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 alla Call media plan 3/2018 approvata con Determinazione del Direttore Generale n. 229 del 22.05.2018

VERBALE

In data 4 dicembre alle ore 12.00 nella sede della Direzione generale dell'Agenzia regionale del Turismo, Pugliapromozione, si riunisce il nucleo di valutazione delle proposte tecniche relative al Piano di comunicazione internazionale della destinazione Puglia 2018. Il nucleo procede con il verbale finale sulle offerte ricevute riportando le valutazioni in relazione ai criteri indicati nella Call media plan 3/2018. Analogamente, la stessa commissione si riunirà con cadenza periodica per le valutazioni di proposte, ulteriori ed eventuali, a valere sul medesimo avviso e per tutta la durata dello stesso fino a esaurimento delle risorse disponibili.

Prendono parte alla riunione:

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

Sono ammesse a valutazione le offerte regolarmente pervenute al protocollo alla data odierna, con evidenza dei protocolli di arrivo di cui si riporta il dettaglio nello schema alla pagina seguente.

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 internazionale Destinazione Puglia 2018-2019

	Fornitori	Protocollo offerta	Importo
1	Kommersant Publishing House	0026334-E-2018 del 02.11.2018	1.581.000,00Rub. (pari a €21.131,55 Iva esente)
2	Gretz Communications AG	0027436-E-2018 del 08.11.2018	€128.688,80 Iva inclusa
3	Gorod Media Publishing House	0030078-E-2018 del 28.11.2018	€20.000,00 Iva esente
4	Spiegel – Verlag KG	0030366-E-2018 del 30.11.18	€60.843,68 Iva esente
5	GQuadro advertising s.r.l.	0030690-E-2018 del 04.12.2018	€340.000,00 oltre Iva

Tutte le proposte pervenute risultano rispondenti ai requisiti formali. Di seguito, il dettaglio delle singole valutazioni.

Nello specifico, la commissione ritiene non valutabile la proposta di Kommersant Publishing House in quanto non sufficientemente esplicativa sui contenuti tecnici della proposta stessa, difettando degli elementi relativi agli spazi, agli ingombri, alla resa complessiva della fornitura oggetto di proposta, e recando sigle non specificate in nessuna legenda.

La proposta di Gretz Communications AG viene ritenuta sufficientemente coerente con i criteri di target, media mix e con gli obiettivi di brand awareness, così come illustrati nell'avviso Call media plan n.3/2018 ai punti 2, 4, 5. Tuttavia, la commissione si riserva di procedere con una

richiesta di rimodulazione in riferimento, in primo luogo, alla ponderazione economica dell'offerta, oltre che al media mix e al timing, al fine di verificare la compatibilità del media mix proposto con la strategia della campagna internazionale di comunicazione 2019.

Relativamente alla proposta di Gorod Media Publishing House la commissione, valutata la stessa in ogni suo aspetto e condivisa la pertinenza con l'avviso in parola e segnatamente con i mercati di riferimento, ritiene ammettere l'offerta tecnica e parimenti di procedere con la richiesta di rimodulazione in merito ai dettagli del media mix, al fine di rendere più efficace la campagna nel suo complesso e, al contempo, di garantire la congruità del prezzo proposto.

In merito alla proposta di Spiegel – Verlag KG, il nucleo di valutazione prende atto che la stessa è stata precedentemente presentata da un soggetto non legittimato (agente di commercio per l'Italia) e, pertanto, richiede di apportare una rettifica in merito al provvedimento Det. 555/2018 dando atto che Spiegel – Verlag KG possiede i requisiti soggettivi per la partecipazione alla Call 3/2018.

In ultimo, la commissione procede con la valutazione della proposta di GQuadro advertising srl che risulta essere sufficientemente rispondente agli obiettivi di *brand awareness* dell'avviso. Tuttavia, l'offerta in parola non può essere accettata in quanto fondata su voci di costo tecnicamente non ammissibili. Tali voci infatti si riferiscono a servizi eterogenei rispetto all'acquisto di spazi media né assimilabili o complementari agli stessi.

La commissione conclude la valutazione delle proposte alle ore 14.00 e rinvia agli uffici competenti la predisposizione del provvedimento d'approvazione finale delle offerte ed esecuzione del Piano di comunicazione 2018-2019.

Bari, li 04.12.2018

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

Il direttore dell'Esecuzione

dott.ssa Irenella Sardone

Il Rup

avv. Miriam Giorgio

Segretario verbalizzante

dott.ssa Alessandra Campanile