



Rimini, 13 marzo 2017

A tutte le imprese invitate

**DESCRIZIONE DEI SERVIZI DA PREVEDERE NELL'AMBITO DELL'OFFERTA PER "L'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI PIANIFICAZIONE, PRENOTAZIONE E GESTIONE DI TEMPI PUBBLICITARI PER UNA CAMPAGNA RADIO MERCATO ITALIA DEDICATA ALLA VALORIZZAZIONE DEL POTENZIALE TURISTICO DELLE TERME DELL'EMILIA ROMAGNA (1° SEMESTRE 2017)"**

### **Descrizione progetto e obiettivi**

Sono ben 24 i centri termali distribuiti in 19 località dell'Emilia Romagna (<http://www.emiliaromagnaterme.it/>).

Le aziende che risponderanno all'invito dovranno proporre un'ipotesi di campagna pubblicitaria mercato Italia sul mezzo radio per la promozione del prodotto turismo termale in Emilia Romagna (turismo = presenze: notti trascorse negli esercizi ricettivi) e, nell'eventualità dell'aggiudicazione, acquistare, prenotare e gestire i tempi pubblicitari.

Radio individuate: Radio Rai 1 e 2;

Target: adulti 25 – 54 anni;

Formato spot: 30 secondi; sarà utilizzato lo spot realizzato nel 2016 da Radio Rai, eventuali diritti di speaker e musicali da comprendere nell'importo a base d'asta.

On air in tre distinti flight:

- dal 3 al 13 aprile;
- dall'8 al 26 maggio;
- dal 5 al 23 giugno.

Giorni attivi e fascia oraria: dal lunedì al venerdì, dalle ore 07.30 alle ore 17.00.

APT Servizi srl si riserva la facoltà di richiedere modifiche al piano mezzi proposto.

### **STRATEGIA E PIANIFICAZIONE**

Gli operatori economici concorrenti dovranno presentare un documento strategico con:

- interpretazione degli obiettivi e della strategia di comunicazione;
- analisi delle campagne e dei risultati della concorrenza;
- simulazione delle alternative di piano; pre-valutazione delle alternative di piano;
- scenario acquisto mezzi, opportunità di acquisto dei tempi media;
- definizione del calendario.

Il documento strategico dovrà essere accompagnato da una proposta di piano media.

## GESTIONE

In caso di aggiudicazione, l'operatore economico aggiudicatario dovrà:

- procedere alla prenotazione dei tempi pubblicitari;
- compilare e inviare ad Apt Servizi le schede con le specifiche tecniche per la realizzazione e la consegna ai media degli avvisi pubblicitari;
- ottimizzare in maniera continuativa il calendario delle uscite degli avvisi;
- tenere e aggiornare un conto economico dettagliato della campagna;
- post – analizzare i risultati di comunicazione della campagna;
- raccogliere e fornire ad Apt Servizi i giustificativi (punti ora da fornire prima dell'avvio della campagna e registrazione in formato mp3 di un adeguato numero di passaggi);
- controllare qualitativamente e quantitativamente la campagna;
- attivare eventuali contestazioni nei confronti di editori / concessionarie di pubblicità.

Apt Servizi potrà chiedere al centro media aggiudicatario di sospendere, ridurre, modificare e cancellare prenotazioni di spazi e tempi pubblicitari sui media, entro la scadenza dei termini previsti dagli accordi.

### CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'OFFERTA TECNICA:

Approccio metodologico e documento strategico.	massimo 5 punti
Ipotesi di pianificazione.	massimo 25 punti
Il numero di GRP sviluppati dalla campagna.	massimo 25 punti
La scontistica rispetto alle quotazioni di listino dei tempi e degli spazi pubblicitari.	massimo 5 punti
- La qualità della struttura organizzativa (composizione quantitativa e valutazione dei curricula dei componenti del gruppo di lavoro con riferimento alle attività già realizzate; - eventuale esperienza nell'ambito della promozione turistica.	massimo 5 punti
- L'ammontare annuo del budget gestito sul mezzo radio per gli anni 2014, 2015 e 2016; - il portfolio clienti anni 2014, 2015 e 2016; - partnership di lungo periodo.	massimo 5 punti

Saranno escluse le offerte tecniche che abbiano ottenuto un punteggio tecnico inferiore a 50 punti.