

**Lettera d'invito a presentare offerta per l'individuazione di un operatore economico tramite procedura negoziata sotto soglia di rilevanza comunitaria cui affidare in concessione il servizio di bookshop e merchandising del Museo MAXXI-Museo Nazionale delle Arti del XXI Secolo
CIG9130644DC7**

FAQ_7_04_2022

(Risposte e chiarimenti ai quesiti pervenuti)

D.19) Si chiede se sia possibile, presso il bookshop, rimuovere i pannelli esistenti sostituendoli con un sistema che per metta ugualmente di chiudere il bookshop e separarlo rispetto alla caffetteria.

R.19) La pannellatura di separazione degli spazi affidati rispettivamente al bookshop e alla caffetteria è stata progettata e realizzata dalla Fondazione, e costituisce un elemento di definizione dello spazio nel capitolato tecnico. Non è pertanto modificabile in sede di offerta tecnica. Eventuali modificazioni potrebbero essere concordate nel futuro dalla Fondazione concedente, d'intesa con ambedue i concessionari (del bookshop e della caffetteria).

D.20) Si chiede se sia possibile modificare, riadattare o collegare i pannelli esistenti agli elementi pensati per la nuova soluzione? Si chiede se sia possibile rendere grafici i pannelli esistenti applicando pellicole?

R.20) La pannellatura di separazione degli spazi affidati rispettivamente al bookshop e alla caffetteria è stata progettata e realizzata dalla Fondazione, e pertanto non può essere modificata in sede di offerta tecnica. Tuttavia l'applicazione di pellicole che salvaguardino la trasparenza e/o

l'inserimento di elementi grafici può essere è proposta, e conseguentemente valutata, in sede di offerta tecnica.

D.21) Ai fini della redazione della relazione tecnica, con riferimento al Profilo A Organizzazione del servizio, Subprofilo Staff e collaborazioni, nonché al Profilo C Progetto di allestimento, Subprofilo qualità degli arredi, vogliate cortesemente chiarire se i cv relativi a gestore del servizio, addetti al servizio e visual merchandiser, possano essere allegati in forma anonima.

R.21) Confermiamo che i cv relativi al gestore del servizio, addetti al servizio e visual merchandiser possono essere allegati in forma anonima.

D.22) Con riferimento a quanto richiesto al Profilo C Progetto di allestimento, Subprofilo Qualità degli arredi, vogliate cortesemente precisare se la richiesta relativa agli spazi da allestire sia attinente alla mera descrizione degli interventi che l'Offerente intende effettuare oppure se la relazione tecnica vada corredata da un progetto di allestimento. Nell'ultimo caso, ovvero laddove sia richiesto di presentare un progetto grafico, se le relative tavole siano da computare separatamente alle 30 pagine in formato A4 previste per la redazione della relazione tecnica.

R.22) Vi chiediamo di corredare la descrizione degli interventi all'interno del bookshop con un progetto di allestimento da inserire come allegato della relazione tecnica.

D.23) Si richiedono i dati di fatturato del bookshop e il numero di visitatori del museo sia per il triennio 2017-2019 sia per gli anni 2020 e 2021.

R.23) Si elencano a seguire i dati di fatturato del bookshop:

ANNO 2017: Il servizio di bookshop è stato attivo da maggio a dicembre, con un fatturato pari a Euro 245.894

ANNO 2018: Il servizio di bookshop non è stato attivo a causa di un contenzioso con il gestore.

ANNO 2019: Euro 384.095

ANNO 2020: Euro 240.722

ANNO 2021: Euro 368.695

D.24) Si chiede se è possibile promuovere il bookshop all'interno del Museo con totem e grafiche sui monitor.

R.24) La comunicazione all'interno del museo è gestita dall'ufficio competente che potrà valutare eventuali richieste di promozione e stabilirne le modalità. Non è possibile all'interno del museo svolgere attività di promozione gestita in maniera autonoma se non prima concordata con la Fondazione.

D.25) Si chiede se è possibile effettuare dei post di promozione del merchandising e del punto vendita attraverso i canali social ufficiali del Museo.

R.25) L'attività di comunicazione online del MAXXI è curata dall'ufficio web del museo che valuterà di volta in volta le attività da promuovere sul sito e sui social.