



UNIONE EUROPEA



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: B39D20002240009

Oggetto: OGGETTO: POR PUGLIA FESR FSE 2014-2020 -ASSE VI TUTELA DELL'AMBIENTE E PROMOZIONE DELLE RISORSE NATURALI E CULTURALI – PROGETTO INNOVAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA – CONSULTAZIONE DI MERCATO AI SENSI DELL'ART. 66 DEL D.LGS. N.50/2016 E SS.MM.II. FINALIZZATO ALL'ACQUISIZIONE DEL SERVIZIO DI CONTENT MANAGEMENT PER L'AGGIORNAMENTO DI CONTENUTI DELL'ECOSISTEMA TURISMO CULTURA PER LA COMUNICAZIONE DIGITALE TURISTICA E CULTURALE DELLA PUGLIA, A SUPPORTO DELLA GESTIONE INTERNA DELL'A.RE.T.

Verbale di verifica delle proposte pervenute

In data 16.12.2022, alle ore 10:00 il RUP, dott.ssa. Olga Buono, in videoconferenza sulla piattaforma digitale Google Meet, a seguito di convocazione via e-mail, procede alla verifica delle manifestazioni d'interesse pervenute, con il supporto dell'area tecnica dott. Livio Chiarullo, dott.ssa Bianca Bronzino e dott.ssa Alessandra Campanile, al fine di definire, l'esito della consultazione di mercato in oggetto.

Le manifestazioni d'interesse pervenute alla data di scadenza (30.11.2021), sono le seguenti:

- L'Arancia s.r.l.- prot. n. 35697 del 15/12/2022
- Mediamorfosi s.r.l. - prot. n. 35697 del 15/12/2022
- MS3 s.r.l. - prot. n. 35699 del 15/12/2022
- Q10 Media - prot. n. 35700 del 15/12/2022
- SMART LAB s.r.l. - prot. n. 35701 del 15/12/2022
- COM s.c.r.l. - prot. n. 35696 del 15/12/2022

Si rileva che le imprese intervenute sono operative nell'ambito dei servizi di Pubbliche relazioni e comunicazione; Ideazione di campagne pubblicitarie; Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari.

Con riguardo alle società SMARTLAB e Q10MEDIA si rileva quanto segue:

- La società SMARTLAB presenta un profilo aziendale non adeguatamente in linea con le attività oggetto della consultazione e del fabbisogno dell'A.Re.T. e la proposta formulata non appare coerente con il fabbisogno espresso.
- La società Q10MEDIA non ha precisamente inteso il senso della consultazione, tant'è che la relazione appare più come una presentazione aziendale che una proposta progettuale, senza alcuna descrizione dei servizi e delle modalità di erogazione degli stessi.



UNIONE EUROPEA



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: B39D20002240009

Le imprese che hanno centrato il fabbisogno, rispondendo con dei progetti in linea sia dal punto di vista concettuale che organizzativo con le esigenze dell’A.Re.T., sono le seguenti:

- COM s.c.r.l.
- L’ARANCIA s.r.l.
- MS3 s.r.l.
- Mediamorfosi s.r.l.

In tutti i casi si evince una visione completa delle attività di comunicazione digitale proposte, con riferimenti precisi al capitolato tecnico.

In particolare,

- La proposta di COM è precisa ed evidenzia una comprensione profonda delle esigenze dell’A.Re.T., esprime una competenza delle fasi di gestione contenuti e touchpoint del *customer journey* turistico e culturale, con descrizione analitica delle tecniche di coinvolgimento utenti, intesi sia come turisti sia come operatori in relazione ai sistemi UGC. La quotazione presentata è chiara, in quanto suddivisa per servizio, offrendo una disponibilità di personale sufficientemente ampia per lo svolgimento dei servizi richiesti.
- La proposta de L’ARANCIA fa intuire la capacità di corrispondere alle richieste della committenza e di avere chiara la sostenibilità del progetto in termini di fabbisogno e disponibilità. Si ritiene, comunque, non sufficientemente descritta la modalità di realizzazione delle attività e si ritiene limitato il supporto (solo sei eventi) per il coinvolgimento degli utenti. Apprezzata la proposta di content in lingua, considerando la strategia di comunicazione sui mercati internazionali.
- La proposta della società MS3 è apprezzabile sulle modalità di pianificazione del servizio, in risposta alle esigenze dell’A.Re.T. e al capitolato. Si ritiene adeguata ed efficace l’operazione di influencer marketing e photo contest proposta, che l’A.Re.T. potrà valutare in futuro in occasione della nuova programmazione e relativa disponibilità di risorse. La quotazione economica risulta sovradimensionata tale da non corrispondere alla stima proposta dall’A.Re.T.
- La società Mediamorfosi presenta una pianificazione delle attività (giornate uomo per servizio) attenta e approfondita, tale da far intuire la volontà della società di voler essere molto presente nelle attività del committente. Infatti, la società prevede la presenza di una persona due volte al mese e una persona a distanza una volta a settimana. Si reputa però troppo limitato l’arco temporale di servizi proposto pari a sei mesi. Non si ritrovano



UNIONE EUROPEA



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: B39D20002240009

elementi migliorativi rispetto alle esigenze dell’A.RE.T. sulle modalità di svolgimento del servizio e coinvolgimento degli utenti.

Tra le quattro proposte, si considera la proposta di COM s.c.r.l. coerente e completa, corrispondente alle esigenze dell’A.Re.T. soprattutto in funzione del direct marketing e coinvolgimento territoriale proposti, (con 90 ore disponibilità risorse umane e 30 elaborati mensili anche di produzione multimediale in occasione di eventi territoriali), per l’evoluzione della strategia di comunicazione e promozione turistica e culturale in ottica UGC.

Peraltro, l’impresa in questione ha presentato un team qualificato con esperienza specifica in gestione di contenuti editoriali e multimediali.

La proposta di COM si riferisce ad un arco temporale di 12 mesi, con una definizione puntuale dei servizi per mese, il cui valore si ritiene congruo e coerente per un totale di €117.120,00 incluso IVA, su un importo complessivo ipotizzato dall’A.Re.T. di circa €122.000 incluso IVA.

Sul piano giuridico formale, la società dichiara di essere in possesso dei requisiti di ordine generale e di non avere motivi di esclusione di cui all’art. 80 del D.Lgs. 50/2016; di avere un fatturato negli ultimi tre anni adeguato al servizio; di avere tre anni di esperienza in servizi di content management.

L’esito della consultazione preliminare di mercato consentirà all’A.Re.T. di affinare il piano delle attività da svolgere per il “Servizio di content management per l’aggiornamento di contenuti dell’Ecosistema Turismo Cultura per la comunicazione digitale turistica e culturale della Puglia, a supporto della gestione interna dell’A.Re.T.”, alla base della procedura negoziata a trattativa diretta, ex art. 36. Comma 2, lett.a) del D.lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii. su piattaforma Me.P.A. CONSIP.

L’invito a presentare offerta economica sarà rivolto alla società COM s.c.r.l., P.IVA 07056980720, la cui proposta risulta più corrispondente e performante nell’ambito della consultazione preliminare di mercato, avendo constatato l’iscrizione e abilitazione sulla piattaforma CONSIP. e verificata la disponibilità economica nell’ambito del Progetto Innovazione 2022, rimodulato, pari a € 118.718,00 incluso IVA, per l’acquisizione del predetto servizio.

Si ritengono comunque valide le proposte di L’Arancia, MS3 e Mediamorfosi, come sopra specificato, che potrebbero essere prese in considerazione dall’Ente qualora si presentino ulteriori esigenze analoghe a quelle rappresentate nel fabbisogno e per le successive evoluzioni delle attività di comunicazione e coinvolgimento territoriale, entro 24 mesi dalla conclusione della presente consultazione di mercato



UNIONE EUROPEA



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: B39D20002240009

Si conclude che il risultato della consultazione di mercato può ritenersi apprezzabile in termini di partecipazione e competenza delle imprese appartenenti al mercato di riferimento e per qualità delle proposte formulate, anche in rapporto alla specificità delle esigenze dell’A.Re.T.

Bari, 16/12/2022

Il RUP

Dott.ssa Olga Buono

I funzionari dell’Area tecnica

Dott.ssa Bianca Bronzino

Dott. Livio Chiarullo

Dott.ssa Alessandra Campanile

Il RUP trasmette gli atti al Direttore Generale per l’approvazione del presente verbale, per l’adozione del provvedimento di approvazione della procedura proposta e per la pubblicazione degli atti.

Bari 20/12/2022

Il RUP
Dott.ssa Olga Buono