occupi in via continuativa della gestione del servizio oggetto della gara.
 - 9) Il servizio è già attivo con altro fornitore, con il quale l'Aggiudicatario si potrà interfacciare.
 - 10) La media dei commenti è di circa 10 al giorno.
-

Domanda n.5

Buongiorno,

Con la presente, in riferimento alla gara di "Ideazione, Progettazione creativa e realizzazione dell'attività di comunicazione social network", Vi chiediamo cortesemente alcuni chiarimenti in merito ai seguenti punti:

- 1) Nel capitolato si chiede di presentare: "originale o copia conforme dei certificati rilasciati dall'amministrazione/ente contraente/privato con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione". Sono ugualmente considerati validi i preventivi controfirmati dal contraente o è necessario produrre specificamente il contratto ?
- 2) La garanzia provvisoria, in qualsiasi modalità sia essa versata, deve essere eseguita prima della gara o entro il periodo di scadenza dell'offerta (180 gg) ?

RingraziandoVi anticipatamente,

Cordiali Saluti,

Risposta alla Domanda n.5

Di seguito le risposte ai quesiti anzidetti:

- 1) Il concorrente, come richiesto all'art. 6.2 del Disciplinare di gara, dovrà produrre **anche un'attestazione/dichiarazione su carta libera rilasciata dai vari clienti privati e/o pubblici con cui venga attestata la corretta e regolare esecuzione dei servizi analoghi** prestati nel periodo considerato e per un importo minimo complessivo **pari ad almeno € 250.000= (Euro Duecentocinquantamila/00)**. Il



concorrente potrà fornire dette attestazioni/dichiarazioni in originale o in copia dichiarata conforme all'originale dal concorrente medesimo (ai sensi degli artt. 19 e 47 del D.P.R. 445/2000).

Le fatture e/o i partitari e/o i contratti costituiscono ulteriore supporto alle attestazioni di cui sopra, ma NON ne rappresentano un'alternativa.

Precisiamo infine che il concorrente potrà limitarsi, nella fase di presentazione della documentazione amministrativa a corredo dell'offerta, a dichiarare il possesso dei citati requisiti, compilando la Parte IV Sezione B (Punto 1a del DGUE in relazione ai requisiti economico-finanziari) e Sezione C (Punto 1b del DGUE in relazione ai requisiti tecnico-professionali/forniture e servizi analoghi).

La comprova dei suddetti requisiti, per mezzo della presentazione di copia dei bilanci e delle attestazioni/dichiarazioni relative ai servizi analoghi effettuati nel periodo di riferimento, verrà richiesta all'aggiudicatario provvisorio della gara, all'esito delle operazioni di valutazione delle offerte, al fine di verificare il possesso dei requisiti dichiarati e poter procedere, quindi, all'aggiudicazione definitiva (ai sensi dell'art. 32 comma 7 del D.Lgs. 50/2016).

Pertanto, si invitano i concorrenti a procurarsi presso i propri clienti pubblici e/o privati le dichiarazioni/attestazioni di buona e regolare esecuzione dei servizi analoghi svolti nel periodo considerato, sino a concorrenza dell'importo minimo previsto.

- 2) Come espressamente previsto all'art. 9 del Disciplinare di gara e all'art. 93 del D.Lgs.50/2016, la garanzia provvisoria, conforme allo schema tipo approvato con decreto del Ministro dello sviluppo economico del 19 Gennaio 2018, n. 31 e corredata da una dichiarazione di impegno, da parte di un istituto bancario o assicurativo o altro soggetto di cui all'art. 93, comma 3 del Codice, anche diverso da quello che ha rilasciato la garanzia provvisoria, a rilasciare garanzia fideiussoria definitiva ai sensi dell'articolo 93, comma 8 del Codice deve essere **costituita, a pena di esclusione, entro il termine di scadenza dell'offerta**, secondo la forma e le modalità di cui ai suddetti articoli ed inserita, ai sensi dell'art. 14 lett. G) del Disciplinare nel Plico "A" Documentazione Amministrativa. Tale polizza dovrà avere validità di 180 giorni dal termine ultimo per la presentazione dell'offerta, rinnovabile per ulteriori 180 giorni, su richiesta della S.A.

Domanda n.6

Buongiorno,

con la presente siamo a richiedere alcuni chiarimenti relativamente al capitolato della gara in oggetto.

- 1) Nel capitolato si fa riferimento ad un budget media per attività di *digital marketing* distinto da quello oggetto della consultazione. Potete fornire una stima indicativa del budget media che sarebbe disponibile per attività di web marketing sui social media?
- 2) Fondazione Arena ha a disposizione nominativi ed indirizzi email associati di chi ha acquistato i biglietti online ? Ha in generale una *mailing list* ? Di che consistenza numerica?
- 3) L'ideazione creativa della campagna istituzionale per il Festival Lirico è esclusa o inclusa nelle attività della presente gara ? è già disponibile, perlomeno a livello di *claim*, oppure non esiste una campagna istituzionale unica per tutta la stagione?
- 4) In quali lingue vengono pubblicati i post sulle diverse piattaforme social? E in quali lingue è richiesto il *community management* ?
- 5) Al netto del team direttamente impegnato nella produzione di contenuti video, per quali figure è richiesta la presenza in loco durante gli spettacoli?
- 6) I contenuti video con riprese durante gli spettacoli sono sottoposti comunque ai vincoli del diritti di cronaca (primi minuti dello spettacolo al massimo) o l'Arena ha stipulato accordi con le compagnie che permettono una flessibilità diversa e quindi anche la ripresa in altri momenti dello spettacolo?

Grazie



Risposta alla Domanda n.6

Si forniscono di seguito le risposte ai quesiti:

- 1) Il budget digitale è escluso dalla gara e gestito da altro fornitore per un importo di circa 600K; lo stesso è quasi interamente dedicato ad attività di e-commerce e prevede solo minima attività di boost post organici e aumento fanbase da concordare con l'aggiudicatario.
 - 2) Si conferma che FAV ha a disposizione un database di nominativi relativi agli acquirenti online. Per motivi di privacy non si ritiene opportuno diffondere le numeriche relative al database di cui sopra.
 - 3) La creatività istituzionale è da considerarsi esclusa ed è attualmente in fase di definizione.
 - 4) In Italiano e in Inglese
 - 5) A discrezione dell'aggiudicatario
 - 6) Non è richiesta la ripresa totale delle opere ma coperture che contribuiscano a restituire il senso dello spettacolo nel rispetto del diritto di cronaca.
-

Domanda n.7

Buongiorno,

inviando di seguito le nostre richieste di chiarimento.

Produzione e gestione dei contenuti

- Saranno a disposizione dell'agenzia archivi foto e video delle passate edizioni del Festival Lirico Areniano?
- I formati video e foto minimi indicati nel capitolato di gara richiesti "per ciascun Festival Lirico Areniano": si intende che sono la produzione complessiva di materiali richiesta per ciascuna delle due stagioni (2020-2021) del Festival Lirico Areniano coperte dal bando?

Web listening

- Per FAV è già attivo un sistema di monitoraggio delle conversazioni in rete e web listening? Se sì, potrà essere utilizzato dall'agenzia nel corso dell'attività?
- Quali sono le lingue interessate dall'attività di monitoraggio delle conversazioni in rete e web listening?

Influencer

- FAV indicherà al fornitore un budget a disposizione per le attività di coinvolgimento degli influencer?

Attivazione di altri canali

- FAV ha già programmato l'attivazione e/o l'avvio di pubblicazioni su canali social non indicati nel capitolato?
- Entro quando dovrà essere attivato l'account Facebook "Teatro Filarmonico"?

Gestione dei canali

- I post destinati ai canali social dovranno essere realizzati unicamente in lingua italiana?
- Quante sono indicativamente le lingue da usare per il community management?

Amministrazione

- I documenti a comprova dei requisiti devono essere presentati già in fase di gara?
- La nostra certificazione ISO 9001 scade il 14 marzo e abbiamo ritardato il rinnovo a causa dell'emergenza sanitaria in corso. Possiamo utilizzarla ugualmente per la riduzione della fidejussione? Ovviamente appena arriverà il rinnovo provvederemo ad inviarlo.

Risposta alla Domanda n.7

Di seguito le risposte alle suindicate richieste di chiarimenti:

Produzione e gestione dei contenuti

- Si conferma
-



- L'elenco del materiale per ciascun Festival Lirico è da intendersi a titolo puramente indicativo e non esaustivo

Web listening

- Si conferma che il sistema è già attivo con altro fornitore, con il quale l'Aggiudicatario si potrà interfacciare
- Italiano, tedesco e inglese

Influencer

- Il budget è da intendersi incluso nel presente bando

Attivazione di altri canali

- Non sono al momento pianificate ulteriori attivazioni
- Entro settembre 2020

Gestione dei canali

- Italiano e inglese
- Italiano e inglese

Amministrazione

- No. I concorrenti potranno limitarsi, nella fase di presentazione della documentazione amministrativa a corredo dell'offerta, a dichiarare il possesso dei citati requisiti, compilando la Parte IV Sezione B (Punto 1a del DGUE in relazione ai requisiti economico-finanziari) e Sezione C (Punto 1b del DGUE in relazione ai requisiti tecnico-professionali/forniture e servizi analoghi). La comprova dei suddetti requisiti, per mezzo della presentazione di copia dei bilanci e delle attestazioni/dichiarazioni relative ai servizi analoghi effettuati nel periodo di riferimento, verrà richiesta all'aggiudicatario provvisorio della gara, all'esito delle operazioni di valutazione delle offerte, al fine di verificare il possesso dei requisiti dichiarati e poter procedere, quindi, all'aggiudicazione definitiva (ai sensi dell'art. 32 comma 7 del D.Lgs. 50/2016);
- Si ammette la possibilità prospettata, vista la situazione contingente in corso e considerata comunque la validità del certificato alla data di presentazione dell'offerta (10.03.2020). Resta inteso che il concorrente dovrà adoperarsi con la massima sollecitudine a produrre il rinnovo del certificato di prossima scadenza, per poter beneficiare della riduzione sino a conclusione delle operazioni di gara, pena la richiesta di integrazione della somma garantita.

Domanda n.8

Buonasera,

inviando di seguito alcune domande a riguardo del bando in oggetto:

- 1) In media in un anno quanti eventi live sarà richiesto di seguire?
- 2) Cosa si intende per "progetti speciali"? Quanti potranno essere in media all'anno?
- 3) I contenuti dovranno essere creati solo in italiano?
- 4) Il community management deve essere garantito nella lingua dell'utente o può essere fatto in italiano per italiani e inglese per tutti gli altri?

Grazie.

Risposta alla Domanda n.8

Di seguito le risposte ai quesiti:

- 1) Indicativamente 15 eventi
- 2) Si intendono ulteriori progetti a discrezione del concorrente e oggetto di valutazione tecnica e qualitativa, di cui al criterio S₃ della tabella dei criteri, all'art. 15 del Disciplinare. In definitiva si tratta dell'ideazione e la concezione di proposte innovative che possano favorire il rafforzamento



Fondazione
ARENA DI VERONA®

dell'immagine, del brand e del prodotto artistico di FAV, anche in funzione dell'incremento dei canali e dei volumi di vendita

- 3) In Italiano e Inglese
 - 4) In Italiano e Inglese
-

Domande e Risposte n.9

Gentili,

con riferimento al documento "CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO" si formulano di seguito alcune domande.

Grazie per l'attenzione.

Con i più cordiali saluti.

Circa pagina 5, punto

"...declinazione in chiave social della brand image aziendale e produzione di una serie di template grafici e linee guida (diversa da canale a canale ma con elementi ben riconoscibili) da utilizzare per le varie rubriche e per le singole pubblicazioni. L'obiettivo è creare un'immagine di brand che sia consistente, immediatamente riconoscibile e distintiva rispetto alla concorrenza. "

Domanda:

- Che materiali ci sono / ci saranno a disposizione? Es. il logo della Fondazione o anche altro?

Risposta:

- **Logo Fondazione + foto d'archivio**

Domanda:

- Esiste già un brand manual che sovrintende tutte le forme di comunicazione grafica della FAV (es dalla carta intestata ai poster a linee – benchè magari molto generali - per il web...) di cui dover tenere conto, che vada oltre le due pagine di sintesi presenti nelle "norme d'uso" (<https://www.arena.it/files/arena/documentazione/manuale-uso-marchio-arena-di-verona.pdf>)?

Risposta:

- **Il brand manual e le linee guida della campagna "madre" offline sono in via di definizione e verranno rese disponibili prima possibile**

Circa pagina 5, punto

"attività di ideazione, progettazione, organizzazione e sviluppo creativo di piani di comunicazione sui principali social network per le attività di Fondazione Arena presso l'Anfiteatro Arena, il Teatro Filarmonico e altre attività collegate".

Domanda:

- cosa si intende con "altre attività collegate?" È possibile avere un esempio?

Risposta:

- **Per attività collegate si intendono ad esempio eventi promozionali, fiere, attività realizzate in collaborazione con sponsor, ecc.**

Domanda:

- in che senso "Piani di comunicazione"?

Noi con "piano di comunicazione" in ambito social network intendiamo un unico documento, meglio chiamato "piano editoriale", che riallacciandosi al più ampio "Piano di comunicazione" generale della realtà in esame, lo "traduca" e ampli con specifico riferimento alle piattaforme social. Intendiamo quindi un documento strategico che sta a monte di tutte le attività social e che comprende un'analisi dettagliata che include una riflessione sul brand, sul target, sui competitor del cliente dal punto di vista generale e la declinazione di questi tre punti in ambito social (con riferimento allo stato attuale e al posizionamento



desiderato, ...); obiettivi del brand in generale e loro declinazione sui social; stile e tono della comunicazione in generale e loro declinazione sui social; contenuti da veicolare in generale e scelta dei contenuti per i social; scelta strategica dei social da utilizzare per raggiungere gli obiettivi e trattare i contenuti sopradefiniti: definizione dei ruoli e delle procedure di approvazione standard e dei momenti “live”; ...

Con “calendario editoriale”, invece, noi intendiamo un documento che riunisca, in maniera precisa e anticipata, il complesso delle pubblicazioni scandite da determinate cadenze, con una precisa alternanza di argomenti e tipologie di contenuti “figli” di quanto presente nel “piano di comunicazione social – piano editoriale” definito in precedenza con riferimento a un dato social che preveda lo spazio per le attività live...

Risposta:

Si intende per “Piani di comunicazione”, l’integrazione dei piani editoriali previsti per i vari canali

Circa pagina 5, punto

“Questi argomenti potranno essere passati all’Agenzia tramite brief via email oppure tramite meeting”

Domanda:

- con che preavviso vengono convocati i meeting?

Risposta:

- **I meeting verranno convocati con ampio preavviso**

Domanda:

- È possibile prevedere i meeting svolti tramite strumenti digitali tipo conference call?

Risposta:

- **Si conferma la possibilità prospettata**

Circa pagina 5, punto

“all’acquisizione della necessaria approvazione prima della pubblicazione”

Domanda:

- Esiste già un protocollo di approvazione per i contenuti programmati?

Risposta:

- **Esiste un protocollo che dovrà essere rinegoziato con l’aggiudicatario**

Domanda:

- chi deve dare l’autorizzazione alla pubblicazione? Un solo referente oppure un team?

Risposta:

- **Un solo referente**

Domanda:

- Quali sono i tempi medi per l’approvazione?

Risposta:

- **I tempi di approvazione dipenderanno dagli accordi presi in merito alla consegna periodica del calendario editoriale**

Domanda:

- Come viene gestita l’approvazione per il “real time”?

Risposta:

- **Tramite canale whatsapp**

Circa pagina 6, punto

“IG Story trailer per ogni titolo/evento ”

Domanda:

Quanti titoli di media sono previsti?

Risposta:



Mediamente 12 produzioni

Circa pagina 6, punto

“si richiede all’Agenzia di valutare eventuali post di engagement che, se sponsorizzati, possano ottenere buoni risultati. In questi casi l’Agenzia dovrà provvedere, previa approvazione ed allocazione del budget, all’impostazione della campagna in tutte le sue parti ”

Domanda

si intende che l’agenzia avrà a disposizione un budget extra da gestire rispetto a quello per le attività a bando, giusto?

Risposta

Si conferma

Circa Pagina 6 punto

“...supporto alla gestione delle Community e gestione di primo livello di tutti i commenti, le recensioni ed i direct messages degli utenti. Ogni interazione di tipo customer care che può essere gestita tramite FAQ sarà di responsabilità dell’Agenzia. Nel caso in cui vengano rivolte domande o pubblicati contenuti che non rientrano nelle FAQ, bisognerà segnalare tale contenuto al Customer Care Fondazione Arena che risponderà direttamente. Tale servizio è richiesto per 7 giorni alla settimana dalle ore 9:00 alle ore 18:00. L’Agenzia dovrà inoltre supportare l’addetta al Community Management di Fondazione Arena nella gestione proattiva della Community (interazioni non customer care) con l’obiettivo di instaurare con i Clienti interazioni positive.”

Domanda:

- esistono già delle FAQ?

Risposta

Si conferma

Domanda:

- Che operatività e reperibilità ha il Customer Care? È anch’esso disponibile 7 su 7 con orario 9-18 come dovrà esserlo l’agenzia?

Risposta

Si conferma

Domanda:

- Di cosa si occupa l’addetta al Community Management?

Risposta

- Si occupa di ricerca di gruppi di settore/opinion leader e relazioni con la fanbase

Domanda:

- Cosa si intende con “interazioni non customer care”?

Risposta

- Si intendono tutti i commenti e le condivisioni che non prevedono una risposta da parte di FAV

Circa pagina 6, punto

“supporto nella definizione/correzione della strategia di influencer marketing per il biennio 2020-2021”

Domanda:

- esiste dunque già una strategia di influencer marketing precedente e già approvata e che va realizzata (che ha stabilito ad es le 3 serate con influencer di cui a pag 5) e solo eventualmente va aggiornata? Oppure si richiede di creare una strategia (e quindi partire con l’analisi ecc...)

Risposta:

- esiste una strategia pregressa che dovrà essere ridiscussa con l’aggiudicatario in relazione al progetto presentato



Domanda:

- il costo degli influencer (gettone, eventuale costi di trasferta vitto e alloggio..) è da intendersi al di fuori del presente budget, giusto?

Risposta:

- si richiama risposta alla domanda n.7. Il costo è da intendersi incluso nel presente bando

Circa pagina 7, punto

“progettazione e realizzazione di campagne promo-pubblicitarie sui social network, ivi compresa la realizzazione di tutti i materiali promozionali collegati e l’attività di media buying se richiesto”

Domanda:

- Il budget dedicato alle campagne promo-pubblicitarie a quanto ammonta?

Risposta:

- Il budget digitale è escluso dalla gara e gestito da altro fornitore per un importo di circa 600K; lo stesso è quasi interamente dedicato ad attività di e-commerce e prevede solo minima attività di boost post organici e aumento fanbase da concordare con l'aggiudicatario.

Domanda:

- Esistono già delle riflessioni in merito agli obiettivi specifici delle campagne promo-pubblicitarie, alle tematiche da trattare e al pubblico o ai pubblici che si intende raggiungere con esse?

Risposta:

- All'aggiudicatario potrà essere richiesto un supporto limitatamente alle attività di grafica e copy per i formati relativi alla campagna online

Circa pagina 7, punto

“realizzazione di materiali grafici per le campagne online “

Domanda:

si richiedono quindi all’agenzia campagne promo-pubblicitarie per il web esterne a quelle per i social network?

Risposta:

Si conferma che si tratterà principalmente di rete display, rete ricerca e remarketing

Circa pagina 7, punto

“Community management in lingua”

Domanda:

Che lingua si intende?

Risposta:

Italiano e inglese

Circa pagina 7, punto

“Ideazione di progetti speciali”

Domanda:

Cosa intendete con “progetti speciali” Di quanti progetti si tratta?

Risposta:

Si intendono ulteriori progetti a discrezione del concorrente e oggetto di valutazione tecnica e qualitativa, di cui al criterio S₃ della tabella dei criteri, all’art. 15 del Disciplinare. In definitiva si tratta dell’ideazione e la concezione di proposte innovative che possano favorire il rafforzamento dell’immagine, del brand e del prodotto artistico di FAV, anche in funzione dell’incremento dei canali e dei volumi di vendita

Domanda:



Fondazione
ARENA DI VERONA®

È possibile avere un esempio?

Risposta:

A titolo puramente esemplificativo progetto video backstage/laboratori

Circa pagina 7, punto

“Durante l’Arena di Verona Opera Festival dovrà essere previsto anche un servizio di supporto durante i giorni di recita di fine settimana”

Domanda:

Potete specificare meglio il tipo di supporto richiesto (oltre alle IG stories / backstage sopraccitati e eventualmente inseriti nei calendari editoriali per quel fine settimana)?

Risposta:

Si intende un supporto in caso di eventi particolari o in caso di maltempo, quando l’attività di community management diventa più intensa

Circa pagina 7, punto

“Dovrà inoltre fornire tutte le idonee licenze d’uso esclusive, la documentazione relativa all’estensione dei diritti, eventuali crediti, liberatorie nel caso di materiale in cui siano presenti beni e persone o ogni altra documentazione richiesta dalla legge in materia.

Domanda:

Potete specificare meglio il tipo di liberatorie in merito alle persone? Intendete l’utilizzo di immagini fotografiche e riprese video di individui presenti agli spettacoli ai sensi del GDPR?

In questo caso sarebbe innanzitutto necessario poter sapere cosa comprende la vostra privacy policy e in che parti esso vada integrato al fine che l’Agenzia possa trattare per vostro conto le immagini in occasione di eventi da voi realizzati / ospitati.

Risposta:

Le liberatorie si intendono relative all’utilizzo eventuale di immagini e/o video di proprietà di terzi

Domanda n.10

Buonasera in merito alla gara in oggetto vi richiediamo solo un chiarimento sul primo punto elenco (di pagina 6) del Capitolato Speciale di Appalto ovvero: *“per ciascun Festival Lirico Areniano l’aggiudicatario dovrà realizzare come minimo i seguenti materiali”* quanti festival si prevedono?
Anticipatamente grazie.

Risposta alla Domanda n.10

Si veda risposta al quesito n.2 punto 4). Ci si riferisce alle stagioni (da Giugno a Settembre) del Festival Areniano 2020 e 2021.

I presenti chiarimenti vengono pubblicati con le stesse modalità utilizzate per la pubblicazione del Disciplinare di gara e dell’ulteriore documentazione allegata che, pertanto, devono intendersi integrati e precisati dagli stessi.

SI COMUNICA CHE NON VERRANNO PRESE IN CONSIDERAZIONE ULTERIORI RICHIESTE DI CHIARIMENTI, ESSENDO DECORSO IL TERMINE ULTIMO PREVISTO PER LA PRESENTAZIONE DELLE STESSE (02.03.2020), AI SENSI DELL’ART. 1.5 DEL DISCIPLINARE.



Fondazione
ARENA DI VERONA®

Distinti Saluti.

Verona (VR) lì, 04.03.2020

Il Responsabile del Procedimento (RUP)
Dott. Andrea Compagnucci