

## CHIARIMENTI

D.: (Capitolato, pag.5) Per ‘utenti di cui all’art. 137 del Codice del Consumo’ si intendono i consumatori collocati nelle loro abitazioni private (non professionisti, non imprese)? Il target include anche le associazioni di consumatori iscritte all’albo del Ministero dello Sviluppo Economico?

R.: il capitolato speciale d’appalto laddove si riferisce ai destinatari della campagna, individuandoli, tra gli altri, in “associazioni di amministratori di condominio, utenti di cui all’art. 137 del Codice del Consumo”, deve intendersi facente riferimento alle associazioni, oltre che di amministratori di condominio, dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale di cui alla norma citata.

D.: (Capitolato, pag.5) L’attività di ‘raggiungimento di accordi/convenzioni’ va intesa come supporto informativo o costituisce vera e propria intermediazione attiva e sviluppo di protocolli?

R.: Laddove il Capitolato all’art. 2.3 lett. c prevede la predisposizione di specifici canali e spazi, ovvero il raggiungimento di Accordi/Convenzioni con organismi rappresentativi delle menzionate categorie di soggetti e/o direttamente con i gestori del servizio idrico, deve intendersi lasci spazio alla libera scelta dell’imprenditore concorrente di proporre nell’offerta tecnica un supporto informativo oppure una vera e propria intermediazione attiva e sviluppo di protocolli. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all’art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D.: (Disciplinare, pag.32, sub-criterio 1.3) Tra gli output previsti per la ‘creatività proposta’ in fase di offerta sono previsti layout grafici? Non sono citati tra le componenti di progetto valutate dal sub-criterio.

R.: Non sono richiesti necessariamente layout grafici, ma la Commissione nell’esercizio della propria discrezionalità tecnica potrà decidere di valutarli muovendosi all’interno dei parametri definiti nella tabella A dell’art. 23.1.4. del disciplinare di gara, essendo rimessa alla libera scelta imprenditoriale il loro inserimento nell’offerta tecnica, fermo restando che la relazione tecnica non dovrà superare n. 50 facciate formato A4 (carattere Times New Roman, dimensione 12 ed interlinea singola), comprensive di eventuali grafici e tabelle, con una numerazione progressiva ed univoca delle pagine (art. 21.6 del disciplinare di gara).

D.: (Disciplinare pag. 12): La SA chiede quale requisito tecnico e professionale l’esecuzione nel triennio 2018-2019-2020 di almeno tre campagne di comunicazione esterna realizzate per PA e/o privati con un progetto creativo e relativo piano di dettaglio comprendente almeno la metà più una delle iniziative di cui all’articolo 2.1. del Capitolato, su base nazionale, di cui almeno una con un piano media di valore pari o superiore a 100.000,00 euro (I.V.A. esclusa). L’art. 2.1. del Capitolato riporta come iniziative: - Campagne di affissioni e per trasporto pubblico. - Campagne social attraverso la predisposizione di specifici canali e spazi web. - Campagna di coinvolgimento rivolta ad enti locali, gestori del servizio idrico, stakeholder territoriali e associazioni di settore (associazioni

di amministratori di condominio, utenti di cui all'art. 137 del Codice del Consumo). Per "almeno la metà più una" si intendono due o tre tra le campagne di cui sopra?-

R.: Si intendono almeno 2 iniziative, o campagne, tra quelle indicate.

D.: (Disciplinare pagg. 12-13): Al paragrafo 11, punto 11.1 viene richiesto almeno una campagna con un piano media di valore pari o superiore a 100.000,00 euro (I.V.A. esclusa). Al paragrafo 12, punto 12.6 viene invece richiesto almeno una campagna con un piano media di valore pari o superiore a 200.000,00 euro (I.V.A. esclusa). Quale delle due opzioni è quella corretta?

R.: l'art. 11.1. (REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE) prevede "l'esecuzione nel triennio precedente la data di pubblicazione del bando (2018-2019-2020) di almeno tre campagne di comunicazione esterna realizzate per pubbliche amministrazioni e/o soggetti privati con un progetto creativo ed il relativo piano di dettaglio comprendente almeno la metà più una delle iniziative di cui all'articolo 2.1. del Capitolato, su base nazionale, con indicazione delle date di svolgimento (inizio e fine) e del committente pubblico/privato, di cui almeno una con un piano media di valore pari o superiore a 100.000,00 euro (I.V.A. esclusa)". Pertanto è sempre a detto valore che si deve fare riferimento.

D.: Chi sarà il promotore e firmatario della campagna? Il Ministero della Transizione Ecologica? In Partnership con ARERA? Sono previsti altri enti in partnership? I singoli gestori possono essere coinvolti per firmare la campagna (nel CRM o in bolletta) per i loro clienti/territori?

R.: Il promotore della Campagna è il Ministero della Transizione Ecologica. Il Ministero realizzerà la campagna con l'aggiudicatario della procedura di affidamento, il quale, in sede di offerta tecnica, potrà prevedere il coinvolgimento dei soggetti indicati all'art.2 del capitolato. Tra i soggetti vi sono anche, ma non solo, i gestori del servizio integrato, con i quali può condividere la previsione di diffondere il messaggio del risparmio e dell'uso consapevole dell'acqua tramite testi coerenti con la situazione del servizio sullo specifico territorio e con affiancamento del logo del gestore ai due istituzionali di MiTE e di ARERA, come previsto sempre nel medesimo dettagliato articolo 2, restando nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente costruire la proposta tecnica secondo le possibili declinazioni della campagna ivi riportate.

D.: Sui social network, possiamo/dobbiamo utilizzare i profili del Ministero della Transizione Ecologica MITE o creare profili ad hoc per la campagna di sensibilizzazione?

Il capitolato, sempre all'art. 2, prescrive che la campagna social è realizzata attraverso la predisposizione di specifici canali e spazi web, per cui resta nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente costruire la proposta tecnica valorizzando l'una o l'altra possibilità. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all'art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D.: Nel capitolato citate alcuni dati interessanti sulle abitudini e sulla percezione dei cittadini. Ci sono i dati/ricerche scientifiche aggiornate sullo spreco d'acqua da parte dei cittadini e delle abitazioni italiane e sullo stato delle reti idriche, in particolare in regioni in cui la distribuzione dell'acqua risulta

ancora critico? Ci sono ricerche o sondaggi sulla percezione del servizio idrico in Italia e sul ruolo dell'acqua pubblica?

R.: Quelli indicati nel capitolato sono gli unici dati in merito che sono in possesso del MITE.

D.: Gli obiettivi della campagna sono awareness e sensibilizzazione o anche riduzione effettiva dello spreco tramite installazione di misuratori individuali (siano essi singolarizzazioni o divisionali)? Questo secondo obiettivo ha bisogno di tempi molto più ampi e iniziative ricorsive. Dato il budget ristretto, l'ampia platea da raggiungere, e la grande differenziazione dei messaggi da trasmettere, quale l'ordine di priorità?

R.: Obiettivo della campagna è la promozione dell'uso consapevole della risorsa idrica, in attuazione del principio del risparmio dell'acqua, anche attraverso la promozione della misurazione individuale dei consumi, con focus sulla necessità di riduzione dei consumi individuali e di un uso maggiormente responsabile di questa fondamentale risorsa naturale. Resta nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente costruire la proposta tecnica valorizzando tutti o alcuni degli strumenti di raggiungimento dell'obiettivo testé ricordati. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all'art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D.: Richiedete messaggi differenziati a seconda della effettiva possibilità di installare un misuratore individuale (singolarizzazione) o di adottare le procedure per misuratori divisionali.

R.: Quanto richiesto rientra nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente, che può specificarlo nell'offerta tecnica. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all'art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D: Avete i dati geolocalizzati o per gestore su questa effettiva possibilità?

R. No, il MITE non è in possesso di tali dati.

D: Come funzionano questi misuratori? I dati raccolti possono essere digitalizzati? Come vengono visualizzati all'utente? È previsto un servizio di app per controllarne l'andamento?

R.: Quanto richiesto rientra nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente, che può specificarlo nell'offerta tecnica. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all'art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D: Oltre a installare un misuratore individuale di consumo, ci sono comportamenti virtuosi in particolare, da mettere in atto da parte dei cittadini o degli amministratori di condominio, che devono essere promossi tramite la campagna?

R. Non vi è un catalogo di comportamenti virtuosi. In ogni caso, anche ciò rientra nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente, che può specificarlo nell'offerta tecnica. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all'art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D.: Per la misurazione del consumo individuale, è previsto una forma di incentivo o sgravio fiscale a fronte dell'installazione di un dispositivo di misurazione individuale del consumo d'acqua? Iniziative per vantaggi fiscali o altra forma di incentivo sui gestori o sugli amministratori di condominio?

R.: La regolamentazione di gara non contempla alcun riferimento a forme di incentivo o sgravio fiscale, ecc., restando fermo che potranno essere valutate siffatte tipologie di benefici se previste dalla normativa vigente nella fase di sottoscrizione del contratto con l'aggiudicatario della procedura. Resta inoltre fermo che il corrispettivo contrattuale è fisso, invariabile ed omnicomprensivo.

D.: Ci sono altre iniziative specifiche o benefici concreti che il Ministero della Transizione Ecologica intende promuovere o comunicare?(ad esempio estensione al 2022 del bonus idrico o bonus rubinetti? Altro?)

R.: Per quanto riguarda la presente procedura di affidamento, cui solo si possono limitare i chiarimenti forniti, si rinvia alla lettura del contesto regolatorio della campagna informativa di cui all'art. I.1 delle premesse del capitolato.

D.: Il budget è comprensivo anche degli spazi media da acquistare?

R.: Sì, in quanto il corrispettivo contrattuale, quale definito nell'offerta economica dell'aggiudicatario, è fisso, invariabile ed omnicomprensivo.

D.: Dal punto di vista del media, quale copertura è richiesta per le affissioni? Quante città e per quante settimane? Spetta all'agenzia indicarlo in accordo con l'impostazione strategica?

R. Sì, rientra nella libera iniziativa imprenditoriale del concorrente, che può specificarlo nell'offerta tecnica. Ciò verrà poi valutato dalla Commissione giudicatrice secondo i criteri ed i sub-criteri di cui all'art. 23.1.4. tabella A del Disciplinare di gara.

D.: All'interno del documento "2021\_10\_18\_Allegato\_6\_Schema\_Relazione\_Offerta\_Tecnica" il capitolo 2.1.1 e 2.1.3 hanno lo stesso titolo, si tratta di un refuso o di un errore di duplicazione?

R: Sì, il titolo del capitolo 2.1.1. dello schema di relazione di offerta tecnica, allegato, 6, deve intendersi "Innovatività e originalità del progetto realizzato" come da corrispondente sub-criterio di valutazione j 1.1 relativo al progetto creativo nella tabella A dell'art. 23.1.4. del Disciplinare di gara.

D.: é possibile avere un file con il logo e/o le brand guidelines per la preparazione della proposta creativa?

R.: Quanto richiesto potrà essere condiviso solo con l'aggiudicatario della procedura in sede di definizione del contratto di appalto.

D: per la sottoscrizione della garanzia provvisoria necessitiamo della vostra partita iva. Potreste confermarci che sia questa 97047140583

R.: Si, si conferma.

Roma, 5 novembre 2021.

IL R.U.P.