

Prot. 505AN41 – Quesiti al 20/05/2020

RICHIESTA 1

Articolo 5. DURATA DEL CONTRATTO

“I contratti stipulati con il Partner Principale e con gli altri Partner saranno validi dalla loro sottoscrizione e fino ai 18 (diciotto) mesi decorrenti dalla data di avvio della sperimentazione.

Trascorso tale periodo, il Consorzio si riserva, all’esito della valutazione della sperimentazione con il supporto del Partner Principale e degli altri Partners del Progetto, di prorogare le partnership instaurate per ulteriori 18 mesi, individuando forme di comunicazione, anche non convenzionali, che tengano conto degli esiti riscontrati e della specificità di utenza cui saranno rivolti.

Il tutto anche al fine di proseguire l’implementazione del programma di sviluppo tecnologico del Consorzio”

Considerando:

- La natura delle partnership incluse nel Bando di Gara, principalmente legate all’ambito della comunicazione e quindi non sottoposte ad un ulteriore bando al momento del prolungamento del progetto dopo i primi 18 mesi
- L’orizzonte di investimento del progetto EMV che, pur dovendo per legge ricorrere ad un bando di gara per i provider tecnologici dopo la fase di sperimentazione, è per sua natura più lungo dei 18 mesi di sperimentazione

Chiediamo se sia contemplabile per entrambe le tipologie di partnership stipulare il contratto con una durata temporale di 36 mesi, in modo da assicurare continuità nell’ambito della comunicazione e promozione dell’iniziativa.

Risposta 1

Si conferma che la sperimentazione ed il relativo periodo riguardano la valutazione del servizio negli aspetti tecnici ed infrastrutturali e sono legati agli investimenti occorrenti.

Allo stato non si intravede uno scenario di cessazione del servizio al termine dei 18 mesi e, quindi, un’interruzione nell’ambito della comunicazione e promozione dell’iniziativa; contemporaneamente, la suddivisione nei due periodi appare opportuna per definire, in due momenti, strategie e strumenti di comunicazione anche diversi, legati agli sviluppi e agli esiti della prima fase del progetto.

RICHIESTA 2

In nessun Articolo del Bando di Gara sono inclusi riferimenti temporali riguardanti gli obiettivi di lancio del progetto EMV.

Chiediamo quindi di poter avere delle date stimate di avvio delle diverse fasi del progetto.

Siamo certamente consci delle difficoltà nel fornire delle date precise in questa situazione di forte incertezza dovuta all’emergenza sanitaria ed economica, chiediamo comunque, ove possibile, di stimare dei periodi.

Risposta 2

Fermo restando ulteriori criticità legate all'attuale emergenza sanitaria, imprevedibili ed indipendenti dalla volontà del Consorzio, delle Aziende e dei relativi fornitori, le attuali programmazioni evidenziano progressive installazioni con inizio a partire dall'estate 2020. Man mano che saranno completate linee dell'ambito progettuale, si prevede l'attivazione di servizi in forma "family and friends" e "pilota" per testare i processi di integrazione e calcolo tariffe, fortemente innovativi per la dimensione dell'ambito progettuale, del numero di aziende e tariffe comprese nella sperimentazione.

Durante tale periodo, inoltre, il Consorzio UnicoCampania e Trenitalia stanno valutando l'integrazione (tecnica e tariffaria) tra il progetto sperimentale di quest'ultima ed il Progetto EMV.Unico regionale. Si precisa che il sistema di Trenitalia e relative iniziative sono ESCLUSI dall'ambito della presente Manifestazione di interesse.

Avendo presente i tempi necessari per il completamento dell'intero "perimetro" regionale ed anche l'opportunità di tendere al "normalizzarsi" dei flussi di utenza, si ritiene di dare avvio formale alla sperimentazione, con lancio dell'iniziativa, a gennaio 2021.

RICHIESTA 3

Articolo 4.1 IL PARTNER PRINCIPALE

"...con cui il Consorzio si impegnerà a condividere:

- l'esclusività di comunicazione per i primi 4 mesi negli impianti oggetto di avvio del servizio in esame (station domination, circuiti digitali, cartellonistica)"

Chiediamo maggiori dettagli sugli spazi e le modalità di comunicazione disponibili al Partner Principale ed agli altri Partner.

Per esempio, quanti schermi sono disponibili per ogni stazione, quali aziende di trasporti hanno messo a disposizione i loro mezzi di comunicazione e in che modalità.

Risposta 3

Si conferma che ciascun Partner, a fronte della partnership con il Consorzio, potrà realizzare una campagna di comunicazione sui mezzi di comunicazione e promozione del Consorzio e delle Aziende di TPL coinvolte, come indicati nel Progetto al punto 5.1.9.2. Il tutto proporzionalmente al valore offerto in sede di manifestazione di interesse e secondo anche le strategie e i desiderata di comunicazione di ciascun specifico Partner.