



ACQUA & TERME FIUGGI S.p.A.

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE PER AGENZIA DI CREATIVITÀ

IL CONTESTO

La Società Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. intende sviluppare un progetto di comunicazione teso a garantire coerenza all'intero spettro di strumenti che saranno realizzati, rendere più attraente il patrimonio disponibile, sviluppare strumenti e azioni in grado di essere più facilmente percepibili dai pubblici di riferimento.

La Società Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. sviluppa il complesso delle proprie attività su diversi rami i azienda:

1. l'attività industriale di imbottigliamento e commercializzazione del prestigioso prodotto Acqua Fiuggi;
2. l'organizzazione e la gestione delle due storiche fonti termali, Fonte Bonifacio VIII° e Fonte Anticolana;
3. l'organizzazione e la gestione del campo da golf che rappresenta uno dei più antichi campi da golf a 18 buche d'Italia essendo stato realizzato nel 1928 e che esprime importanti specificità sia dal punto di vista tecnico che ambientale;
4. il tour operator "Bonifacio Viaggi" costituito al fine di verticalizzare alcuni processi e costruire una moderna strategia di posizionamento delle risorse territoriali.

L'Azienda intende quindi attivare, anche dal punto di vista comunicativo, un'azione sistemica che permetta di qualificare la conoscenza delle risorse disponibili perseguendo anche l'obiettivo di un riposizionamento complessivo più in linea con le dinamiche attuali che guidano i diversi segmenti di pubblico.

Rispetto ai mercati geografici, si ritiene l'offerta interessante in maniera trasversale a molteplici bacini sebbene si debba evidenziare che il prodotto, con esplicito riferimento al prodotto termale e alla sua configurazione attuale, esprime oggi livelli di obsolescenza e per il quali è in via di elaborazione un processo di ammodernamento funzionale. Si ritiene che i pubblici principali possano essere sintetizzati principalmente in: 1) un pubblico che richiede le qualità terapeutiche di Acqua Fiuggi svolgendo un percorso di cura in loco; 2) un pubblico di prossimità e dalle caratteristiche anagrafiche più legate alla terza età; 3) un pubblico nel quale risiede il ricordo di positive esperienze del passato e più distante geograficamente.

Profondamente diverso è il contesto che si lega al prodotto industriale che mantiene inalterate le percezioni di assoluta qualità e prestigio nel panorama sempre più competitivo delle acque minerali. La gamma del prodotto si sta fortemente ammodernando con l'inserimento della bottiglia da ½ litro in PET che arricchisce l'insieme delle referenze.

Relativamente al golf, si tratta di un campo storico e prestigioso che è stato nel tempo anche sede di gare professionistiche. La maggior popolarità del gioco del golf, unitamente alla più semplice accessibilità, hanno permesso la diffusione di questo sport anche verso segmenti di pubblico dalle caratteristiche socio/economiche meno elevate. La vicinanza ad una serie di altri campi, oltre alla prossimità geografica con il percorso che ospiterà la Ryder Cup 2002, rappresentano lo stimolo per un adeguamento degli strumenti disponibili. I pubblici di riferimento sono molteplici e la disponibilità del campo da golf, insieme alle caratteristiche sopra evidenziate, potrebbe anche essere utile per la ricerca di una forma di vantaggio competitivo del territorio.

Con riferimento al tour operator, si tratta di un ramo d'azienda di recente costituzione nato con l'obiettivo di garantire un segnale di attenzione allo sviluppo della destinazione e delle aree limitrofe che, pur essendo ricche di interessanti patrimoni in grado di coinvolgere potenzialmente numerosi pubblici, vivono un periodo di stagnazione e non possiedono una moderna strategia sistemica.



ACQUA & TERME FIUGGI S.p.A.

OBIETTIVO

A nostro avviso, il complesso delle risorse aziendali esprimono ancora notevoli margini, seppur con gradienti differenziati, ma devono essere riposizionate e dotate di strumenti che siano in grado di comunicarle con modernità, senza trascurare la storicità che esprimono e che rappresenta una delle più importanti caratteristiche in termini di valore aggiunto.

Il progetto si pone l'obiettivo di individuare azioni di coordinamento per interessare in maniera più qualificata e strategicamente orientata target che si caratterizzano anche per un più elevato livello di consapevolezza nelle scelte.

Il fine è di far percepire di nuovo ai mercati la disponibilità complessiva arricchita di novità; più nello specifico, si tende alla creazione di un coordinamento visivo e concettuale che aiuti nella diffusione della conoscenza delle risorse con un sistema di modernità comunicativa.

Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. intende, quindi, individuare una primaria agenzia nazionale di comunicazione che unisca all'elevata qualità anche il supporto all'azienda per una precisa individuazione strategica che, in linea con la visione aziendale, contribuisca a garantire un nuovo posizionamento all'insieme degli asset aziendali.

- Identificare una linea grafica nuova e coordinata per i prodotti indicati.
- Individuare, seppur nell'omogeneità della linea comunicativa, flessibili declinazioni.
- Posizionare e garantire appeal all'insieme delle risorse che la possano rendere sotto il profilo di soddisfacimento o arricchimento dei bisogni legati alle diverse declinazioni di prodotto.

OGGETTO DELLA FORNITURA

Al soggetto che risulterà aggiudicatario sarà affidata la fase creativa di tutte le declinazioni fino all'impaginazione e realizzazione del prodotto "pronto per la stampa"

A tal fine si richiede di presentare una proposta per lo sviluppo della seguente attività:

- analisi posizionamento strategico in grado di caratterizzare e definire il brand e capace di veicolare i valori aziendali attraverso un pay off di marca. Ricerca del marchio Fiuggi e analisi competitiva dei principali marchi presenti sul mercato;
- concept, reBranding, guidelines images, posizionamento strategico del marchio/brand Acqua Fiuggi, Terme, Golf, territorio;
- studio e realizzazione creativa di campagna stampa e di prodotto per il brand Acqua Fiuggi e sue declinazioni aziendali;
- ideazione creativa dei contenuti del sito web e dei canali social;
- valutazione, selezione, trattative e stipulazione in nome e per conto nostro degli accordi con i fornitori di servizi e materiali, con l'impegno di ottenere le condizioni più favorevoli;
- assistenza da parte dei seguenti servizi: creativo, account, produzione, controllo tecnico di qualità, amministrativo alla definizione e alla produzione ottimale delle proposte creative prescelte.

In linea indicativa e non esaustiva, le declinazioni di prodotto possono essere composte come segue.

- Brochure informativa
- Locandine
- Advertising classica su quotidiani e periodici
- Layout
- Per advertising outdoor
- Ideazione di cartella stampa
- Progettazione di pagine web



ACQUA & TERME FIUGGI S.p.A.

- Progettazione di elementi allestitivi destinati alla promozione dell'Azienda in occasioni fieristiche e/o congressuali
- Packaging

Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. deterrà i diritti di utilizzazione delle idee creative proposte per il periodo contrattuale.

Tutti gli strumenti dovranno essere forniti su supporti idonei alla loro applicazione sui media pianificati. La durata del contratto è fissata in anni uno a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto; entro 90 gg dalla scadenza, potrà essere rinnovata per un periodo ulteriore di dodici mesi per espressa volontà delle parti.

L'importo massimo previsto per l'intera fornitura è di € 150.000,00 (centocinquamila/00) esclusa l'IVA di legge.

L'importo individuato rappresenterà, altresì, la base per l'individuazione del punteggio relativo all'offerta economica che sarà individuato secondo la formula indicata successivamente.

MODALITÀ DI ESECUZIONE

Gli strumenti di comunicazione saranno stabiliti di volta in volta in base alla natura dell'iniziativa e alle esigenze dell'ufficio.

Tali proposte non hanno pertanto carattere definitivo per l'Azienda, la quale potrà richiedere alla ditta aggiudicataria, in sede di esecuzione della prestazione, di apportare revisioni sulle declinazioni degli strumenti sulla base delle proprie esigenze operative.

PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

L'Agenzia interessata a presentare un'offerta che dovrà contenere:

a) *Offerta tecnica*

L'Agenzia dovrà indicare:

- 1) Almeno un'idea creativa delle soluzioni grafico-visive proposte per i prodotti di comunicazione e del messaggio dedicato alla campagna promozionale per:

Le proposte creative indicate nell'offerta tecnica costituiscono uno strumento di valutazione che sarà utilizzato per misurare la capacità tecnico-professionale delle ditte concorrenti.

- 2) Una sintetica relazione descrittiva delle soluzioni comunicative proposte, del loro coordinamento e nel concept che le guida;
- 3) La descrizione dettagliata del servizio di assistenza che sarà offerto con eventuale numero delle professionalità impiegate e loro qualifica.

b) *Offerta economica*

L'offerta economica riferita alla fornitura oggetto del presente capitolato dovrà contenere il corrispettivo economico per la fornitura del servizio.

Il prezzi dovrà essere espresso sia al netto che al lordo dell'IVA, in lettere e cifre.



ACQUA & TERME FIUGGI S.p.A.

L'offerta potrà pervenire a Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. attraverso qualunque mezzo: posta ordinaria, corriere, consegna a mano, posta elettronica certificata entro il termine perentorio del 22/01/2018 non facendo fede il timbro postale.

Le Ditte che parteciperanno alla manifestazione di interesse saranno invitate ad illustrare, se lo ritengono opportuno, la loro proposta per la quale sarà comunicata la data.

CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'OFFERTA

La gara sarà aggiudicata dalla ditta che in base ai seguenti criteri avrà presentato l'offerta più vantaggiosa.

a) Creatività della proposta..... Punt max 40

Valutazione complessiva in base ai seguenti elementi:

a.1) originalità della proposta

a.2) elementi di creatività ed innovazione nella comunicazione visiva proposta

a.3) coerenza con il prestigio dell'Azienda

b) Curriculum dell'Agenzia e professionalità coinvolte nello sviluppo o nell'applicazione del progetto..... Punt max 30

c) Offerta Economica..... Punt max 30

Il punteggio massimo relativo al prezzo per la progettazione degli strumenti di comunicazione è attribuito all'offerta economicamente più vantaggiosa rispetto alla media aritmetica della somma dei prezzi unitari indicati in sede di offerta, in base alla seguente formula:

$P = \frac{O_{min} \times 30}{O_{val}}$

Dove:

P= punteggio da assegnare

O_{min}= prezzo minore tra le offerte valutate

30= punteggio massimo assegnato all'offerta con il prezzo minore

O_{val}= prezzo dell'offerta economica in valutazione

Il servizio sarà aggiudicato all'Agenzia che avrà ottenuto il punteggio più alto sommando i singoli punteggi attribuiti in base ai criteri di cui all'offerta tecnica e all'offerta economica.



ACQUA & TERME FIUGGI S.p.A.

STIPULA, DURATA, PROROGA DEL CONTRATTO

Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. procederà alla stipula del contratto con la ditta aggiudicataria.
L'Agenzia aggiudicataria resta impegnata fin dal momento della presentazione dell'offerta, mentre Acqua & Terme Fiuggi S.p.A. resta impegnata dal momento dell'aggiudicazione.
Il contratto ha durata di un anno dalla data di sottoscrizione del contratto e potrà essere rinnovato attraverso espresso consenso delle parti, non essendo ammesso il tacito rinnovo.

Fiuggi, 8 Gennaio 2018

L'Amministratore Unico di A.T.F. S.p.A.

Dott. Carlo Marai