

REGIONE UMBRIA
GIUNTA REGIONALE
Direzione regionale Programmazione, Bilancio, Risorse
umane, Patrimonio, Cultura, Agenda digitale

SERVIZIO PROVVEDITORATO GARE E CONTRATTI

N. D'ORDINE 1254

VERBALE DI GARA TELEMATICA: Procedura aperta, ai sensi dell'art. 71 del Codice per l'affidamento dei servizi per la progettazione e gestione della strategia d'immagine del Brand Umbria finalizzati all'implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata". CUP I99I25000790003 - CIG B7FBC0BF7D.

L'anno duemilaventicinque il giorno ventisei del mese di settembre alle ore 10,06 in Perugia, nella sede della Regione Umbria - Giunta Regionale, Via Mario Angeloni, 61.

Vista la Legge regionale 09 marzo 1979, n. 11 e successive modificazioni;

Visto il Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n. 36, recante "Codice dei contratti pubblici in attuazione dell'articolo 1 della legge 21 giugno 2022, n. 78, recante delega al Governo in materia di contratti pubblici", come modificato dal Decreto Legislativo 31 dicembre 2024, n. 209, recante "Disposizioni integrative e correttive al codice dei contratti pubblici, di cui al decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36" (Codice);

Vista la determinazione dirigenziale n. 8364 del 08/08/2025 con la quale è stato stabilito tra l'altro:

1. di ribadire:

- la necessità di assicurare i servizi di progettazione creativa delle attività di comunicazione e, pertanto, procedere all'indizione di una gara per "Servizi per la progettazione e gestione della strategia d'immagine del Brand Umbria finalizzati all'implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata"
- che al momento non sono attive convenzioni Consip di cui all'art. 26 comma 1 della legge 488 del 1999 avente ad oggetto servizi comparabili con quelli del presente appalto né risultano attive convenzioni presso i soggetti aggregatori operanti all'interno del territorio della Regione Umbria come risulta dal file delle convenzioni attive presso detti soggetti elaborato in data odierna e conservato nei data base di archivio di questa Amministrazione;
- che la gara non è suddivisa in lotti per assicurare la necessaria omogeneità, unitarietà ed efficacia nell'erogazione delle prestazioni richieste, infatti i servizi compresi nella strategia di branding, per loro natura, debbono avere un univoco indirizzo strategico, essere coordinati sia nella progettazione che nella gestione e assicurare una cifra stilistica uniforme ed omogenea a tutti i materiali di comunicazione;

2. di richiedere al Servizio Provveditorato, gare e contratti di espletare la procedura per la scelta del soggetto esterno, mediante una procedura aperta, ai sensi dell'art. ex art. 71 del D. Lgs. 31.03.2023 n. 36 ("Codice") con il criterio dell'offerta

economicamente più vantaggiosa, *secondo quanto previsto dall'art. 108 del medesimo decreto*;

3. di approvare, pertanto, il capitolato speciale descrittivo e prestazionale per l'affidamento di "Servizi per la progettazione e gestione della strategia d'immagine del Brand Umbria finalizzati all'implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata" contenente, oltre alla disciplina delle prestazioni, l'illustrazione generale degli obiettivi e delle finalità dell'appalto nonché la stima economica del valore complessivo dell'appalto che, tenuto conto delle opzioni di cui agli artt.76, comma 6 e 120, comma 9 del Codice, è pari ad € 1.320.000,00 oltre iva e/o di altre imposte e contributi di legge.

Vista la determinazione dirigenziale n. 8567 del 18/08/2025 con la quale è stato stabilito tra l'altro:

- di procedere all'affidamento dei servizi per la progettazione e gestione della strategia d'immagine del Brand Umbria finalizzati all'implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata", mediante l'indizione di una procedura aperta ai sensi dell'art. 71 del Codice, da espletarsi in modalità telematica sulla piattaforma di approvvigionamento digitale certificata "Portale Acquisti Umbria" raggiungibile all'indirizzo: https://app.albofornitori.it/alboeproc/albo_regioneumbria, con applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 108 del Codice, per un importo a base di gara di € 600.000,00, al netto di Iva;
- di prendere atto che:
 - Responsabile Unico del Progetto (RUP) è la dott.ssa Antonella Tiranti, Dirigente del Servizio Turismo, Sport e Film Commission;
 - il ruolo di Presidente del seggio di gara verrà espletato dalla dott.ssa Antonella Tiranti, dirigente del servizio "Turismo, Sport e Film Commission"
 - la stazione appaltante, ai sensi dell'art. 107, comma 3, del Codice, si avvarrà dell'inversione procedimentale; in ogni caso la stazione appaltante garantisce che la verifica dell'assenza dei motivi di esclusione e del rispetto dei criteri di selezione sarà effettuata in maniera imparziale e trasparente;
 - ai sensi dell'art. 27 e 84 del D. Lgs. n. 36/2023 e della Delibera ANAC 263 del 20.06.2023, a decorrere dal 1° gennaio 2024, le stazioni appaltanti soddisfano gli obblighi di pubblicità a livello europeo dei bandi e degli avvisi relativi ad affidamenti di importo pari o superiore alla soglia di rilevanza europea con la trasmissione alla BDNCP degli atti redatti secondo i modelli di formulari approvati con Regolamento di esecuzione UE 2019/1780 della Commissione, come modificato dal Regolamento di esecuzione UE 2022/2023 della Commissione. Gli atti oggetto di pubblicazione sono trasmessi alla BDNCP con le modalità indicate nel provvedimento adottato ai sensi dell'articolo 23 del codice. La BDNCP prende in carico le richieste di pubblicazione pervenute entro le ore 18.00, e trasmette gli atti all'Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione Europea per la pubblicazione nella GUUE, sul sito TED, il giorno stesso della data di presa in carico. La pubblicità a livello nazionale degli atti di cui al comma 1 è garantita dalla BDNCP che li pubblica nella piattaforma per la pubblicità legale degli atti nel rispetto dei termini di cui all'articolo 85 del codice, con l'indicazione della data di trasmissione all'Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione Europea e di pubblicazione in BDNCP;

- di approvare il disciplinare di gara, il disciplinare telematico comprensivo della modulistica per la partecipazione e lo schema di contratto;
- che la gestione del contratto avviene sulla piattaforma di approvvigionamento digitale certificata raggiungibile all'indirizzo: https://app.albofornitori.it/alboeproc/albo_umbriadc.

Tutta la documentazione di gara prodotta deve essere conforme a quanto stabilito dal disciplinare di gara, suoi allegati e ogni altro atto e disposizione in esso richiamati.

Il seggio di gara è composto dalla dott.ssa Antonella Tiranti, Dirigente del Servizio Turismo, Sport e Film Commission – Presidente.

Sono presenti in qualità di teste:

- Daniela Rosati – Istruttore amministrativo del Servizio Provveditorato Gare e Contratti – Sezione Gare;
- Roberta Alunni – istruttore amministrativo del Servizio Provveditorato, Gare e Contratti – Sezione Provveditorato e Contratti.

Sono collegati in videoconferenza i Sigg.ri:

- Bruno Corradi in rappresentanza del Consorzio Reply Public Sector;
- Federico Sogaro, Paola Rossi e Peter Grosser in rappresentanza di Dilemma S.r.l.

I termini di gara venivano così fissati:

- termine ultimo di ricezione offerte: ore 12,00 del 25.09.2025;
- inizio operazioni di gara: ore 10,00 del 26.09.2025.

Il Presidente del seggio di gara verifica l'efficacia del collegamento informatico, mediante strumenti telematici idonei a consentire la comunicazione in tempo reale a due vie e il collegamento simultaneo tra gli operatori economici e il Seggio di gara.

Il Presidente accede alla piattaforma telematica Net4market a mezzo di proprie credenziali e solo a lui note e constata che entro la scadenza dei termini stabiliti, risultano pervenuti e depositati sul sistema, n. 8 plichi virtuali da parte dei seguenti operatori economici:

1. costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., P. Iva/C.F. 05275470010 (Mandataria) e Euromedia S.r.l., P. Iva 00652940552 (Mandante);
2. costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, P. Iva/C.F. 10121480015 (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., P. Iva 11148820159 (Mandante);
3. Dilemma S.r.l., P. Iva e C.F. 11021500969;
4. Inarea Strategic Design S.r.l., P. Iva 01825291006 e C.F. 07627140580;
5. Jinglebell S.r.l., P. Iva/C.F. 11441110969;
6. Pirene S.r.l., P. Iva/C.F. 04991070485;
7. costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l., P. Iva 08634020963 (Mandataria) e Carmi e Uberty S.r.l., P. Iva 04428960969 (Mandante);
8. WOW Tapes S.r.l.s., P. Iva/C.F. 14563781005.

La stazione appaltante ha stabilito di ricorrere all'inversione procedimentale.

Con l'inversione procedimentale si procede prima alla valutazione dell'offerta tecnica, poi alla valutazione dell'offerta economica, poi alla eventuale verifica dell'anomalia e, in

parallelo, alla verifica della documentazione amministrativa dell'operatore economico primo classificato.

Il Presidente del seggio di gara accede alle offerte tecniche, all'interno della piattaforma telematica Net4market, dei concorrenti sopraindicati e procede alla verifica della presenza dei documenti richiesti, e dà atto che risulta presente tutta la documentazione di cui all'art. 15 del disciplinare di gara

e dispone

- che, ai sensi dell'art. 20 del disciplinare di gara, la commissione giudicatrice proceda all'esame e valutazione delle offerte tecniche e all'assegnazione dei relativi punteggi, applicando i criteri e le formule indicati nella documentazione di gara;
- di sospendere la seduta pubblica e di aggiornarla a data da definire, che sarà comunicata con pubblicazione sul sito istituzionale della Regione Umbria e sulla piattaforma telematica.

La seduta di gara viene chiusa alle ore 10,28.

Il Presidente del seggio di gara
nonché RUP
Dott.ssa Antonella Tiranti

I teste

Daniela Rosati

Roberta Alunni

L'anno duemilaventicinque il giorno ventisette del mese di novembre alle ore 10,13 in Perugia, nella sede della Regione Umbria - Giunta Regionale, Via Mario Angeloni, 61.

Premesso che la presente seduta pubblica si svolge in videoconferenza sulla piattaforma meet.google ed ha per oggetto l'esito della valutazione dell'offerta tecnica degli otto operatori economici, l'apertura e verifica dell'offerta economica ed infine la verifica della documentazione amministrativa del primo classificato.

Con determinazione dirigenziale n. 11392 del 31/10/2025 è stata nominata la Commissione giudicatrice nelle persone di:

- Luca Conti, Dirigente del Servizio "Istruzione, Università, accreditamento e formazione. Relazioni internazionali e pace", in qualità di Presidente;
- Barbara Papalini, Responsabile della Sezione "Supporto alle attività di comunicazione turistica del Servizio "Turismo, sport e Film Commission", in qualità di Commissario;
- Paola Marchegiani, Dirigente del Servizio "Sviluppo e valorizzazione delle Marche" della Regione Marche, in qualità di Commissario.

Il seggio di gara è composto dalla dott.ssa Antonella Tiranti, Dirigente del Servizio Turismo, Sport e Film Commission – Presidente.

Sono presenti in qualità di teste:

- Daniela Rosati – Istruttore amministrativo del Servizio Provveditorato Gare e Contratti – Sezione Gare;
- Anna Rita Grigioni – Istruttore direttivo del Servizio Provveditorato, Gare e Contratti – Sezione Provveditorato e contratti.

E' collegata in videoconferenza Paola Marchegiani mentre gli altri membri della Commissione nominata con la determinazione dirigenziale n. 11392/2025 sono presenti in sala.

Sono collegati in videoconferenza i Sigg.ri:

- Bruno Corradi e Roberto Zappelli in rappresentanza del Consorzio Reply Public Sector;
- Lorena Finis e Gabriele Nolfo in rappresentanza della Armando Testa S.p.a.;
- Riccardo Martoriello e Federico Scip in rappresentanza di Jinglebell S.r.l.;
- Paola Rossi in rappresentanza di Dilemma S.r.l.;
- Davide Brogna e Giorgia Reitan in rappresentanza di WOW Tapes S.r.l.s.

Preliminarmente il Presidente della Commissione dà lettura dei punteggi, attribuiti alle singole offerte tecniche che risultano essere i seguenti:

OPERATORI ECONOMICI	Totale punti Offerta tecnica
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	63,76
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	68,88

Dilemma S.r.l.	44,22
Jinglebell S.r.l.	44,58
costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante)	42,05
WOW Tapes S.r.l.s.	58,9
Pirene S.r.l.	31,7
Inarea Strategic Design S.r.l.	35,6

Il Presidente da atto che sono esclusi gli operatori economici: Pirene S.r.l. e Inarea Strategic Design S.r.l., ai sensi dell'art. 10 del capitolato, in quanto hanno conseguito un punteggio inferiore alla soglia minima di sbarramento (40 punti).

Da lettura, quindi, dei punteggi riparametrati ottenuti:

OPERATORI ECONOMICI	Totale punti Offerta tecnica
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	74,45
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	80
Dilemma S.r.l.	51,84
Jinglebell S.r.l.	52,33
costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante)	49,53
WOW Tapes S.r.l.s.	68,80

e quindi, consegna al Presidente del Seggio di gara, per la pubblicizzazione, ai sensi dell'art. 40 della L.R. n. 11/1979, i verbali relativi ai lavori della Commissione stessa, in date 17, 20 e 21 novembre 2025 che vengono allegati al presente verbale, quali parte integrante e sostanziale (**Allegato "A"**).

A questo punto,

Il Presidente della Commissione

procede all'apertura dell'offerta economica degli operatori economici ammessi, i quali hanno indicato il ribasso percentuale unico da applicare sull'elenco prezzi posto a base

di gara come di seguito riepilogati:

OPERATORI ECONOMICI	Ribasso percentuale
Dilemma S.r.l.	10%
Jinglebell S.r.l.	non ha indicato alcun ribasso
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	16%
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	15,05%
costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante)	ha presentato tre modelli offerte in date diverse

Alle ore 10,57 il Presidente del Seggio di gara sospende la seduta per verifiche amministrative e alle ore 11,00 la riprende e dà lettura dell'ultima offerta

WOW Tapes S.r.l.s.	7%
--------------------	----

Il modello offerta economica, inserito in piattaforma di approvvigionamento digitale dall'Operatore economico Jinglebell S.r.l., è privo del ribasso percentuale unico da applicare sull'elenco prezzi posto a base di gara, richiesto dal disciplinare di gara a pena di esclusione, ai sensi del paragrafo 16 del disciplinare medesimo.

Nella piattaforma di approvvigionamento digitale il costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante) ha inserito n. 3 (tre) "Modello offerta economica" in giorni e ore differenti, contravvenendo al paragrafo 20 del disciplinare di gara che dispone l'esclusione in caso di offerte plurime.

Sulla base di quanto sopra riportato sono state disposte le esclusioni dei suddetti operatori economici.

Alle ore 11.04 la seduta pubblica viene sospesa e la commissione giudicatrice procede, in seduta riservata, all'assegnazione dei punteggi secondo i criteri di cui al punto 17.2 e 17.3 del disciplinare di gara, successivamente, all'individuazione dell'unico parametro numerico finale per la formulazione della graduatoria.

Terminate le operazioni di cui sopra, alle ore 11,25 viene riaperta la seduta pubblica e il Presidente del Seggio di gara, dà lettura dei punteggi attribuiti all'offerta economica degli operatori economici ammessi.

OPERATORI ECONOMICI	Totale punti Offerta economica
Dilemma S.r.l.	12,60
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	20
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	18,80
WOW Tapes S.r.l.s.	8,80

A questo punto si chiude la fase di valutazione dell'offerta economica e si dà lettura del punteggio finale valevole ai fini dell'aggiudicazione, dato dalla sommatoria del punteggio totale dell'offerta tecnica e dell'offerta economica:

OPERATORI ECONOMICI	Punti Offerta tecnica	Punti Offerta economica	Punteggio Totale	Graduatoria
Dilemma S.r.l.	51,84	12,60	64,44	4°
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	74,45	20	94,45	2°
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	80,00	18,80	98,80	1°
WOW Tapes S.r.l.s.	68,80	8,80	77,60	3°

All'esito delle operazioni di cui sopra,

il Presidente del seggio di gara

- dato atto che l'offerta presentata dall'operatore economico costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante) risultato primo in graduatoria conseguendo il punteggio di 98,80/100 punti, è risultata anormalmente bassa secondo quanto disposto dall'art. 21 del disciplinare di gara;
- dispone di richiedere all'operatore economico le giustificazioni ai sensi dell'art. 110 del D. Lgs. n. 36/2023.

A questo punto si procede all'apertura della documentazione amministrativa dell'operatore economico collocatosi al primo posto della graduatoria e, stante la mole

della documentazione presentata, il Presidente del seggio di gara dispone la verifica della stessa in seduta riservata e dispone di sospendere la seduta pubblica e di aggiornarla a data da definire, che sarà comunicata con le modalità previste dalla documentazione di gara.

Alle ore 11,41 si conclude la presente la seduta pubblica

Il Presidente del Seggio di gara
nonché RUP
Dott.ssa Antonella Tiranti

La Commissione giudicatrice

Luca Conti

Barbara Papalini

Paola Marchegiani

I teste

Daniela Rosati

Anna Rita Grigioni

L'anno duemilaventicinque il giorno sedici del mese di dicembre alle ore 10,18 in Perugia, nella sede della Regione Umbria - Giunta Regionale, Via Mario Angeloni, 61.

Premesso che la presente seduta pubblica si svolge in videoconferenza sulla piattaforma meet.google.

Il seggio di gara è composto dalla dott.ssa Antonella Tiranti, Dirigente del Servizio Turismo, Sport e Film Commission – Presidente.

Sono presenti in qualità di teste:

- Daniela Rosati – Istruttore amministrativo del Servizio Provveditorato Gare e Contratti – Sezione Gare;
- Anna Rita Grigioni – Istruttore direttivo del Servizio Provveditorato, Gare e Contratti – Sezione Provveditorato e contratti.

Per la Commissione giudicatrice nominata con determinazione dirigenziale n. 11392/2025 è presente in sala il Presidente Luca Conti mentre sono collegate in videoconferenza, Paola Marchegiani e Barbara Papalini.

Sono collegati in videoconferenza i Sigg.ri:

- Bruno Corradi e Roberto Zappelli in rappresentanza del Consorzio Reply Public Sector;
- Lorena Finis in rappresentanza della Armando Testa S.p.a.;
- Paola Rossi in rappresentanza di Dilemma S.r.l.;
- Davide Brogna e Fabrizio Stramazzo in rappresentanza di WOW Tapes S.r.l.s.;
- Daria Carmi in rappresentanza di Qubit Italy S.r.l.

Vista la nota pec pervenuta in data 03.12.2025 con la quale il costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandatara) e Carmi e Uberris S.r.l., (Mandante) ha chiesto *“l'annullamento in autotutela del provvedimento di esclusione del 27.11.2025 e la conseguente riammissione alla procedura di gara, con prosecuzione delle attività valutative”* comunicando che *“[...] nel caso di specie, il contenuto dei tre file caricati è perfettamente identico e tale identità è verificabile in modo oggettivo. Pertanto nessuna “offerta plurima” è mai stata presentata. La piattaforma telematica e il disciplinare consentono il reinvio e la sostituzione de facto dell'offerta. L'art. 12.1 del disciplinare dispone testualmente: “L'operatore economico ha facoltà di inserire offerte successive che sostituiscono la precedente. La stazione appaltante considera esclusivamente l'ultima offerta presentata. [...]”, il tutto come meglio specificato nella predetta nota conservata agli atti d'ufficio;.*

Il Presidente del seggio di gara dispone di riammettere il suddetto operatore economico e di accogliere la richiesta del costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandatara) e Carmi e Uberris S.r.l. (mandante) in quanto il paragrafo 12.1 del disciplinare di gara dispone che: *“L'operatore economico ha facoltà di inserire nella Piattaforma offerte successive che sostituiscono la precedente, ovvero ritirare l'offerta presentata, nel periodo di tempo compreso tra la data e ora di inizio e la data e ora di chiusura della fase di presentazione delle offerte. La stazione appaltante considera esclusivamente l'ultima offerta presentata”* e procede all'apertura dell'offerta economica, l'ultima in

ordine di tempo e precisamente la n. 2408888648150772291-2 pervenuta alle ore 10,03 del 25.09.2025, con l'indicazione del ribasso percentuale pari al 33%.

Alle ore 10.24 la seduta pubblica viene sospesa e la commissione giudicatrice procede, in seduta riservata, al calcolo dei nuovi punteggi da attribuire alle offerte economiche dei concorrenti a seguito della riammissione dell'operatore economico costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante).

Terminate le operazioni di cui sopra, alle ore 10,37 viene riaperta la seduta pubblica e il Presidente del Seggio di gara, dà lettura dei nuovi punteggi:

OPERATORI ECONOMICI	Punti Offerta tecnica	Ribasso %	Punti offerta economica	Punteggio Offerta tecnica + economica
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	74,45	16	9,70	84,15
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	80	15,05	9,12	89,12
Dilemma S.r.l.	51,84	10	6,06	57,90
costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante)	49,53	33	20	69,53
WOW Tapes S.r.l.s.	68,80	7	4,24	73,04

A questo punto viene redatta la seguente graduatoria:

OPERATORI ECONOMICI	Punteggio Totale	Graduatoria
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	89,12	1°
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.a., (Mandataria) e Euromedia S.r.l., (Mandante)	84,15	2°
WOW Tapes S.r.l.s.	73,04	3°

costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l. (Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l., (Mandante)	69,53	4°
Dilemma S.r.l.	57,90	5°

A questo punto il Presidente del seggio di gara comunica che a seguito della rideterminazione dei punteggi l'offerta presentata dal primo in graduatoria non è risultata anormalmente bassa e a seguito della positiva verifica della documentazione amministrativa, propone l'aggiudicazione a favore del costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector, (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante) che ha presentato l'offerta con punteggio pari a 88,12/100.

Si dispone che l'aggiudicazione sia subordinata all'esito delle verifiche e dei controlli in ordine al possesso dei requisiti prescritti per la partecipazione alla procedura.

Alle ore 10,54 si conclude la presente seduta pubblica.

Il Presidente del Seggio
di gara nonché RUP
dott.ssa Antonella Tiranti

La Commissione giudicatrice

Luca Conti

Barbara Papalini

Paola Marchegiani

I teste

Daniela Rosati

Anna Rita Grigioni

PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DI “SERVIZI PER LA PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLA STRATEGIA D’IMMAGINE DEL BRAND UMBRIA FINALIZZATI ALL’IMPLEMENTAZIONE DEL BRANDING E DELLE ATTIVITA’ DI PROMOZIONE TURISTICA INTEGRATA” CUP: I99I25000790003 - CIG: B7FBC0BF7D

VERBALE DELLA COMMISSIONE GIUDICATRICE

Il giorno 17 novembre 2025 alle ore 14:00, in modalità telematica tramite la piattaforma Google Meet, si è insediata in **prima seduta** la Commissione nominata con Determinazione Dirigenziale n. 11392 del 31/10/2025 del Servizio “Provveditorato, gare e contratti”, incaricata di valutare l’offerta economicamente più vantaggiosa per l’affidamento dei servizi per la progettazione e gestione della strategia d’immagine del Brand Umbria finalizzati all’implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata, come meglio specificato nel relativo Capitolato speciale descrittivo e prestazionale (CSDP).

La Commissione è così costituita:

- Dott. Luca Conti, Dirigente del Servizio “Istruzione, Università, accreditamento e formazione. Relazioni internazionali e pace”, in qualità di Presidente;
- Dott.ssa Barbara Papalini, Responsabile della Sezione “Supporto alle attività di comunicazione turistica” del Servizio Turismo, sport e Film Commission, in qualità di Commissario;
- Dott.ssa Paola Marchegiani, Dirigente del Servizio “Sviluppo e valorizzazione delle Marche” della Regione Marche, in qualità di Commissario.

È inoltre presente la Dott.ssa Eleonora Mattioli del Servizio Turismo, Sport e Film Commission, in qualità di segretaria di Commissione.

Preliminarmente all’inizio dei lavori, i componenti della Commissione dichiarano di aver rilasciato le autocertificazioni riguardanti le dichiarazioni di assenza di cause di incompatibilità e insussistenza di conflitti di interessi per la nomina a Presidente/Commissario, come richiesto dalla normativa in materia di contratti pubblici.

Successivamente, il Presidente della Commissione ha esposto le disposizioni di cui al “Capitolato speciale descrittivo e prestazionale” approvato con Determinazione Dirigenziale n. 8364 del 08/08/2025 e del “Disciplinare di Gara” approvato con Determinazione Dirigenziale n. 8567 del 18/08/2025, con particolare attenzione all’art. 10 nella parte concernente i contenuti necessari ed i criteri di valutazione delle offerte tecniche.

Il presente affidamento è effettuato con procedura aperta ai sensi dell’art. 71 del Codice degli appalti (D.Lgs. n. 36/2023), in base al criterio dell’offerta economicamente più vantaggiosa sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo ai sensi dell’art. 108 del Codice, secondo quanto previsto dal disciplinare di gara approvato con DD. n. 8567 del 18/08/2025.

La valutazione dell’offerta tecnica e dell’offerta economica sarà effettuata nel rispetto dei seguenti punteggi:

	PUNTEGGIO MASSIMO
Offerta tecnica	80
Offerta economica	20
TOTALE	100

Il punteggio all’**offerta tecnica** verrà attribuito sulla base dei criteri di valutazione elencati di seguito con la relativa ripartizione dei punteggi:

CRITERI DI VALUTAZIONE	PONDERAZIONE
-------------------------------	---------------------

		Sub- peso (max)	Peso (max)
Criterio A): Layout di pagine tabellari e layout banner web			21
Sub criterio A1)	Qualità della composizione grafica Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio	4	
Sub criterio A2)	Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario	6	
Sub criterio A3)	Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	5	
Sub criterio A4)	Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno.	3	
Sub criterio A5)	Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato francese e canadese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	3	
Criterio B): Presentazione video storytelling			35
Sub criterio B1)	Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del Progetto • grado di originalità del Progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 	15	
Sub criterio B2)	Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentare l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	10	
Sub criterio B3)	Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale	10	
Criterio C): Presentazione dello showreel dei lavori svolti			15
Sub criterio C1)	Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione	8	

	computerizzata/grafica ecc)		
Sub criterio C2)	Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	7	
Criterio D): Gruppo di lavoro e Case History			7
Sub criterio D1)	Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	3	
Sub criterio D2)	Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director	4	
Criterio E): Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022			2
Sub criterio E1)	Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata	2	
TOTALE			80

I Commissari danno atto che nella seduta pubblica del 26/09/2025, sono state aperte le buste contenenti le offerte tecniche presentate dalle seguenti imprese e/o reti di imprese:

- costituendo R.T.I. tra: **Consorzio Reply Public Sector**, C.F. e P.Iva: 10121480015 (**Mandataria**) e **Reply Digital Experience Srl**, C.F.: 97579210010 e P.Iva: 08013390011 (**Mandante**);
- **Dilemma S.r.l.**, P. Iva e C.F. 11021500969;
- **Jinglebell S.r.l.**, C.F. e P.Iva: 11441110969 (operatore singolo);
- costituendo R.T.I. tra: **Armando Testa S.p.A.** C.F. e P. Iva: 05275470010 (**Mandataria**) e **Euromedia S.r.l.** C.F. e P.Iva: 00652940552 (**Mandante**);
- **Pirene S.r.l.**, C.F e P.Iva: 04991070485;
- costituendo R.T.I. tra: **Qubit Italy S.r.l.**, P. Iva 08634020963 (**Mandataria**) e **Carmi e Uberris S.r.l.**, P. Iva 04428960969 (**Mandante**);
- **Inarea Strategic Design S.r.l.**, C.F. e P.Iva: 01825291006 / 07627140580;
- **Wow Tapes S.R.L.S.**, C.F. e P.Iva: 14563781005.

Alle ore 16:00 il Presidente dichiara chiusa la seduta dei lavori e convoca una nuova riunione di valutazione per il giorno giovedì 20 novembre 2025, ore 14:00.

Letto, firmato e sottoscritto.

Perugia, 17 novembre 2025

- Presidente Dott. Luca Conti _____
- Commissaria Dott.ssa Paola Marchegiani _____
- Commissaria Dott.ssa Barbara Papalii.. _____
- Segretaria verbalizzante Dott.ssa Eleonora Mattioli _____

VERBALE DELLA COMMISSIONE GIUDICATRICE

Il giorno 20 novembre 2025 alle ore 14:00, in modalità telematica tramite la piattaforma Google Meet, si è insediata in **seconda seduta** la Commissione nominata con Determinazione Dirigenziale n. 11392 del 31/10/2025 del Servizio "Provveditorato, gare e contratti", incaricata di valutare l'offerta economicamente più vantaggiosa per l'affidamento dei servizi per la progettazione e gestione della strategia d'immagine del Brand Umbria finalizzati all'implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata, come meglio specificato nel relativo Capitolato speciale descrittivo e prestazionale (CSDP).

La Commissione è così costituita:

- Dott. Luca Conti, Dirigente del Servizio "Istruzione, Università, accreditamento e formazione. Relazioni internazionali e pace", in qualità di Presidente;
- Dott.ssa Barbara Papalini, Responsabile della Sezione "Supporto alle attività di comunicazione turistica" del Servizio Turismo, sport e Film Commission, in qualità di Commissario;
- Dott.ssa Paola Marchegiani, Dirigente del Servizio "Sviluppo e valorizzazione delle Marche" della Regione Marche, in qualità di Commissario.

È inoltre presente la Dott.ssa Eleonora Mattioli del Servizio Turismo, Sport e Film Commission, in qualità di segretaria di Commissione.

Il Presidente apre la seduta richiamando l'attenzione dei Commissari sull'art. 10 del Capitolato speciale descrittivo e prestazionale e, in particolare, sui criteri di valutazione delle offerte tecniche elencati nella tabella con relativa ripartizione dei punteggi per ciascun criterio e sub-criterio.

È inoltre puntualizzato il metodo di attribuzione del coefficiente per il calcolo del punteggio dell'offerta tecnica, ai sensi del medesimo art. 10.

In particolare a ciascuno degli elementi qualitativi cui è assegnato un punteggio, attribuendo un coefficiente sulla base del metodo discrezionale. Ogni Commissario attribuisce, a ciascuno dei sub criteri di valutazione, un coefficiente discrezionale di un valore variabile tra zero e uno, sulla base della seguente scala di valutazione, senza possibilità di attribuzione coefficienti intermedi:

Non classificabile	0	argomento non trattato e non valutabile oppure argomento contenente proposta inadeguata o parziale rispetto alle indicazioni ed ai requisiti minimi funzionali posti
--------------------	---	--

		a base di gara e/o contenente errori/omissioni tali da rendere la proposta non classificabile
Mediocre	0,2	argomento trattato nel rispetto delle indicazioni e dei requisiti minimi funzionali posti a base di gara ma con basso livello progettuale/qualitativo/tecnico
Sufficiente	0,4	argomento trattato nel pieno rispetto delle indicazioni e dei requisiti minimi funzionali posti a base di gara, contenente proposta conforme ai suddetti requisiti e un sufficiente livello progettuale/qualitativo/tecnico
Discreto	0,6	argomento trattato nel pieno rispetto delle indicazioni e dei requisiti funzionali posti a base di gara, contenente proposta conforme ai suddetti requisiti e un approfondimento del livello progettuale che presenta scelte organizzative e/o qualitative e/ tecniche ritenute migliorative
Buono	0,8	argomento trattato nel pieno rispetto delle indicazioni e dei requisiti funzionali posti a base di gara, contenente proposta migliorativa dei suddetti requisiti e un approfondimento del livello progettuale che presenta scelte organizzative e/o qualitative e/ tecniche con un significativo incremento dell'efficacia, l'efficienza e affidabilità
Ottimo	1	argomento trattato nel pieno rispetto delle indicazioni e dei requisiti funzionali posti a base di gara, contenente proposta notevolmente migliorativa dei suddetti requisiti e un approfondimento del livello progettuale che presenta eccellenti scelte organizzative e/o qualitative e/ tecniche con un rilevante incremento dell'efficacia, l'efficienza e affidabilità

Per ciascun sub criterio, una volta che i singoli Commissari hanno attribuito il coefficiente a ogni concorrente, la Commissione calcola la **media aritmetica dei coefficienti** attribuiti all'offerta in relazione al sub-criterio in esame, al fine di ottenere il coefficiente medio da applicare al medesimo. Come previsto nel Disciplinare di gara, il calcolo di tale media sarà eseguito arrotondando alla seconda cifra decimale: qualora la terza cifra decimale sia pari o superiore a 5 sarà arrotondata per eccesso. Allo stesso modo, la somma dei punteggi dell'offerta tecnica sarà calcolata arrotondando alla seconda cifra decimale: qualora la terza cifra decimale sia pari o superiore a 5 sarà arrotondata per eccesso.

1. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da **costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.A. (Mandataria) e Euromedia S.r.l. (Mandante).**

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio	1	1	1
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario	0,8	0,8	0,8
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	1	0,8	0,8
A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno	0,8	0,8	0,8
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	0,8	1	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 	0,8	0,8	0,8
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	0,8	0,8	0,8
B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE			
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
	0,8	0,8	0,8
C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE			
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
	0,8	0,8	0,8

D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significativi, di particolare successo e prestigio curati dall'art director			
	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzziata esecutrice indicata	0	0	0

La Commissione calcola la **media aritmetica** dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio e sub - criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di **costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.A. (Mandataria) e Euromedia S.r.l. (Mandante)**;

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE (media aritmetica)	PUNTEGGIO
A LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	1	4
		A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,80	4,8
		A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,87	4,35
		A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,80	2,4
		A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,87	2,61
		TOTALE CRITERIO A	21		18,16
B PRESENTAZIONE VIDEO STORYTELLING	35	B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,80	12
		B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,80	8
		B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,80	8
		TOTALE CRITERIO B	35		28
		C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,80	6,4
C PRESENTAZIONE DELLO SHOWREEL DEI LAVORI SVOLTI	15	C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,80	5,6
		TOTALE CRITERIO C	15		12

D	GRUPPO DI LAVORO E CASE HISTORY	7	D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro			
			D2 - Cases Histories curati dall'Art Director			
				3	0,80	2,4
				4	0,80	3,2
			TOTALE CRITERIO D	7		5,6
E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022	2	Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata.			
				0	0	0
				TOTALE CRITERIO E	2	0
			TOTALE	80		63,76

2. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da costituendo R.T.I. tra: **Consorzio Reply Public Sector** (Mandataria) e **Reply Digital Experience S.r.l.** (Mandante):

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE		Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio		0,8	0,8	1
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario		0,8	0,8	0,8
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale		1	0,8	0,8
A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno		0,8	0,8	0,8
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati		1	1	1

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 	1	0,8	1
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	0,8	0,8	0,8
B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale	0,8	1	1

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità	0,8	0,8	0,8

<p>dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)</p>			
<p>C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial</p> <p>La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.</p>	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
<p>D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro</p> <p>Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.</p>	0,8	0,8	0,8
<p>D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director</p> <p>La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director</p>	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
<p>Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica.</p> <p>Il punteggio sarà assegnato come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti <p>In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzziata esecutrice indicata</p>	1	1	1

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio e sub- criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di **costituendo R.T.I.** tra: **Consorzio Reply Public Sector (Mandataria)** e **Reply Digital Experience S.r.l.** (Mandante);

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF.UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE (media aritmetica)	PUNTEGGIO

A	LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	0,87	3,48
			A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,80	4,8
			A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,87	4,35
			A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,80	2,4
			A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	1	3
			TOTALE CRITERIO A	21		18,03
B	PRESENTAZIONE VIDEO STORYTELLING	35	B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,93	13,95
			B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,80	8
			B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,93	9,3
			TOTALE CRITERIO B	35		31,25
C	PRESENTAZIONE DELLO SHOWREEL DEI LAVORI SVOLTI	15	C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,80	6,4
			C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,80	5,6
			TOTALE CRITERIO C	15		12
D	GRUPPO DI LAVORO E CASE HISTORY	7	D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,80	2,4
			D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,80	3,2
			TOTALE CRITERIO D	7		5,6

E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022		<p>Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica.</p> <p>Il punteggio sarà assegnato come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti <p>In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata.</p>			
			TOTALE CRITERIO E	2		2
			TOTALE	80		68,88

3. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da **Pirene S.r.l.**

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE		Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio		0,4	0,4	0,4

A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario	0,2	0,2	0,2
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	0,4	0,4	0,2
A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno	0,2	0,2	0,2
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	0,4	0,4	0,4

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
--------------------------------	---	---	---

B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 				0,2	0,4	0,4
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile				0,4	0,4	0,2
B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale				0,2	0,2	0,2

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE		Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione		0,6	0,6	0,6

(effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)			
C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	0,6	0,6	0,6
D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director	0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
--------------------------------	---	---	---

Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente pluri-soggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzata esecutrice indicata				1	1	1
--	--	--	--	---	---	---

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio e sub-criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di **Pirene S.r.l.**:

	CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE (media aritmetica)	PUNTEGGIO
A	LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	0,4	1,6
			A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,2	1,2

			A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,33	1,65
			A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,2	0,6
			A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,4	1,2
			TOTALE CRITERIO A	21		6,25
			B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,33	4,95
B	PRESENTAZIONE VIDEO STORYTELLING	35	B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,33	3,3
			B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,2	2
			TOTALE CRITERIO B	35		10,25
			C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,6	4,8
C	PRESENTAZIONE DELLO SHOWREEL DEI LAVORI SVOLTI	15	C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,6	4,2
			TOTALE CRITERIO C	15		9
			D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,6	1,8
D	GRUPPO DI LAVORO E CASE HISTORY	7	D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,6	2,4
			TOTALE CRITERIO D	7		4,2
E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022		Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della		1	2

		certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata.		
TOTALE CRITERIO E		2		2
TOTALE		80		31,7

4. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da Jinglebell S.r.l.

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE		Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio		0,6	0,8	0,6
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario		0,4	0,6	0,4

A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	0,8	0,6	0,6
A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno	0,6	0,6	0,6
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	0,2	0,4	0,2

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 	0,4	0,4	0,4

B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	0,6	0,6	0,6
B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale	0,6	0,4	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)	0,6	0,8	0,8
C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,6	0,8	0,8

--	--	--	--

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	0,8	0,8	0,6
D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director	0,8	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023.	0	0	0

Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata						
--	--	--	--	--	--	--

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di **Jinglebell S.r.l.**:

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE (media aritmetica)	PUNTEGGIO
A LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	0,67	2,68
		A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,47	2,82
		A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,67	3,35
		A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,6	1,8
		A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,27	0,81

			TOTALE CRITERIO A		21		11,46
			B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,4	6	
B	PRESENTAZIONE VIDEO STORYTELLING	35	B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,6	6	
			B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,53	5,3	
			TOTALE CRITERIO B	35		17,3	
			C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,73	5,84	
C	PRESENTAZIONE DELLO SHOWREEL DEI LAVORI SVOLTI	15	C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,73	5,11	
			TOTALE CRITERIO C	15		10,95	
			D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,73	2,19	
D	GRUPPO DI LAVORO E CASE HISTORY	7	D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,67	2,68	
			TOTALE CRITERIO D	7		4,87	
E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022		Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della	2	0	0	

		certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzata esecutrice indicata.			
		TOTALE CRITERIO E	2		0
		TOTALE	80		44,58

5. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da costituendo RTI tra Qubit Italy S.r.l. e Carmi e Ubertis S.r.l.

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio	0,6	1	0,8
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario	0,4	0,4	0,4
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	0,6	0,6	0,6

A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno			
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	0,4	0,6	0,4
	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 	0,4	0,4	0,4
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	0,4	0,4	0,4

B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale		
	0,4	0,4
	0,4	0,4

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 9 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)	0,6	0,8	0,8
C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE			
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro			
Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
0,8	0,8	0,8	0,8
D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director			
La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno	0	0	0

essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzziata esecutrice indicata

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di costituendo RTI tra Qubit Italy S.r.l. e Carni e Ubertis S.r.l.:

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE	PUNTEGGIO
A LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	0,8	3,2
		A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,4	2,4
		A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,6	3
		A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,47	1,41
		A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,8	2,4
		TOTALE CRITERIO A	21		12,41
B PRESENTAZIONE VIDEO STORYTELLING	35	B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,4	6
		B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,4	4
		B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,4	4
		TOTALE CRITERIO B	35		14

C	PRESENTAZIONE DELLO SHOWREEL DEI LAVORI SVOLTI	15	C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,73	5,84
			C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,6	4,2
D	GRUPPO DI LAVORO E CASE HISTORY	7	TOTALE CRITERIO C	15		10,04
			D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,8	2,4
			D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,8	3,2
			TOTALE CRITERIO D	7		5,6
E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022		Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzata esecutrice indicata.	0	0	0
			TOTALE CRITERIO E	2		0
			TOTALE	80		42,05

Alle ore 18:30 il Presidente dichiara chiusa la seduta dei lavori e convoca una nuova riunione per il giorno successivo 21 novembre 2025 ore 08:30.

Letto, firmato e sottoscritto.

Perugia, 20 novembre 2025

- Presidente Dott. Luca Conti _____
- Commissaria Dott.ssa Paola Marchegiani _____
- Commissaria Dott.ssa Barbara Papalini _____
- Segretaria verbalizzante Dott.ssa Eleonora Mattioli _____

PROCEDURA APERTA TELEMATICA PER L'AFFIDAMENTO DI "SERVIZI PER LA PROGETTAZIONE E GESTIONE DELLA STRATEGIA D'IMMAGINE DEL BRAND UMBRIA FINALIZZATI ALL'IMPLEMENTAZIONE DEL BRANDING E DELLE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE TURISTICA INTEGRATA" - CUP: 199125000790003 - CIG: B7FBC0BF7D

VERBALE DELLA COMMISSIONE GIUDICATRICE

Il giorno 21 novembre 2025 alle ore 08:30, in modalità telematica tramite la piattaforma Google Meet, si è insediata in **terza seduta** la Commissione nominata con Determinazione Dirigenziale n. 11392 del 31/10/2025 del Servizio "Provveditorato, gare e contratti", incaricata di valutare l'offerta economicamente più vantaggiosa per l'affidamento dei servizi per la progettazione e gestione della strategia d'immagine del Brand Umbria finalizzati all'implementazione del branding e delle attività di promozione turistica integrata, come meglio specificato nel relativo Capitolato speciale descrittivo e prestazionale (CSDP).

La Commissione è così costituita:

- Dott. Luca Conti, Dirigente del Servizio "Istruzione, Università, accreditamento e formazione. Relazioni internazionali e pace", in qualità di Presidente;
- Dott.ssa Barbara Papalini, Responsabile della Sezione "Supporto alle attività di comunicazione turistica" del Servizio Turismo, sport e Film Commission, in qualità di Commissario;
- Dott.ssa Paola Marchegiani, Dirigente del Servizio "Sviluppo e valorizzazione delle Marche" della Regione Marche, in qualità di Commissario.

È inoltre presente la Dott.ssa Eleonora Mattioli del Servizio Turismo, Sport e Film Commission, in qualità di segretaria di Commissione.

6. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da Dilemma S.r.l.

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di	0,4	0,6	0,4

valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio			
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario	0,4	0,4	0,4
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	0,4	0,6	0,4
A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno	0,6	0,6	0,6
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	0,6	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE				
--------------------------------	--	--	--	--

	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 	0,6	0,6	0,6
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	0,6	0,6	0,6
B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale	0,4	0,4	0,4

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione	0,6	0,6	0,6

del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)			
C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	0,8	0,8	0,8
D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE			
--------------------------------	--	--	--

	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
<p>Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica.</p> <p>Il punteggio sarà assegnato come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti <p>In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzata esecutrice indicata</p>	0	0	0

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio e sub – criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna “Peso (max)” della tabella riportata all’art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell’offerta tecnica di **Dilemma S.r.l.**

	CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE	PUNTEGGIO
A	LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica			
			A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	4	0,47	1,88
					0,4	2,4

			A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	6		
			A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	5	0,47	2,35
			A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,6	1,8
			TOTALE CRITERIO A	3	0,73	2,19
			TOTALE CRITERIO A	21		10,62
			B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,6	9
			B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,6	6
			B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,4	4
			TOTALE CRITERIO B	35		19
			C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,6	4,8
			C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,6	4,2
			TOTALE CRITERIO C	15		9
			D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,8	2,4
			D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,8	3,2
			TOTALE CRITERIO D	7		5,6
			CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA	2	0	0
			E			

PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022	125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata.			
TOTALE CRITERIO E		2		0
TOTALE		80		44,22

7. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da Inarea Strategic Design S.r.l.

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **A - Layout di pagine tabellari e layout banner web**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio	0,2	0,2	0,2
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del	0,4	0,4	0,4

Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario			
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	0,4	0,4	0,4
A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà altresì valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno	0,4	0,4	0,4
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati	0,2	0,2	0,2

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> capacità narrativa del progetto 	0,4	0,4	0,4

<ul style="list-style-type: none"> • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 			
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile	0,4	0,4	0,4
B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale	0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)	0,6	0,6	0,6

C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,6	0,4	0,4
--	-----	-----	-----

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.	0,4	0,6	0,4
D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI	0	0	0

125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzziata esecutrice indicata			
--	--	--	--

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di **Inarea Strategic Design S.r.l.**:

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE	PUNTEGGIO
A LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	0,2	0,8
		A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,4	2,4
		A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,4	2
		A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,4	1,2

			A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,2	0,6
			TOTALE CRITERIO A	21		7
			B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,4	6
			B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,4	4
			B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,6	6
			TOTALE CRITERIO B	35		16
			C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,6	4,8
			C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial			
			TOTALE CRITERIO C	15		8,09
			D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,47	1,31
			D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,8	3,2
			TOTALE CRITERIO D	7		4,51
			Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D. Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D. Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica.			
			Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurioggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra	2	0	0
E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022					

		determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata.		
		TOTALE CRITERIO E	2	0
		TOTALE	80	35,6

8. I Commissari procedono all'attribuzione dei coefficienti per l'offerta presentata da Wow Tapes S.R.L.S.

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione A - Layout di pagine tabellari e layout banner web, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
A.1 - Qualità della composizione grafica. Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di valorizzare le proporzioni e l'armonia dei diversi elementi del visual: fotografia/testo/elementi grafici/marchio	0,8	0,1	0,8
A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand Il punteggio verrà assegnato in funzione della più elevata capacità di comunicare i tratti distintivi e di unicità del Sistema regionale e rappresentare l'Umbria come brand unitario	0,8	1	1
A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale Il punteggio verrà assegnato in funzione della capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale e sarà rispondente alle modalità della comunicazione esperienziale	0,8	0,8	0,8

A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia Il punteggio verrà assegnato in funzione del posizionamento turistico dell'Umbria sul mercato interno. La proposta verrà valutata in funzione della coerenza con i prodotti turistici di punta per il mercato interno				0,6	0,6	0,4
A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese La proposta verrà valutata in funzione del seguente parametro: coerenza con i prodotti turistici di punta per ciascuno dei mercati				0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio B - Presentazione video storytelling**, i singoli Commissari esprimono il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE				Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
B.1. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity La Commissione valuterà i seguenti elementi: <ul style="list-style-type: none"> • capacità narrativa del progetto • grado di originalità del progetto • efficacia e innovatività del messaggio • capacità di comunicare l'Umbria come brand unitario 				0,8	0,8	0,8
B.2. - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria La Commissione valuterà il progetto in base alla sua capacità di rappresentazione l'Umbria come destinazione green, accessibile e sostenibile				0,6	0,6	0,4

B.3. - Capacità di attrarre e suscitare forte impatto emozionale La Commissione darà forte risalto nell'attribuzione del punteggio alle proposte che avranno un forte grado di attrattività, originalità e saranno rispondenti alle modalità della comunicazione emozionale		
	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio C - Presentazione dello showreel dei lavori svolti**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
C.1. - Qualità tecnica del prodotto La Commissione valuterà nitidezza ed esposizione delle immagini, la gestione delle luci (naturali e artificiali), la qualità del color editing, la qualità dell'inquadratura, il ritmo del montaggio, la gestione del suono, eventuali lavorazioni di post produzione (effetti speciali/animazione computerizzata/grafica ecc)	0,8	1	0,8
C.2. - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial La Commissione valuterà la capacità narrativa del filmato nel rappresentare i prodotti di punta dei territori presentati.	0,8	0,8	0,8

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio D - Gruppo di lavoro e Case History** ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE		Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
D.1. - Idoneità professionale del gruppo di lavoro Grado di adeguatezza e coerenza delle competenze delle figure professionali in termini di esperienze e conoscenze specialistiche in relazioni alle attività da svolgere. La valutazione terrà conto dei curricula dei componenti il gruppo di lavoro.		0,8	0,8	0,6
D.2. - Cases Histories curati dall'Art Director La Commissione valuterà i lavori più significati, di particolare successo e prestigio curati dall'art director		0,6	0,6	0,6

Per ciascun sub-criterio di valutazione relativo al criterio di valutazione **Criterio E - Certificazione del sistema di gestione per la parità di genere UNI/PdR 125:2022**, ciascun Commissario esprime il coefficiente di valutazione sulla base del metodo discrezionale disciplinato all'art. 10 del Capitolato speciale, come di seguito indicato:

CRITERIO DI VALUTAZIONE	Commissario 1 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 2 coefficiente tra 0 e 1	Commissario 3 coefficiente tra 0 e 1
Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento	0	0	0

dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorziata esecutrice indicata			
---	--	--	--

La Commissione calcola la media aritmetica dei coefficienti attribuiti all'offerta dai singoli Commissari in relazione ad ogni criterio di valutazione, in modo da ottenere il coefficiente unico da applicare ai punteggi discrezionali evidenziati nella colonna "Peso (max)" della tabella riportata all'art. 10 del Capitolato e poter calcolare il punteggio finale dell'offerta tecnica di **Wow Tapes S.R.L.S.**:

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX	SUB CRITERI	PESO MAX	COEFF. UNICO ATTRIBUITO DALLA COMMISSIONE	PUNTEGGIO
A LAYOUT DI PAGINE TABELLARI E LAYOUT BANNER WEB	21	A.1 - Qualità della composizione grafica	4	0,87	3,48
		A.2 - Grado di innovazione nell'ottica della strategia di brand	6	0,93	5,58
		A.3 - Capacità di creare engagement attraverso proposte a carattere esperienziale	5	0,80	4
		A.4 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato Italia	3	0,53	1,59
		A.5 - Coerenza ed adeguatezza del messaggio pubblicitario sul mercato tedesco e inglese	3	0,6	1,8
		TOTALE CRITERIO A	21		16,45
B PRESENTAZIONE VIDEO STORYTELLING	35	B.1 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica della Brand Identity	15	0,8	12
		B.2 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,53	5,3
		B.3 - Capacità di comunicare il territorio alla luce del set valoriale dell'Umbria	10	0,8	8
		TOTALE CRITERIO B	35		25,3

C	PRESENTAZIONE DELLO SHOWREEL DEI LAVORI SVOLTI	15	C1 - Qualità tecnica del prodotto	8	0,87	6,96
			C2 - Valutazione della strategia creativa nell'ottica del branding territorial	7	0,8	5,6
D	GRUPPO DI LAVORO E CASE HISTORY	7	TOTALE CRITERIO C	15		12,56
			D1 - Idoneità professionale del gruppo di lavoro	3	0,73	2,19
			D2 - Cases Histories curati dall'Art Director	4	0,6	2,4
			TOTALE CRITERIO D	7		4,59
E	CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022		Possesso della certificazione, in corso di validità, della parità di genere di cui all'art. 46-bis del D.Lgs 11 aprile 2006 n. 198 in conformità della Pdr UNI 125:2022, rilasciata da un organismo di certificazione accreditato previsto dall'Art. 108 comma 7 del D.Lgs 36/2023. Copia conforme della certificazione dovrà essere allegata all'offerta tecnica. Il punteggio sarà assegnato come segue: - possesso della certificazione 2 punti - non possesso della certificazione 0 punti In caso di concorrente plurisoggettivo, per ottenere l'attribuzione del punteggio come sopra determinato, tutti i componenti del raggruppamento dovranno essere in possesso della certificazione. In caso di consorzio il punteggio è attribuito con riferimento alla consorzziata esecutrice indicata.	2	0	0
			TOTALE CRITERIO E	2		0
			TOTALE	80		58,9

Terminate le operazioni, la Commissione redige la seguente **Tabella riassuntiva** dei punteggi attribuiti alle offerte tecniche presentate dagli operatori economici, in relazione a ciascun criterio e totali:

Operatore economico	Criterio A	Criterio B	Criterio C	Criterio D	Criterio E	TOTALE
Pirene S.r.l.	6,25	10,25	9	4,2	2	31,7
Inarea Strategic Design S.r.l.	7	16	8,08	4,51	0	35,6
costituendo R.T.I. tra: Qubit Italy S.r.l.(Mandataria) e Carmi e Ubertis S.r.l. (Mandante)	12,41	14	10,04	5,6	0	42,05
Dilemma S.r.l.	10,62	19	9	5,6	0	44,22
Jinglebell S.r.l.	11,46	17,3	10,95	4,87	0	44,58
Wow Tapes S.R.L.S.	16,45	25,3	12,56	4,59	0	58,9
costituendo R.T.I. tra: Armando Testa S.p.A. (Mandataria) e Euromedia S.r.l. (Mandante)	18,16	28	12	5,6	0	63,76
costituendo R.T.I. tra: Consorzio Reply Public Sector (Mandataria) e Reply Digital Experience S.r.l., (Mandante)	18,03	31,25	12	5,6	2	68,88

Il Presidente rileva che, ai sensi del più volte citato art. 10 del Capitolato:

- *“Il concorrente è escluso dalla gara nel caso in cui consegua un punteggio inferiore alla soglia minima di sbarramento pari a 40 punti per il punteggio tecnico complessivo. Pertanto il concorrente sarà escluso dalla gara e non si procederà all'apertura dell'offerta economica*

nel caso in cui consegua un punteggio inferiore a detta soglia. Il superamento della soglia di sbarramento è calcolato prima della eventuale riparametrizzazione".

Sono pertanto esclusi dalla gara per aver conseguito un punteggio inferiore alla soglia minima di sbarramento (40 punti) gli operatori economici: **Pirene S.r.l. e Inarea Strategic Design S.r.l.;**

- *"Al fine di non alterare i pesi stabiliti tra i vari criteri, se nel singolo criterio nessun concorrente ottiene il punteggio massimo, tale punteggio viene **riparametrizzato** attribuendo all'offerta del concorrente che ha ottenuto il punteggio più alto per il criterio il punteggio massimo previsto e alle offerte degli altri concorrenti un punteggio proporzionale decrescente".*

La Commissione procede quindi alle operazioni di **riparametrizzazione criterio per criterio** dei punteggi ottenuti dagli operatori economici che hanno superato la soglia di sbarramento, con le modalità indicate al punto precedente. Di seguito i punteggi attribuiti in seguito alla prima riparametrizzazione:

Operatore economico	Criterio A	Criterio B	Criterio C	Criterio D	Criterio E	TOTALE
RTI Qubit Italy S.r.l. +1	14,35	15,68	11,99	7,00	0	49,02
Dilemma S.r.l.	12,28	21,28	10,75	7,00	0	51,31
Jinglebell S.r.l.	13,25	19,38	13,08	6,09	0	51,79
Wow Tapes S.R.L.S.	19,02	28,34	15,00	5,74	0	68,10
RTI Armando Testa S.p.A. +1	21,00	31,36	14,33	7,00	0	73,69
RTI Consorzio Reply Public Sector + 1	20,85	35,00	14,33	7,00	2,00	79,18

- *"Al fine di non alterare i pesi stabiliti tra i vari criteri, se nel punteggio per l'offerta tecnica complessiva nessun concorrente ottiene il punteggio massimo, tale punteggio viene **nuovamente riparametrizzato** attribuendo all'offerta del concorrente che ha ottenuto il punteggio complessivo più alto per l'offerta tecnica il punteggio massimo previsto e alle offerte degli altri concorrenti un punteggio proporzionale decrescente" (seconda riparametrizzazione).*

Poiché a seguito delle operazioni di riparametrizzazione criterio per criterio nessun operatore ha ottenuto il punteggio massimo, la Commissione procede ad una nuova riparametrizzazione sulla base del punteggio complessivo, con le modalità indicate al punto precedente.

Pertanto l'esito finale della valutazione delle offerte tecniche è il seguente:



Operatore economico	TOTALE
RTI Consorzio Reply Public Sector + 1	80,00
RTI Armando Testa S.p.A. +1	74,45
Wow Tapes S.R.L.S.	68,80
Jinglebell S.r.l.	52,33
Dilemma S.r.l.	51,84
RTI Qubit Italy S.r.l. +1	49,53

Alle ore 13:30 il Presidente dichiara chiusa la seduta dei lavori.

Il Presidente provvederà a trasmettere il presente ed i precedenti verbali al Servizio "Provveditorato, gare e contratti" per i successivi adempimenti della procedura in oggetto.

Letto, firmato e sottoscritto.

Perugia, 21 novembre 2025

- Presidente Dott. Luca Conti _____
- Commissaria Dott.ssa Paola Marchegiani _____  6/11/2022
- Commissaria Dott.ssa Barbara Papalini _____ 
- Segretaria verbalizzante Dott.ssa Eleonora Mattioli _____