



**INVITO A PRESENTARE OFFERTA PER
L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE
DELL’ASSOCIAZIONE GENOVA SMART CITY**

Le presenti FAQ raccolgono i chiarimenti forniti ai potenziali concorrenti in merito all'Invito a presentare offerte per l'affidamento del servizio di comunicazione dell'Associazione Genova Smart City. Le indicazioni quantitative riportate hanno carattere esclusivamente orientativo e non costituiscono impegno contrattuale da parte dell'Associazione.

FAQ 1 - Quanti comunicati stampa sono indicativamente previsti in un anno?

Domanda

Quanti comunicati stampa si prevede di redigere e diffondere nell'arco dell'anno?

Risposta

Indicativamente sono previsti da 1 a 2 comunicati stampa al mese, con possibili incrementi in occasione di eventi, iniziative progettuali, campagne associative o attività istituzionali di particolare rilevanza. Il fabbisogno annuo può essere stimato in circa 15-25 comunicati stampa.

FAQ 2 - Quanti eventi supportati dall'attività di comunicazione vengono realizzati in un anno?

Domanda

A quanti eventi si riferisce il supporto alla comunicazione delle attività istituzionali e delle iniziative dell'Associazione?

Risposta

Si stima orientativamente la realizzazione di circa 10 eventi, incontri pubblici, workshop, seminari e iniziative istituzionali all'anno, con intensità variabile in funzione delle progettualità in corso.

FAQ 3 - Le attività di media relations e rassegna stampa sono occasionali o continuative?

Domanda

Come devono essere interpretate le attività di gestione dei rapporti con i media, coordinamento con gli uffici stampa e predisposizione della rassegna stampa?



Risposta

Tali attività sono da considerarsi continuative e funzionali al supporto della comunicazione istituzionale dell'Associazione.

FAQ 4 - I contenuti social devono essere differenti per ciascuna piattaforma?

Domanda

Per Facebook, Instagram e LinkedIn sono richiesti contenuti completamente diversi tra loro?

Risposta

Non è richiesta una totale differenziazione dei contenuti. È attesa una strategia di comunicazione coordinata, con eventuali adattamenti di linguaggio, formato e modalità di pubblicazione in funzione delle caratteristiche dei singoli canali.

FAQ 5 - Quanti contenuti social sono previsti?

Domanda

Qual è il volume orientativo delle pubblicazioni sui social media?

Risposta

Si stima una produzione di circa 8-12 contenuti mensili complessivi distribuiti sui diversi canali social, per un totale indicativo di circa 100-150 pubblicazioni annue.

FAQ 6 - Il Piano Editoriale deve partire da idee già definite?

Domanda

L'elaborazione del Piano Editoriale mensile deve basarsi esclusivamente su attività già programmate dall'Associazione?

Risposta

No. L'affidatario dovrà sviluppare il Piano Editoriale sia a partire dalle attività e progettualità dell'Associazione, sia mediante la proposta autonoma di idee, format e iniziative coerenti con gli obiettivi di comunicazione e valorizzazione di AGSC.

FAQ 7 - Cosa si intende per "brevi video"?

**Domanda**

Quale tipologia di produzioni video è richiesta?

Risposta

Per "brevi video" si intendono principalmente contenuti digitali a supporto della comunicazione social, quali video-recap di eventi, interviste, testimonianze, presentazioni di progetti, pillole informative o analoghi contenuti promozionali. Non è richiesta la realizzazione di produzioni audiovisive complesse o di livello cinematografico.

FAQ 8 - È richiesto un presidio quotidiano dei canali social?**Domanda**

L'attività di moderazione e interazione con la community comporta una presenza costante sui social network?

Risposta

È richiesto un monitoraggio regolare dei canali social e il supporto all'interazione con gli utenti, senza che ciò comporti necessariamente un presidio quotidiano o una reperibilità permanente.

FAQ 9 - Le campagne di promozione prevedono sponsorizzazioni a pagamento?**Domanda**

Con riferimento alle campagne di promozione delle attività associative e della campagna soci, è previsto l'utilizzo di strumenti pubblicitari a pagamento?

Risposta

L'attività può comprendere sia la progettazione di campagne di comunicazione sia l'eventuale utilizzo di strumenti di sponsorizzazione a pagamento (ADV). L'eventuale quota di budget da destinare alle campagne sarà proposta dall'affidatario e preventivamente condivisa e approvata dall'Associazione.

FAQ 10 - Quanti aggiornamenti del sito web sono previsti?**Domanda**

È possibile quantificare gli aggiornamenti delle sezioni news, eventi e progetti del sito?



Risposta

Si stima orientativamente un aggiornamento settimanale, corrispondente a circa 50-70 aggiornamenti annui, correlati alle attività dell'Associazione, agli eventi e all'avanzamento dei progetti.

FAQ 11 - Come devono essere intese le attività di riorganizzazione dei contenuti del sito?

Domanda

Cosa si intende per supporto alla riorganizzazione dei contenuti istituzionali e miglioramento della chiarezza informativa?

Risposta

Tali attività sono finalizzate a migliorare la fruibilità e la leggibilità del sito web da parte di soci, stakeholder e pubblico esterno, attraverso una migliore organizzazione e presentazione delle informazioni.

FAQ 12 - Quanti materiali istituzionali sono previsti annualmente?

Domanda

È possibile stimare il numero di materiali di comunicazione da predisporre o aggiornare?

Risposta

Trattandosi di attività occasionale e connessa alle esigenze dell'Associazione, si stima orientativamente la predisposizione o l'aggiornamento di circa 10-20 elaborati all'anno, tra presentazioni, brochure, roll-up, materiali digitali e analoghi strumenti di comunicazione.

FAQ 13 - Sono previste particolari modalità di presentazione dell'offerta tecnica?

Domanda

Sono previste particolari modalità di presentazione dell'offerta tecnica? Esistono limiti dimensionali o specifici formati da utilizzare?

Risposta

Con riferimento alle modalità di presentazione dell'offerta tecnica, si precisa che la



documentazione di gara non prevede limiti dimensionali, limiti di caratteri o specifiche prescrizioni in merito alla tipologia o al formato del documento da presentare.

La predisposizione e la rappresentazione dell'offerta tecnica sono pertanto rimesse alla valutazione dell'operatore economico, che potrà utilizzare le modalità, l'impostazione grafica e il formato ritenuti più idonei a illustrare in maniera completa, chiara ed efficace la propria proposta progettuale, fermo restando il rispetto dei contenuti richiesti dall'Invito a presentare offerte.

Avvertenza finale

Le informazioni contenute nelle presenti FAQ hanno valore esclusivamente esplicativo e orientativo e devono essere lette congiuntamente alla documentazione di gara. In caso di contrasto prevalgono le disposizioni contenute nell'Invito a presentare offerte.