



Verbale di riunione della Commissione di gara per l'affidamento del servizio di "CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE WEB E SOCIAL SUI MERCATI ESTERI FRANCIA, SVIZZERA, GERMANIA, OLANDA PER IL TERRITORIO DI COMPETENZA DELL'AGENZIA TURISTICA LOCALE DISTRETTO TURISTICO DEI LAGHI" ex art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. n. 50/2016 e s. m. i..

Codice CIG ZEF2DC90E8

VERBALE DEL 12 AGOSTO 2020

Il giorno dodici del mese di agosto dell'anno duemila venti alle ore 9:30 in Stresa, presso la sede dell'ATL Distretto Turistico dei Laghi, si è riunita in seduta pubblica la Commissione giudicatrice per l'affidamento del servizio in oggetto indicato.

Sono presenti:

- Sig. Pastore Oreste Presidente dell'ATL – presidente di commissione;
- Sig.ra Paracchini Simona Dipendente dell'ATL – componente di commissione;
- Sig.ra Longo Dorni Silvia Dipendente dell'ATL – componente di commissione;
- Sig.ra Lorenzini Silvia R.U.P. e Dipendente dell'ATL - segretario verbalizzante;

La Commissione prende atto pertanto della regolare costituzione della stessa.

Essa prende anche visione della documentazione completa del bando di gara e precisamente:

- "Determina" a contrarre affidamento, mediante procedura negoziata, del servizio in oggetto indicato;
- "Lettera di invito" contenente le caratteristiche specifiche del servizio e le relative condizioni contrattuali ("Allegato A");
- "Progetto di campagna" contenente le specifiche tecniche al quale l'operatore economico deve attenersi nella predisposizione dell'offerta ("Allegato B");
- "Modello di autodichiarazione" di possesso dei requisiti generali di cui all'art. 80 del D. Lgs. n. 50/2016 ("Allegato C").

Visto come sopra il bando di gara, la Commissione in seduta pubblica procederà a:

- a) verificare la correttezza formale delle offerte presentate e della documentazione allegata e, in caso negativo, a proporre al R.U.P l'esclusione dalla gara dei concorrenti cui esse si riferiscono;
- b) verificare che siano state prodotte da ciascun operatore economico le n. 3 buste come di seguito specificato:
 - busta a) "Documentazione amministrativa" contenente l'autodichiarazione, debitamente compilata e sottoscritta utilizzando il modello nominato "Allegato C", di possesso dei requisiti generali di cui all'art. 80 del D. Lgs. n. 50/2016;
 - busta b) "Progetto di campagna" contenente la chiara metodologia del servizio offerto secondo le specifiche tecniche date nel nominato "Allegato B";



- busta c) "Offerta" contenente l'importo del servizio offerto;
- c) accantonare le buste b) "Progetto di campagna" e c) "Offerta" il cui contenuto verrà esaminato a conclusione del procedimento di verifica della documentazione contenuta nella busta a) "Documentazione amministrativa";
- d) verificare che non abbiano presentato offerte concorrenti che sono fra di loro in situazione di controllo e/o collegamento ai sensi dell'art. 2359 del Codice civile e, in caso positivo, ad escluderli entrambi dalla gara.

La Commissione prende atto e accerta che i plichi ammessi, come risulta dalla Segreteria dell'ATL, sono complessivamente n. 2, rispondenti alle Società AIGO Srl e OUTDOORACTIVE Srl, e sono pervenuti via raccomandata r/r nei termini prescritti.

Si procede in primis alla verifica formale riguardante l'integrità di ogni plico, alla loro numerazione evidenziando che il numero attribuito ad ogni plico è corrispondente all'ordine cronologico di arrivo postale presso l'Ente e indi alla verifica all'interno di ogni plico delle n. 3 buste a), b) e c) sopra esplicitate nonché della loro integrità.

Dalla verifica di cui sopra risulta quanto segue:

- plico contrassegnato come n. 1 = **Ditta AIGO Srl**

Documentazione formale regolare.

- plico contrassegnato come n. 2 = **Ditta OUTDOORACTIVE Srl**

Documentazione formale regolare.

Si procede quindi alla verifica della presenza all'interno delle **buste a) "Documentazione amministrativa"** dei documenti previsti a pena di esclusione dal bando ovvero il modello di autodichiarazione, debitamente compilato e sottoscritto da ciascuna Società, di possesso dei requisiti generali art. 80 D. Lgs. n. 50/2016 ed annessi ivi contemplati.

Dalla verifica di cui sopra risulta quanto segue:

- **busta a) del plico n. 1 (Ditta AIGO)**

Documentazione regolare. Ammesso.

- **busta a) del plico n. 2 (Ditta OUTDOORACTIVE)**

Documentazione regolare. Ammesso.

La Commissione dichiara che non esistono cause di incompatibilità e/o conflitto di interessi fra i componenti e i soggetti che hanno presentato le offerte. Si conferma infine che non hanno presentato offerte concorrenti che sono fra di loro in situazione di controllo e/o collegamento ai sensi dell'art. 2359 del Codice civile.

Si chiude dunque la seduta pubblica alle ore 10:30.

In medesima data alle ore 10:30 si procede subito alla riunione della Commissione giudicatrice in seduta segreta per l'esame del **Progetto di campagna** proposto dalle due Società in gara.



La Commissione, prima di avviare l'apertura delle **buste b) "Progetto di campagna"**, illustra che procederà nel modo seguente:

- 1) esame di ogni proposta nel suo aspetto complessivo al fine di formulare il giudizio sulla base delle specifiche tecniche per lo sviluppo del Progetto di campagna delineate dal Distretto Turistico dei Laghi ("Allegato B"), cui ogni offerta dovrà necessariamente fare riferimento;
- 2) conseguente assegnazione, per ogni proposta in concorso, dei punti sulla base dei criteri di valutazione dell'offerta qualitativa stabiliti nella Lettera di invito ("Allegato A") come di seguito riassunti:

Totale punti a disposizione 100, di cui n. 70 per la valutazione qualitativa

VALUTAZIONE QUALITATIVA = 70 punti subtotale

- | | |
|---|----------|
| A) CONOSCENZA DEI MERCATI ESTERI | 15 punti |
| Conoscenza approfondita dei mercati target di campagna (Olanda, Germania, Svizzera, Francia) e delle tendenze all'uso dei mezzi digital differenziate per ciascuno di questi mercati | |
| B) QUALITA' DEI MEZZI DI VEICOLAZIONE | 15 punti |
| Varietà e qualità del portfolio digital (testate web e profili social) che l'agenzia offre a copertura di ogni mercato straniero target (sulla base di dati effettivi su followers e visualizzazioni) | |
| C) QUALITA' DELLA TEMPISTICA | 15 punti |
| Regolarità e chiarezza del calendario delle uscite web e social per ogni mercato straniero target nell'ambito della durata di campagna (dal momento di assegnazione del lavoro con scadenza al 31/12/2020) e con la seguente ripartizione della frequenza delle uscite web/social: 70% estate/autunno - 30% inverno | |
| D) QUALITA' DEL PRODOTTO | 25 punti |
| Proposta di contenuti multilingua, di tipo testuale e grafico, creati ad hoc dall'agenzia per redazionali su portali web e post su profili social di rilevanza presso i mercati esteri target;
Proposta di contenuti multilingua, di tipo testuale e grafico, creati ad hoc dall'agenzia per i profili social ufficiali del Distretto Turistico dei Laghi; congruità dei contenuti proposti - in termini di continuità e arricchimento - rispetto a quelli già esistenti su tali profili e tradizionalmente offerti dall'ATL ai propri followers italiani, al fine di mantenere il seguito raggiunto ed anzi aumentarlo. | |

- 3) calcolo per addizione del punteggio qualitativo complessivo da attribuirsi ad ogni proposta.

Si procede dunque all'apertura della **busta b) del plico n. 1 (Ditta AIGO)** e ad esaminarne in maniera attenta la proposta tecnica. Vengono assegnati i punti secondo i criteri sopra descritti, sommati i quali viene attribuito un **giudizio qualitativo complessivo pari a 49/settantesimi**.

Si procede di seguito all'apertura della **busta b) del plico n. 2 (Ditta OUTDOORACTIVE)** e ad esaminarne in maniera attenta la proposta tecnica. Vengono assegnati i punti secondo i criteri sopra descritti, sommati i quali viene attribuito un **giudizio qualitativo complessivo pari a 56/settantesimi**.



La valutazione di carattere qualitativo delle due proposte in gara è dimostrata nel seguente prospetto:

	VALUTAZIONE QUALITATIVA max 70 punti				
	<u>15 punti</u> CONOSCENZA DEI MERCATI ESTERI	<u>15 punti</u> QUALITA' DEI MEZZI DI VEICOLAZIONE	<u>15 punti</u> QUALITA' DELLA TEMPISTICA	<u>25 punti</u> QUALITA' DEL PRODOTTO	SUBTOTALE
AIGO Srl Milano	11	8	13	17	49
OUTDOORACTIVE Srl Bolzano	14	6	15	21	56

MOTIVAZIONE DEI GIUDIZI QUALITATIVI DA PARTE DELLA COMMISSIONE DI GARA

AIGO Srl

MATERIA	PUNTI	MOTIVAZIONE
CONOSCENZA MERCATI ESTERI	11/15	La Commissione valuta molto buona la conoscenza dei mercati target sulla base dei curricula del team proposto per la campagna, del portfolio clienti e delle strategie media di campagne di comunicazione digital realizzate negli ultimi anni. Vengono citati, ove più ove meno, tutti i target di mercato richiesti. Vengono specificati i mezzi digital utilizzati nelle campagne passate e differenziati per ciascun mercato senza particolare focus sulla conoscenza delle tendenze all'uso di questi mezzi.
QUALITA' MEZZI DI VEICOLAZIONE	8/15	La Commissione constata la mancanza di una descrizione della varietà del portfolio digital (nel documento "Progetto di Campagna" venivano espressamente richiesti dal committente gli elenchi di testate web e profili social partner dell'agenzia). Impossibile quindi valutare la qualità del portfolio, per il quale venivano espressamente richiesti dati effettivi su followers/visualizzazioni per le singole testate web/profili social destinatari della campagna.
QUALITA' TEMPISTICA	13/15	La Commissione valuta più che buono il cronoprogramma presentato con ripartizione per mercato (focus troppo ridotto su Paesi Bassi) e ripartizione per strategia media. Non viene particolarmente specificata la ripartizione di quali e quanti contenuti sulle varie settimane di campagna.
QUALITA' PRODOTTO	17/25	La Commissione valuta soddisfacente la proposta di contenuti multilingua di tipo testuale e grafico. Si evidenzia come la proposta di realizzazione di un Comunicato Stampa da indirizzare a una mailing list di media internazionali non meglio identificati sia poco valutabile in termini di efficacia, concretezza e potenziali risultati. La Commissione valuta buona la proposta di contenuti multilingua di tipo testuale e grafico creati dall'agenzia per il sito web e i profili social dell'ATL (e attività su Google Search e Google Display). Si evidenzia, tuttavia, che la redazione di n. 3 articoli tematici per tale sito web è già attività nota e ampiamente praticata dall'ATL medesima e, quindi, non può essere ritenuta un "plus".



OUTDOORACTIVE Srl

MATERIA	PUNTI	MOTIVAZIONE
CONOSCENZA MERCATI ESTERI	14/15	La Commissione valuta molto buona la conoscenza dei mercati target dimostrata tramite la fidelizzazione e il numero di utenti (specifici per i mercati richiesti) che usano la piattaforma Outdooractive proposta qui come veicolo di promozione. Oltre ai dati della piattaforma vengono esplicitati numeri e risultati raggiunti tramite app, community e newsletter, dettagliatamente suddivisi per i mercati richiesti.
QUALITA' MEZZI DI VEICOLAZIONE	6/15	La Commissione sottolinea come dall'operatore sia stata indicata la propria piattaforma web e social quale "portfolio" digital per la copertura dei mercati target. Si valuta comunque positivamente il dato certificato dei followers e delle visualizzazioni della sola piattaforma proposta.
QUALITA' TEMPISTICA	15/15	La Commissione valuta a punteggio pieno il calendario editoriale web e social, presentato con dettagliata suddivisione e specifica dei contenuti proposti: per tematica, per periodicità, per risultati attesi, per la totalità del bacino di utenza dei mercati target della piattaforma.
QUALITA' PRODOTTO	21/25	La Commissione valuta estremamente positiva la proposta di posizionamento su ogni mercato estero richiesto articolata attraverso i seguenti mezzi: newsletter, social posts, landing pages, banner, pagina permanente dedicata "marketing region" con servizio redazionale incluso e "travel guide" permanente, importazione durevole di n. 10 itinerari bike&hike. La Commissione valuta sufficiente la proposta presentata per l'incremento di traffico e veicolazione dei contenuti sui canali web e social dell'ATL.

La Commissione tiene a precisare che, valutate attentamente le proposte delle due Società in gara, nessuna di loro mostra piena attinenza alle specifiche tecniche delineate dal Distretto Turistico dei Laghi nel documento "Progetto di campagna" ("Allegato B"), al quale in sede di bando è stato espressamente richiesto ad ogni operatore di attenersi per la predisposizione della propria offerta. Ciò nonostante, la Commissione ha ritenuto opportuno procedere comunque alla valutazione qualitativa delle proposte e quindi all'assegnazione dei punteggi di cui sopra, ponendo particolare attenzione ai dati numerici certificati dalle Società concorrenti (i.e. bacini di utenza raggiunti e risultati di campagna attesi) e considerandole in ogni caso nel complesso adeguate.

Si chiude la seduta segreta alle ore 14:30.

In medesima data alle ore 16:00 si procede alla riunione della Commissione giudicatrice per l'avvio della terza fase della procedura di gara consistente nell'esame in seduta pubblica dell'**Offerta economica** proposta dalle due Società concorrenti.



La Commissione, dopo aver preso per tramite del Segretario contatto diretto con entrambe le suddette Società al fine di informarle dello stato della procedura e dell'apertura della successiva fase in seduta pubblica, prende atto ed accerta che per volontà deliberata dalle stesse non è presente nessun loro rappresentante.

La Commissione, prima di avviare l'apertura delle **buste c) "Offerta"**, riporta all'attenzione quanto stabilito dal criterio di valutazione dell'offerta quantitativa come da Lettera di invito ("Allegato A"), ovvero:

Totale punti a disposizione 100, di cui n. 30 per la valutazione quantitativa

VALUTAZIONE QUANTITATIVA (PREZZO) = 30 punti subtotale

Il prezzo totale proposto da ciascun operatore economico all'ATL dovrà includere:

- il costo del servizio nel suo complesso come da specifiche tecniche di cui all'"Allegato B";
- le spese affrontate dall'operatore per l'acquisto di spazi pubblicitari sponsorizzati a pagamento su portali web e profili social di spicco per ogni mercato estero target di campagna; in un vantaggioso rapporto qualità/prezzo.

La Commissione illustra quindi che procederà nel modo seguente:

- 1) attribuzione del punteggio massimo (30 punti) all'offerta economica che presenta lo sconto più elevato rispetto all'importo massimo di affidamento pari a € 32.000,00;
- 2) calcolo del punteggio da attribuirsi all'offerta economica concorrente, la quale per contro propone lo sconto minore, che si effettuerà in maniera proporzionale per mezzo della seguente equazione:

$$S_{mag} : 30 \text{ punti} = S_{min} : X \text{ punti}$$

X = punteggio da attribuire all'offerta economica concorrente

S_{mag} = sconto maggiore presentato in sede di gara

S_{min} = sconto minore presentato in sede di gara

dalla quale equazione scaturisce la seguente formula per l'ottenimento dell'incognita X:

$$X = \frac{S_{min} \times 30 \text{ punti}}{S_{mag}}$$

Si procede dunque all'apertura della **busta c) del plico n. 1 (Ditta AIGO)** e ad esaminarne in maniera attenta la proposta economica attribuendole un **giudizio quantitativo pari a 30/trentesimi**.

Si procede di seguito all'apertura della **busta c) del plico n. 2 (Ditta OUTDOORACTIVE)** e ad esaminarne in maniera attenta la proposta economica attribuendole un **giudizio quantitativo pari a 26,18/trentesimi**.



La valutazione di carattere quantitativo delle due proposte in gara è presentata nel seguente prospetto:

	VALUTAZIONE QUANTITATIVA max 30 punti
	30 punti PREZZO
AIGO Srl Milano	30
OUTDOORACTIVE Srl Bolzano	26,18

MOTIVAZIONE DEI GIUDIZI QUANTITATIVI DA PARTE DELLA COMMISSIONE DI GARA

AIGO Srl

PUNTI	MOTIVAZIONE
30/30	La Società AIGO Srl, partecipando alla gara con una proposta di prezzo pari a € 29.800,00 (Iva esclusa) dal ribasso rispetto al suddetto importo a base d'asta di € 2.200,00, ha ottenuto il punteggio massimo per l'offerta economica con lo sconto più elevato.

OUTDOORACTIVE Srl

PUNTI	MOTIVAZIONE
26,18/30	La Società OUTDOORACTIVE Srl ha proposto un prezzo pari a € 30.080,00 (Iva esclusa), con un ribasso di € 1.920,00 rispetto all'importo massimo di affidamento prestabilito: trattandosi tra le due concorrenti in gara dell'offerta economica con lo sconto più basso, il suo punteggio è stato calcolato proporzionalmente tramite la formula sopra descritta ovvero: $X = \frac{1.920 \times 30 \text{ punti}}{2.200} = 26,18 \text{ punti}$

La Commissione annuncia di aver completato l'apertura di tutte le buste di gara a), b) e c) per le due Società in concorso.



La Commissione provvede ora alla sommatoria finale del punteggio qualitativo attribuito al Progetto di campagna e del punteggio quantitativo attribuito all'Offerta economica per entrambe le Società in concorso, dalla quale scaturisce il seguente **prospetto riepilogativo**:

	VALUTAZIONE QUALITATIVA max 70 punti					VALUTAZIONE QUANTITATIVA max 30 punti	TOTALE COMPLESSIVO max 100 punti
	15 punti CONOSCENZA DEI MERCATI ESTERI	15 punti QUALITA' DEI MEZZI DI VEICOLAZIONE	15 punti QUALITA' DELLA TEMPISTICA	25 punti QUALITA' DEL PRODOTTO	SUBTOTALE	30 punti PREZZO	TOTALE
AIGO Srl Milano	11	8	13	17	49	30	79
OUTDOORACTIVE Srl Bolzano	14	6	15	21	56	26,18	82,18

Visti e confermati i risultati totali ottenuti, la Commissione approva la graduatoria di gara:

GRADUATORIA FINALE DI GARA

Totale punti a disposizione 100

1° classificato

Ditta OUTDOORACTIVE Srl
con punteggio TOTALE

82,18 /centesimi

2° classificato

Ditta AIGO Srl
con punteggio TOTALE

79 /centesimi

Alle ore 17:30 la Commissione dichiara terminati i lavori e incarica il Segretario a depositare il presente Verbale alla Segreteria dell'ATL, ritenendo con ciò di aver completato il proprio mandato.

Letto, approvato e sottoscritto

I MEMBRI DELLA COMMISSIONE

Sig. Oreste Pastore – presidente
Sig.ra Simona Paracchini – componente
Sig.ra Silvia Longo Dorni – componente

Il Segretario
Sig.ra Silvia Lorenzini

firma

firma

firma

firma