



**Apt Servizi srl**  
Commissione di valutazione delle offerte

Rimini, 7 giugno 2018

**OGGETTO: PROCEDURA NEGOZIATA PER LA STIPULA DI UN ACCORDO QUADRO RELATIVO ALL'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI CAMPAGNA PROMO-COMMERCIALE IN GERMANIA - SEGMENTO TURISMO ORGANIZZATO, FINALIZZATA ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE E AL POSIZIONAMENTO SUL MERCATO DEL MARCHIO GLOBALE DI DESTINAZIONE "EMILIA-ROMAGNA" (CODICE C.I.G 7476960694) – VERBALE COMMISSIONE DI VALUTAZIONE.**

L'anno duemiladiciotto (2018) addì sette (7) del mese di giugno, alle ore 09:45 negli uffici di Rimini di APT Servizi s.r.l., p.le Fellini n. 3, si è riunita la commissione giudicatrice composta da:

Nome	Ruolo	Qualifica
Claudia Valentini	Presidente	Responsabile Comunicazione Estero
Laura Lopez	Responsabile Tecnico	Ufficio Marketing
Carlo Bisaccioni	Segretario verbalizzante	Ufficio Amministrazione

per effettuare la valutazione delle buste Amministrative inviate delle aziende candidate per l'affidamento della prestazione di servizi avente oggetto **"invito alla procedura negoziata per la stipula di un accordo quadro relativo all'affidamento del servizio di campagna promo-commerciale in Germania - segmento turismo organizzato, finalizzata alla promo-commercializzazione e al posizionamento sul mercato del marchio globale di destinazione "Emilia-Romagna" (Codice C.I.G 747690694)".**

L'apertura delle buste è avvenuta in seduta pubblica con nessuno dei concorrenti presenti.

**PREMESSO** che si è deciso di invitare alla procedura negoziata i fornitori che, avendo appreso della procedura dall'avviso pubblicato in data 8 maggio 2018 sul sito istituzionale di Apt Servizi Srl, hanno manifestato un interesse a partecipare inviando una mail all'indirizzo [bandi@aptservizi.com](mailto:bandi@aptservizi.com)

**RILEVATO** che entro il termine del 21 maggio 2018, entro l'orario stabilito sono state ricevute 6 (sei) manifestazioni d'interesse via mail da parte delle società:

- DER Touristik Deutschland GmbH
- FTI Group
- Olimar
- Prima Tour SPA
- Thomas Cook DE



- TUI Deutschland GmbH

**ACCERTATO** che entro il termine del 5 giugno 2018, entro l'orario stabilito, sono pervenuti 4 (quattro) plichi da parte delle società:

- DER Touristik Deutschland GmbH
- FTI Group
- Thomas Cook DE
- TUI Deutschland GmbH

Il RUP procede a verificare l'integrità e la regolarità dei plichi e successivamente all'apertura della busta A contenente la documentazione amministrativa per verificare la regolarità dei documenti ivi contenuti.

Il RUP attiva la procedura del soccorso istruttorio per il concorrente DER Touristik Deutschland, in quanto mancante dalla busta A la copia del documento d'identità del legale rappresentante che ha sottoscritto la dichiarazione sostitutiva. Il RUP acquisisce la copia del documento d'identità mancante in data 8 giugno 2018 via mail all'indirizzo [bandi@ptservizi.com](mailto:bandi@ptservizi.com).

IL PRESIDENTE  
Claudia Valentini

IL RESP. TECNICO  
Laura Lopez

IL SEGRETARIO  
VERBALIZZANTE  
Carlo Bisaccioni



**Apt Servizi srl**  
Commissione di valutazione delle offerte

Prot. n. 0081/2018

Rimini, 11 giugno 2018

**OGGETTO: PROCEDURA NEGOZIATA PER LA STIPULA DI UN ACCORDO QUADRO RELATIVO ALL'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI CAMPAGNA PROMO-COMMERCIALE IN GERMANIA - SEGMENTO TURISMO ORGANIZZATO, FINALIZZATA ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE E AL POSIZIONAMENTO SUL MERCATO DEL MARCHIO GLOBALE DI DESTINAZIONE "EMILIA-ROMAGNA" (CODICE C.I.G 7476960694) – VERBALE COMMISSIONE DI VALUTAZIONE.**

L'anno duemiladiciotto (2018) addì undici (11) del mese di giugno, alle ore 09:45 negli uffici di Rimini di APT Servizi s.r.l., p.le Fellini n. 3, si è riunita nuovamente la commissione giudicatrice composta da:

Nome	Ruolo	Qualifica
Claudia Valentini	Presidente	Responsabile Comunicazione Estero
Laura Lopez	Responsabile Tecnico	Ufficio Marketing
Carlo Bisaccioni	Segretario verbalizzante	Ufficio Amministrazione

per effettuare la valutazione delle offerte tecniche inviate delle aziende candidate per l'affidamento della prestazione di servizi avente oggetto **"invito alla procedura negoziata per la stipula di un accordo quadro relativo all'affidamento del servizio di campagna promo-commerciale in Germania - segmento turismo organizzato, finalizzata alla promo-commercializzazione e al posizionamento sul mercato del marchio globale di destinazione "Emilia-Romagna" (Codice C.I.G 747690694)"**

**ACCERTATO** che entro il termine del 5 giugno 2018, entro l'orario stabilito, sono pervenuti 4 (quattro) plichi da parte delle società:

- DER Touristik Deutschland GmbH
- FTI Group
- Thomas Cook DE
- TUI Deutschland GmbH

Il RUP all'apertura delle buste B – offerta tecnica al solo fine di verificarne il contenuto e ammette alla fase successiva di valutazione tecnica le offerte di tutti i 4 (quattro) concorrenti

La commissione, accertata la regolarità e la delle offerte pervenute, procede alla valutazione delle offerte tecniche, utilizzando la seguente griglia di valutazione:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGI
1) Impatto della strategia e del progetto di marketing sullo sviluppo, la crescita e la stabilità dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna	Qualità complessiva del piano strategico di marketing proposto, con riferimento agli obiettivi, alla varietà e all'innovazione dei prodotti, al livello di segmentazione dei target group, alla destagionalizzazione dei flussi turistici. <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	Punteggio massimo: 40 punti <i>Ottimo: 40 punti Buono: 30 punti Discreto: 25 punti Sufficiente: 20 punti Insufficiente: 10 punti</i>
2) Efficacia ed efficienza della campagna promo-commerciale	Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promo-commerciale della Destinazione Emilia-Romagna	Punteggio massimo: 40 punti <i>Ottimo: 40 punti Buono: 30 punti Discreto: 25 punti Sufficiente: 20 punti Insufficiente: 10 punti</i>
3) Qualità della proposta creativa della campagna promo-commerciale	Originalità, impatto visivo, innovatività e bellezza della grafica, coerenza con i valori del global brand di destinazione Emilia-Romagna e dei prodotti turistici della Regione Emilia-Romagna <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	Punteggio massimo: 20 punti <i>Buono: 20 punti Discreto: 15 punti Sufficiente: 10 punti Insufficiente: 5 punti</i>
<b>TOTALE MAX</b>		100 punti



**VAGLIATA** l'offerta tecnica di 'DER Touristik Deutschland GmbH' la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGIO ASSEGNATO
1) Impatto della strategia e del progetto di marketing sullo sviluppo, la crescita e la stabilità dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna	Qualità complessiva del piano strategico di marketing proposto, con riferimento agli obiettivi, alla varietà e all'innovazione dei prodotti, al livello di segmentazione dei target group, alla destagionalizzazione dei flussi turistici. <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	30 PUNTI
2) Efficacia ed efficienza della campagna promo-commerciale	Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promo-commerciale della Destinazione Emilia-Romagna	30 PUNTI
3) Qualità della proposta creativa della campagna promo-commerciale	Originalità, impatto visivo, innovatività e bellezza della grafica, coerenza con i valori del global brand di destinazione Emilia-Romagna e dei prodotti turistici della Regione Emilia-Romagna <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	10 PUNTI
<b>TOTALE PUNTEGGIO</b>		<b>70 PUNTI</b>

**VAGLIATA** l'offerta tecnica di 'FTI Group' la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGIO ASSEGNATO
1) Impatto della strategia e del progetto di marketing sullo sviluppo, la crescita e la stabilità dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna	Qualità complessiva del piano strategico di marketing proposto, con riferimento agli obiettivi, alla varietà e all'innovazione dei prodotti, al livello di segmentazione dei target group, alla destagionalizzazione dei flussi turistici. <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	30 PUNTI
2) Efficacia ed efficienza della campagna promo-commerciale	Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promo-commerciale della Destinazione Emilia-Romagna	40 PUNTI
3) Qualità della proposta creativa della campagna promo-commerciale	Originalità, impatto visivo, innovatività e bellezza della grafica, coerenza con i valori del global brand di destinazione Emilia-Romagna e dei prodotti turistici della Regione Emilia-Romagna <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	10 PUNTI
<b>TOTALE PUNTEGGIO</b>		<b>80 PUNTI</b>



**VAGLIATA** l'offerta tecnica di **'Thomas Cook DE'** la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGIO ASSEGNATO
1) Impatto della strategia e del progetto di marketing sullo sviluppo, la crescita e la stabilità dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna	Qualità complessiva del piano strategico di marketing proposto, con riferimento agli obiettivi, alla varietà e all'innovazione dei prodotti, al livello di segmentazione dei target group, alla destagionalizzazione dei flussi turistici. <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	30 PUNTI
2) Efficacia ed efficienza della campagna promo-commerciale	Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promo-commerciale della Destinazione Emilia-Romagna	40 PUNTI
3) Qualità della proposta creativa della campagna promo-commerciale	Originalità, impatto visivo, innovatività e bellezza della grafica, coerenza con i valori del global brand di destinazione Emilia-Romagna e dei prodotti turistici della Regione Emilia-Romagna <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	15 PUNTI
<b>TOTALE PUNTEGGIO</b>		<b>85 PUNTI</b>

**VAGLIATA** l'offerta tecnica di **'TUI Deutschland GmbH'** la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGIO ASSEGNATO
1) Impatto della strategia e del progetto di marketing sullo sviluppo, la crescita e la stabilità dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna	Qualità complessiva del piano strategico di marketing proposto, con riferimento agli obiettivi, alla varietà e all'innovazione dei prodotti, al livello di segmentazione dei target group, alla destagionalizzazione dei flussi turistici. <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	40 PUNTI
2) Efficacia ed efficienza della campagna promo-commerciale	Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promo-commerciale della Destinazione Emilia-Romagna	30 PUNTI
3) Qualità della proposta creativa della campagna promo-commerciale	Originalità, impatto visivo, innovatività e bellezza della grafica, coerenza con i valori del global brand di destinazione Emilia-Romagna e dei prodotti turistici della Regione Emilia-Romagna <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</i>	20 PUNTI
<b>TOTALE PUNTEGGIO</b>		<b>90 PUNTI</b>





Completata la valutazione delle offerte tecniche e l'attribuzione dei punteggi da parte della commissione di valutazione, si procede alla definizione della graduatoria finale qui di seguito riportata:

- 1 - TUI Deutschland GmbH – 90 punti
- 2 - Thomas Cook DE – 85 punti
- 3 - FTI Group – 80 punti
- 4 - DER Touristik Deutschland GmbH – 70 punti

Verificata la disponibilità delle risorse economiche, si procede con l'aggiudicazione e l'affidamento dei servizi come da regolamento e modalità di Accordo Quadro, specificate e identificate nel capitolato speciale di gara.

Di quanto precede è redatto il presente verbale che letto, approvato e confermato, viene sottoscritto come segue:

IL PRESIDENTE  
Claudia Valentini

IL RESP. TECNICO  
Laura Lopez

IL SEGRETARIO  
VERBALIZZANTE  
Carlo Bisaccioni

