

PROGETTO - CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO

GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI MEDIA PLANNING E BUYING PER LA CAMPAGNA PROMO-COMMERCIALE MULTI-MERCATO IN EUROPA, FINALIZZATA AL POSIZIONAMENTO DELLA DESTINAZIONE/PRODOTTO TURISTICO "RIVIERA ROMAGNOLA" E ALL'INCREMENTO DELLE PRESENZE TURISTICHE INTERNAZIONALI NELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA. CIG 80942019F6

INDICE

1. Relazione tecnico-illustrativa del contesto in cui è inserito il servizio:
 - 1) Stazione appaltante
 - 2) Oggetto e durata
 - 3) Contesto
 - 4) Obiettivi del servizio
 - 5) Destinatari del servizio
 - 6) Principali caratteristiche del servizio
2. Oneri di sicurezza
3. Quadro economico
4. Capitolato speciale descrittivo e prestazionale

1. RELAZIONE TECNICO ILLUSTRATIVA DEL CONTESTO IN CUI E' INSERITO IL SERVIZIO

1.1 STAZIONE APPALTANTE

APT Servizi srl - costituita, ai sensi e agli effetti della vigente disciplina normativa regionale, quale soggetto *in house providing* della Regione Emilia-Romagna, che vi partecipa, in attuazione di quanto previsto dall'art. 10 della LR 4/2016 – assume le vesti di stazione appaltante nell'espletamento della presente procedura aperta, ai sensi dell'art 60 del D.Lgs 50/2016, per l'acquisizione di un servizio di media planning e buying per la campagna promo-commerciale multi-mercato in Europa avente come finalità primarie il posizionare il brand di destinazione/prodotto turistico "Riviera Romagnola" e l'incremento delle presenze turistiche estere in regione. Il servizio è unitario non suddiviso in lotti. Oggetto principale dell'attività aziendale di APT Servizi è l'attuazione e la gestione tecnico-manageriale dei programmi e dei progetti, elaborati in ambito turistico dalla Regione Emilia-Romagna e da Unioncamere Emilia-Romagna (che partecipa in quota minoritaria alla società) , attraverso gli strumenti di programmazione regionale e lo svolgimento delle funzioni ad essa attribuite dalla LR 4/2016. In particolare, la società gestisce attività relative al marketing e alla promozione all'estero del turismo della, Regione Emilia-Romagna, ai progetti speciali, alle attività di comunicazione che, in genere, sono connesse con la promozione di progetti e iniziative turistiche, sia in Italia che all'estero.

Ai sensi dell'art 10 LR 4/2016 APT Servizi attua:

- 1) la gestione e l'attuazione dei progetti e dei piani regionali in materia di turismo sul mercato domestico ed ha come specializzazione la gestione e la realizzazione dei progetti e dei piani che afferiscono ai mercati internazionali;
- 2) la promozione e la valorizzazione integrata delle risorse turistico-ambientali, storico culturali, dell'artigianato locale e dei prodotti dell'agricoltura regionali;
- 3) l'ausilio tecnico-scientifico per le decisioni della Regione in materia di turismo;
- 4) la validazione di progetti turistici, da realizzarsi sui mercati internazionali;
- 5) la fornitura dei servizi relativi alla progettazione e alle attività di realizzazione dei programmi e iniziative in materia di turismo, ambiente, cultura, artigianato locale e prodotti tipici dell'agricoltura;
- 6) la gestione di azioni di marketing concertate con i diversi settori regionali;
- 7) il coordinamento e la fornitura di servizi di supporto all'internazionalizzazione delle imprese turistiche regionali.

APT Servizi svolge inoltre il ruolo di coordinamento per prodotti tematici trasversali alle aree vaste turistiche (DT – Destinazioni Turistiche) definite dalla L.R. 4/2016, al fine di delineare le politiche generali di tali prodotti e definire azioni coordinate, in particolare per i mercati esteri.

I prodotti tematici trasversali sono:

- Appennino e Parchi naturali
- Terme e Benessere

- Città d'arte
- Congressi Convegni Eventi
- Motor Valley, Food Valley, Wellness Valley

1.2 OGGETTO E DURATA

Il presente documento descrive, ai sensi dell'art. 23, comma 15 del D.Lgs 50/2016, l'appalto inerente l'acquisizione di un servizio di media planning e buying per la campagna promo-commerciale multi-mercato in Europa avente due obiettivi primari: il posizionamento dell'offerta turistica dell'area vasta denominata "Romagna" - nello specifico del prodotto/brand turistico "Riviera Romagnola" - e l'incremento delle presenze turistiche internazionali nella regione Emilia-Romagna. Sono, inoltre, previste delle prestazioni ausiliare in opzione riguardanti le campagne promo-commerciali delle località turistiche della Riviera Adriatica della Destinazione Turistica Romagna.

Il progetto campagna promo-commerciale di destinazione/prodotto turistico persegue l'intento di valorizzare l'Emilia-Romagna nel suo complesso - con evidenza sul principale bacino attrattore di flussi turistici -, attraverso la realizzazione di una pluralità di interventi di comunicazione, promozione, e promo-commercializzazione.

I servizi comportano nello specifico, l'espletamento delle prestazioni specificate agli artt. da 1 a 3 del Capitolato speciale descrittivo e prestazionale, più avanti riportato.

L'appalto avrà durata di un anno a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto o da diverso termine dallo stesso indicato e sarà efficace, fino al 31.12.2020, con possibilità di eventuale rinnovo annuale fino ad un massimo di ulteriori 3 (tre) anni, da esercitarsi a insindacabile giudizio dell'amministrazione aggiudicatrice, entro 30 giorni dalla scadenza contrattuale.

1.3 CONTESTO

L'industria turistica dell'Emilia-Romagna ha chiuso il 2018 sfiorando oltre 60 milioni di presenze turistiche, in aumento del 4,7% rispetto all'anno record del turismo regionale, il 2017. Gli arrivi nel complesso sono saliti a 13.7 milioni, con una crescita del +7%. Il saldo positivo è stato prodotto dalla clientela nazionale (+6,8% arrivi e + 4,2% di presenze) e da quella internazionale (+7,8% di arrivi e + 6,3% di presenze). Il livello di internazionalizzazione ha raggiunto il 26,3% degli arrivi e il 24,8% delle presenze: 1 turista su 4 in vacanza in Emilia-Romagna è straniero.

Tutti i comparti turistici regionali hanno registrato performance positive sia degli arrivi che delle presenze. La Riviera Romagnola - il maggiore comprensorio turistico dell'Emilia-Romagna in termini di offerta e movimenti turistici - ha registrato un + 2,9% degli arrivi e + 2,2% delle presenze. L'offerta Città d'Arte & Via Emilia, experience the Italian lifestyle (che raccoglie sotto un unico claim l'offerta turistica esperienziale di eccellenza identitaria della Regione) ha assestato un + 14% degli arrivi e +11,2 % delle presenze (estratto da "Osservatorio Turistico Regionale 2018", realizzato dalla Regione Emilia-Romagna e Unioncamere Emilia-Romagna, in collaborazione con Trademark Italia).

I dati provvisori della stagione 2019 (gennaio/luglio) rilevano andamenti disomogenei a macchia di leopardo, con territori e comparti in crescita e altri in contrazione, sia dei flussi domestici sia di quelli esteri. Si tratta di segnali di cambiamento. Il turismo si sta evolvendo e stiamo iniziando a vedere il cambio di ciclo della domanda.

Il prodotto Italia ha visto negli ultimi due anni una crescita sostenuta, dovuta in particolare per l'offerta balneare ai problemi di sicurezza in alcune destinazioni turistiche competitor del Mediterraneo (Egitto, Tunisia, Turchia, ecc.). Ma non solo: ormai il desiderio di viaggiare delle persone è tale che neanche la paura riesce ad alterare i flussi turistici.

La crescita dei movimenti incoming dell'Emilia-Romagna nel medio periodo è passata sicuramente dall'aver reso più competitiva l'offerta dei territori a vocazione turistica della regione, grazie a politiche e strategie di sistema pluriennali, ad obiettivi che puntano all'internazionalizzazione, alla crescita del PIL e dello share del comparto turistico, ad innovazione e riqualificazione di prodotti e servizi associati all'alta specializzazione, a piani di marketing e promozione mirati e condivisi dagli organismi pubblici con le imprese turistiche, a sperimentazioni di prodotti di ingegneria integrata sugli ambiti, all'utilizzo di strumenti, linguaggi e concept innovativi.

I progetti di marketing e promozione implementati da APT Servizi si sono concretizzati in plurimi interventi finalizzati al posizionamento e riposizionamento dei prodotti turistici regionali su una molteplicità di mercati obiettivo indicati dalle linee guida triennali: campagne b2c su mezzi tradizionali di comunicazione di massa (TV, radio e print) e digitali (web e social network), campagne di media relation, campagne promo-commerciali congiunte con tour operator e con vettori, quali ad esempio Deutsche Bahn (per la Germania e l'Austria), che gestisce l'unico servizio ferroviario diretto dalla Germania/Austria all'Emilia-Romagna, ecc.

Target dell'industria turistica regionale e dell'operato di APT Servizi sono sia il mercato domestico (Italia) sia, in particolare, quello internazionale. Con riferimento a quest'ultimo, il grosso degli investimenti è rivolto al grande bacino di catchment di medio raggio che è l'Europa, con focus a nazioni come i paesi di lingua tedesca, Francia, Svizzera, Belgio, Paesi Bassi, Gran Bretagna, Polonia, Est Europa, Russia, ecc. La relazione tra i principali bacini europei generatori di flussi turistici outgoing e l'Emilia-Romagna è di "vecchia tradizione", risale alla nascita del moderno turismo leisure di massa, che ha avuto la *Riviera Romagnola* tra i suoi protagonisti. L'Europa, nel suo complesso, è per il turismo romagnolo un mercato "storico" (consolidato) per certi versi e "nuovo" (da conquistare) per altri, in particolare quando si tratta delle nazioni dell'Europa dell'Est che sono arrivate nell'universo dei viaggi e delle vacanze all'estero in tempi più recenti rispetto a nord e centro Europa, merito della crescita economica, dell'innalzamento dei redditi domestici e della distribuzione di ricchezza, che hanno permesso ad ampie fasce di popolazione di investire e di acquistare viaggi e vacanze all'estero.

L'alto livello di competitività tra le destinazioni turistiche e la continua evoluzione del mercato a livello mondiale (mete e modalità di consumo turistico), impongono periodicamente, a destinazioni mature come la *Riviera Romagnola*, delle strategie di riposizionamento competitivo, da attuare ad ogni cambio di ciclo della domanda. Tali interventi hanno plurimi obiettivi. da un lato mantenere alta la fidelizzazione del consolidato, dall'altro la riconquista di share passati alla concorrenza e, non da ultimo, la conquista di nuovi ulteriori potenziali turisti, con un occhio attento e puntato sulle disruption che di volta in volta ridefiniscono completamente le regole del settore turismo.

Il nuovo progetto di campagna promo-commerciale multi-mercato in Europa per la destinazione-prodotto turistico "Riviera Romagnola", oggetto della presente procedura d'appalto, si colloca e si sviluppa in questo contesto. Si tratta di una strategia che mette a sistema più elementi e componenti (turismo, trasporti, territorio), la cui interazione è determinante per ottenere risultati positivi in termini di ritorno economico e crescita sotto il profilo sociale, culturale e ambientale. Si rivolge al nuovo consumatore turistico che privilegia modalità di acquisto digitali e prodotti individuali non intermediati, modellati sulle proprie esigenze ed interessi. Il mettere in connessione campagna promozionale e campagna commerciale (inerente, quest'ultima, l'accesso alla località turistica) permette di targetizzare in maniera precisa l'azione e nel contempo di rilevare attraverso dati certi di redemption (quali il numero di biglietti aerei venduti) il livello di efficacia dell'investimento in comunicazione di tipo promozionale.

1.4 OBIETTIVI DEL SERVIZIO

Attraverso il progetto "Campagna promo-commerciale multi-mercato in Europa della destinazione/prodotto turistico *Riviera Romagnola*" la stazione appaltante intende:

- ⇒ incrementare i flussi turistici internazionali inbound verso la Riviera Romagnola dall'Europa, per sostenere la crescita e la stabilità dell'industria turistica regionale;
- ⇒ fidelizzare flussi turistici inbound continuativi dall'Europa verso la Riviera Romagnola;
- ⇒ accrescere, in Europa, la notorietà e il valore del brand di destinazione/prodotto turistico "Riviera Romagna" e più in generale il brand "Emilia-Romagna";
- ⇒ sviluppare sinergie con marchi commerciali turistici affermati e noti (quali quelli delle compagnie aeree) nel bacino estero di catchment più importante e strategico per l'industria turistica dell'Emilia-Romagna;
- ⇒ rafforzare l'efficacia del messaggio promozionale e pubblicitario di destinazione turistica, creando sinergie con l'attività commerciale implementata dai vettori aerei che organizzano e vendono il trasporto dall'Europa all'aeroporto internazionale "Federico Fellini" di Rimini;
- ⇒ Incrementare la quota di mercato del turismo estero indipendente.

L'efficacia della campagna promo-commerciale sarà misurata in termini di arrivi turistici con i voli dall'Europa all'aeroporto internazionale di Rimini. Obiettivo del progetto è quello di avere un ritorno economico misurabile, direttamente connesso alla campagna.

L'approccio metodologico su cui si basa la redazione del progetto considera l'interazione tra il comparto turistico e quello trasportistico, nello specifico quello aereo, che è basilare per la fruizione e l'accessibilità di una destinazione turistica ed è il principale volano di sviluppo di flussi turistici su larga scala.

1.5 DESTINATARI DEL SERVIZIO

La gara si rivolge ad agenzie di media planning e buying, gruppi editoriali multimediali e/o concessionarie di gruppi editoriali multimediali.

Gli operatori economici concorrenti dovranno essere in possesso dei requisiti indicati e definiti nell'art. 9 del Disciplinare di Gara.

1.6 PRINCIPALI CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

Il progetto ha durata annuale, con opzioni di rinnovo annuali alle medesime condizioni per un massimo di tre rinnovi, con l'intento di far sì che la continuità delle attività promo-commerciale in un arco temporale medio, consenta il placement del prodotto e della destinazione sul mercato e assicuri il raggiungimento di obiettivi.

Sono inoltre abbinata delle prestazioni ausiliare in opzione denominate "Campagne promo-commerciali delle località turistiche della Riviera Adriatica della Destinazione Turistica Romagna".

L'appalto sarà affidato mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto dall'art. 95 del D.Lgs 50/2016.

Il punteggio massimo assegnabile a ciascun progetto è 100 punti, così suddivisi offerta tecnica 90 punti, offerta economica 10 punti.

L'appalto è finalizzato alla massimizzazione del ritorno economico sul territorio, da generare attraverso una campagna promo-commerciale volta a intercettare una domanda altamente profilata, a orientare la scelta del consumatore verso la destinazione Riviera Romagnola, a sostenere e spingere la vendita di biglietti aerei e di, conseguenza, di soggiorni turistici in Romagna, a ottenere dati di redemption misurabili, direttamente connessi alla campagna medesima. Di conseguenza le caratteristiche tecniche dell'offerta sono preponderanti.

I criteri su cui si basa l'assegnazione dei punteggi dell'offerta tecnica riguardano i seguenti documenti costituenti l'offerta medesima:

- ⇒ Analisi del settore e opportunità,
- ⇒ media strategy,
- ⇒ media plan.

Il punteggio massimo di ciascun criterio e le modalità di attribuzione dello stesso sono meglio precisati nell'art 14 del Disciplinare di Gara.

2. ONERI DI SICUREZZA

In riferimento alla tipologia del servizio da appaltare, si precisa che i costi della sicurezza relativamente alle interferenze, nel caso di specie, sono pari a € 0,00 (zero), considerato che:

- il servizio posto a gara ha ad oggetto prevalentemente prestazioni di natura intellettuale.
- non incorrono situazioni di interferenza, dato che i servizi saranno svolti fuori dalla sede della stazione appaltante ed esclusivamente da personale degli aggiudicatori, non dipendente della stazione appaltante.

3. QUADRO ECONOMICO

La spesa annua a carico del bilancio di APT Servizi è € 800.000,00, comprensivo di costo della mano d'opera, al netto di IVA e/o di altre imposte e contributi di legge, se dovuti;

La spesa è prevista nel piano biennale di acquisto di beni e servizi di APT Servizi, di cui all'art 21 del D.Lgs 50/2016.

L'impegno massimo di spesa ammonta a € 3.420.000 oltre IVA, incluse opzioni di rinnovo e opzione di servizi ausiliari, così suddiviso:

Durata contrattuale	Valore servizio
Durata di un anno, decorrente dalla stipula del contratto o da diverso termine dello stesso indicato	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di rinnovo per il secondo anno	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di rinnovo per il terzo anno	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di rinnovo per il quarto anno	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di acquisto di servizi ausiliari, quali l'acquisto fino a un massimo di undici (11) "campagne promo-commerciali delle località turistiche della riviera adriatica della destinazione Turistica Romagna"	€ 220.000,00 oltre IVA per il totale degli undici (11) servizi ausiliari oggetto di opzione suddivisibili in budget del valore massimo di € 20.000,00 oltre IVA per ogni singola campagna promo-commerciale

4. CAPITOLATO DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE

GARA EUROPEA A PROCEDURA APERTA PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI MEDIA PLANNING E BUYING PER LA CAMPAGNA PROMO-COMMERCIALE MULTI-MERCATO IN EUROPA FINALIZZATA AL POSIZIONAMENTO DELLA DESTINAZIONE/PRODOTTO TURISTICO "RIVIERA ROMAGNOLA" E ALL'INCREMENTO DELLE PRESENZE TURISTICHE INTERNAZIONALI NELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA – CIG 80942019F6

Art 1 Oggetto dell'appalto e obiettivi generali

Il presente appalto ha per oggetto l'acquisizione di un servizio di media planning e buying per una campagna promo-commerciale multi-mercato in Europa avente diversi obiettivi primari: il posizionamento dell'offerta turistica dell'area vasta denominata "Romagna" - nello specifico del prodotto/brand turistico "Riviera Romagnola", l'incremento delle presenze turistiche internazionali nella regione Emilia-Romagna, la valorizzazione del territorio e della sua offerta turistica, nelle sue varie articolazioni (balneare, culturale, esperienziale, sportivo, grandi eventi, ecc.).

Il servizio di media planning e buying che s'intende acquisire, deve perseguire gli obiettivi del progetto "Campagna promo-commerciale multi-mercato in Europa del prodotto/destinazione turistica Riviera Romagna" indicati nella presente relazione tecnico-illustrativa del contesto al punto 1.4, deve essere coerente e connesso al piano di marketing strategico di sviluppo e crescita del turismo in ambito geografico locale, deve generare sinergie con l'attività commerciale di vendita di biglietti aerei sviluppata dai vettori aerei che operano collegamenti dall'Europa verso l'aeroporto internazionale Federico Fellini di Rimini.

L'appalto prevede, inoltre, delle prestazioni ausiliarie in opzione, denominate " Campagne promo-commerciali delle località turistiche della Riviera Adriatica della destinazione turistica Romagna". Trattasi nello specifico di un servizio di media planning e media buying in opzione per la realizzazione di campagne promo-commerciali focalizzate su singole località turistiche. Tali campagne a località si svilupperanno ad integrazione e con l'intento di rafforzare la campagna promo-commerciale ad ombrello di macro-destinazione/prodotto turistico.

Art 2 Descrizione del servizio e specifiche

Gli interventi di promozione, comunicazione e promo-commercializzazione che s'intendono realizzare mediante l'acquisizione dei servizi oggetto della presente gara mirano a incrementare e sostenere i flussi turistici incoming dal mercato obiettivo – Europa - verso la Riviera Romagnola e le sue località turistiche. La campagna promo-commerciale multi-mercato punta ad innalzare il livello di notorietà del brand e delle attrattive, nonché la competitività della Regione Emilia-Romagna, dell'offerta turistica di ambito geografico locale afferente all'aeroporto di Rimini, con incremento del volume di affari e impatto concreto in termini di ROI, vale a dire con risultati reali e misurabili per il tessuto economico-sociale del territorio.

I servizi sono finalizzati all'acquisto di spazi pubblicitari su/in:

- media online e offline di proprietà di compagnie aeree che operano voli diretti dall'Europa all'aeroporto internazionale Federico Fellini di Rimini, ivi inclusi quelli a bordo degli aeromobili;
- mezzi di comunicazione di massa per campagne advertising b2c - on e offline - in co-branding con marchi affermati dell'industria turistica – quali le compagnie aeree che operano voli diretti dall'Europa all'aeroporto internazionale Federico Fellini di Rimini (print, TV, radio, web, affissioni grandi dimensioni, ecc.);
- social media per campagne b2c in co-branding con marchi affermati dell'industria turistica – quali le compagnie aeree che operano voli diretti dall'Europa all'aeroporto internazionale Federico Fellini di Rimini (facebook, instagram, youtube, ecc.);
- strumenti di direct marketing per campagne b2c in co-branding con marchi affermati dell'industria turistica – quali le compagnie aeree che operano voli diretti dall'Europa all'aeroporto internazionale Federico Fellini di Rimini;

Il mercato obiettivo dei servizi, in coerenza con le linee guida triennali della Regione Emilia-Romagna per la promo-commercializzazione turistica e il piano di marketing e promozione turistica annuale di APT Servizi, è l'Europa.

La proposta tecnico-progettuale dovrà garantire, mediante un servizio di media planning e buying un'efficace azione di marketing, misurabile attraverso un congruo numero di arrivi internazionali

dall'Europa in Romagna. Risulta pertanto strategico mettere in sinergia la campagna di promozione della meta del viaggio con la campagna di marketing di trasporto aereo.

Le attività di promozione, comunicazione e promo-commercializzazione, nonché di marketing, devono essere svolte e indirizzate tassativamente alle nazioni europee estere (esclusa l'Italia) dalle quali hanno origine i voli diretti verso l'aeroporto di Rimini.

I concorrenti dovranno presentare una specifica proposta tecnica-progettuale composta da:

- Analisi del settore (media con focus sul comparto delle compagnie aeree) e delle opportunità (campagne in co-branding con compagnie aeree)
- Media strategy
- Media plan

La proposta di media plan/piano acquisto mezzi dovrà essere formulata nel rispetto dei parametri qui indicati:

- ⇒ 70% del budget acquisto mezzi deve essere investito sul sito internet della/e compagnia/e aerea/e.
- ⇒ prevedere un mix di *media* e *tool*.
- ⇒ essere indirizzato a target group residenti nelle nazioni europee di origine dei voli diretti verso l'aeroporto di Rimini ed avere, pertanto, come mercato target l'Europa.

Il servizio di media planning e buying dovrà essere reso inclusivo di:

- analisi (interpretazione della strategia di marketing, analisi obiettivi di marketing e comunicazione, interpretazione della strategia di comunicazione, campagne della concorrenza, posizionamento del prodotto, risultati della concorrenza, investimenti – trend/mezzi/periodi/pressioni, scenari, target group prodotto/brand e media, correlazione consumi-mezzi);
- strategia (definizione obiettivi, criteri qualitativi e quantitativi, sviluppo strategico, phasing, ecc.);
- pianificazione mezzi (media research attraverso analisi funzionale dei mezzi, valutazione proiettiva dei singoli mezzi, previsione delle audience, scelta dei mezzi, ottimizzazione del piano in funzione delle opportunità di acquisto);
- acquisto mezzi (analisi continuativa dell'offerta e della domanda, analisi dei punti di forza e di debolezza dei mezzi, valutazione delle alternative di acquisto, benchmarking, controllo messa in onda, acquisto spazi, ecc);
- gestione operativa/management (conto economico dettagliato con aggiornamenti e avanzamenti, definizione calendari, ottimizzazione continuativa dei calendari, compilazione schede tecniche per consegna degli avvisi pubblicitari, tracciamento, trafficking, ottimizzazione, ad server, report unificati della campagna, costi DSP e DMP, dati di profilazione di terza parte, monitoraggio dei kpi qualitativi,)
- controllo (qualitativo e quantitativo delle uscite, gestione delle contestazioni, raccolta giustificativi)
- rendicontazione mensile e finale della campagna e post-analisi
- onorario e costo della monodopera

Art 3 Modalità, durata e tempi di realizzazione del servizio

Il servizio, incluse le prestazioni ausiliarie in opzione, ha durata per l'esercizio finanziario 2020, a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto o da diverso termine dallo stesso indicato.

E' prevista solo per le prestazioni oggetto del servizio principale la possibilità di eventuale rinnovo annuale fino ad un massimo di ulteriori 3 (tre) anni, previa comunicazione via pec entro 30 giorni dalla scadenza naturale del contratto.

Le fasi di espletamento del servizio dovranno essere scandite in apposito cronoprogramma. I termini previsti per la conclusione delle singole attività non potranno sfiorare la data ultima di validità del contratto ossia il 31.12.2020.

Durante tutta l'esecuzione dell'appalto, l'operatore economico aggiudicatario dovrà consentire l'effettuazione di verifiche e controlli sul regolare svolgimento del servizio, sul rispetto dei termini e delle condizioni stabilite contrattualmente.

Art 4 Importo di gara

L'importo complessivo dell'affidamento oggetto della presente procedura, calcolato ai sensi dell'art. 35 co. 4, del D.Lgs. 50/2016, è pari ad € 3.420.000 oltre IVA, incluse opzioni di rinnovo e opzione di servizi ausiliari ed è così suddiviso:

Durata contrattuale	Valore servizio
---------------------	-----------------

Durata di un anno, decorrente dalla stipula del contratto o da diverso termine dello stesso indicato	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di rinnovo per il secondo anno	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di rinnovo per il terzo anno	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di rinnovo per il quarto anno	€ 800.000,00 oltre IVA
Opzione di acquisto di servizi ausiliari, quali l'acquisto fino a un massimo di undici (11) "campagne promo-commerciali delle località turistiche della riviera adriatica della destinazione Turistica Romagna"	€ 220.000,00 oltre IVA per il totale degli undici (11) servizi ausiliari oggetto di opzione suddivisibili in budget del valore massimo di € 20.000,00 oltre IVA per ogni singola campagna promo-commerciale

Art 5 Responsabilità e obblighi

L'aggiudicatario è direttamente ed esclusivamente responsabile dei danni derivati da cause a lui imputabili di qualunque natura, che risultino arrecati dal proprio personale a persone o a cose, tanto dell'amministrazione che di terzi, in dipendenza di omissioni o negligenze nell'esecuzione della prestazione.

S'impegna in ogni caso ad osservare le norme in materia di sicurezza e di prevenzione degli infortuni sul lavoro vigenti in materia, nelle esecuzioni delle prestazioni contrattuali, tutte le vigenti disposizioni legislative, regolamenti concernenti le assicurazioni sociali e qualsiasi altra prescrizione normativa che potrà essere emanata in materia.

L'aggiudicatario s'impegna ad ottemperare a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti, in base alle disposizioni legislative e regolamenti vigenti in materia di lavoro e assicurazioni sociali, assumendo a proprio carico gli obblighi relativi.

L'aggiudicatario s'impegna altresì ad attuare nei confronti dei propri dipendenti, occupati nel servizio del presente capitolato, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti di lavoro collettivi applicabili alla categoria e nelle località in cui svolgono le prestazioni.

APT Servizi è assolutamente estranea al rapporto di lavoro costituito tra la ditta e i propri dipendenti addetti al servizio e non potrà mai essere coinvolta in eventuale controversia che dovesse insorgere, in quanto nessun rapporto di lavoro si intenderà instaurato tra i dipendenti della ditta e il committente APT Servizi.

Sono a totale carico dell'aggiudicatario, senza dar luogo ad alcun compenso aggiuntivo a nessun titolo, i seguenti oneri e obblighi:

- segnalare per iscritto immediatamente ad Apt Servizi ogni circostanza o difficoltà relativa alla realizzazione dei servizi;
- garantire la continuità dei servizi.

L'aggiudicatario si obbliga a consentire gli opportuni controlli ed ispezioni sulle attività svolte nel contesto dei servizi, da parte di Apt Servizi.

APT Servizi acquisisce la piena titolarità, nessun diritto o facoltà esclusa, di tutti i prodotti e documenti realizzati in esecuzione del contratto discendenti dal capitolato.

Art 6 Disposizioni in materia di sicurezza

E' fatto obbligo alla ditta aggiudicataria, al fine di garantire la sicurezza sui luoghi di lavoro, di attenersi strettamente a quanto previsto dalla normativa in materia di miglioramento della sicurezza dei lavoratori vigente nel proprio paese.

Art. 7 - Subappalto

Il subappalto è ammesso nei limiti del 40% dell'importo complessivo del contratto in conformità con quanto previsto dall'art. 105 del D.Lgs 50/2016.

Art. 8 Garanzie

L'operatore economico aggiudicatario è tenuto a stipulare, prima della sottoscrizione del contratto, una fidejussione bancaria o una polizza assicurativa a garanzia dell'esatto adempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, nonché del risarcimento dei danni derivanti dall'inadempimento delle obbligazioni stesse, pari al 10% dell'importo di aggiudicazione. L'importo della garanzia è ridotto del 50% per gli operatori economici ai quali è stata rilasciata, da organismi accreditati, ai

sensi delle norme europee della serie UNI CEI EN 45000 e della serie UNI CEI EN ISO/IEC 1700, la certificazione del sistema di qualità conforme alle norme europee della serie UNI CEI ISO 90000. Per fruire di tale beneficio, l'operatore economico dovrà segnalare, in sede di offerta, il possesso del requisito documentandolo nei modi prescritti dalle norme vigenti. Nel caso in cui l'impresa non ottemperi a quanto previsto dal comma 1 dell'art. 103 del D.Lgs 50/2016, l'amministrazione aggiudicatrice dichiarerà la decadenza dell'affidamento e aggiudicherà l'appalto al concorrente che segue nella graduatoria.

La garanzia deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio di preventiva escussione del debitore principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2 del codice civile, nonché l'operatività della garanzia stessa entro 15 giorni a semplice richiesta scritta della Stazione appaltante.

La polizza fideiussoria sarà svincolata soltanto dopo la conclusione del rapporto e dopo che sia stato accertato il regolare soddisfacimento degli obblighi contrattuali, salariali e previdenziali.

La mancata costituzione della garanzia definitiva, prima della stipula del contratto, determina la revoca dell'aggiudicazione e l'acquisizione della garanzia provvisoria da parte della Stazione appaltante, ai sensi dell'art. 103, comma 3 del D.Lgs 50/2016.

Art 9 Inizio delle prestazioni – Verifiche di conformità

I servizi dovranno essere eseguiti entro il termine di validità del contratto di appalto, seguendo lo specifico crono-programma presentato in sede di offerta tecnica.

Durante tutta l'esecuzione dell'appalto, l'operatore economico aggiudicatario dovrà consentire all'amministrazione aggiudicatrice – APT Servizi - l'effettuazione di verifiche e controlli sul regolare svolgimento del servizio, sul rispetto dei termini e delle condizioni stabilite contrattualmente.

Ai fini della verifica di conformità della fornitura, l'operatore economico aggiudicatario è obbligato ad inviare ad APT Servizi, entro un mese a decorrere dal 31.12.2020 (termine di validità del contratto):

- giustificativi – cartacei in originale e digitali - comprovanti l'avvenuta realizzazione della campagna e il rispetto delle modalità di esecuzione del servizio indicate all'art. 2 del presente capitolato;
- rendicontazione finale della campagna e post analisi, con indici di conversione, certificante anche i volumi complessivi dell'incoming turistico generato dall'attività di marketing espletata dalla compagnia/e aerea/e.

Art 10 Corrispettivo e modalità di pagamento

Il pagamento del corrispettivo (in euro) avverrà a mezzo bonifico bancario, a seguito di ricezione di regolare fattura, a 30 giorni a decorrere da positiva verifica sul regolare svolgimento dei servizi, sul rispetto dei termini e delle condizioni contrattuali.

La fatturazione dovrà avvenire in tranche trimestrali, a decorrere dall'attivazione del contratto con ultima tranche da emettere entro il 31.12.2020.

La verifica sarà effettuata da Apt Servizi mediante l'acquisizione della documentazione di cui al precedente art. 9 e attraverso controlli a campione e rilevazioni di report di avanzamento a cadenza mensile.

Il pagamento delle fatture è subordinato al rilascio, da parte dell'amministrazione aggiudicatrice, del certificato di conformità dei servizi resi.

L'operatore economico aggiudicatario ha facoltà di fatturare il 20% dell'importo contrattualizzato, alla sottoscrizione del contratto. Il pagamento sarà effettuato entro 15 giorni dall'effettivo inizio delle prestazioni. L'erogazione dell'anticipazione è subordinata alla costituzione di garanzia fideiussoria bancaria o assicurativa di importo pari all'anticipazione maggiorato del tasso d'interesse legale applicato al periodo necessario al recupero dell'anticipazione stessa secondo il crono-programma delle prestazioni.

E' fatto divieto di procedere a qualunque cessione del credito o qualunque procura all'incasso a meno che non venga prima espressamente autorizzata da APT Servizi.

Il pagamento è comunque subordinato alla stipulazione del contratto.

Qualora l'appalto sia realizzato da più soggetti raggruppati temporaneamente, l'amministrazione procederà al pagamento delle fatture emesse dalla mandataria/capogruppo, che dovranno indicare in modo dettagliato le attività e la misura delle stesse realizzate dai singoli componenti del raggruppamento.

L'art. 3 comma 7 della legge n. 136/2010 "Tracciabilità dei flussi finanziari" stabilisce che l'affidatario dell'appalto dovrà comunicare ad APT Servizi gli estremi identificativi dei conti correnti dedicati. La comunicazione, che sarà allegata al contratto, deve riportare tutti gli elementi utili all'effettuazione del movimento finanziario, quali in particolare:

- i riferimenti specifici dell'impresa, ossia la ragione sociale completa, la sede legale e dell'unità produttiva che gestisce l'appalto, il codice fiscale;
- tutti i dati relativi al conto corrente, con riferimento particolare al codice IBAN e ai dati di possibile riscontro (Codice ABI, CAB e CIN per coordinate bancarie italiane, codice BIC/SWIFT per coordinate bancarie internazionali, indicazione della Banca e precisazione della Filiale/agenzia nella quale è acceso il conto corrente);
- i nominativi e i riferimenti specifici dei soggetti (persone fisiche) che, per la Ditta saranno delegati ad operare sul conto corrente dedicato, ossia i dati anagrafici, il domicilio fiscale, il codice fiscale; l'eventuale indicazione della relazione tra il conto corrente dedicato e l'appalto (se il conto è stato attivato unicamente per quell'appalto).

Qualora la Ditta affidataria non assolva agli obblighi previsti dall'art. 3 della legge n. 136/2010 per la tracciabilità dei flussi finanziari relativi all'appalto il contratto sarà risolto di diritto ai sensi del comma 8 del medesimo art. 3.

L'Amministrazione verificherà in occasione di ogni pagamento alla Ditta affidataria e, con interventi di controllo ulteriori, l'assolvimento, da parte della stessa degli obblighi relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari.

Si applicheranno inoltre, le disposizioni in materia di scissione dei pagamenti (split payment) previste dall'art. 1, comma 629, lett. b, della Legge 23 dicembre 2014, n. 190 (Legge di stabilità 2015).

Art 11 Penali

In caso di imperfetta, parziale o mancata esecuzione delle prestazioni previste al bando, al disciplinare, al presente capitolato, al contratto e successive pianificazioni delle attività approvate, Apt Servizi potrà applicare, previa contestazione degli inadempimenti e valutazione delle giustificazioni addotte, una penale con le modalità di seguito descritte:

TABELLA CALCOLO PENALI			
DESCRIZIONE DEL KPI	Lieve	Media	Grave
Numero visite siti internet	<10% rispetto SLA* offerto	>10% - <20% rispetto SLA offerto	> 20% rispetto SLA offerto
Penale %	1%	2%	5%
GRP	<10% rispetto SLA offerto	>10% - <20% rispetto SLA offerto	> 20% rispetto SLA offerto
Penale%	1%	2%	5%
Impression	<10% rispetto SLA offerto	>10% - <20% rispetto SLA offerto	> 20% rispetto SLA offerto
	1%	2%	5%
Durata nel tempo	<10% rispetto SLA offerto	>10% - <20% rispetto SLA offerto	> 20% rispetto SLA offerto
Penale%	1%	2%	5%

*SLA=offerta tecnica

In caso di plurime inadempienze riscontrate in corso di esecuzione, trova applicazione il principio di cumulabilità della valorizzazione economica di ciascuna delle singole penali rispetto a ciascuna inadempienza rilevata.

Per i crediti derivanti dall'applicazione delle penali di cui al presente articolo, APT Servizi potrà compensare il credito con quanto dovuto all'aggiudicatario o avvalersi della cauzione prestata ai sensi dell'art. 103 del D.Lgs 50/2016.

In ogni caso l'ammontare complessivo delle penali non potrà superare il 10% (dieci) per cento del valore dell'appalto. Nell'eventualità che tale condizione si verifichi, Apt Servizi procederà alla risoluzione del contratto ai sensi del successivo articolo 12.

Art 12 Clausola risolutiva espressa

La risoluzione opera di diritto, ai sensi dell'art 1456 del Codice Civile nei seguenti casi:

- inadempienza totale, quale mancata realizzazione del servizio oggetto del contratto di appalto;

- mancato rispetto delle modalità di esecuzione del servizio indicate all'art. 2 del presente capitolato;
- qualora l'importo complessivo delle penali irrogate sia superiore al 10% dell'importo contrattualizzato;
- cessione parziale o totale del contratto;
- accertata esecuzione di parte dei servizi in subappalto non autorizzato;
- violazione dell'art. 3, L. 13 agosto 2010, n 136, relativa alla tracciabilità dei flussi finanziari;
- arbitrario abbandono o sospensione, non dipendente da cause di forza maggiore, di tutto in parte dei servizi da parte dell'aggiudicatario;
- cessazione o fallimento dell'aggiudicatario;
- perdita, da parte dell'appaltatore, dei requisiti previsti nel disciplinare;
- mancata reintegrazione delle cauzioni eventualmente escusse entro il termine di 10 (dieci) giorni lavorativi dal ricevimento della relativa richiesta da parte di Apt Servizi;
- rinvio a giudizio del legale rappresentante o uno dei dirigenti dell'aggiudicatario per favoreggiamento nell'ambito di procedimenti relativi a reati di criminalità organizzata;
- mancato rispetto degli impegni anticorruzione assunti con Patto d'Integrità e Protocollo di legalità.

Nel caso in cui APT Servizi accerti un grave inadempimento alle obbligazioni contrattuali da parte dell'aggiudicatario, tale da compromettere la buona riuscita delle prestazioni, formula a quest'ultimo la contestazione degli addebiti, assegnando un termine non inferiore a 15 (quindici) giorni per la presentazione delle proprie controdeduzioni. Acquisite e valutate negativamente le predette controdeduzioni, ovvero scaduto il termine senza che l'aggiudicatario abbia risposto, APT Servizi dichiara risolto il contratto.

Qualora l'esecuzione delle prestazioni ritardi per negligenza dell'aggiudicatario rispetto alle previsioni del contratto, APT Servizi gli assegna un termine non inferiore a 10 (dieci) giorni entro il quale deve eseguire le prestazioni. Scaduto il termine assegnato, e redatto processo verbale in contraddittorio con l'aggiudicatario, qualora l'inadempimento permanga, APT Servizi risolve il contratto, fermo restando il pagamento delle penali.

Nel caso di risoluzione del contratto, l'aggiudicatario avrà diritto soltanto al pagamento delle prestazioni relative ai servizi regolarmente eseguiti, decurtato degli oneri aggiuntivi derivanti dallo scioglimento del contratto.

Nell'ipotesi di risoluzione del contratto per inadempimento totale o parziale dell'appaltatore, APT Servizi ha diritto ad incamerare la cauzione, a titolo di penale, senza pregiudizio delle ulteriori azioni alle quali l'inadempimento possa dar luogo per il risarcimento dei danni, anche di immagine, eventualmente arrecati ad APT Servizi.

La risoluzione di diritto espressa ex art. 1456 del Codice Civile dovrà avvenire mediante posta elettronica certificata all'altra parte: in conseguenza di tale comunicazione e dal momento di ricezione di quest'ultima dall'altra parte, il contratto sarà risolto di diritto con effetto immediato in caso di art. 1456 del Codice Civile.

Art. 13 Recesso

APT Servizi ha diritto di recedere unilateralmente dal contratto, in qualsiasi momento, con un preavviso di almeno 30 giorni da comunicarsi alla ditta affidataria con posta elettronica certificata, nel caso di mutamenti di carattere organizzativo, quali, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, accorpamento o soppressione o trasferimento o conferimento delle strutture e / o delle attività gestionali cui è riferito il servizio del presente appalto o modifica dell'attuale modello gestionale.

Dalla comunicata data di efficacia del recesso, la ditta affidataria dovrà cessare tutte le prestazioni contrattuali assicurando, tuttavia, attraverso l'attivazione di una diretta consultazione con l'Ente, che tale cessazione non pregiudichi la continuità del servizio e non comporti danno alcuno all'Ente stesso.

In caso di recesso, la ditta affidataria ha diritto al pagamento dei servizi prestati, purché direttamente eseguiti, secondo il corrispettivo e le condizioni previste nel contratto, rinunciando espressamente a qualsiasi ulteriore eventuale pretesa, e ad ogni ulteriore compenso o indennizzo e / o rimborso, anche in deroga a quanto previsto dall'art. 1671 del Codice Civile.

Art 14 Riservatezza

L'aggiudicatario si impegna ad osservare la piena riservatezza su informazioni, documenti, conoscenze o altri elementi eventualmente forniti da APT Servizi, da enti e amministrazioni pubbliche e da associazioni o altri enti partecipanti al progetto e/o eventuali interessati dalle attività.

Art 15 Trattamento dei dati

I dati forniti dai concorrenti, obbligatori per le finalità connesse alla presente gara di appalto, saranno trattati da APT Servizi conformemente alle vigenti disposizioni di legge (Regolamento europeo (UE) 2016/679 c.d. GDPR). Titolare del trattamento dei dati è APT Servizi s.r.l., nella persona del suo Presidente e Legale Rappresentante; Responsabile del Trattamento dei Dati è la Dott.ssa Rita Boselli, Responsabile Amministrativa e Responsabile Unico del Procedimento.

Il trattamento dei dati personali sarà improntato a liceità e correttezza, nella piena tutela dei diritti dei soggetti candidati e della loro riservatezza con i contemperamenti previsti dalla legge 7.8.1990 n. 241. In particolare i dati personali richiesti per la partecipazione alla presente procedura hanno la sola finalità di consentire l'accertamento del possesso dei requisiti di idoneità e dell'inesistenza di cause ostative.

Art. 16 Foro Competente

Per ogni controversia insorta tra l'Amministrazione e la Ditta affidataria è competente il Foro di Bologna.

Art. 17 Contratto e spese

Il contratto sarà concluso e stipulato dopo che l'aggiudicazione definitiva sarà divenuta efficace, in esito alla verifica del possesso di tutti i requisiti richiesti.

Tutte le spese e tasse del contratto, nonché ogni altra accessoria e conseguente, comprese quelle per la stipula dello stesso e tutti gli altri oneri eventualmente previsti dalle vigenti leggi in materia sono a carico della ditta affidataria.

Art 18 Disposizioni finali

Tutto quanto non previsto dal presente capitolato verrà disciplinato dalle vigenti disposizioni di legge e regolamenti nazionali e regionali in materia, o accordi appositamente concordati e sottoscritti tra le parti.

Art. 19 Responsabile del procedimento

Il Responsabile Unico del Procedimento (RUP) è Rita Boselli, che svolge anche ruolo di responsabile dell'ufficio amministrativo, e di responsabile per la trasparenza e l'anticorruzione, indirizzo e-mail: r.boselli@aptservizi.com.