

Prot. 901/20/E

Sasso Marconi, 19 novembre 2020

Il Responsabile del procedimento, Dott. Claudio Ravaglia,

Visti:

- il D.lgs. 50/206 “Codice dei contratti pubblici”,
- le “Linee Guida” ANAC n. 4 approvate con delibera n. 1097/2016 e successivi aggiornamenti;
- il Decreto Legge 16 luglio 2020, n. 76 ora convertito in Legge 11 settembre 2020 n. 120 “Misure urgenti per la semplificazione”;
- le Disposizioni attuative di Misura 19 – Sostegno allo sviluppo locale Leader Delibera di giunta Regionale n. 49 del 14/01/2019;
- la Determinazione n. 926 del 26 gennaio 2016 della Regione Emilia Romagna - Servizio Territorio Rurale ed Attività faunistico-venatorie avente ad oggetto “MISURA 19 – Ammissione alla Fase 2 dei GAL APPENNINO BOLOGNESE S.c.r.l. (di seguito GAL APPENNINO BOLOGNESE) e delle relative Strategie di Sviluppo Locale”;
- la Determinazione n. 13080 del 10 agosto 2016 della Regione Emilia Romagna - Servizio Programmazione e Sviluppo Locale integrato - Direzione Generale Agricoltura, Caccia e Pesca avente ad oggetto “Approvazione della graduatoria delle Strategie di Sviluppo Locale LEADER - individuazione dei GAL APPENNINO BOLOGNESE e assegnazione definitiva delle risorse”;
- la Determinazione n. 12958 del 15 luglio 2019 del Servizio Programmazione e Sviluppo Locale Integrato – Regione Emilia Romagna – avente ad oggetto “PSR 2014-2020 - ATTO DI APPROVAZIONE AGGIORNAMENTO PIANO DI AZIONE LOCALE DEL GAL APPENNINO BOLOGNESE APPENNINO BOLOGNESE SOC. CONS. A R.L. E RELATIVE MODIFICHE DEL PIANO FINANZIARIO (PRIMA MODIFICA SOSTANZIALE RICHIESTA DAL GAL APPENNINO BOLOGNESE);
- il progetto a regia diretta del GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese Az. 9B (Operazione 19.2.02 del PAL) “Azione di marketing e promozione turistica a supporto degli itinerari dell’Appennino Bolognese” e relativa convenzione approvati con delibera del Consiglio di Amministrazione del GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese n. 5 del 20/11/2018 e dal NUTEL della Regione Emilia-Romagna in data 22 febbraio 2019;
- la comunicazione STACP Bologna Prot. 17/11/2020.071608.U che concede proroga del termine di conclusione delle attività al 12 febbraio 2022;
- che il progetto prevede l’indizione di gara d’appalto con procedura negoziata semplificata, ai sensi dell’art. 1, par. 2, capo b) della Legge 11 settembre 2020, n. 120;
- la delibera del Consiglio di Amministrazione del GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese n. 6 del 11/03/2020 che approva la convenzione con Unione Appennino Bolognese con la quale si affida alla Centrale Unica di Committenza (CUC) dell’Unione la gestione della procedura di appalto di cui alla precedente linea;
- il verbale della Giunta dell’Unione dei Comuni dell’Appennino Bolognese n. 16 del 21/04/2020 il quale approva la gestione della procedura di gara ad evidenza pubblica del progetto GAL APPENNINO BOLOGNESE “Azione di marketing e promozione turistica a supporto degli itinerari dell’Appennino Bolognese”;
- il Codice Unico di Progetto J44J19000100009

## D E T E R M I N A

- di avviare, per le motivazioni espresse in premessa, una procedura di gara di appalto, ai sensi una procedura di acquisto ai sensi dell'art. 1, par. 2, capo b) della Legge 11 settembre 2020, n. 120 (che sostituisce art.36, comma 2, lett. b) del D.lgs. 50/2016 per l'individuazione di un fornitore del servizio "Predisposizione di un piano di marketing territoriale, del piano di immagine coordinata e dei piani di promozione e commercializzazione del territorio di competenza del GAL APPENNINO BOLOGNESE" e successiva contrattazione;
- che l'indagine di mercato verrà svolta dalla CUC attraverso piattaforma di negoziazione SATER;
- i criteri di aggiudicazione, i criteri di valutazione delle offerte tecniche e i requisiti degli offerenti come riportati in Allegato 1;
- che il servizio sopra richiamato esprime sinteticamente gli aspetti fondamentali della prestazione contrattuale i cui dettagli sono riportati nel Capitolato d'appalto riportato in Allegato 2;
- che l'oggetto del contratto è la predisposizione di un piano di marketing territoriale, del piano di immagine coordinata e dei piani di promozione e commercializzazione del territorio di competenza del GAL APPENNINO BOLOGNESE nel quadro del progetto a regia diretta richiamato in premessa;
- che la forma del contratto sarà la forma pubblica amministrativa ovvero la scrittura privata autenticata;
- che, con riferimento alla suddetta gara di appalto, le procedure ordinarie di cui al D.lgs. 50/2016 non risultano compatibili a motivo della necessità di garantire tempi rapidi per l'individuazione del fornitore né risultano proporzionate in termini di valore monetario del servizio e che pertanto si opta per la procedura negoziata semplificata di cui all'art. 1, par. 2, capo b) della Legge 11 settembre 2020, n. 120;
- che il criterio di aggiudicazione dell'appalto è l'offerta economicamente più vantaggiosa;
- che il Responsabile del procedimento curerà:
  - i rapporti con la CUC delegata, con apposita convenzione, all'avvio e gestione della procedura negoziata;
  - la fase di perfezionamento del contratto, secondo quanto previsto dal Regolamento interno del GAL APPENNINO BOLOGNESE, e degli eventuali controlli preliminari;
  - la fase di esecuzione del contratto stesso, compresa la verifica di conformità;
- di quantificare il valore del servizio in Euro 120.900,00 (Euro centoventimilanovecento/00), determinato sulla base di preventivi richiesti dal GAL APPENNINO BOLOGNESE, al netto di IVA e che detto importo è finanziato a valere sul budget del PAL riferito all'azione 9B "Azione di marketing e promozione turistica a supporto degli itinerari dell'Appennino Bolognese" (Operazione 19.2.02) del PAL;
- di individuare quali clausole negoziali essenziali quelle riportate nell'allegato Capitolato;
- che il CIG verrà indicato dalla CUC.

Il Responsabile del Procedimento  
Dr. Claudio Ravaglia

## ALLEGATO 1

### Criterio di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 95, comma 2 del Codice.

L'offerta sarà valutata solo sull'offerta tecnica. Non si richiede l'offerta economica in quanto è già stato determinato il prezzo a base d'asta mediante la richiesta di preventivi a operatori economici nel settore della comunicazione. A questo riguardo i preventivi pervenuti hanno consentito di ritenere quale prezzo congruo del servizio l'importo di aggiudicazione riportato nel capitolato di appalto. Per questa motivazione il ribasso d'asta non può essere utilizzato.

La valutazione dell'offerta tecnica sarà effettuata in base ai seguenti punteggi: risulterà aggiudicatario il concorrente che otterrà il punteggio più alto dato dalla somma dei punti ottenuti all'offerta tecnica e all'offerta economica.

Elementi di valutazione	Punteggio massimo
Offerta tecnica	100
Totale	100

### Criteri di valutazione dell'offerta tecnica

L'affidamento del servizio avverrà mediante il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 95, comma 2, del D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 da valutarsi, da parte di una Commissione Giudicatrice, sulla base dei criteri di valutazione di seguito descritti e con l'attribuzione dei punteggi relativi espressi in centesimi.

Di seguito si riporta una tabella riepilogativa degli elementi di valutazione e dei relativi pesi.

Elementi di valutazione e punteggi:

OFFERTA TECNICA: max 100 punti

Criteri di Valutazione	Ponderazione (punteggio massimo)
1. originalità delle proposte sull'identità visiva del brand, sulle strategie di comunicazione/campagna social e sulla composizione dei video, sulla creazione delle mappe e sui metodi di implementazione delle indicazioni strategiche di marketing: sarà valutato il grado di originalità delle realizzazioni previste e delle azioni divulgative	20

2. proposte di realizzazione di communication plan e metodologia e attività di coinvolgimento delle imprese e della cittadinanza locali: sarà valutata la metodologia di comunicazione e gli impatti previsti nonché l'approccio verso l'azienda e l'accompagnamento della stessa alla partecipazione alle attività previste di supporto agli itinerari	25
3. originalità delle proposte grafiche e qualità tecniche di stampa per i materiali divulgativi e per le pubblicazioni tecniche: sarà valutato il grado di originalità delle proposte in relazione alla usabilità, fruibilità, estetica, qualità e sostenibilità ambientale	10
4. proposte di partecipazione alle fiere: sarà valutata la qualità organizzativa, le proposte di divulgazione e il coinvolgimento degli operatori	5
5. proposte di svolgimento assistenza e coordinamento delle attività di comunicazione: sarà valutato il numero del personale messo a disposizione e il suo curriculum	10
6. sostenibilità nel tempo delle iniziative: sarà data importanza ad attività e prodotti che siano pensati per durare e/o far sentire i propri effetti sino dopo la chiusura del progetto in particolare per quel che riguarda la gestione delle mappe informatizzate	20
7. offerta migliorativa (con oneri a carico dell'aggiudicatario) Saranno valutate le qualità dei servizi proposti. Le proposte dovranno essere dettagliatamente descritte e dovranno riportare la tempistica di realizzazione	10

La determinazione del punteggio relativo alle offerte tecniche avverrà utilizzando il metodo aggregativo-compensatore, a cui si rinvia, sulla base della seguente formula:

$$C(a) = \sum_n [W_i * V(a)_i]$$

dove:

C(a) = indice di valutazione dell'offerta (a);

n = numero totale dei requisiti;

W<sub>i</sub> = peso o punteggio attribuito al requisito (i);

V(a)<sub>i</sub> = coefficiente della prestazione dell'offerta (a) rispetto al requisito (i) variabile tra zero e uno;

Σ<sub>n</sub> = sommatoria.

La valutazione degli elementi di natura qualitativa sarà effettuata mediante la media dei coefficienti espressi discrezionalmente dai commissari e variabili tra 0 e 1, moltiplicata per il peso ponderale assegnato.

I voti saranno attribuiti in base ai seguenti giudizi:

GIUDIZIO	Punteggio
Ottimo - contenuti esaurienti, descritti in modo chiaro, completo e dettagliato e/o quantitativamente molto consistenti	1
Molto buono - contenuti esaurienti e approfonditi, descritti in modo chiaro e completo e/o quantitativamente consistenti	0,9
Buono- contenuti esaurienti, descritti in modo chiaro e articolato e/ o quantitativamente abbastanza consistenti	0,8
Discreto - contenuti pertinenti, descritti in modo chiaro e abbastanza articolato e/o quantitativamente abbastanza consistenti	0,7
Sufficiente- contenuti modesti, con articolazione non ancora sufficiente e/o quantitativamente poco consistenti	0,6
Scarso - contenuti modesti, con articolazione non ancora sufficiente e/o quantitativamente poco consistenti	0,5
Insufficiente - contenuti limitati, articolati in modo frammentario e/quantitativamente poco consistenti	0,4
Gravemente insufficiente - contenuti limitati, scarsamente articolati e/o quantitativamente inconsistenti	0,3
Inconsistente - indicato qualche contenuto, ma non articolato e/o quantitativamente inconsistente	0,2
Inadeguato - i contenuti oggetto di valutazione vengono semplicemente richiamati	0,1
Non Valutabile - contenuti assenti	0

### Requisiti degli offerenti

I soggetti interessati dovranno possedere i seguenti requisiti (dimostrabili mediante dichiarazione ai sensi del D.P.R. 445/2000):

#### *Requisiti di ordine generale*

a) assenza delle ostative alla partecipazione a una procedura d'appalto di cui all'art. 80, commi 1, 2, 4 e 5 del D.lgs. 50/2016;

### ***Requisiti di idoneità professionale***

b) iscrizione nel Registro della camera di Commercio, industria, artigianato e agricoltura o nel registro delle Commissioni delle imprese o in uno dei registri professionali o commerciali per il servizio oggetto del presente avviso;

### ***Requisiti di capacità economica e finanziaria***

c) aver conseguito negli ultimi tre anni chiusi antecedenti la data di scadenza per la presentazione delle offerte, un fatturato complessivo, IVA esclusa, non inferiore a € 120.900,00 (euro centoventimilanovecento/00). Tale requisito è richiesto in quanto ritenuto indispensabile alla dimostrazione del possesso, in capo al concorrente, della capacità di far fronte alle occorrenze di anticipazione della spesa funzionale all'assolvimento dei compiti in via di affidamento, con particolare riferimento agli oneri di personale.

### ***Requisiti di capacità tecniche e professionali:***

d) aver eseguito, nei 48 (quarantotto) mesi precedenti alla data di pubblicazione del bando (se in corso, vale la quota parte eseguita), servizi analoghi a quelli oggetto dell'appalto, ovvero servizi a corpo di

- comunicazione e marketing, produzione tools di comunicazione/editoria/ servizio stampa/ produzione di video per i progetti di cooperazione territoriale e/o internazionale finanziati dall'UE, per un importo almeno pari a € 60.000,00 (sessantamila).



## ALLEGATO 2

### Capitolato d'appalto

#### 1 Oggetto dell'appalto

Il GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese indice la presente gara d'appalto ai sensi dell'Art. 36 comma 2 lettera b del D.lgs. 50/2016 con aggiudicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa, avente per oggetto la predisposizione di un piano di marketing territoriale, del piano di immagine coordinata e dei piani di promozione e commercializzazione del territorio di propria competenza con particolare riferimento agli Itinerari inseriti nel Piano di Azione:

- La Piccola Cassia
- Linea Gotica
- La Via degli Dei
- La Flaminia Minor
- L'Alta Via dei Parchi
- La Via del Gesso
- La Via della Lana e della Seta

Due tematismi trasversali:

- Castagneti Aperti
- Via dei Colli

Gli itinerari sono visionabili al seguente link: <https://www.bolognappennino.it/itinerari/> e sul sito <https://www.viadellalanaedellaseta.com/it/scopri/>

Il GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese attiva tali servizi al fine di:

- favorire lo sviluppo socioeconomico e strutturale del territorio salvaguardando e valorizzando i beni ambientali, culturali e enogastronomici che caratterizzano l'area di riferimento;
- mettere a sistema la molteplicità di risorse in grado di offrire un modello di fruizione integrato che possa aumentare e generare flussi di "turismo responsabile" e quindi incentivare nuove opportunità per lo sviluppo economico del territorio attraverso una pianificazione strategica;
- creare una condivisione e una conoscenza collettiva del patrimonio materiale e immateriale come strumento di crescita sociale e comunitaria secondo un'immagine omogenea;
- costruire un'identità che favorisca una più immediata riconoscibilità da parte dei cittadini e dei turisti;
- acquisire una consapevolezza condivisa delle opportunità di sviluppo.

L'area interessata è l'Appennino Bolognese di pertinenza del GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese e comprende i seguenti comuni:

Alto Reno Terme, Borgo Tossignano, Camugnano, Casalfiumanese, Castel d'Aiano, Castel del Rio, Castel di Casio, Castiglione dei Pepoli, Fontanelice, Gaggio Montano, Grizzana Morandi, Lizzano in Belvedere, Loiano, Marzabotto, Monghidoro, Monterenzio, Monzuno, San Benedetto Val di Sambro, Vergato, Casalecchio di Reno, Castel San Pietro Terme, Dozza, Monte San Pietro, Ozzano

dell'Emilia, Pianoro, San Lazzaro di Savena, Sasso Marconi, Valsamoggia, Zola Predosa. L'esatta zonizzazione è scaricabile dal seguente link: <https://www.bolognappennino.it/cartografia/>

Il servizio dovrà prevedere le seguenti attività secondo le indicazioni contenute nel presente Capitolato Speciale:

- A. predisposizione e realizzazione di un piano di marketing territoriale per lo sviluppo socioeconomico dell'Appennino Bolognese;
- B. predisposizione del piano d'immagine coordinata e della sua applicazione agli strumenti di comunicazione e predisposizione di piani di comunicazione;
- C. sviluppo di un piano di promozione e commercializzazione.

## 2 Importo di aggiudicazione

Euro 120.900,00 (Euro centoventimilanovecento/00) al netto di IVA.

## 3 Caratteristiche tecniche del servizio

### A. *Predisposizione di un piano di marketing territoriale per lo sviluppo socioeconomico dell'Appennino Bolognese*

Inizialmente è necessario definire un piano di marketing interno per incrementare la qualità dell'offerta territoriale e supportare gli operatori locali (operatori economici, attori ecc.) che hanno aderito alla Carta dell'Accoglienza (attualmente circa 250) definendo anche gli standard minimi dei servizi/prodotti (suddivisi per tipologia di servizio/prodotto) detenuti dagli stessi operatori per fare parte dell'offerta turistica. È anche necessario attivare azioni per un'ulteriore diffusione della Carta dell'Accoglienza presso gli operatori con particolare riferimento ai settori della ricettività, ristorazione, enogastronomia e di servizi turistici.

Parallelamente si dovrà definire un piano di marketing territoriale esterno per realizzare l'attrattiva del territorio finalizzata ad attrarre nuovi investitori e nuove imprese.

Le fasi:

- segmentazione dettagliata del mercato per decidere i soggetti da raggiungere in coerenza con le politiche regionali e della Destinazione turistica metropolitana di Bologna;
- definizione delle caratteristiche del prodotto

Obiettivi del progetto:

- definire linee di azione e interventi di promozione del territorio nelle sue caratteristiche essenziali (infrastrutture, qualità dei percorsi, ambiente ecc..) e immateriali (know how produttivo, relazioni produttive e sociali, patrimonio culturale, ambientale ed enogastronomico);
- creare condizioni per lo sviluppo delle risorse esistenti in modo tale da arricchire il "patrimonio" delle risorse del territorio;



- elevare le qualità attrattive del territorio attraverso una strategia di “cooperazione interistituzionale” e coordinamento con le altre aree funzionali interne al fine anche di elevare la qualità complessiva della PA locale nella direzione di una maggiore attenzione ai “clienti” del sistema territoriale.

Nello specifico si dovrà definire il prodotto territoriale, individuare i target di riferimento e le strategie:

- Analisi delle potenzialità territoriali, definizione e caratterizzazione del prodotto turistico;
- Identificazione dei prodotti “civetta”;
- Identificazione dei mercati target specifici;
- Analisi della concorrenza;
- Ideazione e sviluppo di azioni specifiche per l’ulteriore diffusione della Carta dell’Accoglienza presso gli operatori oltre ad azioni di matching con gli operatori sottoscrittori della Carta finalizzati alla definizione dell’offerta turistica ed all’integrazioni e collaborazione tra diversi soggetti;
- Definizione degli standard minimi dei servizi/prodotti detenuti dagli operatori per fare parte dell’offerta turistica: saranno definiti le caratteristiche per tipologia di servizio/prodotto;
- Supporto alla strutturazione e commercializzazione di eventuali nuovi prodotti turistici relativi agli itinerari identificati in linea con la domanda del mercato.

Per tale fase si dovrà fornire:

- Piano di marketing dettagliato;
- Interviste dirette, minimo 200, agli operatori locali e redazione delle relative schede, per singolo operatore dove si evidenzino, oltre ai dati anagrafici, i servizi/prodotti offerti, gli eventuali orari di apertura, itinerari di appartenenza ed ogni altra informazione funzionale all’offerta turistica;
- Incontri pubblici. Dovranno essere realizzati alcuni momenti divulgativi intermedi atti a coinvolgere i soggetti locali e realizzare attività di animazione. Questi potranno essere realizzati sia per settore itinerario che per ambito territoriale. Al fine di garantire la massima diffusione delle informazioni e l’omogeneità territoriale dovranno essere realizzati almeno 4 incontri pubblici ubicati nella valle del Reno, del Samoggia, del Santerno e del Savena Idice.
- Incontri tematici suddivisi per itinerari e metodologie di fruizione del territorio (trekking, bike, cavallo) e definizione dei requisiti minimi che le aziende devono possedere per aderire al circuito tematico;
- Schede delle caratteristiche e standard per gli operatori suddivise per settore e/o servizio;
- Offerte turistiche per itinerario e per metodologie di fruizione del territorio (trekking, bike, cavallo);
- Interventi e/o proposte migliorative per le offerte turistiche.

## ***B. Predisposizione del piano d'immagine coordinata e della sua applicazione agli strumenti di comunicazione e predisposizione di piani di comunicazione***

- Ideazione immagine coordinata per le attività, i prodotti e gli eventi che insistono sul territorio appenninico;
- Sviluppo di strumenti di comunicazione online e offline dell'offerta turistica complessiva del territorio Appenninico, tra questi, specificamente, la realizzazione di un sito web unico che raccolga tutti i principali itinerari identificati, sviluppato in italiano, inglese, francese, tedesco, cinese e dei canali social dedicati.
- Sviluppo strumenti di comunicazione online e offline dei singoli itinerari prioritari identificati che insistono sul territorio del GAL APPENNINO BOLOGNESE in coordinamento con quanto previsto dagli enti referenti dei diversi itinerari;
- Sviluppo di strumenti di comunicazione di accompagnamento alla realizzazione di Eurovelo 7 nella parte di pertinenza del territorio GAL APPENNINO BOLOGNESE;
- Realizzazione materiali fotografici e video specifici utili alla comunicazione e promozione dei contenuti identificati;
- Integrazione dei materiali e/o contenuti realizzati nell'ambito dei progetti sviluppati in modalità Regia Diretta e Convenzione. Nello specifico: Linea Gotica, Via del Gesso, Flaminia Minor, Piccola Cassia, Alta Via dei Parchi, Castagneti Aperti, Appennino per Tutti (sezione dedicata alla fruibilità per i diversamente abili), Turismo faunistico, Via dei Colli, La Via della Lana e della Seta. A tal proposito il portale dovrà prevedere collegamenti specifici con i siti dei singoli itinerari.

Per tale fase si dovrà fornire:

- Logo, brand e relativo manuale di utilizzo;
- Progettazione e attivazione e di un portale dedicato all'Appennino Bolognese;
- Materiali cartacei come da schema allegato;
- Materiali fotografici e video come da schema allegato;
- Contenuti descrittivi in quattro lingue inglese, francese, tedesco, cinese

## ***C. Sviluppare un piano di promozione e commercializzazione***

- Redazione e realizzazione del piano annuale di partecipazione a fiere e workshop di settore sulla base di una programmazione che tenga conto della collaborazione con APT Emilia-Romagna, Destinazione Turistica della Città Metropolitana di Bologna ed Enit. La partecipazione a fiere dovrà essere, quindi, concordata con la Destinazione Turistica Città Metropolitana di Bologna e APT;
- Ideazione e sviluppo strategie di comunicazione attraverso la progettazione e gestione degli strumenti di comunicazione tradizionale e digitale;

- Ideazione del piano di promozione specifico per gli itinerari e il territorio dell'Appennino bolognese anche attraverso la realizzazione di campagne promozionali su canali digitali con l'obiettivo di posizionare e aumentare l'awareness dei prodotti/eventi presenti nel territorio.

Per tale fase si dovrà fornire/realizzare:

- Programma annuale di partecipazione a fiere di settore almeno 4;
- Predisposizione e redazioni di contenuti digitali;
- Realizzazione di campagna promozionale.

#### **4 Dettaglio dei prodotti e servizi richiesti**

In allegato al capitolato

#### **5 Stipulazione del contratto**

Il contratto verrà stipulato con forma pubblica amministrativa ovvero con scrittura privata autenticata entro un mese dall'aggiudicazione e la sua validità sarà subordinata all'esito delle verifiche contributive e fiscali

#### **6 Responsabilità**

L'aggiudicatario assume ogni responsabilità che derivi ai sensi di legge dall'espletamento del servizio appaltato.

Il GAL APPENNINO BOLOGNESE è esonerato da ogni responsabilità per qualunque danno, infortunio o altro evento pregiudizievole occorso a terzi comunque derivante dall'esecuzione del servizio.

L'aggiudicatario è obbligato a tenere indenne il GAL APPENNINO BOLOGNESE da ogni relativa richiesta e azione che possa essere proposta per tali accadimenti.

Il GAL APPENNINO BOLOGNESE è inoltre esonerato da ogni responsabilità per danni, infortuni od altri eventi pregiudizievoli che dovessero accadere nell'esecuzione del servizio agli operatori dell'aggiudicatario eventualmente adibiti ai servizi oggetto dell'affidamento.

#### **7 Inadempienze contrattuali**

Le inadempienze degli obblighi contrattuali di cui al paragrafo 3 dedicato alle "Caratteristiche tecniche del servizio", qualora non dovute a cause di forza maggiore o a varianti concordate con il GAL APPENNINO BOLOGNESE, sono motivo di risoluzione del contratto.

## 8 Termine di esecuzione del servizio

Le attività dovranno essere eseguite secondo il cronoprogramma presentato e terminate entro e non oltre il 31 dicembre 2021. Eventuali proroghe dell'incarico saranno giustificate solo da proroghe autorizzate dalla Autorità di Gestione del Programma LEADER, e comunque non potranno costituire titolo per il soggetto incaricato di richiesta di maggiori compensi di qualsiasi natura.

## 9 Verifica del servizio e certificato di regolare esecuzione

Il servizio svolto dall'aggiudicatario verrà verificato dalla struttura tecnica del GAL APPENNINO BOLOGNESE sulla base di quanto prescritto al paragrafo "Caratteristiche tecniche del servizio" di cui al presente Capitolato.

Il certificato di regolare esecuzione del servizio è emesso dal Responsabile del Procedimento a seguito dei riscontri ottenuti dalle verifiche di cui al precedente comma.

Il certificato di regolare esecuzione deve essere emesso non oltre 2 mesi dall'ultimazione di tutti i servizi di cui al presente capitolato. Il certificato di regolare esecuzione comprende:

- a) l'indicazione dei dati tecnici e amministrativi relativi ai servizi svolti;
- b) i verbali delle verifiche effettuate;
- c) il certificato di collaudo che riassume per sommi capi il costo del servizio svolto indicando eventuali modificazioni, aggiunte, deduzioni al conto finale.

## 10 Avvalimento

Ai sensi dell'art. 89 del Codice, l'operatore economico, singolo o associato ai dell'art. 46 del Codice, può dimostrare il possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale di cui all'art. 83, comma 1, lett. b) e c) del Codice avvalendosi dei requisiti di altri soggetti, anche partecipanti al raggruppamento.

Non è consentito l'avvalimento per la dimostrazione dei requisiti generali e di idoneità professionale.

Per quanto riguarda i requisiti titoli di studio e/o professionali richiesti o esperienze professionali pertinenti, il concorrente, ai sensi dell'art. 89, comma 1 del Codice, può avvalersi delle capacità di altri soggetti solo se questi ultimi eseguono direttamente i servizi per cui tali capacità sono richieste.

Ai sensi dell'art. 89, comma 1, del Codice, il contratto di avvalimento contiene, a pena di nullità, la specificazione dei requisiti forniti e delle risorse messe a disposizione dall'ausiliaria.

Il concorrente e l'ausiliaria sono responsabili in solido nei confronti della stazione appaltante in relazione alle prestazioni oggetto del contratto. È ammesso l'avvalimento di più ausiliarie. L'ausiliaria non può avvalersi a sua volta di altro soggetto.

Ai sensi dell'art. 89, comma 7 del Codice, a pena di esclusione, non è consentito che l'ausiliaria presti avvalimento per più di un concorrente e che partecipino alla gara sia l'ausiliaria che l'impresa che si avvale dei requisiti.

L'ausiliaria può assumere il ruolo di subappaltatore nei limiti dei requisiti prestati, per i servizi subappaltabili.

Nel caso di dichiarazioni mendaci si procede all'esclusione del concorrente.

Ad eccezione dei casi in cui sussistano dichiarazioni mendaci, qualora per l'ausiliaria sussistano motivi obbligatori di esclusione o laddove essa non soddisfi i pertinenti criteri di selezione, la stazione appaltante impone, ai sensi dell'art. 89, comma 3 del Codice, al concorrente di sostituire l'ausiliaria.

### 11 Subappalto

Il concorrente indica all'atto dell'offerta, descrivendole nel dettaglio, le parti del servizio che intende subappaltare nei limiti del 30% (trenta per cento) dell'importo complessivo del contratto, in conformità a quanto previsto dall'art. 105 del Codice.

### 12 Modalità di fatturazione

Ai sensi dell'art. 25 del Decreto Legge n. 66/2014, al fine di garantire l'effettiva tracciabilità dei pagamenti da parte delle pubbliche amministrazioni, le fatture dovranno essere inviate in formato elettronico e dovrà riportare:

- Denominazione: GAL APPENNINO BOLOGNESE Appennino Bolognese;
- P.I.: 02323051207;
- Indirizzo: via Porrettana, 314 - 40037 Sasso Marconi (BO);
- Regime fiscale: scissione dei pagamenti "split payment";
- Il codice identificativo di gara (CIG): .....; (N
- Il codice unico di progetto (CUP): .....
- Il codice univoco di fatturazione: .....

In ogni documento contabile dovrà essere presente anche la seguente dicitura:

**"PSR 2014-2020 - Emilia-Romagna – Misura 19.2.02 - Azione 9B Azione di marketing e promozione turistica a supporto degli Itinerari dell'Appennino Bolognese"**

L'appaltatore assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'articolo 3 della legge 13 agosto 2010 n. 136 e s.m.i. e si impegna successivamente a compilare il relativo modello di tracciabilità dei flussi finanziari.

### 13 Modalità di pagamento delle fatture

Il pagamento delle prestazioni verrà effettuato a mezzo bonifico bancario a seguito di ricevimento di fattura elettronica e acquisizione d'ufficio del DURC.

Il pagamento avverrà secondo le seguenti modalità:

- a) il 30% del corrispettivo, a titolo di acconto, alla metà del periodo indicato dal cronoprogramma per l'esecuzione dei servizi e dietro presentazione di relazione di avanzamento delle attività;
- b) il saldo, pari al 70% del corrispettivo, a seguito di presentazione della relazione sull'attività svolta, dell'avvenuto collaudo, verifica della regolare esecuzione ed emissione del relativo certificato.

I pagamenti avverranno entro 30 giorni dalla ricezione della fattura e previa acquisizione del Documento Unico di Regolarità Contributiva relativo all'Impresa aggiudicataria.

In caso di emissione, all'atto dei pagamenti in acconto e a saldo, di DURC irregolari, il pagamento sarà sospeso sino ad avvenuto accertamento della regolarità contributiva o definizione del debito contributivo.

I prezzi contrattuali sono fissi ed invariabili, non riconoscendosi alcuna revisione dei prezzi.

Nei prezzi contrattuali si intende compresa e compensata, senza eccezione, ogni materia e spesa sia principale che accessoria, provvisoria ed effettiva, che occorra all'esecuzione della fornitura cui il prezzo si riferisce, anche quando tali oneri non siano esplicitamente o completamente dichiarati nelle indicazioni particolari dell'elenco prezzi. I prezzi si intendono dunque offerti dall'impresa in base a calcoli di sua convenienza, a tutto suo rischio e pericolo, e quindi fissi ed invariabili ed indipendenti da qualsiasi eventualità anche di forza maggiore, o straordinaria, per tutta la durata del contratto.

Sono a carico dell'impresa gli oneri ed obblighi derivanti dalle leggi e regolamenti in materia di tutela del lavoro

#### **14 Riservatezza dei dati e delle informazioni**

L'aggiudicatario si obbliga a mantenere riservati e a non divulgare i dati e le informazioni di cui venga a conoscenza direttamente o mediante il proprio personale, durante lo svolgimento delle prestazioni contrattuali e a non farne uso inopportuno, direttamente o indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, anche dopo la scadenza dell'atto giuridicamente vincolante.

#### **15 Recesso unilaterale**

Il GAL APPENNINO BOLOGNESE ha la facoltà di recedere dal contratto qualora accerti che l'impresa aggiudicataria non osservi la normativa vigente in materia di sicurezza e tutela del lavoro e i danni derivanti da tale recesso saranno interamente a carico della stessa impresa aggiudicataria. Il GAL APPENNINO BOLOGNESE provvederà a notificare la volontà a mezzo PEC entro 30 giorni dal ricevimento delle comunicazioni riguardanti gli eventi summenzionati.

#### **16 Risoluzione del contratto**

Il GAL APPENNINO BOLOGNESE procede alla risoluzione del contratto nei casi e secondo le modalità previste dalla normativa vigente in materia di appalti.



Il contratto relativo al presente capitolato si intende risolto in caso di inadempienza dell'impresa anche di una sola delle obbligazioni contrattuali, previa notificazione scritta da inviarsi a cura del GAL APPENNINO BOLOGNESE, a mezzo PEC.

Si procederà alla risoluzione del contratto anche qualora si verificano a carico dell'impresa le ipotesi previste dall'art. 38 del D.Lgs. 163/2006.

Ai sensi dell'art. 1454 c.c., quando nel corso del contratto il GAL APPENNINO BOLOGNESE accerti che la sua esecuzione non procede secondo le condizioni stabilite, può fissare, mediante apposita diffida ad adempiere, un congruo termine entro il quale l'impresa si deve conformare alle prescrizioni richieste. La diffida contiene la dichiarazione che, trascorso inutilmente il termine stabilito, il contratto è risolto di diritto.

La risoluzione del contratto fa sorgere a favore del GAL APPENNINO BOLOGNESE il diritto di assicurare l'esecuzione della fornitura del servizio affidando l'appalto all'impresa che segue immediatamente in graduatoria.

Nei casi di risoluzione del contratto, la comunicazione della decisione assunta dal Consiglio di Amministrazione del GAL APPENNINO BOLOGNESE è fatta all'impresa aggiudicataria dal Responsabile del Procedimento a mezzo PEC.

## **17 Definizione delle controversie**

In caso di insorgenza di controversie circa l'interpretazione o l'esecuzione del contratto di appalto, si procederà con un accordo bonario. Le controversie non risolte nemmeno in questo modo saranno devolute all'Autorità giudiziaria competente

**ALLEGATO – Dettaglio dei prodotti e servizi richiesti**

<b>Marketing territoriale</b>	1	Analisi territori	reperimento offerte turistiche, attività da realizzare, servizi disponibili, strutture/infrastrutture da valorizzare
	2	Definizione prodotto turistico	definizione delle tipologie di turismo (trekking, storico, sportivo, culturale), delle strutture e/o infrastrutture e/o dei servizi a supporto
	3	Definizione dei prodotti civetta	identificazione di 2 o 3 prodotti che fungano da traino per l'offerta turistica nel suo complesso
	4	Identificazione dei mercati	definizione dei mercati italiano e esteri in relazione alle scelte effettuate di cui al punto 2
	5	Analisi della concorrenza	verifica dei competitor, loro strategie ed offerte per posizionamento sul mercato
	6	Matching aziende	Incontro/interviste con i firmatari della carta dell'accoglienza e con nuovi operatori per il loro coinvolgimento (circa 200)
	7	Standard servizi/prodotti	definizione degli standard minimi necessari per rientrare nell'offerta suddivisi per servizio/prodotto
	8	Strutturazione nuovi prodotti	ideazione e realizzazione di nuovi prodotti turistici sulla base delle risultanze di cui al punto 1 e punto 4
<b>Comunicazione</b>	9	Definizione brand	ideazione e realizzazione immagine coordinata
	10	Portale	progettazione e sviluppo web
	11	Redazione contenuti	ideazione e redazione dei contenuti del sito
	12	Traduzioni	traduzione dei contenuti di cui al punto 11 in quattro lingue inglese, francese, tedesco, cinese
	13	Social Network	attivazione dei social network quali Facebook, Instagram, YouTube
	14	Redazione contenuti	ideazione e redazione dei contenuti di social network

	15	Materiali cartacei	Ideazione e produzione materiali cartacei multilingua  1 brochure di presentazione del territorio e degli itinerari
	16	Video	realizzazione di produzioni video per il sito e per i social - per la promozione del sub ambito - per la promozione degli itinerari - per la promozione di specifiche esperienze  Almeno 9 video (uno per itinerario) della durata minima di tre minuti
	17	Foto	realizzazione di produzioni fotografiche per il sito e per i social (almeno 250 foto rappresentative dei 9 itinerari)
<b>Promozione</b>	18	Partecipazioni a fiere	identificazione delle fiere, predisposizioni materiali e partecipazione almeno a 4, comprensivo dei costi di trasferte di cui 2 in Italia e 2 all'estero
	19	Ideazione piano promozionale	redazione del piano operativo
	20	Realizzazione del piano	azioni promozionali su canali tradizionali e digitali