

Area Acquisti di Gruppo  
Il Responsabile

## CHIARIMENTI

**eGPA - Servizio di gestione della reputazione online e monitoraggio web e social network h24, 7gg/7 (LIN FS 63.2021) CIG: 8765400CE5**

Con riferimento al procedimento in oggetto, questa Stazione Appaltante, ritenendo le relative risposte di interesse comune, ha deciso di comunicare a tutti i Concorrenti quanto segue.

### **1. Domanda**

La digital PR andrà fatta anche su fonti estere? Perché per il monitoring si parla di domini italiani e inglesi (Rif. Capitolato tecnico paragrafo A.2 Oggetto del servizio).

### **Risposta**

Nell'ambito del servizio di Reputation Management è richiesto il presidio dei motori di ricerca Google e Bing su domini .it, .com e .uk, le lingue da considerare sono italiano e inglese per tutte le attività connesse all'opportuno presidio.

### **2. Domanda**

Cosa si intende più nello specifico per la creazione di un'identità digitale del brand, oltre a quanto già in essere? (Rif. Capitolato tecnico paragrafo A.2 Oggetto del servizio).

### **Risposta**

Come disciplinato nel Capitolato tecnico, paragrafo "A.2 Oggetto del servizio" a pag. 4 e dettagliato nel paragrafo successivo "A.2.1 SVILUPPO DELLA BRAND

Via Tripolitania, 30 - 00199 Roma

Ferservizi S.p.A. – Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane  
Società con socio unico soggetta alla direzione e coordinamento di  
Ferrovie dello Stato Italiane S.p.A.

Sede legale: Piazza della Croce Rossa, 1 - 00161 Roma  
Cap. Soc. Euro 8.170.000,00  
Iscr. n. 18/1992 – C.C.I.A.A. Roma n. 741956  
Cod. Fisc. e P. Iva 04207001001

UNI EN ISO 9001:2015  
UNI EN ISO 14001:2015  
BS OHSAS 18001:2007



CERTIFIED MANAGEMENT  
SYSTEMS



REPUTATION DEL GRUPPO FS ITALIANE” a pag. 5, l’Appaltatore dovrà farsi carico di svolgere azioni di sviluppo e indirizzo per tutto l’ecosistema digitale del brand e del top management, su tutti i media digitali interni ed esterni che impattano sulla web reputation, in funzione degli obiettivi strategici concordati con il Gestore dell’Accordo.

### **3. Domanda**

Con riferimento al Capitolato tecnico paragrafo - A.2 Oggetto del servizio:

Domanda A: Che tipo di interventi si intendono nella definizione “Creazione di un’identità digitale del top management”?

Domanda B: Quali e quanti canali vanno considerati?

#### **Risposta**

Di seguito le relative risposte:

Risposta A: Come già specificato alla Risposta n.2, si intende lo sviluppo dell’ecosistema digitale dei brand e del top management, su tutti i media digitali interni ed esterni, sulla base degli obiettivi strategici concordati con il Gestore dell’Accordo.

Risposta B: Vanno considerati tutti i media digitali interni ed esterni che hanno un impatto sulla Web Reputation.

### **4. Domanda**

Nella descrizione delle azioni da implementare con riferimento alle ATTIVITÀ STANDARD e alle ATTIVITÀ EVENTO PROGRAMMATO, si parla di “Creazione di nuovi contenuti positivi da declinare sulle properties del Gruppo”.

E’ possibile ricevere qualche esempio di questi nuovi contenuti creati e della loro distribuzione? (Rif. Capitolato tecnico paragrafo -A.3.1 ATTIVITÀ STANDARD e paragrafo A.3.3 ATTIVITÀ DI GESTIONE DELLA CRISI).

#### **Risposta**

Gli esempi sono strettamente connessi al tipo di evento/situazione da gestire, si tratta di contenuti di diversa natura: post social e/o articoli e/o contenuti multimediali da declinare sulle properties del Gruppo FS, su temi di valore per il Gruppo FS (cfr. tabella nel paragrafo A.1 Aree tematiche e perimetro, a pag. 4 del



Capitolato tecnico), in linea con gli obiettivi reputazionali fissati con il Gestore dell'Accordo.

## **5. Domanda**

Consapevoli del fatto che le variabili alla base di eventi di crisi e della loro ovvia imprevedibilità, per avere un ordine di grandezza è utile sapere, sulla base dell'esperienza degli ultimi 4 anni, quante "crisi" sono state gestite annualmente.

(Rif. Capitolato tecnico paragrafo A.3.3 ATTIVITÀ DI GESTIONE DELLA CRISI).

### **Risposta**

Negli ultimi 4 anni, gli eventi di crisi potenziale e/o effettiva sono stati mediamente nell'ordine di 4/5 per anno, ma la loro natura è chiaramente variabile e imprevedibile, e non è quindi possibile fornire un'esatta previsione.

## **6. Domanda**

Nell'ambito del supporto alla Digital PR, il costo dell'engagement di influencer per azioni on e off line è da allocare nell'importo da €1mln aggiuntivo rispetto all'importo della gara? (Rif. CAPITOLATOTECNICO, p. 5 - A.2.1.c SUPPORTO ALLA DIGITAL PR E ATTIVITÀ "SOFT LEGAL": *"Tale attività potrà riguardare anche l'individuazione di una rete di Digital PR, con la quale FS Italiane potrà –autonomamente o attraverso accordi con ulteriori interlocutori -concordare azioni on ed off line"*).

### **Risposta**

Non è previsto alcun corrispettivo contrattuale specifico in carico a FS per l'engagement di influencer per azioni on e off line.

Tutte le attività descritte nel Capitolato tecnico sono da ritenersi comprese nell'importo complessivo di gara, che non prevede quindi importi aggiuntivi.

Per le casistiche non riportate all'interno del Capitolato tecnico ma coerenti con l'oggetto dell'Accordo Quadro, potranno essere valutati progetti ad hoc come da Capitolato tecnico al paragrafo "A.4 Team dedicato", pag.10, per i quali è previsto un effort extra, che verrà richiesto dal Gestore dell'Accordo il quale, di concerto con l'Appaltatore, definirà le caratteristiche degli stessi, il numero di risorse necessarie e le



figure professionali richieste, determinando il relativo corrispettivo in base alle sole tariffe giornaliere offerte.

## **7. Domanda**

Report monitoraggio: risulta che vengano richiesti 6 report giornalieri per 365 giorni all'anno (Uno giornaliero entro le 18 (+3aggiuntivi per max punti), uno o più ad hoc su richiesta, uno (o più, a seconda di quante personalità) per la rassegna relativa alla personalità FS individuata), è corretto?

### **Risposta**

Come specificato nel paragrafo “*B.1.1.1 Attività e modalità di espletamento del servizio*” del Capitolato tecnico, si richiede 1 report giornaliero entro le 18:00 di tutti i giorni, sia feriali che festivi (il numero di report può aumentare in sede di offerta tecnica migliorativa) + 1 rassegna web giornaliera entro le 12:00 nei giorni feriali.

Altri report ad hoc su eventi specifici o tematiche emergenti verranno commissionati per tempo dalla struttura competente FS e verrà concordato un giorno ed un orario di consegna di volta in volta.

## **8. Domanda**

Qual'è l'attuale sistema di monitoraggio e qual'è la piattaforma utilizzata per il web listening e per l'analisi della SERP?

### **Risposta**

Per quanto riguarda l'attività di web listening, il Gruppo FS metterà a disposizione dell'Appaltatore i propri strumenti di web listening (al momento la piattaforma Chorally + altri strumenti proprietari), l'Appaltatore dovrà proporre ulteriori strumenti che verranno valutati in sede di gara, come da paragrafo “*B.2 Altri dettagli del servizio di monitoraggio*”, pag. 13 del Capitolato tecnico. In merito all'attività di analisi SERP, è l'Appaltatore a dover mettere a disposizione della struttura competente di FS l'accesso a servizi web per il monitoraggio e l'analisi SERP, come disciplinato nel paragrafo “*A.2.2.b Monitoraggi SERP*”, pag. 7 del Capitolato tecnico.

## **9. Domanda**



Domanda A: Come funziona la quota minima in riferimento al costo giornaliero del Project Manager?

Domanda B: La quotazione, riferita al lavoro del suddetto, è da considerarsi in full-time o in part-time?

**Risposta**

L'importo posto a base di gara per la tariffa giornaliera del Project Manager è di €250.

Detta tariffa verrà utilizzata come meglio specificato in Capitolato tecnico (paragrafo A,4) per remunerare eventuali progetti ad hoc, non ricompresi nelle attività remunerate con il canone, che coinvolgono la figura professionale in questione.

La quotazione è da considerarsi in full-time.

**10. Domanda**

In merito al criterio di valutazione Q1 "Media Command Center" è prevista la possibilità di caricare un allegato e/o rispondere tramite risposta aperta che descriva eventuali elementi migliorativi rispetto allo specifico criterio Q1? Se sì, di quante pagine massimo?

**Risposta**

Per il criterio di valutazione Q1 "*Media Command Center*" non è previsto il caricamento di un allegato.

Come precisato al paragrafo 3.1.1. del Disciplinare di gara il Concorrente, ai fini dell'attribuzione del relativo punteggio, dovrà all'interno della Busta digitale Tecnica, nella sezione dedicata al presente elemento di valutazione, esprimere la volontà, mediante la selezione dell'apposita voce, di mettere a disposizione, senza costi aggiuntivi, il suddetto strumento.

**11. Domanda**

In merito al criterio di valutazione Q2 "Database con profili web e social di personalità " è prevista la possibilità di caricare un allegato che descriva eventuali elementi migliorativi rispetto allo specifico criterio Q2? Se sì, di quante pagine massimo?

**Risposta**



Per il criterio di valutazione Q2 "*Database con profili web e social di personalità*" non è previsto il caricamento di un allegato.

Come precisato al paragrafo 3.1.2. del Disciplinare di gara il Concorrente, ai fini dell'attribuzione del relativo punteggio, dovrà all'interno della Busta digitale Tecnica, nella sezione dedicata al presente elemento di valutazione, esprimere la volontà, mediante la selezione dell'apposita voce, di mettere a disposizione, senza costi aggiuntivi, il suddetto Database.

## **12. Domanda**

In merito al criterio di valutazione Q6 " *Indicatore rischio reputazionale*" è prevista la possibilità di caricare un allegato con elementi migliorativi? Se sì, di quante pagine massimo?

### **Risposta**

Per il criterio di valutazione Q6 " *Indicatore rischio reputazionale*" non è previsto il caricamento di un allegato.

Come precisato al paragrafo 3.1.6. del Disciplinare di gara il Concorrente, ai fini dell'attribuzione del relativo punteggio, dovrà all'interno della Busta digitale Tecnica, nella sezione dedicata al presente elemento di valutazione, esprimere la volontà, mediante la selezione dell'apposita voce, di mettere a disposizione, senza costi aggiuntivi, il suddetto strumento.

## **13. Domanda**

In merito al criterio Q8 "*Caso di crisis Management e posizionamento online di FS*", il Concorrente dovrà proporre una Presentazione "Caso di crisis management e posizionamento online di FS" in cui viene descritto: un caso di crisi reputazionale realmente gestito dal Concorrente nell'ultimo triennio, a partire dalla data di pubblicazione del Bando di gara, che abbia avuto impatto sulla reputazione di un brand o di un servizio o di un top manager.

In caso di RTI, il caso reputazionale in oggetto deve essere stato svolto dalla mandataria-capogruppo, o in alternativa dalla società mandante del RTI?

### **Risposta**



Il caso reputazionale potrà essere stato svolto dalla mandataria o in alternativa dalla società mandante del RTI.

#### **14. Domanda**

Nel Capitolato tecnico, al punto B3, si parla di 3 figure professionali e si fa riferimento ad un Social Media Analyst che non viene riportato nel disciplinare né tantomeno nell'offerta tecnica al punto A4. Tale figura deve essere considerata come figura aggiuntiva? Oppure no?

#### **Risposta**

Come specificato nel Capitolato tecnico paragrafo “*B.3 Requisiti dell'appaltatore - Expertise del team monitoraggio*”, la figura del Social Media Analyst deve essere compresa all'interno del team di monitoraggio, insieme alle altre due figure professionali del Project Manager e del Reputation Manager (tab.5, pag. 14 del Capitolato tecnico).

Al paragrafo “*A.4 Team dedicato*” del Capitolato tecnico sono invece previste le 7 figure professionali (specificate in tab. 4, pag. 10) per il servizio di Reputation Management.

#### **15. Domanda**

Nel Disciplinare di Gara, al punto Q3 si fa riferimento a dei servizi aggiuntivi e migliorativi per il monitoraggio attivo, indicando come possibile elemento di valutazione la "numerosità delle utenze messe a disposizione di FS". Per numerosità di utenze si intende la numerosità di utenze che FS avrà a disposizione per interagire con lo strumento di Media Command Center e Dashboard, oppure come numerosità di profili da monitorare?

#### **Rispondi**

Per numerosità delle utenze si intende la numerosità di utenze che FS avrà a disposizione per interagire con gli strumenti forniti dal Concorrente.

#### **16. Domanda**

Nel Disciplinare di Gara, al punto Q3 si fa riferimento all'analisi del posizionamento online attuale del brand Ferrovie dello Stato Italiane SpA. Tale analisi deve essere



esclusivamente focalizzata sul posizionamento del brand Ferrovie dello Stato Italiane Spa oppure può comprendere ulteriori brand (es. Trenitalia)?

**Risposta**

I servizi per ottimizzare il livello di servizio di Monitoraggio attivo (Q3) devono essere focalizzati su tutti i brand del Gruppo FS.

Diversamente, come specificato nel paragrafo “3.1.8. Gestione “Caso di crisi Management e posizionamento online di FS” (Q8) = Max 5 punti”, pag. 15 del Disciplinare di gara è richiesta l’analisi del posizionamento online attuale del brand Ferrovie dello Stato Italiane SpA.

**17. Domanda**

Con riferimento al documento All.5 Capitolato Tecnico Tab.4 si chiede quale sia l’impegno stimato in GG/UU per i 12 mesi contrattuali per ogni figura professionale che concorre a formare l’importo contrattuale a base d’asta.

**Risposta**

L’organizzazione del Team per fornire i servizi di reputation management remunerati con il canone è rimessa all’Appaltatore.

Il Team di Reputation Management dovrà garantire disponibilità ed operatività nei seguenti giorni ed orari:

- Attività standard: dal lunedì al venerdì fascia oraria 8.00 – 23.00;
- Attività Evento Programmato: in base agli eventi in programma concordati con FS, anche nei festivi e weekend;
- Attività Gestione della Crisi: h 24, 7 giorni su 7 per tutta la durata dell’evento di crisi.

**18. Domanda**

Con riferimento all’All.7, Art.8 si fa riferimento alla quotazione di un canone mensile che andrebbe a coprire le attività del Capitolato tecnico Parte A e B, ad esclusione del servizio di reperibilità. In riferimento a tale servizio, è da considerarsi esclusa dunque la gestione della crisi già inclusa nelle attività dovute nella Parte A e B e dunque si fa riferimento soltanto alla possibilità di chiamare e/o essere chiamati in caso di approfondimenti su eventuali alert?



### **Risposta**

Si precisa che l'art. 8 testualmente prevede “*All'interno del canone mensile di cui alla superiore lettera a) dovranno essere ricomprese tutte le attività indicate nel Capitolato Tecnico Parte A – ad eccezione di eventuali progetti ad hoc – e Parte B – ad eccezione del servizio di reperibilità a chiamata B.1.2. - [nonché qualora indicati in sede di gara, tutti i servizi migliorativi offerti]*”.

In reperibilità, remunerata con il corrispettivo di cui all'art. 8 lett. b), possono essere richieste tutte le attività previste al punto B del Capitolato tecnico nelle fasce orarie non già coperte dal monitoraggio attivo.

### **19. Domanda**

Si richiede di confermare con riferimento al requisito di cui al punto III.1.2 del Bando di Gara se tale requisito si riferisca al fatturato globale degli ultimi tre esercizi finanziari della società, o al fatturato specifico della stessa e in questo secondo caso cosa si intenda per "settore di attività a cui l'appalto si riferisce".

### **Risposta**

Il requisito di cui al punto III.1.2 del Bando di Gara si riferisce al fatturato specifico degli ultimi tre esercizi finanziari della società, ossia relativo ai servizi di gestione della reputazione online e monitoraggio web e social network.

### **20. Domanda**

Con riferimento al documento All.5 Capitolato Tecnico, Tab 3. si chiede un supporto per l'attività di Gestione di crisi reputazionali. Sulla base dei dati più recenti a vostra disposizione, potete fornire una stima indicativa del numero di crisi reputazionali a livello mensile?

### **Risposta**

Si veda la Risposta n.5.

### **21. Domanda**

In merito al requisito economico richiesto nel bando di gara al paragrafo III.1.2 confermate che il valore di € 300.000 si riferisce al fatturato specifico totale riferito ai



3 anni 2018-2019-2020? O bisogna considerare anche l'anno 2021 fino alla data di pubblicazione del bando?

**Risposta**

Il fatturato specifico richiesto si riferisce agli ultimi tre esercizi finanziari da bilancio approvato alla data di pubblicazione del bando di gara. Non vanno considerati i primi mesi dell'anno 2021 se non facenti parti dell'ultimo bilancio approvato.

**22. Domanda**

La cauzione richiesta di euro 100.000 è riducibile del 50% in caso di PMI e/o possesso di certificazione ISO 9001?

**Risposta**

Come indicato nel Disciplinare al paragrafo 10.2, la garanzia definitiva non è ulteriormente deducibile.

**23. Domanda**

Confermate che nell'offerta economica non devono essere indicati gli oneri della sicurezza in quanto si tratta di attività di natura intellettuale?

**Risposta**

Come indicato nel Disciplinare di gara al paragrafo 5C, nella Busta digitale Economica dovranno essere indicati esclusivamente gli Oneri della sicurezza **interni** da rischio specifico, ossia gli oneri per la sicurezza afferenti ai costi specifici dell'attività di impresa.

**24. Domanda**

In riferimento al Disciplinare paragrafo 3.1.3. Servizi per ottimizzare il livello di servizio di Monitoraggio attivo (Q3) *“La Presentazione dovrà consistere in un documento in formato PPT di massimo 30 slides (dal conteggio saranno esclusi copertina ed indice ove presenti) contenente la descrizione dei n.2 servizi aggiuntivi ed aventi l'obiettivo di arricchire l'esperienza del monitoraggio, fornire ulteriori fonti dati e metriche per l'identificazione dei fenomeni mediatici di interesse per FS, nonché qualunque altro elemento di utilità pertinente al servizio in oggetto”*: la presentazione caricata a sistema potrà essere in formato PDF o dovrà rimanere PPT editabile?



### **Risposta**

Come indicato nel Disciplinare di gara al paragrafo 3.1.3., la Presentazione dovrà essere in formato PPT. Tuttavia, può essere ammessa anche la Presentazione in ppt convertita in formato pdf.

### **25. Domanda**

In riferimento al Disciplinare paragrafo 3.1.3. Servizi per ottimizzare il livello di servizio di Monitoraggio attivo (Q3): i servizi aggiuntivi devono essere n.2 o possono anche essere di più?

### **Risposta**

I servizi aggiuntivi e migliorativi per ottimizzare il livello del servizio di monitoraggio attivo richiesti sono 2, tutti i servizi proposti verranno giudicati sulla base dei criteri e delle modalità indicate nel paragrafo “3.1.3. *Servizi per ottimizzare il livello di servizio di Monitoraggio attivo (Q3) = Max 10 punti?*”, a pag. 6 del Disciplinare di gara.

### **26. Domanda**

In riferimento al Disciplinare paragrafo 10.2 Garanzie: si chiede conferma che la fideiussione che dovrà prestare l'aggiudicatario del valore di Euro 100.000 non possa essere ulteriormente riducibile neanche ai sensi dell'art 93 codice appalti in caso di possesso della certificazione ISO 9001.

### **Risposta**

Si veda la Risposta n.22.

### **27. Domanda**

In riferimento al requisito del Bandi di gara punto III.1.3 Capacità professionale e tecnica: si richiede di confermare che i criteri A e B se cumulati nello stesso servizio devono attestare un valore pari a 160.000 Euro (divisi a metà tra monitoraggio e gestione).

### **Risposta**

Si conferma: almeno 80 000,00 EUR (IVA esclusa) per l'esecuzione di servizi relativi alla gestione della reputazione online e almeno 80 000,00 EUR (IVA esclusa) per l'esecuzione di servizi relativi al monitoraggio web e social network, entrambi svolti



per aziende e brand di rilievo (aziende facenti parte di Gruppi di società e/o a partecipazione pubblica, banche, enti, ecc.) con oltre 10 000 dipendenti operanti anche in settori internazionali

## **28. Domanda**

Domanda A: In riferimento al punto 3.2 "punteggio prezzo" del documento eGPA LIN FS 63.21\_ DISCIPLINARE e nello specifico alla tabella a pagine 26 e 27 del documento, siamo a chiedere un chiarimento sulla corretta interpretazione delle tariffe giornaliere delle figure professionali richieste. I valori delle tariffe indicate ci appaiono non in linea con il mercato in considerazione delle disponibilità ed operatività richieste (8.00 - 23.00, da lunedì a venerdì). Come mai il valore economico delle tariffe giornaliere espresse è inferiore al costo del lavoratore, con esperienza minima indicata nel disciplinare di gara, assunto secondo le indicazioni del ccnl di società di servizi?

Domanda B: In che modo è possibile valorizzare gli straordinari e le attività da svolgere fuori dagli orari di lavoro?

Domanda C: Dovendo garantire operatività e disponibilità, anche solo per le attività standard, dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 23.00, è possibile organizzare turni di lavoro per il team dedicato o è necessario che tutti i membri del team siano contemporaneamente operativi tutti i giorni dalle 8 alle 23?

Domanda D: Nell'allegato tecnico al punto B.1.1.1 b) viene richiesto l'invio di report sintetici tutti i giorni entro le 18, weekend e festivi compresi. In questo caso viene richiesta la disponibilità ed operatività nel team solo per l'invio del report o anche in altri orari, fatta eccezione per la reperibilità in caso di crisi o attività ad hoc?

## **Risposta**

Di seguito le relative risposte:

Risposta A: Per quanto riguarda le tariffe a base d'asta confermiamo i valori in quanto congrui rispetto all'anzianità e seniority richieste.

Risposta B – C - D: Rispetto a queste domande si premette che l'organizzazione del lavoro, ferme le indicazioni minime in termini di servizio atteso, rientra nei compiti/responsabilità dell'Appaltatore. Posto quanto sopra, sia il team dedicato al servizio di monitoraggio (tab.5, paragrafo "B.3 Requisiti dell'appaltatore - Expertise



del team monitoraggio", pag. 14 del capitolato tecnico), sia il team dedicato al servizio di reputation management (tab.4, paragrafo "A.4 Team dedicato", pag. 10 del capitolato tecnico) possono organizzarsi su turni di lavoro al fine di garantire disponibilità e operatività nelle fasce orarie richieste per le attività di monitoraggio (dettagliate al paragrafo "B.1.2.1 Espletamento del servizio di reperibilità", pag. 13 del capitolato tecnico) e per le attività finalizzate al raggiungimento degli obiettivi reputazionali concordati con il Gestore dell'Accordo (dettagliate al paragrafo "A.4 Team dedicato", pag. 10 del capitolato tecnico).

Non è richiesto che tutti i membri dei team siano contemporaneamente operativi in tutte le fasce orarie.

## **29. Domanda**

In riferimento alla dichiarazione richiesta al punto 5.A.f) del disciplinare, da rendere a video nella sezione 1.3 della risposta amministrativa al punto 1.3.2, si chiede cortesemente di confermare che, in caso di consorzi di cui all'art. 45 comma 2 lett. c (consorzi stabili), sia obbligatoria solo l'indicazione delle consorziate designate per l'esecuzione poichè i consorzi stabili sono organismi unitari a cui imputare le prestazioni e rispondono in proprio delle prestazioni da eseguire e che pertanto trattasi di refuso la richiesta di indicare, anche per tali consorzi, la ripartizione delle quote tra i singoli operatori designati quali esecutori.

## **Risposta**

Si conferma. Nell'ipotesi di partecipazione in Consorzi ex art. 45, comma 2, lett. c del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. non è richiesta l'indicazione a Portale della ripartizione delle quote dell'appalto (in termini percentuali) tra i singoli Operatori economici designati quali esecutori.

L'indicazione della ripartizione dell'Appalto dovrà pertanto essere effettuata esclusivamente in caso di Consorzi ex art. 45 comma 2 lett. b del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. e non anche nell'ipotesi di Consorzi ex art. 45, comma 2, lett. c del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i..

Distinti saluti



Claudia Gasbarri