

CAPITOLATO TECNICO

PROCEDURA APERTA MEDIANTE PIATTAFORMA TELEMATICA GPA PER L'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI PIANIFICAZIONE, ACQUISTO, GESTIONE E MONITORAGGIO DI SPAZI E TEMPI PUBBLICITARI SU MEZZI OFFLINE E ONLINE MEDIANTE SOTTOSCRIZIONE DI UN ACCORDO QUADRO CON UN UNICO OPERATORE ECONOMICO, AI SENSI DELL'ART. 54 DEL D.LGS. 50/2016

CIG 8639508B88

PREMESSA

Apt Servizi srl (www.aptservizi.com) intende stipulare un accordo quadro con un unico operatore economico avente ad oggetto i servizi di pianificazione, acquisto, gestione e monitoraggio di spazi e tempi pubblicitari., come dettagliatamente descritti nel presente capitolato.

L'appalto è costituito da un unico lotto per assicurare la necessaria omogeneità, unitarietà ed efficacia nell'erogazione delle prestazioni richieste; per le medesime ragioni di uniformità delle campagne pubblicitarie su tutti i paesi interessati non è stata ritenuta opportuna neanche la suddivisione dell'appalto in lotti geografici.

L'individuazione di un unico operatore economico, al quale poter ricorrere nel periodo di vigenza dell'Accordo Quadro, potrà assicurare la necessaria coerenza dell'azione comunicativa, la continuità della strategia e di gestione delle iniziative, il coordinamento ottimale tra le diverse campagne di comunicazione.

OGGETTO DELL'ACCORDO QUADRO

L'accordo è finalizzato all'acquisizione di servizi di pianificazione, acquisto, gestione e monitoraggio di spazi e tempi pubblicitari su mezzi offline e online: l'aggiudicataria coordinerà la pianificazione degli spazi su canali offline e digitali, quali a titolo esemplificativo e non esaustivo stampa, TV, radio, cinema, OOH, testate e circuiti digitali, per le tipologie tabellare, publiredazionale, le cosiddette Iniziative Speciali e attività promozionali in genere (es.: collaborazione con case editrici per la realizzazione di guide turistiche, attività on field e / o online organizzate da gruppi editoriali, ecc.).

Il servizio prevede anche la pianificazione e la gestione della trattativa, l'acquisto e il monitoraggio delle performance.

Spazi e tempi pubblicitari, Iniziative Speciali e attività promozionali per campagne di comunicazione dedicate alla promozione del turismo dell'Emilia Romagna nei confronti:

- 1) del mercato Italia, con estensione alla Repubblica di San Marino, allo Stato della Città del Vaticano e alla cosiddetta Svizzera italiana; il predetto limite territoriale non riguarda Internet, digital e social network, vista la natura di questi media;
- 2) di mercati esteri quali, elencati a titolo esemplificativo e non esaustivo, i cosiddetti paesi DACH (Germania, Austria e Svizzera tedesca), Francia, Polonia, Nord America, ecc.; mercati individuati di anno in anno dal Piano annuale di marketing e promozione turistica di Apt Servizi (<https://www.aptservizi.com/azienda/piano-annuale/>).

CONTESTO E OBIETTIVI DI CARATTERE GENERALE

Apt Servizi srl, come stabilito dall'Art. 10 della Legge Regionale della Regione Emilia-Romagna n. 4 del 25 marzo 2016, ha tra i propri scopi “la gestione e l’attuazione dei progetti e dei piani regionali in materia di turismo sul piano nazionale, ed in particolare la specializzazione nella realizzazione di progetti sui mercati internazionali; la promozione e valorizzazione integrata delle risorse turistico-ambientali, storico-culturali, dell'artigianato locale e dei prodotti tipici dell'agricoltura; l'ausilio tecnico-scientifico per le decisioni della Regione in materia di turismo; l'attività di validazione di progetti turistici, da realizzarsi sui mercati internazionali; la fornitura di servizi relativi alla progettazione e alle attività di realizzazione di programmi e iniziative in materia di turismo, ambiente, cultura, artigianato locale e prodotti tipici dell'agricoltura; la gestione di azioni di marketing concertate tra diversi settori; il coordinamento e la fornitura di servizi di supporto all'internazionalizzazione delle imprese turistiche”.

La L.R. della Regione Emilia-Romagna 4/2016 all'Art. 12 istituisce le Destinazioni turistiche di interesse regionale:

- Destinazione Emilia per i territori delle Province di Piacenza, Parma e Reggio Emilia (www.visitemilia.com);
- Destinazione turistica Bologna metropolitana, tramite convenzione fra i due enti competente anche per la Provincia di Modena (www.cittametropolitana.bo.it/turismo/Destinazione_turistica);
- Destinazione turistica Romagna per i territori delle Province di Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini (visitromagna.it).

Fra i compiti delle Destinazioni turistiche, la realizzazione di progetti di marketing e promozione turistica in particolare per il mercato italiano.

Apt Servizi svolge un ruolo di coordinamento per prodotti tematici trasversali che riguardano più Destinazioni turistiche e può svolgere attività a favore delle Destinazioni turistiche nell'ambito della realizzazione dei progetti di marketing e promozione turistica.

Apt Servizi realizza progetti di marketing e promozione anche nell'ambito di progetti finanziati con Fondi Europei (FESR, IPA, ecc), con risorse che fanno capo ad altri assessorati regionali, oltre al turismo e commercio, quali Agricoltura, Cultura e Sport.

Nel 2019, a livello globale (fonte OMT-Organizzazione Mondiale del Turismo), sono stati registrati 1.5 miliardi di arrivi di turisti internazionali, con un aumento del 4% rispetto all'anno precedente. Le entrate del turismo (fonte OMT), nel 2018, ammontavano a USD 1.480 miliardi, con un aumento del 4,4%, superiore alla crescita del PIL globale, come negli 8 anni precedenti. Il trasporto di passeggeri valeva altri USD 250 miliardi. Le esportazioni turistiche il 7% del commercio mondiale di beni e servizi. A livello globale, il turismo vedeva, nel lungo periodo, una crescita costante e graduale, destinata a rafforzarsi e ad aumentare ulteriormente in prospettiva futura. Era uno dei settori economici in più rapida crescita e costituiva un volano di sviluppo economico di innumerevoli nazioni. Tutto questo si è interrotto inaspettatamente e improvvisamente nei primi mesi del 2020, quando il mondo si è dovuto confrontare con una pandemia e con i suoi effetti devastanti. L'elemento caratterizzante dell'emergenza da Covid-19 è, infatti, il suo carattere globale che non ha risparmiato nessun paese. Anche quelli meno colpiti dal virus

hanno subito le conseguenze del drastico crollo delle relazioni internazionali e dell'irrigidimento dei confini nazionali, che si è tradotto, nel caso specifico del settore *travel*, in una sostanziale paralisi.

L'industria turistica è tra i settori più colpiti e minacciati dalla pandemia Covid-19. Con aerei a terra, hotel chiusi, restrizioni alla mobilità, confini bloccati in entrata e uscita, si è interrotta una crescita che durava da almeno 20 anni, se si eccettua il rallentamento a seguito della crisi economica nel 2008/9.

La ripresa del comparto turismo – leisure e business - ai livelli pre-pandemici necessita di tempo (gli studi parlano di almeno 4 anni per il settore leisure) a causa di continue e costanti recrudescenze dell'epidemia, di persistenti limitazioni alla mobilità, di una prevedibile minore disponibilità di budget da destinare ai viaggi da parte di ampie fasce di popolazione (impatto del Covid-19 sull'economia nazionale), dell'inevitabile uscita dal mercato di innumerevoli imprese turistiche, nonché per gli effetti associati alla ricostruzione della fiducia dei viaggiatori.

Quarantene, test all'arrivo e/o alla partenza, emergenza sanitaria, paura di ammalarsi e di rimanere bloccati a migliaia di chilometri da casa continuano ad essere ostacoli significativi nel brevissimo e breve periodo. Tuttavia, le campagne di vaccinazione, avviate da tutti i paesi, unite alla mai sopita voglia di viaggiare, fanno ben sperare e faranno ripartire l'industria turistica mondiale, già nel 2021. Su questa certezza tutte le destinazioni turistiche si sono attivate, hanno impostato strategie di rilancio e riconquista dei mercati, varato piani pluriennali di investimenti.

In questo complesso e incerto quadro di riferimento, in cui la competizione tra mete turistiche si farà sempre più agguerrita per conquistare a proprio favore una domanda ridotta nei suoi volumi complessivi ancora per un certo lasso di tempo, APT Servizi e le tre Destinazioni Turistiche - Emilia, Bologna-Modena e Romagna - hanno tracciato, nei propri piani e programmi per il 2021, la nuova strategia di marketing turistico regionale, una strategia a fasi di breve, medio e lungo periodo, che punta essenzialmente al rilancio e riposizionamento competitivo della destinazione globale Emilia-Romagna, partendo dal mercato domestico (il primo a reagire nel breve periodo) per aprire gradualmente a quello internazionale.

Il futuro del turismo nella Regione Emilia-Romagna si basa su una ripartenza che vuole e deve essere sinonimo di cambiamento per intercettare trend e trasformazioni di comportamenti, sensibilità, processi di ispirazione e di acquisto, *disruption* in parte già in atto che la pandemia ha accelerato o portato in evidenza. L'azione di marketing turistico nel *new normal* prevede flessibilità, priorità da individuare e modellare in un contesto in continua evoluzione. Per avere successo si devono determinare cambiamenti, orientare evoluzioni, sviluppare una visione del turismo nuova ed equilibrata che ha, alla sua base, la sostenibilità economica - in equilibrio con l'ambiente e la società - e offerte rinnovate, competitive e creative.

Il programma strategico di rilancio dell'industria turistica regionale, condiviso da APT Servizi e dalle tre Destinazioni Turistiche, segue dei passaggi obbligati: nel 2021 si continuerà a puntare sul turismo domestico ed estero di prossimità (Europa), mantenendo attive azioni di presidio dei bacini di catchment del lungo raggio, in particolare stimolando interazione ed engagement con il consumatore finale. Attraverso il continuo e costante monitoraggio dei mercati, si andranno a captare segnali di aperture,

ripristino di collegamenti, ripresa del traffico aereo, definendo così, di volta in volta, in maniera rapida e tempestiva, azioni da mettere in campo e su quali mercati.

Pilastro fondante di questa nuova strategia è la comunicazione b2c con utilizzo di media on e off line: un progetto di campagne pubblicitarie, da realizzare nel triennio 2021-2022-2023, su mezzi di comunicazione di massa e non solo, on e off line, incluso il below the line, segmentate a prodotti, mercati, target. Non si potrà continuare ad operare in chiave di mercato indifferenziato. La segmentazione per mercati e target sarà assolutamente necessaria, poiché Covid-19 ha acuito ulteriormente le differenze sociali ed economiche ed ha intensificato la richiesta di personalizzazione e di offerte tailor-made da parte dei turisti. Obiettivi di carattere generale presenti nei piani di promozione turistica per il 2021 di Apt Servizi e delle tre Destinazioni Turistiche regionali sono:

- Ristabilire la fiducia dei viaggiatori, allineando strategie di marketing e di comunicazione, stimolando la domanda con nuove narrazioni, nuovi prodotti, esperienze turistiche personalizzate, creando una reputazione e sentiment positivo verso le proposte turistiche;
- Realizzare interventi di rilevanza strategica quali campagne informative, di promozione e promocommercializzazione b2c multi - mediatiche nel mercato domestico (laddove il termine domestico è allargato a livello Europa) per stimolare ed orientare la scelta della meta di vacanza;
- Rilanciare e riposizionare l'immagine della destinazione globale (Emilia-Romagna) e di area vasta (Destinazione Turistica) e dei suoi prodotti identitari sui mercati, per mantenere alta l'attenzione ed il desiderio dei viaggiatori;
- Rafforzare ed incrementare la brand awareness globale regionale e territoriale (tre Destinazioni Turistiche) favorendo un'associazione della marca turistica con valori positivi come sicurezza, affidabilità, sostenibilità, il rispetto dell'ambiente, autenticità, favorendo anche sinergie virtuose con i grandi marchi del "made in Emilia-Romagna", come quelli di Motor Valley o della Food Valley, ad esempio;
- Mettere a valore tutte le risorse e le attrattività del patrimonio turistico regionale, attuare un'efficiente gestione delle risorse core e di supporto per favorire il riposizionamento competitivo della destinazione turistica - sia globale che territoriale di area vasta - , in Italia e all'estero.

TARGET DI COMUNICAZIONE

Il target / i target a maggior valore per le proposte di pianificazione da formulare e fornire nell'ambito dell'OFFERTA TECNICA, vanno individuati facendo riferimento:

- ai dati statistici della Regione Emilia-Romagna: <https://statistica.regione.emilia-romagna.it/turismo>
- al Piano annuale di marketing e promozione turistica di Apt Servizi (<https://www.aptservizi.com/azienda/piano-annuale/>).

Si riportano qui di seguito, a titolo esemplificativo, i target del Piano 2021 di APT Servizi. Le campagne, per la realizzazione delle quali si rende necessario acquisire i servizi oggetto del presente appalto, sono segmentate a prodotto, target e mercati. In ogni momento in cui lo ritenga opportuno o necessario, Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale presenteranno all'aggiudicatario gli obiettivi di comunicazione e le linee guida della campagna, alle quali attenersi.

L'offerta turistica dell'Emilia-Romagna è completa, diversificata, adatta per una pluralità di target differenziati per fasce di età, livello sociale ed economico, stili di vita, esperienza ricercata, interessi, motivazioni di viaggio; combina una varietà di paesaggi, ambienti e contesti geografici di vacanza: mare, pianura, collina, montagna, città, borghi, terme; è un concentrato degli asset più competitivi del brand Italia - made in Italy, stile e qualità di vita, bellezze, enogastronomia - ed ha una brand equity ben definita che poggia su un patrimonio tangibile e intangibile, valori unici e distintivi della marca territoriale Regione Emilia-Romagna; spazia dal turismo di lusso al turismo di massa al turismo sociale.

I target dell'azione di marketing b2c di Apt Servizi sono quelli del turismo balneare, culturale, sportivo, attivo, crocieristico, montano (estivo e invernale), termale e del benessere, turismo verde, lento, sostenibile, creativo ed esperienziale, MICE (turismo d'affari e congressuale), enogastronomico, shopping, lusso e affordable luxury.

Di seguito un'esemplificazione dei pubblici e dei segmenti di mercato a cui mira l'azione promozionale strategica b2c di Apt Servizi:

Generazione X (1965-1980): famiglie con figli ancora dipendenti (nidi pieni) e/o mono parentali e/o allargate; coppie senza figli (DINK - double income no kids); gruppi di amici (single); sono consumatori influenti, è la generazione che per prima ha adottato la tecnologia digitale, possono essere raggiunti sia con media tradizionali che online; sono pragmatici, attenti a valore, qualità, funzionalità come pure convenienza, risparmio di tempo, benefici per la società e l'ambiente.

Millennials (1981- 1996): il target del presente (sono la metà della forza lavoro complessiva; nel 2025 gli esperti di settore prevedono che questa generazione rappresenterà il 50% del mercato turistico globale), la generazione della filosofia di vita in cui conta l'esperienza, non il prodotto, che ama condividere e ha un forte senso di community; sono single che viaggiano in piccoli gruppi di amici ma anche famiglie con bambini dipendenti; sono accomunate da un nuovo modo di viaggiare, sono attenti all'aspetto social del viaggio, non amano il rischio, verificano tramite i loro network e fonti attendibili prima di comprare; prima generazione a trovarsi ad avere a che fare con il mondo del digitale, avendo un ruolo attivo grazie all'utilizzo dello smartphone.

Baby boomers (1946-1964, la generazione che per lungo tempo ha costituito il principale motore di domanda turistica): i golden ager dinamici, curiosi, abituati a viaggiare, con tempo a disposizione, buona capacità di spesa.

Generazione Z (1997-2012): i giovani da conquistare per il futuro.

Gruppi organizzati di vario tipo e con differenti motivazioni (sport, cultura, terza età, ecc.);
Tribù che condividono stili di vita, interessi e consumi;
Turisti “emozionali” della nuova generazione orientati verso destinazioni che propongono esperienze culturali e sociali autentiche che nutrono eticamente lo spirito;
Fasce sociali medio-alte con interessi speciali e/o motivazioni specifiche (sport, enogastronomia, cultura, eventi, percorsi, slow tourism, ecc.) e/o con obiettivi specifici come imparare una certa attività anche in maniera condivisa con i compagni di viaggio o praticare un certo sport con la squadra di viaggio;
High Net Worth Individual (HNWI) è quel target di persone (individual) che possiedono un alto (high) patrimonio netto (net worth), a cui proporre un’offerta appositamente mirata in grado di soddisfare le richieste di un turismo esigente e che condensa le numerose varietà di cluster d’età differente e anche di genere. Infatti, sempre più spesso, appartengono a questo segmento le donne asiatiche che viaggiando da sole prediligono prodotti mirati in grado di garantire oltre che la qualità anche la sicurezza.
Business traveller (inclusi il consumatore dei segmenti MICE e bleisure).
Turisti indipendenti - repeater e potenziali – *frequent traveller*.

Su questa segmentazione, che segue una logica di consolidamento della programmazione strategica di lungo periodo già presente nella programmazione poliennale di Apt Servizi, si innestano nuovi profili di consumatori turistici: sono i nuovi viaggiatori, “figli” dall’impatto che l’emergenza sanitaria COVID-19 ha avuto sugli stili di vita delle persone.

La società di consulenza turistica e marketing territoriale JFC ha realizzato quattro indagini qualitative con 5.615 questionari, rivolti a un campione di età compresa tra 18 e 74 anni. Due le categorie principali in relazione al COVID: liberisti e protezionisti, divisi entrambi tra big e low spender. Sono 16 i profili tracciati: nel primo gruppo “irriverenti”, “lussureggianti”, “libertini” e “naturalisti” e, tra quelli con minor capacità di spesa “selezionatori”, “scalatori”, “randagi” e “fluttuanti”. Tra i protezionisti col portafogli pieno i “ricercatori”, “trepidi”, “rispettosi” e “garantisti”; viaggiano più leggeri i “tradizionalisti”, “titubanti”, “garantisti”, “opportunisti”.

FLUTTUANTI. Senza interessi focalizzati, ma con molteplici interessi random. Età media 46 anni e 4 mesi, in leggera prevalenza donne, con posto fisso. Cercano svago e divertimento e luoghi di spensieratezza e relax. Prediligono destinazioni già conosciute e vicine, in Italia. Sono il 7,1% del totale.

SCALATORI. Medio profilo culturale, con interessi specifici, tra cui attività sportive outdoor e adrenaliniche. Cercano nuove esperienze e nuove destinazioni. In prevalenza uomini e dipendenti di aziende; età media 24,1 anni. Il 9,2%.

TITUBANTI. Medio/basso profilo culturale e reddito, per loro le vacanze sono un bene secondario. Cercano servizi affidabili, che rispondano alle esigenze della famiglia. In prevalenza uomini, di piccoli e medi centri, nel centro-sud. Età media 44,6 anni, sposati con figli. Il 5,1%.

IRRIVERENTI. Giovani, misti per genere e di medio e medio/alto livello sociale, con buona capacità di spesa e la sicurezza della famiglia “nutrice”. Cercano destinazioni che sappiano garantire spensieratezza, svago e divertimento, nuove conoscenze, luoghi nuovi in Italia e anche all'estero. Età media 23,6 anni. Sono il 4,4% del totale.

RISPETTOSI. Media età, piccoli imprenditori e professionisti, buon profilo culturale, residenti in capoluoghi e aree metropolitane. Capacità di spesa medio/alta. Cercano normalità, luoghi dove svagarsi – nella natura – e trovare risposta alle esigenze di coppia/famiglia. Leggera prevalenza femminile, età media 50,5 anni. Il 7,9%.

SELEZIONATORI. Alto profilo culturale, con interessi vari e tempo a disposizione. Attenti alla sostenibilità ambientale e alla sicurezza nella ricerca dei luoghi, tendenzialmente in Italia. Vogliono normalità e relax. In prevalenza donne che hanno da poco raggiunto la pensione o imprenditori, commercianti, professionisti. Età media 65,5 anni. Il 3,7% del totale.

ECUMENICI. Profilo culturale medio, viaggiatori che vogliono conoscere i popoli e normalmente prediligono viaggiare all'estero, ma anche nuove destinazioni in Italia. Trattasi soprattutto di dipendenti di aziende private, con media capacità di spesa, ridotta però rispetto allo scorso anno. In prevalenza di genere maschile, spesso single, residenti nei capoluoghi di provincia e nei grandi centri urbani. Età media 40,2 anni. Sono il 3,3% del totale degli intervistati.

RICERCATORI. Target di medio e medio-alto profilo culturale, con specifici interessi di vario genere; sono soprattutto liberi professionisti e piccoli imprenditori, con budget invariato rispetto al passato. Hanno due esigenze: spensieratezza e relax, luoghi nuovi da scoprire e conoscere, magari immersi nella natura con ampi spazi a disposizione (sia in Italia che all'estero). In misura quasi paritetica tra i sessi, residenti in tutto il Paese, in medie città. Età media 45,3 anni. Sono il 6% del totale.

LIBERTINI. Molto giovani, di profilo culturale basso. Poco attenti a valori di tipo sociale, cercano luoghi di socializzazione di massa e hanno un budget di spesa rilevante. Vogliono la certezza di trovare luoghi di divertimento nelle “solite destinazioni”. Sono soprattutto studenti, in prevalenza uomini. Età media 19,5 anni. Sono il 6,5% del totale.

TREPIDI. Target maturo, con estrazione culturale di medio/buon livello. Attenzione alla famiglia multigenerazionale. Sono disposti a spendere di più per garantirsi sicurezza sanitaria. Scelgono natura e ambiente nelle destinazioni conosciute e vicine, non all'estero. In prevalenza uomini in età post-professionale (media 65,4 anni), con risorse economiche medio-alte. Sono il 4% del totale.

RANDAGI. Giovani o giovanili nel comportamento, con interessi variegati ma non decisivi nella scelta del luogo di vacanza. Miscelano fasi di impegno con altre di assoluto randagismo. Amano allontanarsi da casa, indifferentemente in Italia o all'estero. Cercano luoghi di spensieratezza e relax, ma anche destinazioni dove stare in coppia, come pure amano visitare luoghi nuovi e ricchi di svago. Gruppo misto

per genere, presente in tutto il Paese senza distinzioni di aree, con buona disponibilità economica e capacità di spesa in leggero aumento rispetto all'anno scorso. Età media 26,5 anni. Il 4,7% del totale.

GARANTISTI. Media età, con doppio impegno professionale e familiare, in prevalenza donne. Residenti al nord e attenti al benessere sociale. Cercano luoghi che riportino alla normalità quotidiana e hanno buona capacità di spesa, titolo di studio elevato e massimo due figli. Età media 48,2 anni. Il 7,7% del totale.

LUSSUREGGIANTI. Soprattutto uomini, di alto profilo professionale, con grande capacità di spesa. Vogliono divertirsi e ritrovare gli amici di sempre. Viaggiano all'estero, se in località alla moda. Età media 43,1 anni. Il 2,6% del totale.

NATURISTI. Maturi, con moderata capacità di spesa e profilo culturale medio-alto. Generalmente hanno posto fisso in enti/aziende pubbliche. Vogliono la certezza di trovare una situazione ambientale e naturalistica di qualità, fedeli alle destinazioni conosciute. Età media 46,4 anni. L'8,9%.

OPPORTUNISTI. Alla ricerca di opportunità e promozioni, anche in viaggio. Di profilo culturale medio e medio-basso, vanno spesso in vacanza a casa di parenti. Soprattutto uomini, dipendenti e in diversi casi anche disoccupati. Prediligono nuove destinazioni, ma dipende molto dalla possibilità di usufruire di sconti. Età media 43,1 anni. Il 6,6% del totale.

TRADIZIONALISTI. Medio profilo culturale, con professione sicura e famiglia. Alto livello di partecipazione sociale, esigenza di stabilità e sicurezza. Di entrambi i sessi, vivono in medie città e preferiscono soggiornare nella solita località, sempre in Italia. Età media 56,8 anni. Sono la quota maggiore del market share, il 12,3% del totale.

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:

o il servizio posto a base di gara ha ad oggetto prevalentemente prestazioni di natura intellettuale;

o 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.

QUADRO ECONOMICO

L'Accordo Quadro avrà inizio dalla data della sua sottoscrizione fino al 31 dicembre 2023.

E' prevista un'opzione di rinnovo per 12 mesi e di proroga, ai sensi dell'art. 106 comma 11 del D.Lgs. 50/2016, come indicato nel disciplinare di gara.

Il valore massimo stimato dell'appalto, comprensivo delle suddette opzioni, è pari ad € 22.500.000,00 (ventiduemilionicinquecentomila/00) al netto di Iva ed oneri per la sicurezza dovuti a rischi da interferenze.

L'importo triennale per l'esecuzione dell'appalto pari ad € 15.000.000,00 (quindicimilioni) è costituito dalla fee d'agenzia posta a base di gara, pari al 10% del budget destinato all'acquisto degli spazi e dei tempi pubblicitari, e dal costo stesso degli spazi e dei tempi pubblicitari per la realizzazione delle campagne advertising.

Il suddetto importo, determinato sulla base di ipotesi di fabbisogno ed avente valore meramente presuntivo, costituisce il plafond massimo spendibile, indicativamente destinato:

- per il 50% per acquisti media per campagne advertising Italia;
- per il 50% per acquisti media per campagne advertising estero.

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.

La stipula dell'Accordo Quadro non sarà costitutiva di diritti di sorta in capo all'aggiudicatario in ordine all'esaurimento del plafond massimo spendibile. L'Accordo Quadro avrà unicamente la funzione di regolamentare giuridicamente i singoli ed eventuali Contratti Attuativi che potranno essere stipulati in futuro.

La sottoscrizione dell'Accordo Quadro non costituisce per l'operatore economico diritto di esclusiva sulle attività di comunicazione di Apt Servizi e delle Destinazioni turistiche di interesse regionale.

DETTAGLIO SERVIZI RICHIESTI

La fornitura riguarderà servizi di pianificazione media, acquisto, gestione e monitoraggio dedicati ai prodotti e servizi del turismo dell'Emilia Romagna. La pianificazione dovrà rispondere a criteri di massima copertura e massima efficacia in termini di target utile raggiunto (reach, grado di affinità, frequenza, etc.), garantendo la massima efficienza dei costi.

I servizi oggetto della fornitura sono:

A. Analisi del briefing, elaborazione della strategia e stesura della pianificazione

In ogni momento in cui lo ritenga opportuno o necessario, Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale presenteranno al fornitore gli obiettivi di comunicazione e le principali linee guida alle quali quest'ultimo dovrà attenersi.

Nell'arco della durata dell'accordo quadro saranno pertanto previsti un brief iniziale e brief intermedi in occasione di iniziative di comunicazione su temi specifici. In fase di briefing, il fornitore dovrà raccogliere tutte le informazioni necessarie per una pianificazione efficace e sarà tenuto a tal fine a richiedere tutti gli opportuni approfondimenti e chiarimenti. Il fornitore elaborerà un documento di pianificazione, cioè l'insieme delle attività che concorrono alla realizzazione e all'implementazione di una campagna sui diversi mezzi di comunicazione. Il documento dovrà contenere una o più proposte di pianificazione

realizzate sulla base del budget a disposizione, del contenuto e degli obiettivi delle campagne. Il documento dovrà contenere almeno:

- l'analisi delle campagne della concorrenza;
- studio target prodotto, studio e definizione target media, correlazione consumi / mezzi;
- la strategia di pianificazione raccomandata, con indicazione dei mezzi di comunicazione idonei a coinvolgere il target / i target e dei momenti e delle modalità con cui verranno utilizzati, per massimizzare l'efficacia delle campagne e la sinergia tra i mezzi stessi;
- la quota di budget assegnata a ogni mezzo;
- la durata delle diverse iniziative di comunicazione inclusiva della data di avvio e della data di chiusura;
- il rationale sottostante alle proposte di pianificazione, con descrizione dei diversi tipi di spazi pubblicitari proposti e con indicazione, per ciascuno di essi, di tutte le informazioni utili a motivare la scelta; a titolo esemplificativo e non esaustivo e in base ai mezzi coinvolti: obiettivo, concessionaria/media owner, profilo dei mezzi e posizionamento, formati previsti, modalità di acquisto, copertura del target, share of voice, indicatori di performance (KPI) confrontabili con benchmark di mercato e indicazione dei best performer, importo unitario net net (=nettissimo: netto IVA e diritti d'agenzia), eventuali omaggi;
- ogni altro elemento utile a valutare il potenziale impatto e la maggiore efficacia rispetto ad altre soluzioni.

Le scelte di pianificazione proposte dovranno essere supportate da fonti certificate a livello nazionale e internazionale (ad es.: Nielsen, Auditel, Tavolo Editori Radio, Ads, Audipress, Audiweb, Kantar Group, Ipsos, GfK ecc.) A titolo esemplificativo e non esaustivo si indicano alcuni possibili parametri:

- Televisione: emittenti, quota di prime time, posizione spot all'interno del break (es. fuori break e Primo/Secondo/Ultimo), numero di spot, durata in secondi, collocazione temporale, KPI di riferimento;
- Stampa: tipologia (ad es., quotidiano, periodico, magazine, generalista o di settore, ecc.), tiratura, lettori, formato spazio, collocazione della pagina dedicata allo spazio pubblicitario (es.: primo sfoglio, numero pagina, pagina di destra o di sinistra ecc.), periodo e numero uscite, KPI di riferimento;
- Radio: emittenti, numero di spot, formati/sponsorizzazioni radio, orario, collocazione temporale, KPI di riferimento;
- Canali digitali: sito/portale e sezione, circuito, formati, impression, click, conversion, periodo, KPI di riferimento.

Si specifica che:

- **Apt Servizi srl e Bologna Welcome non sono soggette a quanto stabilito dall'Art. 41 del D. Lgs. 177/2005, il cosiddetto Testo unico della radiotelevisione, a proposito delle quote percentuali d'investimento da destinare alle diverse tipologie di mezzi (<< emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea ... giornali quotidiani e periodici>>);**
- **le Destinazioni turistiche di interesse regionale sono soggette a quanto stabilito dall'Art. 41 del D. Lgs. 177/2005, il cosiddetto Testo unico della radiotelevisione, a proposito delle**

quote percentuali d'investimento da destinare alle diverse tipologie di mezzi (<< emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione europea ... giornali quotidiani e periodici>>).

B. Prenotazione degli spazi e consegna degli esecutivi

Il fornitore si occuperà delle trattative con le concessionarie e della negoziazione delle migliori condizioni contrattuali relativamente ai listini d'acquisto degli spazi e dei tempi, compresi sconti e omaggi. Per fare ciò il fornitore dovrà impostare la strategia di media buying e le trattative con le concessionarie pubblicitarie, condividendo i vari passaggi con Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale e fornendo ogni informazione richiesta nelle varie fasi della trattativa. Il fornitore dovrà svolgere tale incarico facendo uso della massima diligenza professionale e assicurando, in particolare nelle fasi di selezione e pianificazione, il massimo livello di conoscenza tecnica per ottenere le tariffe più favorevoli e le migliori condizioni possibili per l'acquisto di spazi, tempi e servizi e, in generale, per la migliore tutela degli interessi di Apt Servizi e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale nei rapporti con i terzi. In particolare, nelle trattative con le concessionarie e nella predisposizione dei testi contrattuali, il fornitore dovrà adoperarsi al fine di assicurare che, nell'eventualità di un'interruzione anticipata della campagna da parte di Apt Servizi, il budget media non utilizzato venga preservato a vantaggio della stessa.

Apt Servizi e le Destinazioni turistiche di interesse regionale sono estranee ai rapporti contrattuali tra l'Aggiudicatario e le concessionarie degli spazi pubblicitari; pertanto, l'Aggiudicatario si obbliga a tenere indenne Apt Servizi e le Destinazioni turistiche di interesse regionale da qualsivoglia pretesa avanzata da queste ultime con riferimento ai servizi resi in relazione al presente affidamento.

Il fornitore predisporrà il media plan con tutti i dettagli necessari relativi a formati, tempi e costi dei singoli spazi e concessionarie di riferimento e lo sottoporrà ad Apt Servizi e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale per approvazione.

Apt Servizi e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale si riservano la facoltà di richiedere modifiche del Piano Mezzi proposto dall'Aggiudicatario, che quest'ultimo sarà tenuto ad apportare, sino ad approvazione.

Solo ed esclusivamente successivamente all'approvazione del piano mezzi da parte di Apt Servizi e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale, verranno stipulati i diversi Contratti Attuativi e il fornitore sarà legittimato ad acquistare i mezzi.

Nel rispetto dei tempi previsti dai media plan, il fornitore fornirà ad Apt Servizi e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale tutte le informazioni necessarie e le specifiche tecniche di tutti i materiali da produrre, con l'evidenza delle scadenze, al fine di consegnare gli esecutivi alle concessionarie secondo quanto indicato nella pianificazione approvata. Salvo diversi e specifici accordi, il fornitore sarà responsabile della verifica della consegna degli esecutivi e dei materiali alle concessionarie. Sarà responsabilità del fornitore monitorare le tempistiche e segnalare eventuali ritardi, cambi di piano, criticità e adoperarsi con la massima diligenza per proporre soluzioni alternative, nell'interesse della massima efficacia ed efficienza della pianificazione.

Sarà responsabilità del fornitore la gestione end-to-end in termini di tempistiche di tutte le attività afferenti alla pianificazione: a titolo esemplificativo, il fornitore sarà tenuto a comunicare i tempi necessari per ciascun mezzo al fine di posticipare o annullare lo spazio pubblicitario senza incorrere in penalità e sottoporrà le scadenze precise delle prenotazioni, segnalando l'imminenza della scadenza dello spazio o tempo prenotato.

Il fornitore sarà l'interlocutore di riferimento per le concessionarie. Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale si riservano comunque il diritto di individuare e negoziare autonomamente progetti pubblicitari ove ritenuto opportuno o necessario e di sottoporli alla valutazione tecnica del fornitore.

C. Esecuzione e supervisione delle attività

Il fornitore sarà responsabile dell'esecuzione delle pianificazioni e dovrà provvedere alla verifica di puntualità e al controllo quantitativo e qualitativo della pubblicazione/diffusione degli annunci sui mezzi e nelle modalità pianificate.

D. Monitoraggio e reportistica

Il fornitore dovrà effettuare i controlli sull'effettivo on air delle singole campagne.

Per tutta la durata dell'Accordo Quadro, il fornitore dovrà realizzare le seguenti tipologie di monitoraggio:

1) settimanale durante lo svolgimento delle singole campagne; 2) al termine di ogni flight di campagna; 3) trimestrale rispetto ai principali benchmark di mercato.

A cadenza periodica, durante la fase di on air delle campagne pubblicitarie, su richiesta di Apt Servizi e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale, il fornitore dovrà produrre i giustificativi che comprovino le avvenute uscite su tutti i mezzi coinvolti. Al termine di ciascuna campagna, il fornitore produrrà per tutti i mezzi una documentazione/certificazione finale che ne attesti l'effettivo on air, citando le eventuali fonti di rilevazione utilizzate ed evidenziando le eventuali modifiche rispetto al piano media e/o anomalie verificatesi nel corso della programmazione.

A titolo di esempio, con riferimento al mezzo "TV" il fornitore invierà, a conclusione della singola campagna, un documento di post-analisi che certifichi, nel dettaglio, l'effettiva messa in onda (corretta prestazione), evidenziando e quantificando le eventuali variazioni/anomalie rispetto alla pianificazione. Il documento di post-analisi TV dovrà contenere, a titolo indicativo e non esaustivo, le seguenti informazioni:

- posizionamento della campagna pianificata e conclusa nell'ambito del mercato pubblicitario di riferimento a livello di spending e di GRP's;
- confronto dei KPI's pre e post;
- posizioni ottenute.

Per ogni campagna il fornitore dovrà, altresì, mettere a disposizione di Apt Servizi e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale i giustificativi relativi agli spazi e tempi media acquistati per la realizzazione dello specifico piano media.

Il fornitore dovrà gestire le eventuali contestazioni derivate dalle risultanze dei documenti/certificazioni prodotti.

Per quanto sopra detto, il fornitore sarà tenuto a realizzare e trasmettere, in formato elettronico, una reportistica relativa alla pianificazione attuata e ai risultati conseguiti. In particolare, predisporrà:

- una reportistica di servizio con cadenza settimanale di aggiornamento su azioni e performance rispetto al piano e ai risultati attesi, con eventuali proposte di azioni correttive da adottare, ove tecnicamente possibile, nel caso in cui le performance risultino inferiori alle attese;
- una reportistica al termine di ogni flight di campagna, che ne evidenzia l'andamento, i risultati ottenuti sui vari mezzi;
- una reportistica annuale comprensiva di tutte le attività di comunicazione avviate.

La reportistica dovrà contenere almeno le seguenti informazioni:

- la conformità con quanto acquistato, la data/il periodo di pubblicazione e tutte le informazioni volte a dimostrare l'effettiva pubblicazione dell'annuncio nello spazio / tempo acquistato;
- per gli avvisi sulla carta stampata, quando disponibili giustificativi in formato digitale certificati (es.: quelli forniti da <http://giustificativi.fcponline.it/giustificativi/> per quotidiani e periodici generalisti italiani); quando non disponibili in formato digitale certificato, i giustificativi vanno forniti in originale in almeno tre copie;
- per spot tv, radio e cinema registrazioni a campione di un numero adeguato di passaggi pubblicitari acquistati; per numero adeguato di passaggi, prendendo ad esempio una settimana di campagna tv, si intende almeno un passaggio per ciascuna delle reti tv coinvolte nella pianificazione, privilegiando nella scelta i passaggi nelle fasce orarie a maggior valore;
- per Iniziative Speciali tv e radio registrazione integrale;
- per l'OOH (Out Of Home) fotografie a campione nel caso di circuiti, tutte le fotografie nel caso di grandi impianti (es.: posizioni uniche all'interno o nei pressi di stazioni ferroviarie e aeroporti);
- per il web gli screenshot;
- per ogni singolo mezzo: budget speso, budget residuo ed eventuali suggerimenti su come rimodulare la pianificazione;
- evidenza dei risultati di comunicazione con riferimento ai KPI per ogni mezzo utilizzato (ad es., GRPs, CPG, costo per contatto, copertura, contatti generati, frequenza, impression, click, ecc., oltre a dati relativi all'audience raggiunto: aree geografiche, grado di istruzione, reddito, fasce di età, genere ecc.).

Il fornitore provvederà inoltre, con cadenza trimestrale, a produrre un report di analisi delle iniziative di comunicazione avviate dai principali benchmark di mercato e relative performance.

RESPONSABILITA' 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.

L'aggiudicatario si impegna in ogni caso a 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 si impegna a 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 si 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 e le Destinazioni turistiche di interesse regionale sono assolutamente estranea al rapporto di lavoro costituito tra la ditta e i propri dipendenti addetti al servizio e non potranno mai essere coinvolte in eventuale controversia che dovesse insorgere, in quanto nessun rapporto di lavoro si intenderà instaurato tra i dipendenti della ditta e i committenti Apt Servizi e Destinazioni turistiche di interesse regionale.

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 e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale 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 e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale.

Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale acquisiscono la piena titolarità, nessun diritto o facoltà esclusa, di tutti i prodotti e documenti realizzati in esecuzione dei contratti discendenti dal capitolato.

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.

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.

CONTRATTI ATTUATIVI

Apt Servizi e le Destinazioni Turistiche di interesse regionale potranno stipulare con l'operatore economico aggiudicatario durante tutta la durata di efficacia del contratto di accordo quadro uno o più contratti attuativi per dare esecuzione delle prestazioni oggetto del presente Capitolato.

I contratti attuativi dovranno in particolare riportare:

- l'Amministrazione stipulato
- l'oggetto specifico delle prestazioni
- l'importo presunto
- la durata
- ulteriori condizioni tecniche di esecuzione rispetto a quelle contenute nel presente Capitolato

Ai contratti attuativi stipulati si applicano tutte le disposizioni previste dall'interno del presente Capitolato, laddove compatibili.

GARANZIE

L'operatore economico aggiudicatario è tenuto a stipulare, prima della sottoscrizione dell'Accordo Quadro, una fideiussione 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 contrattuale relativo a ciascun contratto attuativo stipulato con le Amministrazioni. 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.

GESTIONE AMMINISTRATIVA E OPERATIVA

L'aggiudicatario potrà procedere con la fatturazione del servizio reso sulla base dei diversi Contratti Attuativi soltanto a seguito del rilascio da parte di Apt Servizi e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale di un verbale di conformità circa l'attività svolta, che verrà effettuato sulla base del resoconto presentato dallo stesso.

Il rilascio del verbale potrà essere subordinato allo svolgimento di una preventiva analisi congiunta con un eventuale soggetto terzo (Media Auditor) sulla base della reportistica mensile inviata dall'aggiudicatario sulle iniziative di comunicazione attivate: oltre alla fee d'agenzia, l'importo di ogni fattura relativo a spazi

e tempi pubblicitari dovrà essere commisurato solamente alla quota di attività effettivamente svolta e per la quale si ha la certezza dell'avvenuto on air. Ciascuna fattura, per considerarsi valida, dovrà necessariamente recare al suo interno l'identificativo del verbale di conformità rilasciato da Apt Servizi e / o dalle Destinazioni turistiche di interesse regionale, a cui il servizio reso si riferisce.

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 e / o dalle Destinazioni turistiche di interesse regionale.

Il pagamento è comunque subordinato alla stipulazione dei contratti attuativi.

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 e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale gli estremi identificativi dei conti correnti dedicati. La comunicazione, che sarà allegata al contratto attuativo, 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 a 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).

Con cadenza mensile l'aggiudicatario dovrà fornire ad Apt Servizi e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale un resoconto sul consumo contrattuale effettivo, in base alle fatture emesse dalla sottoscrizione del contratto, tenendo distinti gli importi relativi alle posizioni di ciascuna tipologia di spazio acquistato rispetto agli importi delle posizioni relative al compenso di agenzia. Sarà cura del fornitore aggiudicatario tenere sotto controllo l'andamento operativo della pianificazione, garantendo la massima efficienza in termini di gestione operativa degli spazi, aggiornando Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale ogni qualvolta si verificassero modifiche. Per gestione operativa si intendono tutte le attività utili e necessarie a garantire una corretta gestione dei piani media e un efficace supporto quotidiano.

A titolo esemplificativo e non esaustivo il fornitore si obbliga a realizzare:

- la definizione di calendari, prenotazioni e aggiornamenti, l'ottimizzazione continuativa dei calendari, l'elaborazione di tutta la documentazione necessaria ai controlli e alla verifica dell'on air;
- la gestione e invio di tutti i giustificativi oggetto del singolo piano media;
- la comunicazione dell'effettivo on air dell'iniziativa in tempo reale per ciascun mezzo;
- l'invio delle attività progress su base quindicinale;
- l'invio periodico del report sugli investimenti sostenuti suddivisi per campagna (entro la fine della prima settimana del mese successivo);
- assistere Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale nel disbrigo delle pratiche con l'AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni) o autorità estere omologhe in occasione di eventuali appuntamenti elettorali.

TEAM DI LAVORO

Il fornitore metterà a disposizione di Apt Servizi e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale una struttura organizzativa, coordinata da un Account o Client Partner per tutte le attività connesse ai servizi richiesti. L'Account o Client Partner, assumendo la piena responsabilità dei rapporti tra il fornitore e Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale, dovrà svolgere la direzione e il coordinamento di tutte le attività interfacciandosi con tutte le figure coinvolte. Il team di lavoro dovrà essere costantemente disponibile per tutta la durata del contratto.

Oltre all'Account o Client Partner, nella struttura organizzativa messa a disposizione paese per paese oggetto di eventuali campagne (Italia, DACH, Francia, Polonia, ecc.) dovranno essere presenti almeno le seguenti figure professionali:

- 1 (uno) Client Leader (coordinamento operativo del team);
- 1 (uno) Print Specialist;
- 1 (uno) Tv Specialist;
- 1 (uno) Radio Specialist;
- 1 (uno) Digital Specialist;
- 1 (uno) OOH Specialist.

È fatta salva la possibilità per il fornitore di mettere a disposizione ulteriore personale specializzato per una corretta prestazione dei servizi.

Le comunicazioni operative orali o scritte fra il team di lavoro e Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale dovranno avvenire in lingua italiana.

Saranno valutate positivamente tutte le figure proposte che abbiano maturato un'esperienza significativa nel settore Turismo.

I componenti del team di lavoro non dovranno ricoprire alcun ruolo all'interno di eventuali team di lavoro dedicati a destinazioni turistiche concorrenti.

Il fornitore dovrà impegnarsi a mantenere inalterata la composizione del gruppo di lavoro indicata in sede di offerta tecnica per tutta la durata del servizio. Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di

interesse regionale avranno, comunque, la facoltà di richiedere la sostituzione o l'integrazione delle risorse con specifiche competenze. Le eventuali sostituzioni di personale durante l'esecuzione del servizio dovranno essere concordate preventivamente, previa presentazione e approvazione dei curricula, ferma restando la necessità di un adeguato periodo di affiancamento per la risorsa entrante, il cui costo sarà interamente a carico del fornitore.

Sostituzioni non concordate o non rispondenti alle caratteristiche professionali richieste comporteranno l'applicazione di una penale come previsto in dettaglio al successivo paragrafo del presente Capitolato.

All'Account o Client Partner, al Client Leader e, di volta in volta in base ai mezzi oggetto delle diverse campagne, a uno degli Specialist potrà essere richiesto di partecipare a nr. 4 (quattro) incontri l'anno in presenza nelle sedi di Bologna o Rimini di Apt Servizi.

L'Aggiudicatario terrà a proprio carico tutte le spese connesse all'esecuzione dell'incarico, eccezion fatta per le spese relative ai trasferimenti e/o spostamenti del proprio personale al di fuori della Regione Emilia-Romagna (inclusive del trasporto, del vitto e dell'alloggio). Qualsiasi ulteriore spesa dovrà essere comunicata e approvata da Apt Servizi.

PENALI

Fatte salve tutte le previsioni ex lege in materia, ivi incluso il diritto al risarcimento del maggior danno e fermo restando l'impegno del fornitore di fare quanto necessario per rimediare al proprio inadempimento anche effettuando attività straordinarie, in caso di imperfetta, parziale o mancata esecuzione delle prestazioni previste nel bando, nel disciplinare, nel presente capitolato, nell'Accordo Quadro, negli eventuali Contratti Attuativi e successive pianificazioni delle attività approvate, Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale potranno applicare, previa contestazione degli inadempimenti e valutazione delle giustificazioni addotte, una penale con le modalità di seguito descritte.

In caso di svolgimento del Servizio con ritardo rispetto a quanto previsto, saranno applicate le seguenti penali:

- i. 1‰ del valore del Contratto Attuativo per ogni giorno di ritardo nell'avvio della campagna rispetto al Piano Mezzi approvato;
- ii. 0,5‰ del valore del Contratto Attuativo per ogni giorno di ritardo nelle uscite previste in uno o più Mezzi programmati nel Piano Mezzi. In caso di ritardo su più Mezzi, verrà applicata una penale per ogni mezzo.

Per mancato utilizzo di uno o più Mezzi previsti nel Piano Mezzi:

- i. in caso di impossibilità di recupero del Mezzo in costanza di campagna, sarà applicata una penale dell'1‰ del valore del Contratto Attuativo per ogni giorno di mancato utilizzo; se il mancato utilizzo è relativo a più Mezzi, la penale verrà applicata per ogni Mezzo non utilizzato.

Per sostituzioni nel team di progetto non concordate o non rispondenti alle caratteristiche professionali richieste:

- i. per ogni violazione accertata, sarà applicata una penale pari all'1‰ dell'importo del Contratto Attuativo nell'ambito del quale è avvenuta la sostituzione.

Nel caso in cui il Contratto Attuativo abbia ad oggetto più di una campagna di comunicazione, e il valore della penale sia parametrato sul valore del Contratto Attuativo, le penali saranno applicate al valore della singola campagna di comunicazione rispetto alla quale si è verificato il ritardo o la violazione.

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 presenti penali, APT Servizi e/o le Destinazioni turistiche di interesse regionale potranno compensare il credito con quanto dovuto all'aggiudicatario o avvalersi della cauzione prestata ai sensi dell'art. 103 del D.Lgs 50/2016.

Le penali, nel complesso, non potranno superare il 10% dell'importo netto contrattuale, ai sensi dell'art. 113-bis, comma 4, del Codice.

Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale, su motivata richiesta del fornitore e a proprio insindacabile giudizio, potranno operare la parziale o totale disapplicazione delle penali, qualora riconosca che il ritardo non sia imputabile al fornitore.

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;
- condotte fraudolente e/o sleali da parte dell'Appaltatore, quali anche la presentazione di preventivi falsi per l'acquisto degli spazi pubblicitari presso le concessionarie di pubblicità, ferme restando le responsabilità civili, penali e amministrative.

Nel caso in cui Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale accertino un grave inadempimento alle obbligazioni contrattuali da parte dell'aggiudicatario, tale da compromettere la buona

riuscita delle prestazioni, formulano 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 e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale dichiarano risolto il contratto.

Qualora l'esecuzione delle prestazioni ritardi per negligenza dell'aggiudicatario rispetto alle previsioni del contratto, Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale gli assegnano 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 e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale risolvono 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 e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale hanno 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 e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale e al turismo dell'Emilia Romagna.

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.

RECESSO

Apt Servizi e / o le Destinazioni turistiche di interesse regionale hanno 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'Amministrazione, che tale cessazione non pregiudichi la continuità del servizio e non comporti danno alcuno all'Amministrazione stessa.

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.

RISERVATEZZA

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

TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Le Parti rispetteranno tutte le normative e i regolamenti sulla protezione dei dati nei limiti entro i quali questi risultino applicabili ai rapporti intercorsi tra di esse. L'Appaltatore garantisce ad Apt Servizi srl e / o alle Destinazioni turistiche di interesse regionale che le prestazioni siano erogate nel rispetto di tali normative.

Con riferimento a quanto disposto dal Regolamento (UE) 2016/679 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (di seguito GDPR) e dalla relativa normativa di attuazione incluse le successive modifiche e integrazioni, le Parti si autorizzano reciprocamente il trattamento dei dati forniti ai fini dell'espletamento dell'incarico, anche in relazione ad eventuali comunicazioni a terzi del conferimento dell'incarico stesso, fermi restando gli obblighi di riservatezza di cui sopra.

Le Parti si danno atto di aver letto l'informativa ai sensi di quanto previsto dall'art. 13 del GDPR, disponibile sul sito della stazione appaltante <https://www.aptservizi.com/azienda/privacy/>.

L'Appaltatore garantisce la riservatezza delle informazioni, dei documenti e degli atti amministrativi, dei quali venga a conoscenza durante l'esecuzione della prestazione.

Si fa presente che qualora l'Appaltatore, nell'esecuzione delle proprie attività, tratti dati personali per conto di Apt Servizi srl e / o delle Destinazioni turistiche di interesse regionale l'Appaltatore assume la qualifica di Responsabile esterno del trattamento ai sensi dell'art. 28 del GDPR e riceverà a riguardo la lettera di nomina e le relative istruzioni operative.

Ulteriori obblighi delle parti in materia di protezione dati potranno essere oggetto di specifici accordi.

FORO COMPETENTE

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

CONTRATTO E SPESE

Il contratto di accordo quadro 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 ad esso relative, nonché ogni altra spesa 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.

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.