

Oggetto: procedura negoziata ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. e), del d.lgs. n. 36/2023, per l'affidamento del servizio di ufficio stampa per la Fondazione Film Commission Torino Piemonte | CIG B6D281F982

## VERBALE DELLA SEDUTA DI SPEECH CON I CONCORRENTI e DELLA SUCCESSIVA SEDUTA RISERVATA DELLA COMMISSIONE

**Seduta riservata di venerdì 6 giugno 2025 ore 10.00**

Il giorno 6 giugno 2025 alle ore 10.00, attraverso la piattaforma Zoom si è tenuta la seduta pubblica per la verifica dell'offerta tecnica relativa all'**affidamento del servizio di ufficio stampa per la Fondazione Film Commission Torino Piemonte**.

Alla seduta risultano presenti:

- **Paolo Manera**, in qualità di Responsabile Unico del Progetto e di Presidente della Commissione (di seguito "**RUP**");

e la Commissione giudicatrice ("**Commissione**") così composta:

- **Donatella Tosetti**, dipendente della Fondazione con comprovata esperienza nella materia oggetto di appalto, in qualità di secondo componente della Commissione;
- **Alessandra Valsecchi**, dipendente della Fondazione Piemonte Dal Vivo con comprovata esperienza nella materia oggetto di appalto, in qualità di terzo componente della Commissione.

\*\*\*\*\*

In data odierna i seguenti concorrenti sono stati invitati ad illustrare alla Commissione il contenuto delle proprie Relazioni tecniche:

- 1) **Gruppo2DueRighe – ore 10.00**
- 2) **Spin-To – ore 10.10**
- 3) **Sec e associati – ore 10.20**
- 4) **Mongini Comunicazione – ore 10.30**
- 5) **Babel Agency – ore 10.40**

Prima dell'inizio degli Speech, il Presidente informa i commissari che è stato deciso di lasciare 5 minuti, ad ogni operatore per illustrare il contenuto della propria relazione tecnica. I Commissari non potranno rivolgere alcuna domanda.

Al momento dell'avvio dei colloqui il Presidente chiede a ciascun operatore economico la possibile di registrare gli interventi tramite Zoom. Tutti gli operatori economici acconsentono.

### **1. Gruppo2DueRighe**

Lo Speech inizialmente previsto alle ore 10.00 viene posticipato alle 10.50, in coda alle successive presentazioni, a causa di problemi di collegamento.

### **2. Spin-To**

Lo Speech inizia alle ore 10.10 e termina alle ore 10.18.

Alessandro Bertin presenta brevemente l'expertise dell'agenzia insieme al collega Stefano Fassone. Gli operatori tengono a evidenziare l'approccio proattivo che sono soliti mettere in campo, facendo riferimento alle varie opportunità comunicative che si possono individuare anche al di fuori dell'ambito prettamente culturale (economia, uso di creator e influencer).

### **3. Sec e associati**

Lo Speech inizia alle ore 10.22 e termina alle ore 10.30.

Sabrina Prestipino e Cinzia Sigot presentano l'agenzia e propongono il loro approccio, volto ad indagare opportunità anche al di fuori della stampa di settore, attraverso spazi in ambito economico, per valorizzare ricadute e professionisti. Vengono citate le opportunità promozionali derivanti dalle celebrazioni dei 25 anni della Fondazione e l'uso di nuovi strumenti (ad esempio, podcast per presentare il dietro le quinte dell'attività dell'ente e delle produzioni)

### **4. Mongini Comunicazione**

Lo Speech inizia alle ore 10.33 e termina alle ore 10.39.

E' la titolare dell'agenzia Paola Mongini a condurre la presentazione che vede collegate anche le persone del suo team. A partire dalla lunga esperienza nel settore entertainment l'operatore delinea in maniera concreta ed esaustiva vari livelli e contesti comunicativi in cui intervenire, mostrando uno studio approfondito dell'esistente che cita alcune delle varie proposte contenute nell'offerta tecnica.

### **5. Babel Agency**

Lo Speech inizia alle ore 10.42 e termina alle ore 10.47.

Le titolari dell'agenzia, Maddalena Cazzaniga e Francesca Tablino, presentano con efficacia e con una rapida carrellata metodo e approccio professionale che contraddistingue il loro operato, evidenziando la capacità di attivare un cross tra cultura-spettacolo-entertainment (come attraverso la comunicazione del lungometraggio "The Opera". Gli operatori propongono di mettere a disposizione uno sguardo ampio per pubblici eterogenei, con lavoro "di ricamo" per diversificare la strategia a seconda delle necessità.

### 1. Gruppo2DueRighe

Lo Speech dell'agenzia si riavvia alle 10.52, con la presentazione – a mezzo slide, con schermo condiviso – del communication specialist Damiano Rossi.

L'operatore delinea l'analisi del contesto di riferimento dal locale al nazionale fino alle opportunità internazionali. Viene evidenziato il ruolo istituzionale della Fondazione e si fa riferimento all'approccio metodologico che l'agenzia è in grado di garantire.

Al termine dei colloqui la Commissione avvia una seduta riservata per vagliare le 5 offerte tecniche proposte dai sopra indicati operatori.

La documentazione predisposta da **Gruppo2DueRighe** risulta completa e adeguatamente strutturata, con vari esempi concreti e proposte che evidenziano un approfondito lavoro progettuale.

Il progetto presentato da **Spin-To** propone una strategia generale declinata in vari paragrafi di approfondimento. La commissione valuta positivamente alcune proposte legate alle opportunità promozionali offerte dalla sfera del digitale.

**Sec & Associati** articola adeguatamente la propria proposta progettuale, con tabelle ed esempi di strutturazione e calendarizzazione di eventi e PR opportunity.

A partire dai vari ambiti d'azione in cui la Fondazione opera, **Mongini comunicazione** riesce a concretizzare numerosi esempi e ad articolare varie proposte valutate più che positivamente dalla commissione.

La proposta progettuale presentata da **Babel Agency** ha un formato "brochure" che illustra il modus operandi e le strategie che l'agenzia può mettere a disposizione dei propri clienti. Si rileva la mancanza di una strategia pensata ad hoc per l'ente.

Premesso che:

- a) la procedura sarà aggiudicata valutando l'offerta tecnica che presenta la migliore proposta per lo svolgimento del Servizio, ai sensi degli artt. 50, comma 4, e 108, comma 5, del Codice., e con il seguente riparto di voci e relativo punteggio:
  - piano strategico e di comunicazione (max 35 punti);
  - azioni di media relations e ufficio stampa (max 35 punti);
  - portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato (max 30 punti).

b) il Presidente della Commissione dà lettura dei criteri di valutazione dell'offerta tecnica e della modalità di attribuzione del relativo punteggio previsti nella Lettera di invito.

**Ciò premesso:**

La Commissione inizia la valutazione delle offerte tecniche nel seguente ordine, assegnando i relativi punteggi - come riportati nell'allegato al presente verbale - ed esprimendo le seguenti valutazioni:

**1.GRUPPO2DUE RIGHE**

L'offerta viene valutata dai Commissari nel suo complesso **con giudizio di punti 54.**

**a.1) Piano strategico e di comunicazione**

**Piano strategico e di comunicazione** viene valutato con giudizio di **punti 21.**

L'operatore propone un sistema integrato di azioni mirate ad accrescere la percezione della Fondazione in tre ambiti concentrici e complementari (locale, nazionale e internazionale), con una matrice di comunicazione integrata.

La Commissione valuta sufficiente il piano presentato e apprezza in particolare la valorizzazione dell'identità duale di FCTP, per il suo ruolo istituzionale e di leadership nell'audiovisivo.

**a.2) Azioni di media relations e ufficio stampa**

Le Azioni per lo svolgimento ed il controllo del servizio vengono valutate con giudizio di **punti 21.**

L'operatore economico presenta un piano dettagliato delle azioni previste, con tempistiche precise e chiare, con approccio tradizionale. Le azioni proposte sono ritenute sufficienti dalla Commissione.

**a.3) Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato**

Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato sono valutati dai commissari con giudizio di **punti 12.**

L'operatore economico presenta i curricula dello staff e cita alcuni progetti recenti. La Commissione valuta insufficiente il profilo presentato rispetto a quanto richiesto dalla Fondazione.

---

**2.SPIN-TO**

L'offerta viene valutata dai Commissari nel suo complesso **con giudizio di punti 75,33.**

**a.1) Piano strategico e di comunicazione**

**Piano strategico e di comunicazione** viene valutato con giudizio di **punti 23,33**.

L'operatore descrive accuratamente una strategia generale, includendo i vari ambiti (locale, nazionale e internazionale), i diversi media (testate cartacee e digitali) e i vari ambiti (non solo cinema).

La Commissione valuta positivamente il piano presentato, seppur piuttosto generico, e apprezza in particolare la riflessione sul monitoraggio delle attività, per una valutazione *in fieri* della strategia proposta.

**a.2) Azioni di media relations e ufficio stampa**

Le Azioni per lo svolgimento ed il controllo del servizio vengono valutate con giudizio di **punti 28**.

L'operatore presenta un quadro specifico, con azioni pensate per la Fondazione, come colazione di lavoro, press tour, anteprime/esclusive. La Commissione valuta positivamente le azioni proposte, con particolare interesse all'ambito digitale per ampliare il bacino media (e quindi di pubblico).

**a.3) Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato**

Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato sono valutati dai commissari con giudizio di **punti 24**.

L'operatore presenta il portfolio dell'agenzia nata a Torino nel 2009 e specializzata nello sviluppo di strategie per valorizzare progetti culturali e creativi. La Commissione valuta positivamente il profilo presentato, con clienti prestigiosi e in linea con le esigenze della Fondazione.

---

**3.SEC E ASSOCIATI**

L'offerta viene valutata dai Commissari nel suo complesso con giudizio di **60 punti**

**a.1) Piano strategico e di comunicazione**

**Piano strategico e di comunicazione** viene valutato con giudizio di **21 punti**

L'operatore presenta un piano strategico sufficientemente coerente, mostrando di conoscere leve e azioni attinenti all'operato della Fondazione.

La commissione rileva come positiva la capacità dell'operatore di declinare diverse opportunità di comunicazione tanto per il cotè istituzionale dell'ente sia per il cotè btob dello stesso.

**a.2) Azioni di media relations e ufficio stampa**

Le Azioni di media relations e ufficio stampa vengono valutate con giudizio di **21 punti**.

La commissione concorda nell'assegnare al piano media un giudizio positivo, rilevando la capacità di elencare corrette azioni e strumenti seppur con un approccio generale.

#### **a.3) Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato**

Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato sono valutati dai commissari con giudizio di **18 punti**.

Il portfolio clienti messo a disposizione dall'operatore è ritenuto dalla Commissione adeguato in termini di varietà e trasversalità sull'ambito istituzionale e culturale

---

### **4.MONGINI COMUNICAZIONE**

L'offerta viene valutata dai Commissari nel suo complesso **con giudizio di 88,33 punti**.

#### **a.1) Piano strategico e di comunicazione**

**Piano strategico e di comunicazione** viene valutato con giudizio di **28 punti**

Il Piano strategico mostra un'evidente conoscenza del settore cultura e spettacolo e un approfondito studio dell'ambito in cui opera la Fondazione, con proposte di calendarizzazione in grado di valorizzare i vari livelli comunicativi e gli ambiti d'azione dell'ente.

#### **a.2) Azioni di media relations e ufficio stampa**

Le Azioni di media relations e ufficio stampa vengono valutate con giudizio di **30,33 punti**.

L'operatore economico declina in maniera esaustiva ed innovativa varie opportunità di comunicazione che superano la sfera B2B con proposte interessanti ed organiche. Tali Azioni sono ritenute di grande interesse dalla commissione anche in virtù dei numerosi e concreti esempi di "PR opportunity" introdotti nell'offerta.

#### **a.3) Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato**

Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato sono valutati dai commissari con giudizio di **30 punti**.

L'operatore economico mostra ampia e comprovata esperienza nel settore dell'entertainment, con importanti clienti nel settore audiovisivo. Tali elementi sono valutati in modo positivo dai Commissari, poiché mostrano una più che consolidata conoscenza del mondo di cultura e spettacolo.

---

## **5.BABEL AGENCY**

L'offerta viene valutata dai Commissari nel suo complesso **con giudizio di 58 punti**.

### **a.1) Piano strategico e di comunicazione**

**Piano strategico e di comunicazione** viene valutato con giudizio di **14 punti**.

L'operatore illustra una strutturata strategia di comunicazione con un formato "brochure", volta ad illustrare le modalità pratiche e concrete che il suddetto operatore è solito attivare. La commissione rileva la genericità del documento e constata la mancanza di un piano strategico specificamente ideato per la Fondazione.

### **a.2) Azioni di media relations e ufficio stampa**

Le Azioni per lo svolgimento ed il controllo del servizio vengono valutate con giudizio di **14 punti**.

Anche relativamente al piano media la commissione rileva che l'operatore, pur presentando adeguate azioni di media relations, non ha personalizzato la propria offerta a favore dell'ente, non ottemperando alle richieste della lettera d'invito.

### **a.3) Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato**

Portfolio clienti, progetti recenti e curriculum vitae dello staff impiegato sono valutati dai commissari con giudizio di **30 punti**.

L'esperienza, il portfolio clienti e lo staff messi in campo dall'operatore sono ritenuti più che positivi: la commissione rileva l'ottimo posizionamento dell'agenzia a livello locale e nazionale e il grande prestigio degli interlocutori della stessa.

Terminata l'analisi e la valutazione delle offerte tecniche sopra indicate la commissione può stilare la graduatoria definitiva, elaborata a partire dai singoli punteggi assegnati.

CONCORRENTI	TOTALE OFFERTA TECNICA
<b>MATE AGENCY</b>	94,0000

<b>MONGINI COMUNICAZIONE</b>	88,3333
<b>STUDIO PUNTO&amp;VIRGOLA</b>	86,0000
<b>SPIN TO</b>	75,3333
<b>LA WHITE</b>	67,0000
<b>MARTA FRANCHESCHETTI</b>	66,0000
<b>SEC &amp; ASSOCIATI</b>	60,0000
<b>BABEL AGENCY</b>	58,0000
<b>GRUPPO 2DUERIGHE</b>	54,0000
<b>BARBARA ODETTO</b>	49,0000

Allegata al presente verbale la tabella completa con i punteggi assegnati

**Il RUP e Presidente di Commissione:**

Paolo Manera



**LA COMMISSIONE**

Donatella Tosetti



Alessandra Valsecchi

