



**Apt Servizi srl**

Commissione di valutazione delle offerte

Prot. n. 0109/2018

Rimini, 14 settembre 2018

**OGGETTO: GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA PER LA STIPULA DI UN ACCORDO QUADRO RELATIVO ALL'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI CAMPAGNA PROMO-COMMERCIALE IN RUSSIA SUL SEGMENTO DEL TURISMO ORGANIZZATO (FIT/GRUPPI), FINALIZZATA ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE E AL POSIZIONAMENTO SUL MERCATO DEL MARCHIO TURISTICO DI GLOBAL DESTINATION "EMILIA-ROMAGNA"- (CODICE C.I.G 7563592990) – VERBALE COMMISSIONE DI VALUTAZIONE.**

L'anno duemiladiciotto (2018) addì quattordici (14) del mese di settembre, alle ore 10:00, 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
Alessandro Vallicelli	Presidente	Responsabile Acquisti Centro Media
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 **"Gara europea a procedura aperta per la stipula di un accordo quadro relativo all'affidamento del servizio di campagna promo-commerciale in Russia sul segmento del turismo organizzato (fit/gruppi), finalizzata alla promo-commercializzazione e al posizionamento sul mercato del marchio turistico di global destination "Emilia-Romagna" (Codice C.I.G 7563592990)"**

L'apertura delle buste è avvenuta in seduta pubblica, alle ore 10:00 e in seconda seduta pubblica alle ore 15:00 è stata data lettura degli esiti della valutazione delle offerte tecniche e della graduatoria finale. Ad entrambe le sedute ha presenziato Elena Panteleva, delegata a rappresentare il concorrente TEZ International

**ACCERTATO** che entro il termine di presentazione delle offerte, scaduto in data 31 agosto 2018 alle ore 12.00, sono pervenuti n. 3 plichi presentati dai seguenti concorrenti:

- PACTOUR Agency
- ICS Travel Service
- TEZ International

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 procede poi 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 3 (tre) concorrenti.

La commissione procede in seduta riservata 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, all'organizzazione di catene di voli charter verso uno degli aeroporti della regione Emilia-Romagna, alla stagionalizzazione dei flussi turistici. Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi.	Punteggio massimo: 40 punti <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ottimo: 40 punti</i></li> <li>• <i>Buono: 30 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 25 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 20 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 10 punti</i></li> </ul>
2) Efficacia ed efficienza della campagna promocommerciale	Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promocommerciale della Destinazione Emilia-Romagna.	Punteggio massimo: 40 punti <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ottimo: 40 punti</i></li> <li>• <i>Buono: 30 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 25 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 20 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 10 punti</i></li> </ul>



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 Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi.	Punteggio massimo: 20 punti <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buono: 20 punti</li> <li>• Discreto: 15 punti</li> <li>• Sufficiente: 10 punti</li> <li>• Insufficiente: 5 punti</li> </ul>
<b>TOTALE MAX</b>		100 punti

**VAGLIATA** l'offerta tecnica di 'FACTOUR Agency' la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGI MAX	PUNTEGGIO VALUTAZIONE
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, all'organizzazione di catene di voli charter verso uno degli aeroporti della regione Emilia-Romagna, alla stagionalizzazione dei flussi turistici. Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi	Punteggio massimo: 40 punti <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ottimo: 40 punti</li> <li>• Buono: 30 punti</li> <li>• Discreto: 25 punti</li> <li>• Sufficiente: 20 punti</li> <li>• Insufficiente: 10 punti</li> </ul>	<b>40 punti</b>

<p>2) Efficacia ed efficienza della campagna promocommerciale</p>	<p>Qualità, e completezza, innovatività del piano delle attività della campagna promocommerciale della Destinazione Emilia-Romagna</p>	<p>Punteggio massimo: 40 punti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ottimo: 40 punti</i></li> <li>• <i>Buono: 30 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 25 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 20 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 10 punti</i></li> </ul>	<p><b>40 punti</b></p>
<p>3) Qualità della proposta creativa della campagna promocommerciale</p>	<p>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></p>	<p>Punteggio massimo: 20 punti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Buono: 20 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 15 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 10 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 5 punti</i></li> </ul>	<p><b>20 punti</b></p>
<p><b>TOTALE</b></p>			<p><b>100 punti</b></p>

**VAGLIATA** l'offerta tecnica di **'TEZ International'** la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGI MAX	PUNTEGGIO VALUTAZIONE
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, all'organizzazione di catene di voli charter verso uno degli aeroporti della regione Emilia-Romagna, 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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ottimo: 40 punti</i></li> <li>• <i>Buono: 30 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 25 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 20 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 10 punti</i></li> </ul>	<b>30 punti</b>
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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ottimo: 40 punti</i></li> <li>• <i>Buono: 30 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 25 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 20 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 10 punti</i></li> </ul>	<b>30 punti</b>



<p>3) Qualità della proposta creativa della campagna promo-commerciale</p>	<p>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></p>	<p>Punteggio massimo: 20 punti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buono: 20 punti</li> <li>• Discreto: 15 punti</li> <li>• Sufficiente: 10 punti</li> <li>• Insufficiente: 5 punti</li> </ul>	<p><b>20 punti</b></p>
<p><b>TOTALE</b></p>			<p><b>80 punti</b></p>

**VAGLIATA** l'offerta tecnica di 'ICS TRAVEL SERVICE' la commissione attribuisce i seguenti punteggi:

ELEMENTI DI VALUTAZIONE	CRITERI MOTIVAZIONALI	PUNTEGGI MAX	PUNTEGGIO VALUTAZIONE
<p>1) Impatto della strategia e del progetto di marketing sullo sviluppo, la crescita e la stabilità dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna</p>	<p>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, all'organizzazione di catene di voli charter verso uno degli aeroporti della regione Emilia-Romagna, alla stagionalizzazione dei flussi turistic. <i>Si precisa che i suddetti aspetti verranno complessivamente valutati e non costituiscono pertanto in alcun modo eventuale</i></p>	<p>Punteggio massimo: 40 punti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ottimo: 40 punti</li> <li>• Buono: 30 punti</li> <li>• Discreto: 25 punti</li> <li>• Sufficiente: 20 punti</li> <li>• Insufficiente: 10 punti</li> </ul>	<p><b>20 punti</b></p>

	<i>indicazione di "sotto-elementi/sotto-punteggi"</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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ottimo: 40 punti</i></li> <li>• <i>Buono: 30 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 25 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 20 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 10 punti</i></li> </ul>	<b>20 punti</b>
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 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Buono: 20 punti</i></li> <li>• <i>Discreto: 15 punti</i></li> <li>• <i>Sufficiente: 10 punti</i></li> <li>• <i>Insufficiente: 5 punti</i></li> </ul>	<b>15 punti</b>
<b>TOTALE</b>			<b>65 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:

1. PACTOUR AGENCY – 100 punti
2. TEZ INTERNATIONAL – 80 punti
3. ICS TRAVEL SERVICE – 65 punti



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

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

IL PRESIDENTE  
Alessandro Vallicelli

IL RESP. TECNICO  
Laura Lopez

IL SEGRETARIO  
VERBALIZZANTE  
Carlo Bisaccioni