

**FAQ - GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA, AI SENSI DELL'ART. 71 DEL D.LGS. 36/2023 E SS.MM.II., PER L'APPALTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ ISTITUZIONALI DEL FONDO FOR.TE., PER LA DURATA DI 24 (VENTIQUATTRO) MESI - CPV: 79340000 -9 – CIG: B7B7E047A9**

**Aggiornamento al 6 agosto 2025**

**1. Domanda**

- a.** Si chiede, con riferimento al Capitolato di gara ed in particolare alla Tabella a pagina 14 contenente il numero di risorse per profilo e i volumi di impegno minimo (espressi in giornate lavorative da 8 ore ciascuna), utilizzata anche per il dettaglio dell'Offerta economica, fermo restando il rispetto del numero complessivo minimo di giornate pari a 1.176, le indicazioni minime espresse per singola figura professionale (ad. es., Esperto *Junior* per 288 giornate) se devono essere assolte obbligatoriamente dalla figura indicata, oppure possono essere distribuite diversamente anche su altre figure professionali aggiuntive.
- b.** Si chiede, con riferimento al Disciplinare di gara, Tabella 6, Allegato A1, pagina 31, dove si fa menzione delle *"eventuali attestazioni sul livello di soddisfazione dei Committenti per i servizi prestati e riportati in tabella, qualora disponibili"*, se tali attestazioni possano essere indicate separatamente rispetto all'Allegato A1, e quindi non rientrare nel limite massimo delle otto cartelle previste per quest'ultimo.

**Risposta**

In relazione ai quesiti pervenuti, si forniscono i seguenti riscontri:

- a.** Il numero di giornate minime, di cui al Capitolato di gara, è espressamente riferito alle singole figure indicate. Di ciascuna figura/profilo è, peraltro, fornita una specifica descrizione (rif. Par. 4 (Tabella a pag. 12) legata ai requisiti minimi che ciascuna di esse deve possedere in termini di esperienza e professionalità. Ne deriva che le gg/uomo minime per figura non possono essere distribuite su altre figure professionali aggiuntive. Come espressamente previsto dal Capitolato tecnico, tuttavia, il Gruppo di lavoro, nella sua composizione definitiva, sarà quello risultante dall'eventuale offerta migliorativa presentata in sede di gara che andrà ad integrare il gruppo minimo richiesto.
- b.** Si precisa che le indicazioni/richiami testuali alle eventuali attestazioni sul livello di soddisfazione dei Committenti per i servizi prestati, riportate dall'Operatore nell'Allegato A.1, sono computate nel limite massimo delle n. 8 (otto) cartelle totali previste per il medesimo allegato (come indicato nel Disciplinare di gara, Tabella 6). I "documenti di attestazione" sul livello di soddisfazione rilasciati dai Committenti pubblici o privati, a comprova delle indicazioni/richiami forniti, possono essere allegati all'Offerta separatamente e non saranno

computati nel limite massimo delle cartelle previste in relazione all'Allegato A.1. Ad integrazione, sul tema si tenga anche conto del riscontro fornito alla Domanda n. 3.

## **2. Domanda**

Al fine di realizzare una proposta creativa coerente, si richiede di poter visualizzare il vostro Manuale di *brand identity*.

### **Risposta**

Il "Manuale di *brand identity*" del Fondo For.Te. è reso disponibile in allegato - Allegato 1.

## **3. Domanda**

In riferimento all'eventualità di allegare alla tabella dei progetti/Contratti svolti, attestazioni sul livello di soddisfazione dei Committenti, si evidenzia che è prassi delle istituzioni pubbliche rilasciare certificazioni di regolare esecuzione piuttosto che attestazioni sul livello di soddisfazione/gradimento circa la prestazione. Si richiede, pertanto, se le attestazioni cui fa riferimento l'Allegato A.1 del Disciplinare di gara debbano assimilarsi alle certificazioni di regolare esecuzione.

### **Risposta**

Obiettivo delle attestazioni richiamate nella Tabella 6 - Allegato A.1 è dare evidenza al Fondo del livello di soddisfazione qualitativa per il servizio prestato a favore di un Committente pubblico o privato. Tali informazioni non sono necessariamente desumibili dal "Certificato di Regolare Esecuzione" che, pur dando evidenza della corretta esecuzione di un appalto, potrebbe non fornire indicazioni sul livello e sulle motivazioni della soddisfazione qualitativa eventualmente dichiarata dal Committente per il servizio prestato. I due documenti non sono, pertanto, da considerarsi necessariamente assimilabili.

Ad integrazione, sul tema si tenga anche conto del riscontro fornito alla Domanda n. 1, lett. b).

## **4. Domanda**

In riferimento all'Allegato B.1 all'Offerta tecnica ("Proposta creativa"), si richiede se è possibile inserire anche *link* a prodotti audio-video.

### **Risposta**

Solo qualora i prodotti audio-video siano espressione della complessiva proposta creativa specificatamente elaborata per il Fondo, è possibile l'inserimento di *link* a prodotti audio-video nell'ambito del .pdf (di 10 cartelle totali formato A4, ovvero, 6 cartelle formato A3) elaborato, quale Allegato B.1.

## 5. Domanda

Dall'allegato "Stima importi appalto" si deduce che l'importo a base d'asta di € 556.800,00 è dato dalla stima del servizio di natura intellettuale prestato dai diversi profili professionali. Si chiede, pertanto, a quale *budget* fare riferimento per i costi di produzione (per es. musiche, *voice over*, riprese, foto o acquisto immagini, ecc.)

### Risposta

La stima dell'importo a base d'asta indicata e soggetta a ribasso (pari ad € 556.800,00) è da intendersi onnicomprensiva, pertanto, inclusiva di tutti i costi associati alla realizzazione delle attività/prodotti richiesti. Con particolare riferimento ai prodotti multimediali, come espressamente previsto al Par. 3.3 del Capitolato tecnico prestazionale, si considerano inclusi nell'importo dell'affidamento le attività di produzione e post-produzione e, pertanto, i costi alle stesse associati.

Sarà in fase esecutiva, come previsto all'Art. 3.3 dello Schema di Contratto, che verranno condivisi gli strumenti/modalità (es. schede attività/progetto) e i dettagli informativi finalizzati a concordare l'impegno necessario alla realizzazione alle singole attività/prodotti, con relativo budget. Resta fermo che nella formulazione dell'Offerta occorrerà tener conto della quantificazione degli *output* minimi richiesti, specificati al Par. 5 del Capitolato tecnico prestazionale.

## 6. Domanda

In riferimento al servizio di gestione del Piano media (par. 3.6 del Capitolato Tecnico), il punto d) Servizio di *media center* si riferisce esclusivamente alla pianificazione *online*. Tuttavia, il punto f) Gestione *Budget* destinato al Piano Media fa riferimento all'acquisto degli spazi per la realizzazione delle campagne *online/offline*. Si chiede di chiarire se la proposta di piano *media* e il relativo *budget* debbano riferirsi solo alla pianificazione *online* o anche a quella *offline*.

### Risposta

La proposta di Piano Media e il relativo *budget* devono intendersi riferiti sia alla pianificazione *online* che a quella *offline*.

## 7. Domanda

La Tabella 6 del Disciplinare di gara relativa ai contenuti dell'Offerta tecnica richiede la descrizione delle modalità di monitoraggio: dei Servizi e dei risultati conseguiti dall'appalto tenuto conto delle specifiche indicazioni riportate nel Capitolato tecnico prestazionale (All. 2). Si chiede quale sia l'All. 2 citato nella Tabella.

## Risposta

Nella descrizione delle modalità di monitoraggio si chiede di tener conto delle indicazioni al riguardo fornite nel Capitolato tecnico prestazionale. L'All. 2 costituisce l'identificativo, tra gli allegati al Disciplinare, proprio del Capitolato tecnico prestazionale richiamato.

## 8. Domanda

In riferimento alle modalità di redazione dell'Offerta tecnica, il Disciplinare di gara alla sezione B) della Tabella 6), richiede, prima, la descrizione di ciascuna linea di servizio, e poi, la descrizione delle modalità di monitoraggio. Confermate che, pur essendo il monitoraggio una linea di servizio, essa non vada descritta nel primo punto, ma vada dettagliata in modo specifico nel secondo punto della sezione B?

## Risposta

Obiettivo della Tabella 6 è fornire gli elementi contenutistici richiesti dalla Relazione tecnica, tenuto conto dei criteri di valutazione indicati dal Disciplinare e delle indicazioni fornite nel Capitolato tecnico prestazionale. Le modalità con cui esporre tali contenuti sono definite dal Concorrente in coerenza con la generale architettura con cui lo stesso intende strutturare la Relazione tecnica predisposta, oggetto peraltro di valutazione secondo il Sub.criterio 1.1 della Tabella 8 dell'Art. 17.1 del Disciplinare di gara.

## 9. Domanda

In merito all'Art. 6.3, punto e) del Disciplinare di gara, vengono considerati Contratti per servizi di comunicazione anche quelli per la realizzazione di eventi e siti *web* per pubbliche amministrazioni?

## Risposta

Si conferma che rientrano nei Contratti per servizi di comunicazione anche quelli finalizzati alla realizzazione di eventi e siti *web* per le pubbliche amministrazioni.

## Allegati:

- **Allegato 1** - "Manuale di *brand identity*" del Fondo For.Te.

# MANUALE DI BRAND IDENTITY

---

## Fondo For.Te.

(Fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua del terziario) è una associazione avente personalità giuridica, costituita e riconosciuta con Decreto del Ministero del Lavoro del 31 ottobre 2002, secondo quanto previsto dall'articolo 118 della legge n° 388 del 23 dicembre 2000 e successive modifiche ed integrazioni. Sono soci fondatori Confcommercio, Confetra, CGIL, CISL e UIL.

Nel 2015, il Consiglio di Stato in apposita sentenza, ha definito i Fondi quali Organismi di diritto pubblico, in ordine alla tipologia di risorse gestite.

## 1. Premessa

Il presente manuale definisce le linee guida dell'identità visiva di Fondo For.Te., garantendo coerenza e riconoscibilità in tutte le sue comunicazioni.

## 2. Vision e Mission

Vision: Essere il punto di riferimento nazionale per la formazione continua, generando valore per imprese e lavoratori.

Mission: Promuovere e finanziare interventi di formazione continua per accrescere le competenze professionali e sostenere l'innovazione.

## 3. Valori Fondanti

- Trasparenza
- Partecipazione paritetica
- Qualità
- Inclusività
- Valorizzazione della persona
- Responsabilità sociale

## 4. Il Marchio

Il logo è composto dal logotipo 'For.Te.' con il payoff 'Fondo per la formazione continua del Terziario'. Deve essere utilizzato correttamente, mantenendo uno spazio libero attorno e senza alterazioni.

## 5. Tipografia Istituzionale

Carattere ufficiale: Calibri

Dimensione: 11 pt

Stile: normale per il corpo testo, grassetto per titoli e sezioni principali.

## 6. Tone of Voice

Tono e Linguaggio devono essere istituzionali, concreti e chiari.

Il settore nel quale For.Te. è impegnato richiede l'adozione di un tono di comunicazione serio ed istituzionale. Deve trasmettere affidabilità, vicinanza e professionalità.

Un tono istituzionale, ma non freddo e burocratico.

Un linguaggio tecnico e settoriale, ma concreto e chiaro.

Le attività di competenza necessitano, inevitabilmente, dell'utilizzo di un linguaggio e di un lessico tecnico e spesso settoriale.

La comunicazione deve essere in grado di tradurre questi messaggi, rendendo chiari i contenuti e raccontando la concretezza delle azioni condotte.

Serietà, istituzionalità, concretezza e chiarezza sono i quattro tratti distintivi di For.Te.

## 7. Materiali di Comunicazione e Promozionali

Carta intestata, presentazioni, social media, newsletter, Roll-up, brochure e video istituzionali devono seguire un'impostazione coerente con l'identità visiva e i valori del Fondo.

## 8. Supporti Digitali e Web

Sito web, firma email e ogni canale digitale devono utilizzare lo stile grafico e testuale definito in questo manuale.

## **9. Regole di co-branding**

In caso di presenza di loghi di partner (Enti formativi, sindacati), ciascun logo deve avere pari dimensione visiva. Separarli da una linea verticale sottile o porli in aree distinte, rispettando lo spazio di respiro attorno.

## **10. Stile Fotografico**

Le immagini devono rappresentare contesti professionali reali, inclusivi, formativi e partecipativi.

## **11. Supervisione**

L'utilizzo dell'identità visiva di Fondo For.Te. deve essere preventivamente autorizzato dall'Area Comunicazione e Marketing o da referenti incaricati. Per ogni richiesta di condivisione o pubblicazione, è necessario inviare una comunicazione agli indirizzi: [comunicazione@fondoforte.it](mailto:comunicazione@fondoforte.it) e [direzione@fondoforte.it](mailto:direzione@fondoforte.it)

## 12. Colori Istituzionali

L'identità visiva di Fondo For.Te. si fonda su una paletta cromatica sobria e professionale, che riflette solidità, autorevolezza e chiarezza comunicativa. I colori principali devono essere utilizzati con coerenza su tutti i supporti grafici, cartacei e digitali.



### Blu istituzionale

- **CMYK:** C 98% – M 72% – Y 42% – K 38%
- **Pantone (CMYK Uncoated):** P 111-16 U / (***Solid Coated***) Pantone 302 C
- **Uso consigliato:** sfondi istituzionali, loghi su sfondo chiaro, titolazioni principali.

### Azzurro secondario

- **CMYK:** C 58% – M 25% – Y 36% – K 7%
- **Pantone (CMYK Uncoated):** P 126-13 U / / (***Solid Coated***) Pantone 5493 C
- **Uso consigliato:** elementi grafici di supporto, box informativi, evidenziazioni.

**⚠ Nota:** per applicazioni digitali o stampa su supporti patinati (es. brochure o web), è consigliato adattare i valori a RGB/HEX o Pantone Coated, previa verifica con il grafico incaricato.

### 13. Tipologia dei Loghi

Logo positivo colore



Riferimenti pantone:

- 7546 C
- 7539 C

Riferimenti quadricromia:

- 33 C - 4 M - 0 G - 72 N
- 2 C - 0 M - 9 G - 36 N

Riferimenti RGB:

- 74 R - 92 G - 104 B
- 183 R - 184 G - 177 B

**Logo negativo- colore**



**Riferimenti pantone:**

- Bianco
- 7539 C

**Riferimenti quadricromia:**

- Bianco
- 2 C - 0 M - 9 G - 36 N

**Riferimenti RGB:**

- 255 R - 255 G - 255 B
- 183 R - 184 G - 177 B

Logo positivo- BN



FONDO PARITETICO INTERPROFESSIONALE NAZIONALE  
PER LA FORMAZIONE CONTINUA DEL TERZIARIO

Riferimenti quadricromia:

- Bianco
- 0 C - 0 M - 0 G - 40 N

Riferimenti RGB:

- 255 R - 255 G - 255 B
- 183 R - 184 G - 177 B

**Logo negativo-BN**



**Riferimenti quadricromia:**

- Bianco
- 0 C - 0 M - 0 G - 40 N

**Riferimenti RGB:**

- 255 R - 255 G - 255 B
- 177 R - 178 G - 180 B

**Logo bianco**



**Riferimenti quadricromia:**

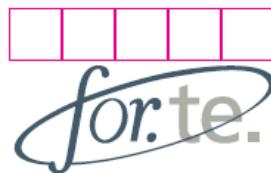
- Bianco

**Riferimenti RGB:**

- 255 R - 255 G - 255 B

#### 14. Riduzione Logo

Per non compromettere la leggibilità del logo questo potrà essere utilizzato nella misura minima di 1 cm di base, e mai al di sotto, per la versione solo logo e nella misura minima di 4 cm di base per la versione con il payoff.



*fondo paritetico interprofessionale nazionale  
per la formazione continua del terziario*



1 cm

## 15. Area di rispetto del Logo

La distanza minima rispetto ad altri elementi grafici va calcolata dividendo per 3 la misura dell'altezza del logo.

