

GECA 7/2026 - SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E ORGANIZZAZIONE EVENTI IN FAVORE DI REGIONE LOMBARDIA SUDDIVISA IN 4 LOTTI:

LOTTO 1: SERVIZIO DI IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, ORGANIZZAZIONE E REALIZZAZIONE DI MANIFESTAZIONI FIERISTICHE ED EVENTI ISTITUZIONALI NELLE SEDI DI REGIONE LOMBARDIA E/O SUL TERRITORIO

LOTTO 2: SERVIZIO DI CAMPAGNE ISTITUZIONALI DI COMUNICAZIONE E PRODOTTI AD ALTO CONTENUTO DIGITALE

LOTTO 3: SERVIZI A SUPPORTO DELLA COMUNICAZIONE E DELL'INFORMAZIONE ISTITUZIONALE

LOTTO 4: SERVIZI DI CATERING A PALAZZO LOMBARDIA E PALAZZO PIRELLI

RICHIESTE DI CHIARIMENTO E RELATIVE RISPOSTE – VI tranche

DOMANDA 16

Facendo riferimento alla risposta 8.7 relativa al numero di eventi/ fiere e alla distribuzione standard e plus: si richiede la trasmissione di immagini e documentazione fotografica delle manifestazioni fieristiche/eventi realizzati nel corso del 2025 o precedenti, suddivise per tipologia esterne ed interne.

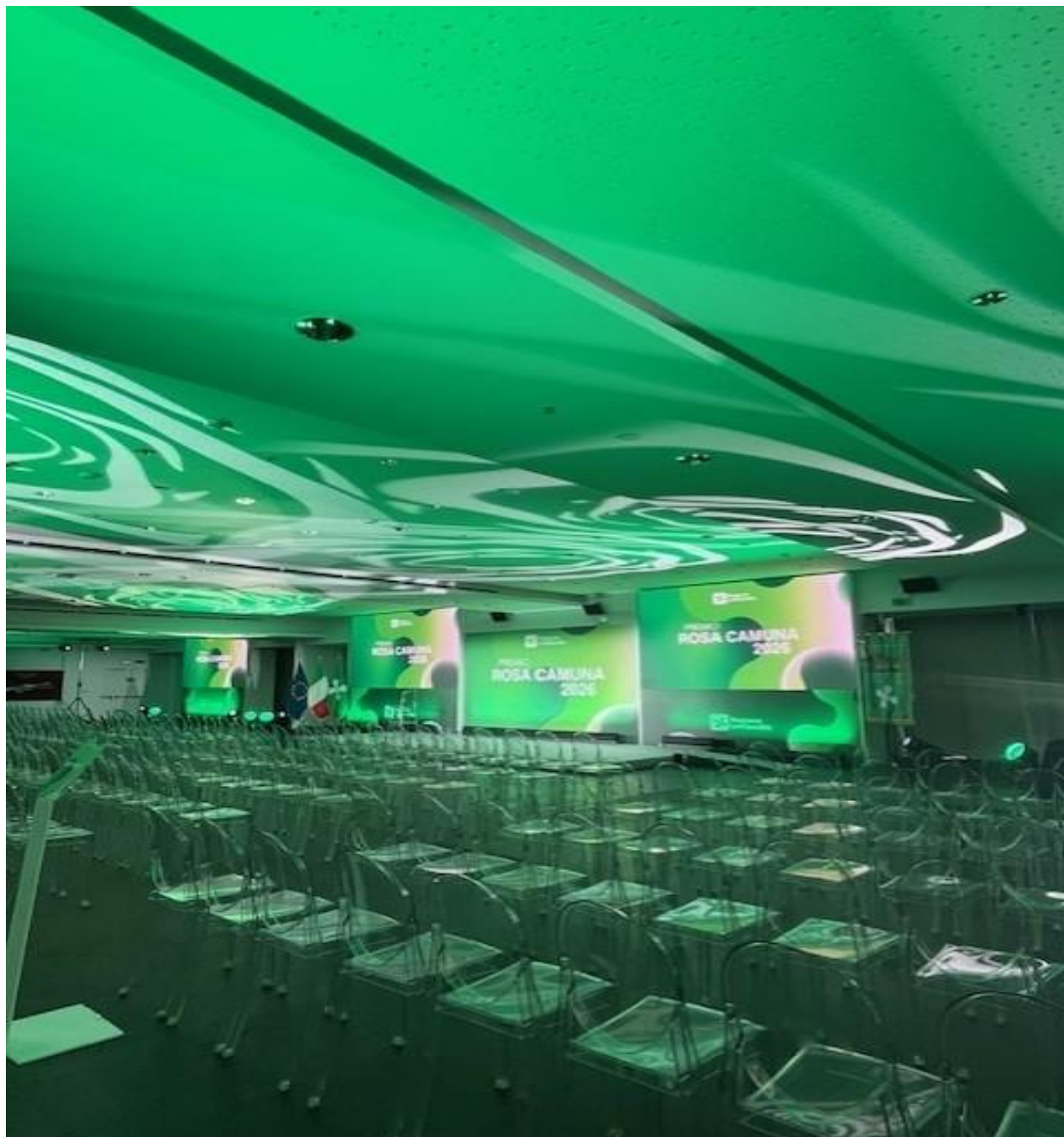
RISPOSTA 16

A titolo esemplificativo, si forniscono le seguenti immagini relative alla Manifestazione fieristica (Meeting di Rimini), all'Evento interno (Sala Biagi - Premio Rosa Camuna) e all'Evento esterno (Piazza Città di Lombardia - Design Week)

Manifestazione fieristica - Meeting di Rimini



Evento interno (Sala Biagi - Premio Rosa Camuna)



Evento esterno (Piazza Città di Lombardia - Design Week)



DOMANDA 17

17.1 Con riferimento al caso pratico simulato del Lotto 2, si chiede di confermare se il budget di € 150.000 (IVA esclusa), indicato nel Brief quale riferimento per l'ideazione creativa e la produzione della campagna, debba essere accompagnato da un preventivo economico dettagliato delle attività previste oppure se sia sufficiente che la proposta progettuale rispetti il vincolo di budget complessivo, senza la presentazione di una ripartizione analitica dei costi.

17.2 Con riferimento al caso pratico simulato del Lotto 2, si chiede di confermare se la proposta creativa debba prevedere il mantenimento dell'identità visiva già in uso per la campagna "Non sei da sola" (es. logo e relativi elementi grafici distintivi), oppure se sia possibile proporre un nuovo concept creativo e un nuovo key visual, nel rispetto della Brand Identity e del Design System di Regione Lombardia.

17.3 Con riferimento ai punti 3, 4 e 5 dei "Contenuti dell'offerta tecnica", si chiede di confermare se il caso pratico debba essere sviluppato come un'unica campagna integrata, nella quale la proposta multicanale, lo script dello spot radiofonico e lo storyboard/script dello spot televisivo rappresentino declinazioni del medesimo concept creativo, oppure se i punti 4 e 5 debbano essere sviluppati autonomamente, facendo riferimento alla campagna istituzionale "Non sei da sola" già esistente.

RISPOSTA 17

17.1 Per il caso pratico richiesto nell'offerta tecnica è necessario sviluppare anche un quadro economico/preventivo economico dettagliato oltre alla proposta tecnico-organizzativa. Il budget indicativo di € 150.000,00 è da considerarsi vincolante ai fini dello sviluppo del caso pratico.

17.2 La proposta creativa deve prevedere un concept completamente nuovo.

17.3 I tre punti devono essere sviluppati in coerenza come parti del medesimo concept creativo. Per ogni punto deve essere però presentato un documento separato.

DOMANDA 18

Si rileva una possibile discordanza tra il Disciplinare di gara e la Scheda Tecnica del Lotto 2 in merito al requisito di capacità tecnica e professionale. Il Disciplinare, al paragrafo 6.3 lett. a.2), richiede l'esecuzione negli ultimi dieci anni di servizi analoghi a quelli oggetto della gara ovvero organizzazione di campagne di comunicazione per Committenti pubblici/privati, per un importo non inferiore complessivamente ad euro 1.400.000,00 al netto dell'IVA, formulazione che parrebbe consentire il cumulo di più servizi/contratti. La Scheda Tecnica del Lotto 2, alla sezione "Capacità tecnica e professionale", richiede invece l'esecuzione negli ultimi dieci anni di almeno n. 1 servizio analogo di importo complessivo minimo pari a € 1.400.000,00 al netto dell'IVA, formulazione che parrebbe richiedere un unico contratto di tale importo. Si chiede di confermare che il requisito possa ritenersi soddisfatto mediante la sommatoria di più servizi analoghi eseguiti negli ultimi dieci anni, il cui importo complessivo raggiunga € 1.400.000,00 al netto dell'IVA, senza necessità che un singolo contratto raggiunga tale soglia. In caso contrario, si chiede di precisare l'esatta portata del requisito. Analoga richiesta si formula, per quanto di interesse, con riferimento ai Lotti 1, 3 e 4, ove ricorre la medesima duplice formulazione.

RISPOSTA 18

Si rimanda interamente alle precedenti risposte n. 4, 8.11, 12 e 18.1. Anche per il Lotto 4, il requisito di capacità tecnica e professionale può essere soddisfatto mediante l'esecuzione di più servizi analoghi, il cui importo cumulativo sia almeno pari a € 125.000,00 al netto dell'IVA.

DOMANDA 19

Ammissibilità della partecipazione di società collegate a più lotti con avalimento premiale. Si chiede di confermare l'ammissibilità della seguente configurazione:

Lotto 1: la Società A partecipa quale mandataria di un RTI costituendo;

Lotto 2: la Società B partecipa quale mandante di un diverso RTI costituendo, avvalendosi della Società A come ausiliaria mediante avalimento premiale;

Lotto 3: la Società B partecipa quale mandante di un ulteriore RTI costituendo.

Si precisa che:

- la Società A e la Società B sono collegate, in quanto controllate dalla medesima holding e aventi il medesimo legale rappresentante,
- la Società B non partecipa al Lotto 1,
- la Società A non partecipa al Lotto 3.

Si chiede, pertanto, di confermare che tale configurazione sia ammessa, considerato che la Società A non partecipa come concorrente al Lotto 2, ma assume esclusivamente il ruolo di ausiliaria premiale della Società B, e che le rispettive partecipazioni come concorrenti avvengono in lotti distinti.

Si chiede, inoltre, di precisare se la circostanza che le due società siano collegate, in quanto controllate dalla medesima holding, e aventi il medesimo legale rappresentante, costituisca o meno elemento ostativo alla partecipazione alla gara, come sopra configurata.

RISPOSTA 19

In relazione al quesito formulato, si rappresenta che la configurazione descritta non risulta, in via astratta, incompatibile con le disposizioni del D.Lgs. n. 36/2023, atteso che la partecipazione della Società A quale concorrente in un lotto e quale impresa ausiliaria, mediante avalimento premiale, in un diverso lotto non è, di per sé, vietata e trattasi di lotti distinti.

Parimenti, la circostanza che la Società A e la Società B appartengano al medesimo gruppo societario o siano soggette a comune controllo, nonché abbiano il medesimo legale rappresentante, non costituisce, di per sé, causa di esclusione dalla procedura.

Resta inteso che la Stazione Appaltante si riserva di effettuare gli accertamenti di competenza in sede di verifica della documentazione amministrativa o, ove necessario, nel corso della procedura.

DOMANDA 20

Con riferimento a tutti i lotti della procedura, si chiede di confermare che i codici CPV indicati nel Disciplinare abbiano funzione descrittiva e classificatoria dell'oggetto delle prestazioni e non costituiscano autonomi requisiti soggettivi di partecipazione in capo agli operatori economici. Si chiede pertanto di confermare che, ai fini dell'ammissione, rilevino esclusivamente il possesso dei requisiti di idoneità professionale, di capacità tecnica e professionale e degli ulteriori requisiti espressamente previsti dalla documentazione di gara per ciascun lotto, senza necessità di una coincidenza formale tra i codici CPV della procedura e i codici ATECO o le classificazioni risultanti dalla visura camerale, purché le attività esercitate siano pertinenti all'oggetto del lotto cui si partecipa.

RISPOSTA 20

Sì conferma.

DOMANDA 21

Con riferimento alla risposta n. 5.2 della IV tranche di chiarimenti e ai punti 2, 3, 4 e 5 della sezione "Contenuti dell'offerta tecnica" del Lotto 2, si chiede di precisare quali elaborati e quali contenuti debbano essere computati nel limite massimo complessivo di 25 cartelle. In particolare, considerato che il caso pratico simulato di cui al punto 3 riguarda l'ideazione di una campagna di comunicazione multicanale, mentre lo script radiofonico di cui al punto 4 e lo storyboard e script televisivo di cui al punto 5 risultano esclusi dal conteggio delle 25 cartelle, si chiede di chiarire:

21.1 - quale struttura debba avere l'elaborato relativo al caso pratico simulato di cui al punto 3 e quali contenuti siano ritenuti rilevanti dalla Stazione appaltante ai fini della relativa valutazione;

21.2 - quale rapporto debba intercorrere tra il caso pratico di cui al punto 3 e gli elaborati specifici di cui ai punti 4 e 5 e, in particolare, se nel caso pratico tali prodotti debbano essere richiamati, sintetizzati o sviluppati;

21.3 - se il limite massimo di 25 cartelle debba essere ripartito liberamente dal concorrente tra la relazione tecnica di cui al punto 2 e il caso pratico di cui al punto 3, non essendo indicati limiti autonomi per ciascun elaborato;

21.4 - quale sia il limite massimo di pagine, cartelle o slide previsto, rispettivamente, per lo script radiofonico di cui al punto 4 e per lo storyboard e script televisivo di cui al punto 5, considerato che tali elaborati sono esclusi dal conteggio delle 25 cartelle.

RISPOSTA 21

21.1 Fermo restando quanto precisato nella precedente risposta n. 5.2, non è richiesta una struttura specifica dell'elaborato relativo al caso pratico simulato.

Per quanto concerne i contenuti, il BRIEF allegato alla scheda tecnica contiene tutte le informazioni utili alla predisposizione del caso pratico simulato.

21.2 Si rimanda interamente alle precedenti risposte 17.2 e 17.3.

21.3 Si conferma.

21.4 Non è previsto un limite massimo di cartelle; tuttavia, si raccomandano capacità di sintesi ed efficacia degli elaborati proposti.

DOMANDA 22

Nella Scheda tecnica Lotto 2, pagina 7, punto 6.5 si legge che la certificazione ISO 20121 (gestione sostenibile eventi) dà diritto a 3 punti. È corretto che questa certificazione sia premiata anche in questo lotto, che è dedicato alla comunicazione digitale?

RISPOSTA 22

Si rimanda interamente alla precedente risposta n. 6.1.

DOMANDA 23

Con riferimento al punto 1 della sezione "Contenuti offerta tecnica" del Lotto 3, si chiede di chiarire come debba essere interpretata l'espressione "soggetti privati di grandi dimensioni come definiti dalla Raccomandazione 2003/361/CE". Poiché la Raccomandazione non definisce direttamente le grandi imprese, ma individua come PMI le imprese che occupano meno di 250 persone e che hanno un fatturato annuo non superiore a 50 milioni di euro oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 43 milioni di euro, si chiede di confermare se debbano essere considerati soggetti privati di grandi dimensioni i committenti che non rientrano nella definizione di PMI e, in particolare, quelli che occupano almeno 250 persone oppure che superano entrambi i limiti economici sopra indicati.

RISPOSTA 23

Si conferma che i soggetti privati di grandi dimensioni sono i committenti che non rientrano nella definizione data dalla Raccomandazione 2003/361/CE.

DOMANDA 24

Con riferimento al lotto 2 ed al file: SCHEDA TECNICA - SERVIZIO DI COMUNICAZIONE, ORGANIZZAZIONE EVENTI E CATERING DI REGIONE LOMBARDIA - LOTTO 2: SERVIZIO DI CAMPAGNE ISTITUZIONALI DI COMUNICAZIONE E PRODOTTI AD ALTO CONTENUTO DIGITALE, Pagina 7, CRITERI DIVALUTAZIONE, - punto 6.4 possesso certificazione: ISO 27017 (cloud security); 3 punti; - punto 6.5 ISO 20121 (gestione sostenibile eventi): 3 punti. Si chiede se tali criteri possano essere oggetto di avalimento premiale.

RISPOSTA 24

Si conferma.

DOMANDA 25

In riferimento al documento "Lotto 2 Allegato Brief":

25.1 Il target della campagna è femminile perché la campagna lavora su un doppio registro: awareness sulle forme di violenza e conoscenza dei servizi/supporto offerti dalla Regione?

25.2 Il Target indicato include anche minorenni (14-17). Vanno trattati con contenuti/canali/tono differenziati?

25.3 Quanta libertà creativa abbiamo rispetto alla visual identity istituzionale di Regione Lombardia?

25.4 Il payoff "non sei da sola" deve rimanere? O è possibile pensarne uno nuovo per la campagna?

In riferimento al documento "Scheda tecnica Lotto 2":

25.5 Nella sezione "Contenuti offerta tecnica" si fa riferimento alla campagna da ideare e alla realizzazione di script radio e tv. Nel brief però è scritto che la campagna dovrà avere un "un forte orientamento digitale". Va prevista quindi la realizzazione anche di esempi di contenuti digital/social oltre a quelli radio e tv?

25.6 Ci sono indicazioni particolari come ad esempio il numero di pagine e il formato in cui vanno realizzati i punti 2.1, 2.2 e 3 dell'offerta tecnica?

25.7 Per quanto riguarda il punto 5 dell'offerta tecnica. E' possibile in caso fornire uno storyboard in formato video?

RISPOSTA 25

25.1 Come indicato nel brief, il target specifico individuato è quello delle "donne appartenenti alla Generazione Z (14–27 anni circa) residenti in Lombardia".

Non va intesa, tuttavia, come una limitazione assoluta. Possono essere individuati anche altri target, considerato che il problema della violenza contro le donne è un tema che investe tutta la società e non va considerato come esclusivamente femminile.

25.2 Il target riportato nel quesito è chiaramente un sottogruppo della categoria più complessiva indicata nel brief.

25.3 Occorre rispettare il brandbook. Si specifica che è richiesta l'elaborazione di una grafica innovativa che sappia coniugare l'originalità e la creatività con la brand identity e il tono istituzionale.

25.4 È possibile cambiare il pay off oppure mantenerlo, motivando le proprie scelte/proposte.

25.5 Sì. Tali esempi possono essere riportati nel punto 3 dell'offerta tecnica, come declinazione della creatività.

25.6 Si rimanda interamente alla precedente risposta n. 5.2.

25.7 Si rimanda interamente alla precedente risposta n. 5.1.