**Allegato 3 del Disciplinare di Gara**

**SCHEMA DI PRESENTAZIONE DELL’OFFERTA TECNICA**

Procedura aperta per l’affidamento di un contratto pubblico di servizi di ideazione e produzione della campagna pubblicitaria, pianificazione, acquisto e controllo degli spazi media, per l’attuazione del Progetto “Il Turismo delle Radici - Una Strategia Integrata per la ripresa del settore del Turismo nell’Italia Post Covid-19”, con il criterio dell’offerta economicamente più vantaggiosa, sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo

CUP J51B21005910006

CIG A01ED746AE

# OFFERTA TECNICA

L’operatore economico dovrà presentare tutta la documentazione di seguito richiesta, firmata digitalmente, come di seguito indicato:

* + in caso di operatore economico singolo, dal legale rappresentante dell’operatore economico medesimo;
  + in caso di R.T. o consorzi ordinari o GEIE costituiti, dal legale rappresentante della mandataria/capofila;
  + in caso di R.T. o consorzi ordinario GEIE non ancora costituiti, dal legale rappresentante da di ciascun mandante;
  + in caso di consorzio di cooperative e imprese artigiane o di consorzio stabile, dal legale rappresentante del consorzio;
  + in caso di aggregazione di retisti se la rete è dotata di un organo comune con potere di rappresentanza e soggettività giuridica, dal legale rappresentante del solo operatore economico che riveste la funzione di organo comune dell’organo comune;
  + in caso di aggregazione di retisti se la rete è dotata di un organo comune con potere di rappresentanza ma è priva di soggettività giuridica, dal legale rappresentante dell’impresa che riveste le funzioni di organo comune nonché da ognuno dei retisti che partecipa alla gara;
  + in caso di aggregazione di retisti se la rete è dotata di un organo comune privo del potere di rappresentanza o se la rete è sprovvista di organo comune, oppure se l’organo comune è privo dei requisiti di qualificazione richiesti per assumere la veste di mandataria, la domanda di partecipazione deve essere sottoscritta dal retista che riveste la qualifica di mandatario, ovvero, in caso di partecipazione nelle forme del raggruppamento da costituirsi, da ognuno dei retisti che partecipa alla gara.

– **Documentazione relativa all’offerta tecnica**

Come indicato al punto 15 del Disciplinare, a pena di esclusione, la documentazione da inserire nella Busta Tecnica dovrà contenere l’offerta tecnica.

L’offerta tecnica deve rispettare le caratteristiche minime stabilite nel Capitolato tecnico e quanto previsto dal Disciplinare di gara.

**L’offerta tecnica dovrà essere composta da**:

* una Relazione tecnica (si suggerisce di presentare un unico documento .pdf[[1]](#footnote-1)), come specificato di seguito, suddivisa in paragrafi, con la quale si illustrano i criteri e sub-criteri di valutazione tecnica indicati nel Disciplinare al punto 17.1 “Criteri di valutazione dell’offerta tecnica”;
* una Relazione tecnica oscurata, come previsto dall’articolo 15 del Disciplinare;
* una dichiarazione a corredo dell’offerta tecnica contenente i dettagli dell’offerta coperti da riservatezza, argomentando in modo congruo le ragioni per le quali eventuali parti dell’offerta sono da segretare;
* i Curricula vitae (possibilmente in formato europeo) di coloro che andranno a comporre il gruppo di lavoro necessario per l’esecuzione delle prestazioni oggetto dell’appalto;
* Dichiarazione a corredo dell’offerta tecnica, come previsto dall’articolo 15 del Disciplinare.

Nello specifico, la Relazione tecnica dovrà prevedere 5 PARAGRAFI e relativi sub-paragrafi **e di lunghezza massima pari a 38 pagine, in formato A4, corpo Arial 11, interlinea 1**.

**Paragrafo 1: Piano Media (massimo 20 pagine)**

**Il paragrafo 1 è diviso in 4 sottoparagrafi (un sottoparagrafo introduttivo strategico e 2 sottoparagrafi di execution e monitoraggio):**

**1.1. Targettizzazione della campagna e criteri di priorità nella definizione dei media (max 15 punti)**:

* **L’analisi dei target** del progetto TdR (in ordine di priorità secondo quanto indicato al par. 3.3 del Capitolato tecnico) presentando i **media più idonei** a raggiungerli e indicando nello specifico i **parametri di segmentazione** che verranno utilizzati per la pianificazione, con stima delle quantità e della copertura, e di tutti gli altri KPIs di efficacia ed efficienza che si vorranno indicare.

**1.2. Strategia media (max 10 punti)**:

* **La strategia media** che tenga conto dell’analisi dei target e del budget disponibile, con l’indicazione degli **obiettivi di comunicazione** che si intendono raggiungere, il **mix dei media** scelti e la stima dei **risultati di copertura** e tutti gli altri **KPIs** che spieghino perché tali media, veicoli e formati sono i più efficaci ed efficienti a raggiungere gli obiettivi del progetto. Le fonti dei dati devono provenire da terze parti ed essere certificate a livello internazionale.

**1.3. Piano media con KPIs (max 15 punti)**:

* Il **Piano media** presenterà nel dettaglio il **mix dei media, veicoli e formati** scelti e la stima dei **risultati di copertura e frequenza**, e tutti gli altri **KPIs di efficacia e di efficienza della campagna**. Si dovranno motivare in dettaglio la strategia dei **formati** utilizzati, spiegandone il motivo della scelta, e la strategia della **frequenza**, per ottimizzare il ricordo della campagna. Il piano inoltre dovrà prevedere un **calendario** indicativo delle uscite. Le fonti dei dati devono provenire da terze parti ed essere certificate a livello internazionale.

**1.4. Misurazione dei risultati della campagna (max 5 punti)**:

* Proposta delle modalità di misurazione dei risultati della campagna, sia per quanto riguarda i KPI di raggiungimento del target e di performance delle campagne (es. GRP’s, contatti, visualizzazioni, click, atterraggi, lead, conversioni, ecc.); sia per quanto riguarda la misurazione dei risultati cognitivi o affettivi della campagna (ricordo, immagine del progetto, ecc.). Le fonti dei dati devono provenire da terze parti ed essere certificate a livello internazionale.

**Paragrafo 2: Creatività (massimo 10 pagine)**

**Il paragrafo 2 è diviso in 4 sottoparagrafi**

**2.1 Chiarezza, completezza, qualità e rispondenza della strategia creativa elaborata (massimo 8 punti):**

* Si richiede di descrivere la **strategia comunicativa** proposta con particolare riferimento alla coerenza con il piano media proposto e gli obiettivi di comunicazione descritti nel capitolato, motivando la priorità di intervento per segmento di target.

**2.2 Incisività del messaggio (massimo 8 punti):**

* Si richiede di rappresentare il **messaggio chiave della campagna** di comunicazione, tenendo conto delle linee guida dell’identity del progetto fornite dal MAECI, evidenziando il motivo dell'efficacia della soluzione proposta in termini di originalità, distintività, interpretazione del consumer insight, rilevanza e impatto desiderato.

**2.3 Coerenza e flessibilità comunicativa con le priorità di target e del media plan (massimo 6 punti):**

* Si richiede di **descrivere gli elementi di coerenza della creatività con i media** scelti per target group e degli **elementi che la rendono adattabile** ai canali che saranno utilizzati per la veicolazione del messaggio della campagna, inclusi gli Owned Media e gli eventi.

**2.4 Testimonial / influencer** **(massimo 6 punti):**

* Si richiede di descrivere i razionali adottati per la **proposta di eventuali testimonial/influencer** e come tale scelta amplifica la portata del messaggio e migliora gli esiti della campagna di comunicazione, indicando le modalità di collaborazione e i principali KPI’s (follower, engagement rate, costi, ecc.) dei testimonial/influencer proposti.

**Paragrafo 3: Reference / case history (massimo 4 pagine)**

**Il paragrafo 3 è diviso in 2 sottoparagrafi:**

**3.1 Clienti attivi (massimo 2 punti):**

* Si richiede di comprovare il possesso di una base di clienti attivi per servizi analoghi (per obiettivi di campagna, target group, istituzionalità del committente) che riguardino la realizzazione di campagne internazionali con target America del Nord e America del Sud, Europa, Australia, Sud Africa. **Verrà attribuito 1 punto per ogni cliente attivo (massimo 2 punti)**
  1. **Case history (massimo 2 punti):**
* Ai fini dell’attribuzione del punteggio, si richiede di fornire evidenza di almeno **2 case studies** attraverso cui l’operatore economico possa comprovare l’esperienza nella ideazione della creatività e pianificazione media per campagne di comunicazione internazionali con target Nord America, Sud America, Europa, Australia o Sud Africa per conto di clienti complessi pubblici e privati **che abbiano generato viralità o User Generated Content.** Verrà attribuito **1 punto per ogni case-study coerente con la richiesta.**

**Paragrafo 4: Struttura organizzativa e team di progetto (massimo 5 punti), 3 pagine.**

**Il paragrafo 4 dovrà contenere:**

* + **Presentazione dell’operatore**: si richiede di presentare la propria organizzazione evidenziando le caratteristiche che la renderebbero ideale per l’incarico.
  + **Presentazione dell’organigramma** **delle figure dedicate**: si richiede di descrivere la articolazione organizzativa che l’impresa intende mettere a disposizione per i servizi richiesti. A tal scopo l’operatore dovrà compilare l’allegato 3.1 TEAM-FTE da inserire nella Relazione Tecnica (massimo 1 pagina) (inserire nella Relazione tecnica la tabella presente nel foglio “Team” dell’Allegato 3.1 Team-FTE);
  + **Specchietto riassuntivo** nel quale indicare ruolo, nome e cognome, genere, età, anni di esperienza nel ruolo e gli anni di esperienza nella comunicazione verso le comunità italiane all’estero o italo-discendenti o comunque verso una platea internazionale residente nei Paesi di interesse del Progetto TDR, la percentuale di FTE, giorni lavorativi all’anno dedicati al progetto TDR(inserire nella Relazione tecnica la tabella presente nel foglio “Team FTE” dell’Allegato 3.1 Team-FTE: : all’interno di tale tabella sono già inserite in rosso le figure professionali che devono essere presenti come minimo nella struttura, come previsto dal Capitolato tecnico al punti 6.1).

Si richiede di allegare alla Relazione tecnica i **CV possibilmente in formato europeo** e i relativi documenti di identità delle figure facenti parte dell’organigramma indicato.

Dovrà essere presente almeno un CV per ciascun profilo indicati al punto 17.1 del Disciplinare:

1. n.1 Project Manager Senior (1 CV)
2. n.1 Direttore Creativo (1 CV)
3. n.1 Copy writer (1 CV)
4. n.1 Art Director (1 CV)
5. n.1 Media Manager (1 CV)
6. n.1 Digital Communication Director (1 CV)
7. n.1 Digital Media Planner Senior (1 CV)
8. n.1 Digital Media Buyer (1 CV)
9. n.1 Biddable Specialist (1 CV)

L’allegato in questione dovrà essere denominato **“All. Rel. Tec. CV”** (tale allegato non verrà considerato nel computo delle 38 pagine indicate sopra).

**Paragrafo 5: Pari opportunità e inclusione lavorativa nei contratti pubblici nel PNRR (massimo 1 pagina)**

**Il paragrafo 5 è diviso in 2 sottoparagrafi e dovrà contenere:**

**5.1**. Indicazione delle **componenti femminili del gruppo di lavoro** (i nominativi devono corrispondere a quelli riportati nel paragrafo 4), **massimo 4 punti**;

**5.2**. Indicazione dei **componenti del gruppo di lavoro con età inferiore a 36 anni** (i nominativi devono corrispondere a quelli riportati nel paragrafo 4), **massimo 4 punti**.

**MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA RELAZIONE TECNICA E DELL’OFFERTA TECNICA**

La Relazione tecnica dovrà:

* essere prodotta nel rispetto dei limiti editoriali indicati, anche attribuendo una numerazione progressiva ed univoca delle pagine e riportando su ciascuna di essa il numero della pagina ed il numero totale di pagine (ad esempio, pag. 3 di 38);
* recare in ciascuna pagina, nell’intestazione, il CIG, il CUP, il titolo dell’intervento “Il Turismo delle Radici - Una Strategia Integrata per la ripresa del settore del Turismo nell’Italia post Covid-19”, e la denominazione dell’operatore che presenta l’offerta.

Si precisa che il contenuto delle pagine successive al limite massimo indicato per ciascun Paragrafo non sarà preso in considerazione dalla Commissione ai fini della valutazione dell’offerta tecnica.

L’offerta tecnica non può prevedere varianti al Capitolato tecnico, fatta eccezione per i miglioramenti allo stesso, in funzione degli elementi di valutazione di cui al Disciplinare di gara. Le eventuali soluzioni tecnico-migliorative proposte dal concorrente, non possono comportare:

* modifiche dei requisiti prestazionali e funzionali dei servizi come da Capitolato, da normativa di legge e specifiche del Capitolato;
* violazione delle norme vigenti.

Non sono altresì ammesse le offerte tecniche che:

* in relazione a uno o più di uno degli elementi di valutazione, eccedano i limiti o siano in contrasto con le condizioni degli elementi ritenuti inderogabili, in violazione del divieto di varianti;
* esprimano o rappresentino soluzioni tra loro alternative, opzioni diverse, proposte condizionate o altre condizioni equivoche o caratterizzate da ambiguità che impediscano una valutazione univoca, anche qualora la scelta tra le diverse soluzioni sia lasciata alla Stazione appaltante;
* prevedano soluzioni tecniche o prestazionali peggiorative rispetto a quanto previsto dalla documentazione a base di gara oppure incompatibili con quest’ultima;
* siano in contrasto con autorizzazioni, pareri o altri atti di assenso, comunque denominati, già espressi con atti pubblici o recepiti in questi, o con prescrizioni imposte negli stessi atti di assenso, oppure in contrasto con altri vincoli inderogabili se non già oggetto di deroghe già acquisite e contenute nel Capitolato a base di gara.

Si ricorda, infine, che, a pena di esclusione, non dovranno essere inseriti, da parte dell’Operatore economico, riferimenti all’offerta economica nella sezione tecnica.

1. In ogni caso, si ricorda che, come indicato nel Disciplinare di gara al punto 12 “Modalità di presentazione dell’offerta e sottoscrizione dei documenti di gara” e nelle “Regole del sistema di e-procurement della pubblica amministrazione”, per la presentazione dell’offerta, l’operatore economico ha a disposizione una capacità pari alla dimensione massima di 20 MB per singolo file, oltre la quale non è garantita la tempestiva ricezione. Nel caso fosse necessario l’invio di file di dimensioni maggiori si suggerisce il frazionamento degli stessi in più file, indicando l’ordine degli stessi con numeri progressivi e consecutivi (es. Offerta Tecnica\_parte 1; Offerta tecnica\_parte 2). [↑](#footnote-ref-1)