



GARA N. 18/2017: AFFIDAMENTO IN APPALTO DEI SERVIZI MUSEALI INTEGRATI NELLE SEDI DEI MUSEI CIVICI DI VENEZIA (SORVEGLIANZA, ACCOGLIENZA E RICEZIONE DEL PUBBLICO, BIGLIETTERIA, BIBLIOTECHE, VIGILANZA ARMATA). CIG701611379A.

QUESITI

1) DOMANDA:

CHI E' L'ATTUALE GESTORE DEI SERVIZI OGGETTO DELLA GARA?

1) RISPOSTA:

L'ATTUALE GESTORE E' IL RTI: CNS CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI e AXITEA SPA.

2) DOMANDA:

IN RELAZIONE AI REQUISITI DI CAPACITA' ECONOMICA FINANZIARIA E TECNICA RICHIESTI NEL DISCIPLINARE DI GARA AL PUNTO 13.1 LETTERE B) e C) VENGONO RICHIESTE DICHIARAZIONI ATTESTANTI FATTURATI E VALORI COMPLESSIVI DEGLI ULTIMI TRE ANNI INDICATI COME "2013-2014-2015". SI CHIEDE SE L'INDICAZIONE DEL TRIENNIO CONTENUTA NEGLI ATTI DI GARA (2013-2014-2015) SIA UN REFUSO E QUINDI IL PERIODO CORRETTO DA PRENDERE IN RIFERIMENTO DEBBA ESSERE INTESO COME 2014-2015-2016.

2) RISPOSTA :

SI TRATTA DI UN REFUSO E QUINDI IL PERIODO CORRETTO DA PRENDERE IN CONSIDERAZIONE IN RELAZIONE AI REQUISITI DI CAPACITA' ECONOMICO FINANZIARIA E TECNICA DI CUI ALL'ART. 13.1 LETT. B e C DEL DISCIPLINARE DI GARA E' IL TRIENNIO 2014-2015-2016.

3) DOMANDA

SI CHIEDE CONFERMA CHE PER IL MUSEO NATURALE L'ORARIO C.D. "ESTIVO" SI APPLICHI NEI SOLO MESI DI APRILE E MAGGIO E CHE, PERTANTO, AL DI FUORI DI DETTI MESI, L'ORARIO APPLICATO SARÀ QUELLO C.D. "INVERNALE".

3) RISPOSTA

SI TRATTA DI UN REFUSO. IL MUSEO DI STORIA NATURALE OSSERVA LA SEGUENTE STAGIONALITÀ: ORARIO INVERNALE DAL 1 NOVEMBRE AL 31 MAGGIO - ORARIO ESTIVO DAL 1 GIUGNO AL 31 OTTOBRE.

4) DOMANDA

AL FINE DI POTERE COMPIUTAMENTE FORMULARE L'OFFERTA, SI CHIEDE DI CONOSCERE IL DETTAGLIO DEI BIGLIETTI VENDUTI NEL TRIENNIO PRECEDENTE, SUDDIVISI PER SITO, PER TIPOLOGIA E PER CANALE DI VENDITA (ON LINE, CALL CENTER, IN LOCALE, ECC...), NONCHÉ IL RELATIVO INCASSO, ANCHE IN RAGIONE DI QUANTO PREVISTO AL COMMA 2 DELL'ART. 23 DEL CAPITOLATO D'ONERI.

4) RISPOSTA

LA MEDIA DEGLI INCASSI DEL TRIENNIO 2014 - 2016 È COSÌ RIPARTITA:

VENDITE ONSITE € 19.239.680

VENDITE DA REMOTO (CALL CENTER E WEB) € 2.098.108

VENDITE ALTRI DISTRIBUTORI € 1.699.645

AI FINI DI QUANTO PREVISTO DALL'ART. 23 DEL CAPITOLATO SI RIPORTA LA MEDIA DEL TRIENNIO 2014 - 2016 DEI SEGUENTI ELEMENTI:

INCASSI COMPLESSIVI € 24.329.337

INCASSI NON SOGGETTI AD AGGIO € 1.652.895

INCASSI IMPONIBILI € 22.676.442

SI PRECISA CHE NELL'ANNO 2016 I VALORI REGISTRATI SONO I SEGUENTI:

INCASSI COMPLESSIVI € 26.340.158

INCASSI NON SOGGETTI AD AGGIO € 1.824.631

INCASSI IMPONIBILI € 24.515.527

**5) DOMANDA**

TRATTANDOSI DI "APPALTO" DI SERVIZI E NON DI "CONCESSIONE" DI SERVIZI, SI CHIEDE CONFERMA CHE, NEL CASO IN CUI L'IMPONIBILE ANNUO DI CUI ALL'ART. 23 DEL CAPITOLATO D'ONERI RISULTASSE INFERIORE ALL'IMPORTO DI € 22.500.000,00, ALL'APPALTATORE SPETTERÀ UNA PERCENTUALE DEL 40%, AL NETTO DEL RIBASSO OFFERTO IN GARA, COMUNQUE CALCOLATA SULL'IMPORTO DI € 22.500.000,00 A PRESCINDERE DAGLI EFFETTIVI INCASSI DERIVANTI DALLA VENDITA DEI TITOLI D'ACCESSO (DIVERSAMENTE RISULTANDO A CARICO DELL'APPALTATORE IL RISCHIO D'IMPRESA, FATTISPECIE APPLICABILE ALLE CONCESSIONI MA NON AGLI APPALTI).

5) RISPOSTA

SI CONFERMA CHE LA PRESENTE PROCEDURA HA AD OGGETTO UN APPALTO DI SERVIZI. AI SENSI DELL'ART. 23 DEL CAPITOLATO D'ONERI ALL'APPALTATORE SPETTERÀ UNA SOMMA PARI AL 40%, AL NETTO DEL RIBASSO OFFERTO IN GARA, DELL'IMPORTO IMPONIBILE EFFETTIVAMENTE INCASSATO. SI VEDANO IN PROPOSITO I DATI RIPORTATI NEL CHIARIMENTO N° 2.

6) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE SE L'IMPORTO DI € 1,00 PER LA PREVENDITA (DI CUI ALL'ART. 8.1, PUNTO 14 DEL CAPITOLATO D'ONERI) SIA DA APPLICARSI ANCHE AI BIGLIETTI GRATUITI.

6) RISPOSTA

L'IMPORTO DI € 1,00 PER LA PREVENDITA NON SI APPLICA AI BIGLIETTI GRATUITI.

7) DOMANDA

AL COMMA 15 DELL'ART. 8.1 DEL CAPITOLATO D'ONERI VIENE INDICATA LA CIFRA DI 120.000 BIGLIETTI ACQUISTATI IN REMOTO NEGLI ULTIMI 3 ANNI: SI CHIEDE CONFERMA CHE DETTA CIFRA SIA DA INTENDERSI QUALE COMPLESSIVA RELATIVAMENTE AL TRIENNIO.

7) RISPOSTA

IL NUMERO DI BIGLIETTI ACQUISTATI DA REMOTO È PARI A CIRCA 120.000, INTESA COME MEDIA ANNUA.

8) DOMANDA

AL COMMA 3 DELL'ART. 8.2 DEL CAPITOLATO D'ONERI VIENE INDICATA LA CIFRA DI 270.000 BIGLIETTI ACQUISTATI SUL CANALE CLIENTI BUSINESS NEGLI ULTIMI 3 ANNI: SI CHIEDE CONFERMA CHE DETTA CIFRA SIA DA INTENDERSI QUALE COMPLESSIVA RELATIVAMENTE AL TRIENNIO.

8) RISPOSTA

IL NUMERO DI BIGLIETTI ACQUISTATI DA CLIENTI BUSINESS È PARI A CIRCA 270.000, INTESA COME MEDIA ANNUA.

9) DOMANDA

AL FINE DI POTERE COMPIUTAMENTE FORMULARE L'OFFERTA, IN RELAZIONE ALLE RISORSE DA ALLOCARSI AL CALL CENTER, SI RICHIEDE DI CONOSCERE IL DETTAGLIO MENSILE DELLE VENDITE IN REMOTO.

9) RISPOSTA

MEDIA MENSILE BIGLIETTI CALL CENTER TRIENNIO 2014 - 2016

<i>Mese</i>	<i>Media biglietti</i>
gennaio	2.177
febbraio	4.805
marzo	7.987



aprile	7.507
maggio	7.327
giugno	5.455
luglio	5.367
agosto	4.974
settembre	6.453
ottobre	5.468
novembre	2.016
dicembre	2.082
Totale	61.618

10) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE OVE SONO COLLOCATE LE CASSEFORTI CONTA SOLDI DI CUI AL COMMA 8, ART. 8.1. IN PARTICOLARE, OVE ESSE NON SIANO DISLOCATE ALL'INTERNO DEI MUSEI, SI CHIEDE DI CONOSCERE SE SIA PREVISTO UN TRASPORTO VALORI E SE, IN QUEST'ULTIMA IPOTESI, IL COSTO DEL PORTAVALORI SIA A CARICO DELLA FONDAZIONE?

10) RISPOSTA

LE CASSEFORTI SONO COLLOCATE ALL'INTERNO DI ALCUNE SEDI MUSEALI, DOVE DOVRANNO CONFLUIRE GLI INCASSI ANCHE DELLE SEDI CHE NE SONO SPROVVISTE. PER MOTIVI DI SICUREZZA NON È POSSIBILE INDICARNE PUBBLICAMENTE LA COLLOCAZIONE. GLI ONERI DERIVANTI DAL TRASPORTO VALORI TRA LE SEDI SONO A CARICO DELL'APPALTATORE, MENTRE RESTA A CARICO DELLA FONDAZIONE IL TRASPORTO VALORI DALLE CASSEFORTI ALL'ISTITUTO BANCARIO PRESCELTO PER IL VERSAMENTO DEGLI INCASSI.

11) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE QUANTI SIANO STATI I BIGLIETTI PREACQUISTATI NEL TRIENNIO 2014-2016, OVVERO IL NUMERO DI VISITATORI CHE HANNO PRENOTATO (O PRE-ACQUISTATO) L'ACCESSO AI MUSEI (120.000 NEI TRE ANNI, OVVERO 40.000 ALL'ANNO?)

11) RISPOSTA

IL NUMERO DI BIGLIETTI ACQUISTATI DA REMOTO È PARI A CIRCA 120.000, INTESA COME MEDIA ANNUA.

12) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE QUANTI SIANO STATI I BIGLIETTI PREACQUISTATI NEL TRIENNIO 2014-2016 DAI CLIENTI BUSINESS (27.000 NEI TRE ANNI, OVVERO 9.000 ALL'ANNO?)

12) RISPOSTA

IL NUMERO DI BIGLIETTI ACQUISTATI DA CLIENTI BUSINESS È PARI A CIRCA 270.000, INTESA COME MEDIA ANNUA.

13) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE SU QUALE CANALE DI PREVENDITA ABBIANO EFFETTUATO L'ACQUISTO I VISITATORI CHE NON RICADONO NELLA CATEGORIA CLIENTI BUSINESS (WEB, BOTTEGHINO, , CALL CENTER, PUNTI VENDITA ESTERNI)

13) RISPOSTA

LA MEDIA DEGLI INCASSI DEL TRIENNIO 2014 - 2016 È COSÌ RIPARTITA:



VENDITE ONSITE € 19.239.680

VENDITE DA REMOTO (CALL CENTER E WEB) € 2.098.108

VENDITE ALTRI DISTRIBUTORI € 1.699.645

14) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE QUALE SIA STATA LA RIPARTIZIONE DEI VISITATORI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA (SINGOLI O FAMIGLIE, GRUPPI TURISTICI, GRUPPI SCOLASTICI) NEL TRIENNIO 2014-2016.

14) RISPOSTA

L'ELABORAZIONE DEI DATI RICHIESTI NON È DISPONIBILE.

15) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONOSCERE IL NUMERO ASSOLUTO E LA PERCENTUALE SUL TOTALE DEGLI ACCESSI GRATUITI NEGLI ANNI 2014-2016

15) RISPOSTA

Anno 2014 - n° 116.501 gratuiti, 6,7% del totale

Anno 2015 - n° 116.852 gratuiti, 7% del totale

Anno 2016 - n° 133.881 gratuiti, 7,5% del totale

16) DOMANDA

LA RICHIESTA DI RACCOGLIERE DATI QUALITATIVI SUI VISITATORI IN FASE DI ACQUISTO (PARAGRAFO 8.1, PUNTO 5, LETTERA J) SEMBRA IN CONTRADDIZIONE CON LA RICHIESTA DI POTER PROCEDERE SUL WEB AD UN ACQUISTO SEMPLIFICATO SENZA OBBLIGO REGISTRAZIONE (PARAGRAFO 8.1, PUNTO 5, LETTERA M): COME SI CONTEMPERANO LE DUE ESIGENZE?

16) RISPOSTA

PER SEMPLIFICAZIONE DELLA PROCEDURA DI ACQUISTO ONLINE SI INTENDE CHE NON RICHIEDE LA CREAZIONE DI UN ACCOUNT NÈ PROCEDURE DI CONFERMA DELLA REGISTRAZIONE DA PARTE DEL GESTORE.

17) DOMANDA

IL CONTROLLO DEI FLUSSI DEI VISITATORI DI CUI AL PARAGRAFO 8.1, PUNTO 5, LETTERA Q PRESUPPONE ANCHE IL CONTROLLO IN USCITA DEI TITOLI ED IL CALCOLO DELLE PUNTUALE DELLE PRESENZE O SOLTANTO IL CONTROLLO INFORMATIZZATO IN INGRESSO?

17) RISPOSTA

IL CONTROLLO DEI FLUSSI AVVIENE TRAMITE LE VERIFICHE EFFETTUATE ALL'INGRESSO.

18) DOMANDA

L' "ANAGRAFICA ACQUIRENTE" DI CUI AL PARAGRAFO 8.1, PUNTO 5, LETTERA R QUALI CAMPI MINIMI DEVE CONTENERE? PER "PROVENIENZA" SI INTENDE RILEVARE LA NAZIONALITÀ ITALIANA RISPETTO A QUELLA STRANIERA O SELEZIONI PIÙ SOFISTICATE (P.E. PROVINCIA PER L'ITALIA E STATO ESTERO PER GLI STRANIERI)?

18) RISPOSTA

I CAMPI MINIMI RICHIESTI PER L'ANAGRAFICA SONO I SEGUENTI:

NOMINATIVO O RAGIONE SOCIALE

INDIRIZZO EMAIL

SI PRECISA CHE PER I CLIENTI INDIVIDUALI CHE ACQUISTANO ONSITE NON È RICHIESTO L'INSERIMENTO DELL'ANAGRAFICA MA SOLO DELLA PROVENIENZA.

I CAMPI MINIMI RICHIESTI PER LA PROVENIENZA SONO I SEGUENTI:

NAZIONE DI PROVENIENZA

PROVINCIA (SOLO PER L'ITALIA)

COMUNE (SOLO PER LA PROVINCIA DI VENEZIA)



19) DOMANDA

COSA SI INTENDE PER "PROVENIENZA" NELLE RILEVAZIONI DEL CONTROLLO ACCESSI DI CUI AL PARAGRAFO 8.1, PUNTO 5, LETTERA S?

19) RISPOSTA

VEDI RISPOSTA AL QUESITO N° 18

20) DOMANDA

QUALI SONO LE TIPOLOGIE DI FATTURE CHE DEBONO ESSERE EMESSE PER CONTO DELLA FONDAZIONE (PARAGRAFO 8.1, PUNTO 5, LETTERA P)?

20) RISPOSTA

FATTURE DI VENDITA DEI TITOLI DI INGRESSO, ESENTI IVA AI SENSI DELL'ART. 10 DEL DPR 633/72, RICHIESTE SALTUARIAMENTE DA AGENZIE, TOUR OPERATOR E ALBERGHI.

21) DOMANDA

SI CHIEDE DI CONFERMARE CHE I BIGLIETTI (PARAGRAFO 8.1, PUNTO 10) DEBBANO ESSERE STAMPANTI SU CARTONCINO TERMICO. SI CHIEDE ALTRESÌ AVERE CONFERMA CHE IL LAY OUT DEL BIGLIETTO RIMARRÀ IL MEDESIMO PER TUTTO IL PERIODO DI VIGENZA DEL CONTRATTO O SE AL CONTRARIO POSSA CAMBIARE NEL TEMPO E CON CHE PERIODICITÀ. SI CHIEDE INFINE SE SIA POSSIBILE PROPORRE FORMATI ALTERNATIVI DI BIGLIETTI, COMPATIBILI CON QUELLI DELLE STAMPANTI FORNITE, NEL RISPETTO DEL LAY OUT GRAFICO PRESCELTO DALLA FONDAZIONE

21) RISPOSTA

SI CONFERMA CHE IL LAYOUT DEL BIGLIETTO È QUELLO STABILITO DALLA FONDAZIONE E PUÒ CAMBIARE NEL CORSO DEL CONTRATTO, IN RAGIONE DI DIVERSE ESIGENZE NON PROGRAMMABILI, LEGATE A PRECISE INIZIATIVE ED EVENTUALI SPONSORIZZAZIONI.

IL FORMATO DEL BIGLIETTO E LA TIPOLOGIA DEL SUPPORTO POSSONO ESSERE PROPOSTE DAL CONCORRENTE IN RELAZIONE ALLE STAMPANTI FORNITE, PURCHÈ RISPETTINO LE RICHIESTE DI FUNZIONALITÀ PREVISTE NEL CAPITOLATO.

22) DOMANDA

QUALI SONO I QUANTITATIVI ANNUI STIMATI PER LE CARD PLASTIFICATE (PARAGRAFO 8.1, PUNTO 11)? IN QUANTI TIPI (COLORI) DIVERSI VERRANNO REALIZZATE? QUALI SARANNO LE FACILITAZIONI RICONOSCIUTE AI POSSESSORI DEGLI STESSI (P.E. SI TRATTA DI UN ABBONAMENTO ANNUALE)? DOVE VERRANNO VENDUTE? AVRANNO CARATTERISTICHE DI NOMINATIVITÀ O SARANNO AL PORTATORE?

22) RISPOSTA

LE CARD PLASTIFICATE DEVONO ESSERE REALIZZATE IN ALMENO 2 DIVERSI COLORI, IN QUANTITÀ PARI A CIRCA 1.000 ALL'ANNO.

LE CARD SONO NOMINATIVE E VENGONO VENDUTE ONLINE E ONSITE PRESSO TUTTI I SITI MUSEALI.

LE AGEVOLAZIONI CONSENTITE SONO QUELLE RIPORTATE NEL SITO ISTITUZIONALE DELLA FONDAZIONE:

[HTTP://WWW.VISITMUVE.IT/IT/MUVE-FRIEND-CARD/](http://www.visitmuve.it/it/muve-friend-card/)

23) DOMANDA

LA NUMERAZIONE TELEFONICA DEL CALL CENTER È MESSA A DISPOSIZIONE DELLA FONDAZIONE O DEV'ESSERE FORNITA DALL'APPALTATORE? IN QUESTO SECONDO CASO VA BENE UNA NUMERAZIONE GEOGRAFICA 041-XXXXX? IL CALL CENTER ASSOLVE SOLTANTO LA FUNZIONE DI CENTRO PRENOTAZIONI TELEFONICHE OPPURE ANCHE QUELLA DI INFOLINE? TRAMITE IL CALL CENTER SI DEVONO POTER PRENOTARE SOLTANTO BIGLIETTI O ANCHE VISITE GUIDATE, WORKSHOP, SEMINARI, EVENTI GRATUITI E/O A PAGAMENTO, ECC.?

23) RISPOSTA

LA NUMERAZIONE TELEFONICA DEVE ESSERE FORNITA DALL'APPALTATORE, ANCHE CON UNA NUMERAZIONE GEOGRAFICA. IL CALL CENTER ASSOLVE ALLE FUNZIONI DI PRENOTAZIONE, PREVENDITA, INFORMAZIONI PER IL VISITATORE.



I PRODOTTI VENDUTI PRESSO IL CALL CENTER SONO PRINCIPALMENTE BIGLIETTI PER LE COLLEZIONI PERMANENTI, MOSTRE TEMPORANEE E VISITE GUIDATE AGLI ITINERARI PREVISTI ALL'ART. 7.9 DEL CAPITOLATO DI APPALTO.
OCCASIONALMENTE VENGONO POSTI IN VENDITA ALTRI EVENTI, QUALORA SIA PREVISTO L'INGRESSO A PAGAMENTO.

24) DOMANDA

LA NUMERAZIONE TELEFONICA PER I CLIENTI BUSINESS (PARAGRAFO 8.2, PUNTO 1, LETTERA A) È MESSA A DISPOSIZIONE DELLA FONDAZIONE O DEV'ESSERE FORNITA DALL'APPALTATORE? IN QUESTO SECONDO CASO VA BENE UNA NUMERAZIONE GEOGRAFICA 041-XXXXX? E' POSSIBILE ADOTTARE PER LA NUMERAZIONE DEDICATA AI CLIENTI BUSINESS UN ORARIO DIFFERENTE DA QUELLO DEL CALL CENTER, CON ESCLUSIONE DI SABATO E FESTIVI?

24) RISPOSTA

LA NUMERAZIONE TELEFONICA DEVE ESSERE FORNITA DALL'APPALTATORE, ANCHE CON UNA NUMERAZIONE GEOGRAFICA.

GLI ORARI DEL CALL CENTER DEDICATO AI CLIENTI BUSINESS DEVE PREVEDERE ALMENO 5 GIORNI A SETTIMANA E ALMENO 4 ORE AL GIORNO.

25) DOMANDA

CHI È IL CONTRAENTE DEI CONTRATTI CON I CLIENTI BUSINESS DI CUI AL PARAGRAFO 8.2, L'APPALTATORE O LA FONDAZIONE? QUANTI SONO I GRANDI CLIENTI ATTUALMENTE INDIVIDUATI DALLA FONDAZIONE CON CUI L'APPALTATORE DOVRÀ INTRATTENERE RAPPORTI?

25) RISPOSTA

IL CONTRAENTE È L'APPALTATORE. I CLIENTI BUSINESS ATTUALMENTE SONO CIRCA 60.

26) DOMANDA

E' LA FONDAZIONE A SOSTENERE I COSTI DI CARTA DI CREDITO DEL POS VIRTUALE PER IL CALL CENTER E QUELLI PER GLI ACQUISTI WEB?

26) RISPOSTA

L'APPALTATORE SOSTIENE I COSTI DI CARTA DI CREDITO DEL POS VIRTUALE PER IL CALL CENTER E QUELLI PER GLI ACQUISTI WEB, MENTRE È A CARICO DELLA FONDAZIONE IL COSTO PER GLI ACQUISTI ONSITE.

27) IL DIRITTO DI PREVENDITA DI € 1.00 INTROITATO DALL'APPALTATORE È DA INTENDERSI IVA INCLUSA O IVA ESCLUSA? . IL DIRITTO DI PREVENDITA DI € 1.00 INTROITATO DALL'APPALTATORE È DA INTENDERSI IVA INCLUSA O IVA ESCLUSA? L'AGGIO DI € 1,00 A BIGLIETTO VALE ANCHE PER EVENTUALI CANALI DI VENDITA AGGIUNTIVI MESSI A DISPOSIZIONE DALL'APPALTATORE?

27) RISPOSTA

IL DIRITTO DI PREVENDITA DI € 1,00 È DA INTENDERSI IVA INCLUSA.

E' APPLICABILE A TUTTI I CANALI DI VENDITA DA REMOTO APPROVATI DALLA FONDAZIONE. IL DIRITTO DI PREVENDITA È RICONOSCIUTO UNA SOLA VOLTA PER OGNI BIGLIETTO VENDUTO ED ESCLUSIVAMENTE ALL'APPALTATORE.