



Richieste Chiarimenti - aggiornamento 13 ottobre 2025

PROCEDURA COMPETITIVA, AI SENSI DELL'ART.42 DEL REGOLAMENTO DI AMMINISTRAZIONE E CONTABILITÀ DELLA FIPAV, PER LA SELEZIONE DI UN PROGETTO PER IL SERVIZIO INTEGRATO PER LA REALIZZAZIONE DELLA LINEA UFFICIALE DI MERCHANDISING VOLLEY ITALIA STORE

1. Domanda: Si richiede in merito alla procedura in oggetto se il servizio di "GESTIONE OPERATIVA / LOGISTICA / CUSTOMER SERVICE" ricomprenda tutta la parte di stoccaggio, creazione degli ordini, preparazione dei pacchi, invio, gestione spedizioni e/o resi ecc. _

Risposta: Sì, dal disciplinare di gara emerge che la voce di costo "GESTIONE OPERATIVA / LOGISTICA / CUSTOMER SERVICE" comprende in modo integrato tutte le attività connesse allo stoccaggio e alla gestione degli ordini. In particolare, sono ricomprese:

- Gestione magazzino e inventario
- Creazione e gestione degli ordini tramite piattaforma e integrazione con sistemi logistici e CRM
- Preparazione e packaging dei prodotti
- Spedizioni nazionali e internazionali (con DHL come corriere vincolato) e relativo tracciamento
- Gestione dei resi e coordinamento delle operazioni post-vendita
- Customer service multicanale (e-mail, telefono, chat online), inclusa gestione reclami e rimborsi

2. Domanda: Il progetto richiede, tra le altre, l'attività di "Progettazione, sviluppo e produzione della collezione di merchandising", sono previste possibilità di:

- partecipazione parziale
- partecipazione combinata di due aziende
- subfornitura

Risposta: Il Disciplinare di gara non contempla la partecipazione parziale ma specifica che, per garantire una gestione efficace e ridurre la complessità, FIPAV privilegia l'individuazione di un unico operatore di riferimento.

Tuttavia, più aziende potrebbero partecipare in forma di RTI (raggruppamento temporaneo di imprese) o consorzio, purché si presentino come un unico offerente, rispettando i requisiti richiesti.

La Subfornitura è espressamente prevista. Il documento, al par. 2.2 esplicita che l'operatore individuato potrà affidare specifici subaffidamenti in relazione alle proprie competenze.

3. Domanda: a) COSTI ATTIVAZIONE (UNA TANTUM)

- E' richiesta integrazione con DHL, quale soggetto sarà intestatario dell'account: FIPAV o altra società? **Risposta:** Società terza a tariffe convenzionate (come riportato nel bando).
- Per la "Produzione iniziale contenuti (foto, video prodotto)" ci sono quantità desiderate? **Risposta:** Un minimo di 5 foto per prodotto.

4. Domanda: b) CANONI ANNUALI / MANUTENZIONE (a costi annuali ricorrenti)
Si intendono esclusi i costi dei Tools come, a titolo di esempio, canoni soluzioni Privacy (Iubenda/Cookiebot/ altri), Accessibilità (Userway/ altri), ecc..? si e sono a carico dell'azienda. **Risposta:** I costi dei servizi devono intendersi tutti inclusi. La Fipav non deve sostenere ulteriori costi.

5. Domanda: d) IMPIANTO D'ORDINE COLLEZIONE MERCHANDISING (ricorrenti in funzione delle vendite). Il progetto richiede attività di "Progettazione, sviluppo e produzione della collezione di merchandising", sono previste possibilità di partecipazione parziale alla gara o, in alternativa, subfornitura?

Risposta: vedi risposta Domanda 2.

6. Domanda: e) DIGITAL MARKETING / BUDGET MEDIA (a costi annuali ricorrenti).

- L'importo annuale di 25K per Digital Mktg comprende budget media (es. Google, Meta, ecc..)? **Risposta:** Si.
- Si intendono esclusi i costi dei Tools come, a titolo di esempio, canoni soluzioni email mktg & automation (Mailchimp/Connectif altri)? **Risposta:** vedi risposta 4.
- FIPAV ha un database utenti con consenso Marketing? **Risposta:** No
- Oltre alle attività mktg richieste sono previsti da FIPAV altre azioni per promuovere il progetto? **Risposta:** SI, newsletter, sito federale, comitati periferici, social networks.

8. Domanda: Varie:

- Sono citate integrazione con strumenti di CRM e Customer Care, si prega di dettagliare quali sono i Tools e che tipo di integrazione viene richiesta **Risposta:** Siamo aperti a proposte delle aziende partecipanti. Richiediamo, comunque, l'utilizzo di sistemi di ultima generazione (es. Pipedrive, Salesforces, SAP, ect).
- Dettagli aspettative per questo punto: "3. E' richiesto altresì, a pena di inammissibilità, un piano di sostenibilità economica che, partendo

dall'analisi dei dati di mercato in esperienza analoghe e comunque nell'ambito del mondo sportivo, rappresenti la prospettiva degli andamenti dei costi e delle entrate, le condizioni ed i tempi per il raggiungimento dell'equilibrio finanziario e quelli per la produzione degli utili.” **Risposta:** in relazione ai dati forniti dalla FIPAV ed alle esperienze già maturate dalle Aziende interessate è necessario presentare una ipotesi progettuale che esponga, sviluppi e motivi gli aspetti di sostenibilità economica che saranno posti alla base del rapporto costituendo anche parametro di riferimento per le verifiche e gli eventuali aggiustamenti in corso d'opera.

9. Domanda: Gateway di pagamento

- Nell'ambito della nostra proposta abbiamo individuato in PostePay il gateway di pagamento da adottare. Desideriamo quindi sapere se la scelta del gateway sia di competenza dell'aggiudicatario o della Federazione? **Risposta:** La scelta, configurazione e gestione del gateway di pagamento, è a carico dell'aggiudicatario, che dovrà proporre e implementare la soluzione più adeguata, assicurando sicurezza, conformità normativa e usabilità per gli utenti.
La FIPAV non indica un provider predefinito, ma si aspetta che il fornitore proponga la soluzione nel progetto tecnico, da concordare poi in fase operativa con la Federazione.
- Le relative fee verranno pagate direttamente dalla federazione o saranno anticipate dall'aggiudicatario? **Risposta:** Verranno pagate direttamente dalla Federazione.

10. Domanda: Varie:

- A quanto ammonta oggi il transato dell'e-commerce? **Risposta:** ad oggi FIPAV non ha implementato attività di e-commerce.
- Per poter sottoporre delle grafiche abbiamo bisogno del logo della FIPAV in alta risoluzione e della brand identity/modalità utilizzo logo e, se ci fosse, dellastyle guide in cui vengono illustrati altri elementi grafici da poter utilizzare **Risposta:** tutta la declinazione del logo è disponibile al seguente link <https://www.federvolley.it/il-restyling-del-logo-fipav>.
- Nella RFP si fa riferimento ai “capi dei fornitori ufficiali” possibile avere la lista di questi capi in modo da poter presentare una linea di articoli che possa integrare e non accavallarsi con questi articoli? **Risposta:** In relazione alle Squadre Nazionali di Pallavolo, Beach Volley e Sitting Volley: uniformi di gioco (maglia e pantaloncino), felpe con e senza cappuccio, tute (felpa+pantalone), t-shirt cotone e t-shirt tessuto tecnico, canotte, leggings, calze, felpe crop, bermuda, shorts felpati, polo cotone, top beach volley, costumi beach volley, giacche antivento, cappellini, materiale

termico, ciabattine spiaggia, calzature sportive, zainetti, borsa porta PC, marsupi, borsoni viaggio, valigie, trolley, ginocchiere.

- Sono citate integrazione con strumenti di CRM e Customer Care, si prega di dettagliare quali sono i Tools e che tipo di integrazione viene richiesta
Risposta: Siamo aperti a proposte delle aziende partecipanti. Richiediamo, comunque, l'utilizzo di sistemi di ultima generazione (es. Pipedrive, Salesforces, SAP, ect).

- Dettagli aspettative per questo punto: "3. E' richiesto altresì, a pena di inammissibilità, un piano di sostenibilità economica che, partendo dall'analisi dei dati di mercato in esperienza analoghe e comunque nell'ambito del mondo sportivo, rappresenti la prospettiva degli andamenti dei costi e delle entrate, le condizioni ed i tempi per il raggiungimento dell'equilibrio finanziario e quelli per la produzione degli utili." **Risposta:** vedi risposta 8.

11. Domanda: Prezzi al pubblico in Busta B

- Si chiede di confermare se, nella redazione della Busta B, sia possibile indicare range o benchmark di prezzo non vincolanti, rinviando ogni elemento quantitativo o valore economico alla sola Busta C. **Risposta:** è senz'altro possibile fare riferimento a parametri di natura economico-gestionale generici (es. costi fissi, costi variabili, indicatori di equilibrio operativo), purché non riconducibili a valori o importi di offerta.

12. Domanda: Piano di sostenibilità economica (Busta B)

- Considerato che il disciplinare prevede l'inserimento del Piano di sostenibilità economica nella Busta B, ma vieta l'inserimento di elementi economici propri dell'offerta (Busta C), si chiede di chiarire:
 - se il piano debba essere sviluppato esclusivamente in forma qualitativa, descrivendo la logica di sostenibilità e di equilibrio gestionale del progetto, senza riferimenti a valori economici;
 - oppure se sia consentito fare riferimento a parametri di natura economico-gestionale generici (es. costi fissi, costi variabili, indicatori di equilibrio operativo), purché non riconducibili a valori o importi di offerta. **Risposta:** Il disciplinare richiede "Piano di sostenibilità economica, sulla base dei prezzi degli articoli ipotizzati e delle previsioni di vendita". Pertanto è senz'altro possibile fare riferimento a parametri di natura economico-gestionale generici (es. costi fissi, costi variabili, indicatori di equilibrio operativo), purché non riconducibili a valori o importi di offerta.

13. Domanda: Base provvigionale

Si chiede di confermare se la provvigione a favore dell'operatore debba essere calcolata sul prezzo di vendita IVA esclusa, al netto di sconti, resi e storni.



Risposta: E' corretto. La disciplina di eventuali sconti, resi e storni sarà condivisa con FIPAV in corso di esecuzione del contratto.

14. Domanda: Budget complessivo FIPAV (€ 360.000/36 mesi)

Si chiede di chiarire se tale importo costituisca un limite massimo complessivo per l'intera durata contrattuale, considerando che, dopo il primo impianto d'ordine da €120.000, potrebbero essere effettuati riassortimenti successivi in funzione dell'andamento delle vendite. **Risposta:** E' corretto.

15. Domanda: Fatturazione e flussi economici

Si chiede di confermare se le vendite di merchandising tramite il sito eCommerce saranno fatturate da FIPAV ai clienti finali, con l'operatore aggiudicatario che agisce in nome e per conto della Federazione, percependo i corrispettivi fissi e le provvigioni previste dal bando. In caso affermativo, si chiede di dettagliare le modalità operative dei flussi di incasso e rendicontazione. **Risposta:** Tali modalità operative saranno definite nel contratto anche sulla base della proposta progettuale che verrà selezionata.

16. Domanda: Setup dei sistemi di pagamento

Si chiede di precisare se, ai fini della predisposizione della piattaforma eCommerce, siano previsti da FIPAV strumenti di pagamento minimi obbligatori (es. carte di credito, PayPal, Apple Pay, bonifico, ecc.), oppure se la scelta dei sistemi da integrare sia lasciata alla proposta tecnica dell'operatore economico. Si chiede inoltre di chiarire se FIPAV disponga già di account attivi presso provider di pagamento (es. Stripe, PayPal, Nexi, ecc.) o se debba essere prevista una fase di supporto per la creazione e configurazione dei relativi account a nome della Federazione. **Risposta:** Tali modalità operative saranno definite nel contratto anche sulla base della proposta progettuale che verrà selezionata. La Federazione è in possesso di sistemi di POS Virtuale per il pagamento con carte di credito attraverso gestore NEXI. Altri sistemi andranno valutati ed eventualmente configurati a nome FIPAV insieme all'azienda assegnataria del servizio.

17. Domanda: Lingue del sito e vendite internazionali

- Si chiede di indicare quali e quante lingue del sito eCommerce siano obbligatorie. **Risposta:** Italiano e Inglese con conversione della valuta a seconda del Paese di spedizione (come sullo shop FIGC)
- Si chiede altresì di chiarire se le vendite e le spedizioni saranno consentite anche all'estero, e in quali Paesi. **Risposta:** le spedizioni potranno essere fatte su scala Mondo.
- In caso di vendite internazionali, si chiede se l'operatore dovrà gestire le pratiche doganali e le fatture di esportazione con intestazione FIPAV, e secondo quali modalità. **Risposta:** Le pratiche doganali saranno gestite tramite DHL ed i relativi costi addebitati all'acquirente.

18. Domanda: CRM Tracking e tracciamento spedizioni

Si chiede di specificare a cosa si riferisca esattamente la voce “CRM Tracking” indicata nel disciplinare, e se il tracciamento spedizioni debba essere effettuato tramite servizi DHL o altro provider logistico individuato da FIPAV.

Risposta:

- Raccolta dati anagrafici e di contatto, inclusa storia acquisti e preferenze
- Analisi di cosa e quando i clienti acquistano per personalizzare le offerte
- Monitoraggio dell'efficacia delle campagne di marketing sulle vendite
- Tramite DHL

19. Domanda: Dominio e proprietà

Si chiede di chiarire chi sarà intestatario del dominio del sito eCommerce e come saranno gestiti DNS, certificati SSL e la trasferibilità del dominio a fine contratto. **Risposta:** L'intestatario del dominio rimane la Federazione Italiana Pallavolo.

20. Domanda: Strumento di gestione Cookie Consent (“Cookiebot”)

Si chiede di chiarire se il riferimento a “Cookiebot” debba intendersi come vincolante (ossia obbligatorio) oppure esemplificativo, volto a indicare una soluzione conforme al GDPR. In caso non sia vincolante, si chiede conferma che possano essere impiegati strumenti equivalenti, purché conformi al Regolamento (UE) 2016/679, come Iubenda o piattaforme certificate equivalenti. **Risposta:** Il riferimento a 'Cookiebot' è da intendersi come puramente esemplificativo, volto a indicare una soluzione conforme al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR). Pertanto, possono essere utilizzati anche strumenti equivalenti, purché conformi alla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali.

21. Domanda: Licenze software e strumentazione tecnica

Si chiede se sia necessario presentare un elenco completo e nominativo delle licenze software e della strumentazione tecnica da impiegare, oppure se sia sufficiente una descrizione funzionale delle tecnologie previste. **Risposta:** è necessario presentare elenco completo e nominativo delle licenze software e della strumentazione tecnica da impiegare.

22. Domanda: Round di rework

Si chiede di chiarire se i due “round di rework” previsti si riferiscano esclusivamente al concept grafico o se comprendano anche eventuali revisioni sulla collezione di merchandising e sul layout del sito eCommerce. **Risposta:** Ci si riferisce al concept grafico e a eventuali revisioni sulla collezione di merchandising e sul layout del sito eCommerce.

23. Domanda: Subappalti e fornitori specialistici

Si chiede di conoscere l'eventuale procedura di autorizzazione o limiti previsti per il ricorso a subappalti o affidamenti specialistici (es. logistica, produzione, sviluppo software, digital advertising). **Risposta:** Vedi risposta a domanda 2.

24. Domanda: Curricula professionali

Si chiede di chiarire se tra i curricula richiesti debbano essere inclusi anche quelli di consulenti esterni o collaboratori occasionali, oltre al personale interno dell'operatore economico. **Risposta:** Sì, se formeranno oggetto di rapporti di collaborazione o subaffidamenti funzionali al progetto.

25. Domanda: CRM

- FIPAV dispone già di un CRM con cui integrarsi, oppure è responsabilità del fornitore implementarne uno ex novo? **Risposta:** è necessario crearne uno ad hoc.

26. Domanda: Gestione operativa/logistica/customer service

- Si chiede conferma che, a partire dal secondo anno, il corrispettivo per la gestione operativa/logistica/customer service sia calcolato come provvigione pari al 20% (al netto del ribasso offerto in gara) sul prezzo di vendita di ciascun prodotto (IVA esclusa). Ad esempio, se un prodotto è venduto a €100 (IVA esclusa) e il ribasso offerto è del 10%, il corrispettivo sarebbe €18. **Risposta:** No, il ribasso di gara è sulla quota provvigionale, non sul prezzo di vendita dei prodotti. Pertanto nell'esempio proposto: provvigione a base di gara 20%; ribasso offerto 10 %; provvigione di aggiudicazione 20%-10%= 10%; applicata a un prodotto venduto a € 100 = € 10,00 oltre IVA.
- Si chiede conferma che il corrispettivo del 20% (al netto del ribasso offerto in gara) non sia calcolato sul prezzo unitario dei singoli prodotti, ma sull'ammontare consolidato del fatturato netto complessivo delle vendite (IVA esclusa) realizzate dallo store nel periodo di riferimento. **Risposta:** No, il compenso provvigionale si calcola sul prezzo unitario dei singoli prodotti.
- Si chiede di chiarire se la base di calcolo del corrispettivo del 20% (al netto del ribasso offerto in gara) debba includere tutte le vendite effettuate tramite Volley Italia Store o solo quelle relative al merchandising ufficiale prodotto dal fornitore, escludendo quindi eventuali articoli provenienti da partner/sponsor FIPAV. **Risposta:** In principio solo a quelle relative al merchandising ufficiale prodotto dal fornitore. Tuttavia, una volata avviata l'iniziativa Volley Store, lo strumento sarà proposto ai Partner FIPAV e, se questi vorranno aderire, accettando così di utilizzare il servizio, i prodotti che "transiteranno" attraverso il canale di vendita federale faranno maturare la medesima provvigione stabilita in sede di aggiudicazione.
- Le vendite di articoli forniti dai partner ufficiali FIPAV sono escluse dal calcolo della provvigione del 20%? **Risposta:** Vedi risposta precedente.
- Cosa accade se non viene raggiunto il punto di equilibrio finanziario previsto dal piano di sostenibilità? **Risposta:** Nel contratto sarà prevista una clausola di recesso in caso di andamento non sostenibile dell'iniziativa.
- Si applica comunque il modello provvigionale dal 2° anno? **Risposta:** Sì.

27. Domanda: Merchandising

- Quali articoli saranno obbligatoriamente prodotti dai fornitori ufficiali (es. sponsor tecnici) e quali invece potranno essere sviluppati liberamente come merchandising ufficiale? **Risposta:** Potranno essere sviluppati tutti i prodotti ad eccezione delle divise ufficiali prodotte dagli sponsor tecnici. Resta ferma la necessità di una approvazione preventiva della Federazione su qualsiasi articolo proposto.

28. Domanda: E-Commerce

- Quali metodi di pagamento devono essere obbligatoriamente supportati dall'e-commerce e FIPAV dispone già di accordi con provider di pagamento o dovrà essere il fornitore ad attivarli? **Risposta:** Vedi risposta 9.
- Commissioni di transazione: chi se ne fa carico (FIPAV o fornitore) e devono essere incluse nel piano economico? Confermate che il gateway di pagamento è intestato a FIPAV e quindi le commissioni sono in carico alla federazione? **Risposta:** Vedi risposta 9.
- Ci sono vincoli specifici di hosting (server FIPAV vs. cloud del fornitore)? **Risposta:** CLOUD italiano del fornitore compliance con le normative GDPR.
- Quali lingue devono essere previste obbligatoriamente nella versione multilingua del Volley Italia Store oltre all'italiano? **Risposta:** Vedi risposta 17.
- Logistica FIPAV ha già un accordo con DHL o il fornitore deve attivarne uno nuovo? **Risposta:** Vedi risposta 3.

29. Domanda: Digital Marketing

- Il budget di €25.000 annui per digital marketing è interamente destinato a spese media o include anche fee di gestione? **Risposta:** i 25.000 includono tutte le spese, incluse le fee di gestione.
- Avete un budget già allocato per le attività di Adv? **Risposta:** la risposta non è indispensabile alla formulazione dell'offerta.
- Le attività organiche (contenuti social, newsletter, ecc.) sono incluse nel fee di servizio o rientrano nel budget media? **Risposta:** sono voci a carico dell'azienda assegnataria, prescindendo dal budget di riferimento.

30. Domanda: Piano di sostenibilità

- Con quale livello di dettaglio FIPAV si aspetta il piano di sostenibilità economica (es. dati di mercato, proiezioni)? **Risposta:** Il livello di dettaglio del piano di sostenibilità economica è lasciato alla discrezione dell'Azienda partecipante, tenendo presente che tale documento rappresenta un elemento rilevante ai fini della valutazione.

31. Domanda: Contenuti

- Gestione quotidiana contenuti: chi sarà responsabile del caricamento e aggiornamento continuo dei contenuti (prodotti, descrizioni, foto, news)? **Risposta:** l'azienda assegnataria.
- Gestione quotidiana contenuti: è prevista una redazione interna FIPAV che si occuperà di validare/pubblicare i contenuti, o questa attività sarà totalmente in carico al fornitore? **Risposta:** la validazione sarà a cura della federazione, mentre le attività di pubblicazione dei contenuti rimane in capo al fornitore.
- Flussi di approvazione: è richiesto un sistema di workflow editoriale (es. bozza → revisione → pubblicazione) integrato nella piattaforma? **Risposta:** non è essenziale, ma potrebbe essere funzionale al progetto.
- Produzione di contenuti extra: oltre ai contenuti di prodotto e alle campagne marketing, sono richiesti contenuti editoriali (articoli, blog, storytelling sugli atleti, ecc.) da aggiornare periodicamente? **Risposta:** sono previsti e contemplati nella voce budget DIGITAL MARKETING /BUDGET MEDIA.
- Localizzazione dei contenuti: nel caso di sito multilingua, la traduzione/localizzazione dei contenuti sarà a carico del fornitore? **Risposta:** Si.
- Localizzazione dei contenuti: ci sono linee guida FIPAV per lo stile e il tono di voce nelle diverse lingue? **Risposta:** NO. Saranno valutate e validate dopo proposta del fornitore.

32. Domanda: Prezzi e assortimento prodotti

- FIPAV fornirà linee guida sui tipi di articoli da produrre e sul numero di referenze per collezione, oppure il fornitore avrà piena autonomia? **Risposta:** Il Fornitore dovrà presentare alla Federazione una proposta progettuale complessiva, che includa sia le tipologie di articoli da produrre sia le relative quantità, elaborata anche sulla base dello studio di mercato previsto dalla procedura competitiva. La Federazione si riserverà di valutare e approvare, di volta in volta, gli articoli ritenuti più idonei.
- Chi decide i prezzi finali di vendita al pubblico? Il fornitore propone e FIPAV approva, oppure è la Federazione a stabilirli direttamente? **Risposta:** I prezzi



di vendita al pubblico vengono proposti dal fornitore e successivamente valutati e approvati da FIPAV.

- Esistono dati storici o benchmark sulle vendite di merchandising FIPAV da utilizzare per costruire il piano economico? FIPAV ha target di ricavi minimi o un break-even desiderato? **Risposta: No.**

33. Domanda: Social

- Le campagne potranno essere veicolate attraverso i canali istituzionali della federazione? **Risposta: Sì, canali social e sito internet.**

34. Domanda: Packaging

- Che tipo di packaging viene richiesto? Si intende quello per prodotti da vendere in loco o degli imballi per E-commerce? **Risposta: Il progetto è focalizzato sulla vendita tramite eCommerce, pertanto il tipo di packaging richiesto riguarda principalmente imballaggi idonei alla spedizione, che garantiscano protezione, funzionalità e un'esperienza di unboxing positiva per il cliente finale.**

35. Domanda: Gestione operativa/logistica/customer service

- In relazione alla vendita sulla piattaforma degli articoli prodotti da altre aziende partner FIPAV, viene confermato che le condizioni economiche verranno definite successivamente a tre con FIPAV il partner ed il fornitore del servizio E-commerce? **Risposta: Le condizioni economiche verranno definite tra FIPAV e Partner, il fornitore darà il proprio parere quale fiduciario di FIPAV.**
- Si può confermare la coerenza ed il loro valore non inferiore alle condizioni descritte nel bando? **Risposta: Non si comprende il quesito.**

36. Domanda: Chiediamo conferma che nella busta B, progetto integrato, debbano essere inseriti i prezzi stimati da proporre al pubblico in quanto nelle righe successive viene indicato che non è ammesso l'inserimento di elementi economici al di fuori della busta C. **Risposta: È corretto inserire nella Busta B le stime dei prezzi al pubblico dei prodotti solo a titolo indicativo e progettuale, per illustrare la coerenza del piano commerciale e del piano di sostenibilità economica, purché non si indichino valori relativi all'offerta economica (corrispettivi, ribassi, o importi richiesti a FIPAV), i quali devono essere riportati esclusivamente nella Busta C – Proposta economica.**

37. Domanda: Si conferma che non è da presentare l'offerta economica per la voce d) Impianto d'ordine Collezione Merchandising, poiché nel modulo di offerta economica non è presente la sezione di riferimento



Risposta: Sì, si conferma che non deve essere presentata alcuna offerta economica per la voce d) “Impianto d’ordine Collezione Merchandising”, in quanto tale voce non rientra tra le componenti oggetto di ribasso e non è inclusa nel Modello di Offerta Economica.

