UNIONE EUROPEA

PUGLIA FESR·FSE 2014/2020
Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8

REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI

Puglia PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014-2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo"
Asse VI – Tutela dell'ambiente e Promozione delle Risorse naturali e culturali –
Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39I18000090009

OGGETTO: Progetto FESR-FSE "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia" (business to consumer) – Piano di comunicazione della destinazione Puglia per il 2018-2019 – Selezione dei fornitori di cui alle Call media plan 1/2018 e 2/2018 approvate con Determinazione del Direttore Generale n. 199/2018.

VERBALE

In data 20 dicembre 2018 si riunisce presso l'Agenzia regionale Pugliapromozione il nucleo di valutazione delle proposte tecniche relative al Piano di comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia 2018-2019 al fine di dare evidenza, con verbale finale, delle offerte ricevute, riportando le valutazioni di ammissibilità e idoneità delle stesse in relazione ai criteri indicati nelle Call media plan 1/2018 e 2/2018. Si precisa che la stessa commissione si riunirà con cadenza periodica entro i termini indicati nel suddetto avviso per le successive valutazioni di proposte ulteriori, a valere sul medesimo avviso e per tutta la durata dello stesso, fino ad esaurimento delle risorse disponibili. Partecipano alla riunione:

- Avv. Miriam Giorgio, Responsabile unico del procedimento;
- Dott.ssa Irenella Sardone, Responsabile dell'esecuzione;
- Dott.ssa Ilaria Rima, segretario verbalizzante;

Vengono acquisite le offerte regolarmente pervenute al protocollo alla data odierna, con evidenza dei protocolli di arrivo. Si riporta nella pagina seguente il dettaglio delle proposte ricevute.

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014-2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo"
Asse VI – Tutela dell'ambiente e Promozione delle Risorse naturali e culturali –
Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39I18000090009

CAMPAGNA di comunicazione nazionale Destinazione Puglia 2018-2019

	Fornitori	Protocollo offerta
1	Facemagazine.it	0026462-E-2018 del 05.11.2018
2	Danae Project Srl	0030008-E-2018 del 27.11.2018
3	Hearst Magazine Italia S.p.A.	0030384-E-2018 del 30.11.2018
4	PB Editore	0008148-E2018 del 30.11.2018
5	Red Carpet Srl	0030382-E-2018 del 30.11.2018
6	Publiconsult 2000 Srl	0030393-E-2018 del 30.11.2018
7	Sport Network Srl	0030394-E-2018 del 30.11.2018
8	Radionorba Srl	0031888-E-2018 del 20.12.2018

CAMPAGNA di comunicazione regionale Destinazione Puglia 2018-2019

	Fornitori	Protocollo offerta
9	Format Srl	0030395-E-2018 del 30.11.2018

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014-2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo"
Asse VI – Tutela dell'ambiente e Promozione delle Risorse naturali e culturali –
Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39I18000090009

In riferimento alla Call 1/2018 (Piano di comunicazione nazionale 2018-2019) tutte le proposte pervenute risultano rispondenti ai requisiti formali e quindi ammissibili. Di seguito, il dettaglio delle singole valutazioni di idoneità delle proposte ammesse.

Le proposta pervenuta dalla ditta Danae project Srl risulta rispondenti ai criteri di target, timing, media mix e agli obiettivi di brand awareness, così come illustrati ai punti 2, 3, 4, 5 del predetto avviso. Tuttavia, si ritiene opportuno procedere ad una richiesta di rimodulazione, tenendo conto che non tutti i mezzi proposti per la parte social sono adattabili ad una brandizzazione, anche considerando che lo spazio disponibile non è idoneo all'apposizione dei loghi.

La proposta pervenuta dalla ditta "facemagazine.it" risulta rispondente ai criteri illustrati nel predetto avviso. Tuttavia, si ritiene opportuno procedere ad una richiesta di rimodulazione, tenendo conto che non tutti i mezzi proposti per la parte social sono adattabili ad una brandizzazione, anche considerando che lo spazio disponibile non è idoneo all'apposizione dei loghi. Ci si riserva, inoltre, di effettuare approfondimenti sulla ragione fiscale e amministrativa della ditta.

La proposta pervenuta dalla ditta PB editore, seppur sufficientemente coerente con i criteri di target, timing, media mix e agli obiettivi di brand awareness, così come illustrati ai punti 2, 3, 4, 5 del predetto avviso, non garantisce tuttavia, in riferimento al mezzo proposto, una tiratura sufficientemente adeguata a raggiungere gli obiettivi di comunicazione del predetto avviso; pertanto la stessa non è idonea.

La proposta pervenuta dalla ditta Publiconsult 2000 Srl non risulta valutabile poiché non sufficientemente esplicativa dei contenuti tecnici oltre a mancare dell'indicazione del costo totale del servizio proposto.

La proposta pervenuta dalla ditta Red Carpet Srl non risulta valutabile poiché non sufficientemente esplicativa dei contenuti tecnici, mancando di dettagli numerici dei mezzi proposti, ritenuti elementi necessari alla valutazione.

La proposta pervenuta dalla ditta Hearts Magazine Italia S.p.A. consistente in spazi advertising su riviste di moda, non risulta rispondente al criterio indicato al paragrafo 4. Media Mix della Call 1/2018, che, riguardo al mezzo stampa, specifica che la campagna coinvolgerà mezzi specializzati in viaggi, leisure, eventi culturali, spettacolo dal vivo, arte e mostre, a livello di stampa nazionale e stampa specializzata.

La proposta ricevuta dalla ditta Sport Network Srl, pur interessante per diffusione del mezzo, non risulta idonea in quanto non sufficientemente innovativa rispetto alla tipologia dell'in-flight magazine e al media-mix di cui alla Call.

La proposta pervenuta dalla ditta Radionorba Srl risulta rispondente ai criteri di target, timing, media mix e agli obiettivi strategici, di comunicazione e di brand awareness, così come illustrati ai punti 2, 3, 4, 5 del predetto avviso. La proposta risulta, quindi, idonea anche tenendo conto dell'unicità del prodotto proposto, che garantisce al brand Puglia visibilità e ritorno d'immagine a livello nazionale, avvalendosi, fra gli altri strumenti, di una diretta televisiva di un evento di spicco nel capoluogo pugliese e di attività di promozione su altre emittenti televisive e radiofoniche. Il nucleo ritiene tuttavia di rimodulare il prezzo proposto per un importo massimo pari a € 150.000,00 oltre iva.

Con riferimento alla Call media plan 2/2018 (Piano di comunicazione regionale 2018-2019) la proposta pervenuta dalla ditta Format Srl risulta rispondente ai requisiti formali. La stessa risulta coerente con i criteri di target, timing, media mix e agli obiettivi di brand awareness,

così come illustrati ai punti 2, 3, 4, 5 del predetto avviso. Tuttavia, la commissione si riserva di procedere con una richiesta di rimodulazione del prezzo proposto.

Il nucleo procede dunque a valutare la congruità dei preventivi proposti, ed accerta la capienza di risorse necessarie per soddisfare gli obiettivi qualitativi e quantitativi delle proposte presentate.

Il gruppo di lavoro considera terminata la valutazione delle offerte alle ore 14:00 e rimanda agli uffici competenti la predisposizione del provvedimento d'approvazione finale delle offerte idonee, la predisposizione delle rinegoziazioni e l'esecuzione del Piano di comunicazione 2018-2019.

Bari, li 20.12.2018

Firme

Il direttore dell'Esecuzione

dott.ssa Irenella Sardone

Il Rup

avv. Miriam Giorgio

Segretario verbalizzante

dott.ssa Ilaria Rima