

PROVVEDIMENTO A CONTRARRE
NR. 54 DI DATA 10/09/2020

Autorizzazione a contrarre per la fornitura del servizio di ideazione e realizzazione della Campagna di comunicazione del Trentino 2021/2022

Premesso che

- è necessario provvedere alla realizzazione della campagna di comunicazione per la promozione del Trentino 2021/2022 (primavera 2021, estate 2021, autunno 2021, inverno 2021-22, primavera 2022, estate 2022)
- l'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 ha impattato in maniera drammatica sul settore turistico trentino e che, ad oggi, non è ancora possibile definire superata la crisi in quanto una seconda ondata potrebbe far registrare ulteriori perdite disastrose per l'economia locale
- in un momento così delicato e difficile, la comunicazione attuale del Trentino deve tenere conto della particolarità del contesto, comprendere a fondo le nuove sensibilità internazionali attraverso attente attività di ascolto e definire una specifica e adeguata strategia
- allo stesso modo e contemporaneamente, si rende necessario definire la strategia di medio-lungo termine a supporto della ripresa delle attività di comunicazione internazionale, che tragga indicazioni dalle nuove sensibilità e dai nuovi modelli di consumo, al fine di individuare chiari percorsi in termini di strumenti, contenuto e tono di voce
- per la scelta del contraente si rende necessario procedere mediante confronto concorrenziale secondo quanto di seguito specificato

Oggetto

L'appalto ha per oggetto lo svolgimento del servizio di ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione del Trentino per l'anno 2021/22, in prosecuzione con quanto fatto in precedenza per trattamento grafico e stile delle immagini, coerente in termini di stile, di linguaggio e di valori con la promessa e il posizionamento scelto.

Il servizio dovrà essere realizzato attraverso un progetto di comunicazione di respiro internazionale ed omnicanale (online e offline) e dovrà tenere conto del contesto attuale e delle sue possibili evoluzioni.

Durata

Dall'affidamento dell'incarico fino al 31/10/2022

Previsto a budget? **SI** **NO**

Indicare la relativa voce di budget: **T4030 0285 P**

Procedura di scelta del contraente:

Modalità di aggiudicazione:

X offerta economicamente più vantaggiosa da valutarsi in base ai seguenti criteri:

offerta tecnica 90 punti

offerta economica 10 punti

Elementi di valutazione si veda bozza di lettera invito allegata

Individuazione dei soggetti da invitare alla gara:

DENOMINAZIONE	INDIRIZZO
OGILVY & MATHER S.R.L.	Via Lancetti 29 - MILANO
VMLY&R	Via Tortona 37 - MILANO
BIROVE S.R.L.	Via Giovanni Spadolini, 7 - MILANO
MCCANN WORLDGROUP S.R.L.	Via Giovanni Spadolini, 7 - MILANO
RED ROBIGLIO & DEMATTEIS SRL	Viale Monte Nero - MILANO

Appaltatore uscente:

OgilvyOne worldwide S.p.A.

Motivazione reinvitto appaltatore uscente:

Si rinnova l'invito ad Ogilvy & Mather per la partecipazione alla gara in oggetto per il lavoro svolto in maniera eccellente, oltre all'efficienza, professionalità e disponibilità dimostrate nel corso del rapporto di fornitura.

In particolare, data l'assoluta esigenza di analizzare e capire i comportamenti dei potenziali turisti internazionali durante ed immediatamente dopo la crisi dovuta alla pandemia da Covid-19, Ogilvy & Mather è stato scelto per guidare la campagna estate 2020 in quanto, oltre ad essere un'agenzia dal respiro internazionale, poteva garantire un team specifico e specializzato in progetti di Behavioural Science, scienza che si pone come obiettivo proprio quello di comprendere quali siano le motivazioni che guidano le scelte degli individui, anche e soprattutto in contesti emergenziali, al fine di realizzare interventi che possano agire efficacemente sul loro comportamento.

Essendo l'evoluzione di tale pandemia ancora ignota e prevedendo che possa ancora avere delle conseguenze importanti sul turismo domestico ed internazionale nel 2021, tale specificità di Ogilvy & Mather SpA risulta ancora estremamente rilevante e si ritiene che possa portare, insieme ad un eventuale elemento di continuità con il lavoro fatto fino ad ora, importanti benefici e valore aggiunto alla comunicazione del Trentino.

Infine, a dimostrazione dei risultati eccellenti della campagna, riportiamo qui di seguito alcuni risultati (parziali) dell'andamento della campagna Facebook rispetto alla campagna 2017. A fronte di un minor bdgt (-11,87%), questi gli incrementi dei KPI:

- **Reach** +226,92% vs campagne brand estate 2017
- **Impression** +289,48% vs campagna brand estate 2017
- **Video views** +77,09% vs campagna brand estate 2017
- **Link click** +59,19% vs campagna brand estate 2017

Base d'asta

€ 200.000,00

Rischi di natura interferenziale:

X no (assenza di rischi interferenziali, ad es.: attività presso la sede del fornitore, servizi di natura intellettuale, etc.);

Condizioni contrattuali: schema di contratto o altre condizioni allegate.

Tutto ciò premesso, il Responsabile del procedimento

Approva

l'acquisto del servizio di ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione mediante Richiesta di Offerta- RDO e successivo ordinativo/contratto, alle condizioni contenute nel presente provvedimento e nei documenti allegati.

Allegati:

Richiesta di Offerta (RDO)

Capitolato Speciale

Brief

I Referenti	Valentina Cappio Benedetti Daniele
--------------------	---

Il Responsabile del Procedimento	Maurizio Rossini (documento firmato digitalmente)
---	--