

CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO PER L'INDIVIDUAZIONE DEL SOGGETTO AFFIDATARIO DEL SERVIZIO DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA DEL COMUNE DI MONTEBELLUNA E DEL TERRITORIO MONTELLIANO.

PREMESSO CHE:

- la legge regionale n. 11 del 14 giugno 2013, art. 1 co. 1, riconosce il ruolo strategico del turismo per lo sviluppo economico ed occupazionale del Veneto, nel contesto nazionale e internazionale e definisce all'art. 2, co. 4, la destinazione turistica quale località o l'ambito territoriale nel quale ha sede un complesso di risorse, infrastrutture e servizi connessi con un prodotto turistico o una gamma di prodotti;
- il testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali, art. 3, co. 2, attribuisce ai Comuni, oltre alla cura degli interessi della propria comunità, anche quello di promuoverne lo sviluppo;
- con deliberazione di Giunta Comunale n. 200 del 22.11.2018 l'Amministrazione comunale di Montebelluna ha approvato l'avvio di un micro sistema turistico locale al fine di valorizzare e promuovere il territorio, individuando il soggetto per l'attivazione e gestione della *Destination Management Company* (DMC) a Montebelluna e nel territorio Montelliano.

1. OGGETTO DEL SERVIZIO

Oggetto del presente appalto è l'affidamento del servizio di elaborazione di un micro sistema turistico locale al fine di valorizzare e promuovere il territorio tramite l'attivazione e la gestione di una DMC a Montebelluna e nel territorio Montelliano, di seguito denominata DMC montebellunese.

2. DEFINIZIONE DI DMC NEL QUADRO DELL'OGD E DELLA FONDAZIONE MARCA TREVISO

Per DMC si intende un modello organizzativo che riguarda la gestione dell'offerta turistica sia vacanziera sia d'affari, curando il marketing territoriale, la comunicazione, gli eventi, le proposte di visita e gli itinerari, i pacchetti, la logistica. Le DMC tendono a differenziarsi a seconda dei territori. per l'individuazione del soggetto affidatario del servizio in oggetto, riferendosi ad un territorio ove c'è un potenziale d'offerta elevato, ma non una identità riconosciuta a livello nazionale; è necessario che la DMC si curi anche della costruzione del prodotto turistico territoriale. in questo senso, non va identificata con i tour operator e le agenzie di viaggio, di cui semmai si avvale in modo non esclusivo, gestendo relazioni anche con gli operatori turistici in internet e le diverse tipologie di cliente.

La DMC del territorio montebellunese si coordinerà con l'operato dell'OGD Città d'Arte e Ville Venete del territorio trevigiano e con Consorzio/Fondazione di partecipazione Marca Treviso per l'attivazione di percorsi di promozione turistica nell'ambito territoriale.

3. AMBITO TERRITORIALE DELLA DMC MONTEBELLUNESE

La DMC montebellunese, dovrà operare a partire dall'ambito geografico del Comune di Montebelluna su un territorio più esteso, anche comprendente, ma non esclusivamente, i territori dei Comuni di Volpago del Montello, Giavera del Montello, Nervesa del Montello, Crocetta del Montello, Trevignano, già riuniti in forma associata per la gestione di funzioni e servizi comunali che insistono nell'area del Montello, a seguito di apposita convenzione approvata nel 2014.

La DMC dovrà tener conto anche di reti istituzionali tematiche valorizzando quelle già operative o in divenire che possono coinvolgere comuni anche non limitrofi.

4. LA DESTINAZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO MONTEBELLUNESE

La destinazione turistica del territorio montebellunese è rappresentata da:

- le attrattive: elementi in grado di esercitare un interesse di tipo turistico e culturale;
- le strutture turistiche e per il tempo libero: alberghi, ristoranti, divertimenti;
- le infrastrutture generali: tutti gli interventi, realizzati generalmente dal settore pubblico, necessari per la Comunicazione e la mobilità;
- servizi ausiliari, resi fruibili dalle organizzazioni locali

Nello specifico sono presenti nell'area alcuni tematismi distintivi, che si possono tradurre in altrettanti prodotti/esperienze che il turista può vivere sul territorio: grande guerra, storia locale, sport, natura, architettura (ville, piazze, monumenti), archeologia industriale, enogastronomia e archeologia. Accanto a questi tematismi si unisce quello legato al turismo business e shopping, motivato sia dalla presenza di importanti stabilimenti produttivi sia dalla caratterizzazione dell'area come punto di passaggio all'interno della provincia, soprattutto per i traffici che da Treviso e Castelfranco si dirigono a nord e verso il Bellunese.

Più in generale l'affidatario, al fine di comprendere al meglio valori e linee guida per lo sviluppo del turismo nel territorio citato, dovrà prendere visione di quanto indicato nel master plan, documento quadro recentemente redatto dal Comune di Montebelluna allegato al presente capitolato e sviluppare una progettazione coerente. Ugualmente dovrà coordinarsi con il master plan sulla grande guerra redatto dalla Regione del Veneto scaricabile dal sito <https://www.regione.veneto.it/web/cultura/masterplan>.

I beni culturali e le istituzioni culturali del territorio rimangono, naturalmente, un patrimonio pienamente disponibile al pubblico, dal quale vengono puntualmente gestite ed amministrare secondo la normativa vigente.

5. ORGANIZZAZIONE DELLA DMC MONTEBELLUNESE

Nell'ambito della struttura organizzativa spetterà:

- **al Comune di Montebelluna**, quale ente capofila dei Comuni riuniti in forma associata per la gestione di funzioni e servizi comunali:
 1. **la definizione delle linee generali d'indirizzo**, secondo una modalità partecipativa con il coinvolgimento della comunità e degli *stakeholders* del territorio;
 2. **l'azione di vigilanza**;
 3. **l'approvazione del piano e delle attività di valorizzazione** come **garante di qualità scientifica e attenzione al welfare** della comunità;
 4. **l'approvazione dei costi accessori** di cui al successivo art. 15;
- **al gestore operativo della DMC**:
 1. **la progettazione, il coordinamento e la realizzazione di un piano strategico di valorizzazione turistica** così come declinato nello specifico del presente capitolato agli art. 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14 e 16;
 2. **la strutturazione di una rete pubblico/privata** (art. 7) in attuazione a quanto previsto nel presente capitolato.

Incontri di coordinamento

La struttura organizzativa della DMC del territorio montebellunese prevede incontri almeno trimestrali di coordinamento tra il Comune di Montebelluna e l'affidatario del servizio. La prima riunione si dovrà tenere entro 15 giorni dall'affidamento dell'incarico.

Il Comune individua come persona di riferimento per la relazione con l'affidatario il responsabile del servizio unico eventi e manifestazioni cultura e turismo.

6. FINALITÀ DELLA DMC MONTEBELLUNESE

La DMC montebellunese avrà le seguenti finalità:

- occuparsi dell'organizzazione di prodotti e servizi per il turismo nel territorio montebellunese, ai sensi del precedente art. 3;
- specializzarsi sul territorio del quale deve sviluppare la valenza turistica e di cui deve avere una conoscenza approfondita;
- promuovere la conoscenza del territorio e delle sue valenze turistiche presso operatori e cittadinanza, certificata attraverso opportune attestazioni, e sensibilizzare all'accoglienza turistica;
- costituire una rete pubblico/privata (art. 7) di soggetti per la promozione e valorizzazione turistica della destinazione anche nell'ambito dell'OGD Città d'Arte e Ville Venete del territorio trevigiano e della Fondazione Marca Treviso;
- offrire prodotti e servizi turistici diretti all'utente finale o intermediati, tra i quali: prenotazioni alberghiere, trasporti, tour, escursioni, organizzazione di eventi, comunicazione coordinata, azioni di marketing, intermediazione commerciale ed altro ancora.

7. OBIETTIVI STRATEGICI E REDAZIONE DEL PIANO STRATEGICO

Il gestore della DMC dovrà, entro i primi 3 mesi dalla stipula del contratto, elaborare un piano funzionale al raggiungimento dei seguenti obiettivi strategici:

- valorizzare le vocazioni specifiche del territorio preservando l'ambiente naturale ed antropico e ottimizzare le risorse disponibili;
- sostenere le imprese operanti nel settore turistico rafforzando e strutturandone la filiera per accrescerne la competitività;
- migliorare l'accessibilità a tutte le opportunità economico-finanziarie regionali, nazionali e comunitarie e promuovere attività di *fundraising*;
- riqualificare le imprese turistiche, attraverso l'adozione di forme innovative di processo e di prodotto e la creazione di marchi di qualità;
- incrementare i flussi turistici e favorirne la destagionalizzazione
- favorire il metodo della programmazione partenariale e di un nuovo sviluppo che si basi sulla iniziativa e responsabilizzazione di istituzioni, di privati, di forze economiche e sociali dell'area montebellunese, costruendo una rete pubblico/privata di cui garantire il coordinamento. Si intende per rete pubblico privata l'insieme di operatori presenti nel territorio per la promozione e valorizzazione turistica della destinazione, non legati solo alla dimensione strettamente turistica ma anche operanti nei settori commerciale/terziario (es. Outlet di distretto, centri commerciali cittadini etc.), culturale/storico, artistico e ambientale (associazioni e fondazioni, istituzioni culturali, musei, biblioteche, archivi etc.), educativo e di ricerca (es. Centri studi, scuole, università etc.), d'impresa (manifatturiera, artigianale, di servizi, terziaria, agricola etc.) e istituzionale (comuni, reti comunali, IPA, OGD, consorzi, fondazioni, associazioni di categoria etc.).

8. CONTENUTO DELL'APPALTO E OBBLIGHI DEL SOGGETTO AFFIDATARIO

L'affidatario dovrà occuparsi della promozione e del rilancio turistico del territorio ottimizzando l'utilizzo delle risorse umane, qualora disponibili, ed economiche, a disposizione, al fine di valorizzare le peculiarità culturali, ambientali, enogastronomiche che costituiscono l'attrattiva turistica della destinazione stessa.

L'affidatario è chiamato a farsi carico di una complessa molteplicità di mansioni ed attività di seguito schematizzate:

- a. analizzare la situazione turistica territoriale;
- b. valutare le condizioni e lo stato delle attrattive esistenti, della concorrenza, le esigenze dei turisti reali e potenziali;
- c. definire le strategie più adeguate con un processo condiviso;
- d. definire un'offerta turistica segmentata ed esperienziale basandosi sulle attrattive e progettare e implementare l'offerta aggregata di destinazione, articolata per prodotto, periodo, target, provenienza (creazione del portafoglio prodotti turistici di destinazione);
- e. definire un brand incisivo per il mercato turistico locale e internazionale;
- f. definire e attuare la promozione della destinazione con i suoi prodotti presso gli operatori turistici e il cliente finale;
- g. coinvolgere gli attori locali e mediarne gli interessi;
- h. coordinare l'operato delle figure e degli enti coinvolti nel processo di promozione e comunicazione turistica nell'ambito della rete pubblico/privata di cui all'art. 7: istituzioni, associazioni, privati, tecnici specializzati..., al fine di una coerenza dell'offerta della destinazione;
- i. sostenere la gestione del sistema di accoglienza, dell'informazione e dei rapporti con i turisti attraverso i canali classici e quelli on line, come di seguito indicato;
- j. attivare forme di fidelizzazione dell'utente attraverso la progettazione di card (art. 14) e sistemi di bigliettazione condivisa tra istituzioni culturali e operatori del territorio (es. Musei e luoghi monumentali);
- k. diffondere informazioni, dati, opportunità e soluzioni innovative in termini di prodotto e di processo presso gli operatori che partecipano alla DMC e sono presenti nel territorio di pertinenza;
- l. attivare percorsi formativi rivolti ad operatori e alla cittadinanza (vedi dettaglio art. 13);
- m. attivare iniziative di fundraising (sponsor e finanziamenti pubblici e privati).

In particolare di seguito si indicano con maggiore dettaglio alcune azioni prioritarie che la DMC dovrà avviare in ottica di strutturazione, comunicazione e promozione dell'offerta turistica del territorio in riferimento a quanto indicato alle lettere e., f., i., j., k., l.

• **Interventi offline verso gli stakeholders**

- Creazione di un disciplinare dell'offerta, al fine di favorire una migliore strutturazione, qualificazione e coerenza dell'offerta turistica locale;
- Formazione e accompagnamento, al fine di stimolare la partecipazione e condivisione degli stakeholder locali, come pure l'aggiornamento degli operatori locali e della cittadinanza;

• **Interventi offline verso gli operatori dell'intermediazione**

- Avvio di contatti e sviluppo di relazioni, forme di cooperazione tra gli attori locali e gli operatori dell'intermediazione, al fine della commercializzazione dell'offerta turistica locale sul mercato nazionale e internazionale, gds (global distribution system).
- Organizzazione di almeno un educational e familiarisation trip rivolti a tour operator nazionali e internazionali, ritenuti strategici per la commercializzazione dell'offerta soprattutto su determinati mercati di nicchia (sport, natura, memoria, ecc.).

• **Interventi di promozione online verso i potenziali visitatori/turisti**

- Individuazione della denominazione commerciale della destinazione (art. 9).
- Creazione di un brand e logo (art. 10, punti 1 e 2).

- Creazione di un sito web ufficiale del turismo della destinazione (art. 10.4).
- Sviluppo dei contenuti del sito web, anche attraverso il contributo dei singoli operatori locali che potranno caricare e aggiornare le informazioni di loro competenza e attraverso il contributo attivo degli utenti che potranno condividere contenuti multimediali relativi alla loro esperienza (foto, video, ecc.).
- Attività di seo (posizionamento organico del sito web), attraverso l'ottimizzazione della struttura del portale, degli url, dei contenuti, ecc., al fine di ottimizzare la visibilità del sito presso i motori di ricerca e il volume di traffico qualificato (ossia quello realmente interessato).
- Attività di sem (search engine marketing), attraverso campagne adwords (servizio di keyword advertising offerto da google per cui, per determinate parole ricercate dall'utente, compaiono annunci pubblicitari all'interno della rete di ricerca google) che permettano di potenziare la visibilità del sito derivante dall'attività seo e di raggiungere in modo più mirato il target.
- Adesione a wikiglam per contribuire al miglioramento dei dati contenuti in wikipedia e delle relative opportunità di condivisione (wikimedia commons, wiki loves monuments, qrpedia, wikivoyage e openstreetmap).
- Posizionamento e miglioramento delle informazioni su piattaforma google maps
- Attività di social-media marketing, attraverso la creazione di un profilo ufficiale nei principali social network (facebook, twitter, instagram, youtube, ecc.) e il continuo aggiornamento e condivisione dei contenuti con gli utenti.
- **Interventi di promozione offline/online verso gli opinion makers e verso il pubblico in generale**
 - Attività di *public relations* attraverso l'uscita frequente di comunicati stampa inerenti le iniziative dell'area in un bacino di diffusione non prettamente locale, ma nazionale e internazionale.
 - Predisposizione di un piano di comunicazione per una campagna stampa che preveda anche l'acquisto di spazi pubblicitari nelle principali testate periodiche e nei media.
 - Organizzazione di almeno un *educational e familiarisation trip* rivolto a giornalisti, opinion leaders, blogger nazionali e internazionali.
 - Analisi della reputazione e miglioramento *sentiment* attraverso monitoraggio costante dell'immagine proposta nei media al fine di verificare la coerenza dei diversi messaggi comunicativi e tra l'immagine veicolata e quella percepita.
 - Azioni di co-marketing tra gli operatori turistici e gli attori afferenti agli altri principali settori produttivi locali, es. Aziende dello sportssystem (turismo internazionale di business, es. Portland, paraguay, annecy) e distretto viti-vinicolo, al fine di garantire una migliore promozione del territorio e della sua offerta sfruttando non solo i canali turistici ma anche quelli di altri settori (es. Fiere di settore) e rafforzando l'immagine della destinazione attraverso l'associazione con il made in italy.
 - Valorizzazione della rete di relazioni internazionali stabilite attraverso gemellaggi dei Comuni afferenti all'area IPA.

Il committente si riserva la facoltà di ordinare l'esecuzione di alcune lavorazioni e di sospenderne altre anche se iniziate, quando ciò fosse richiesto da particolari circostanze di luogo e di fatto, senza che per questo l'affidatario possa pretendere compensi o prezzi diversi da quelli offerti in sede di gara.

9. DENOMINAZIONE COMMERCIALE DELLA DESTINAZIONE

La denominazione commerciale della destinazione dovrà avere carattere distintivo e di unicità e originalità. Deve sintetizzare l'identità ambientale, storica e culturale del territorio.

10. SERVIZIO DI ART DIRECTION, PROGETTAZIONE E SVILUPPO DEI SERVIZI DI IMMAGINE COORDINATA (LOGO, BRAND, CLAIM) E GRAFICA MATERIALI

1) Caratteristiche del logo

Il logo dovrà essere realizzato in grafica vettoriale a colori ed in bianco e nero e dovrà prestarsi all'utilizzo scalare sui più svariati supporti senza con ciò perdere forza comunicativa. Dovrà comunque essere riproducibile e riconoscibile in fotocopia.

Dovrà rispettare nello specifico i seguenti requisiti:

- attinenza agli obiettivi strategici della promozione;
- essere originale e inedito, sviluppato espressamente per il capitolato, efficace dal punto di vista comunicativo;
- essere chiaro, distintivo, adattabile, versatile, attrattivo, innovativo e dotato di forza comunicativa;
- essere riconoscibile ed apprezzabile dai target di riferimento: turisti, cittadini e *city-users* del territorio, operatori, scuole di ogni ordine e grado;
- garantire economicità e praticità nell'applicazione e nella realizzazione;
- essere facilmente distinguibile ed adattabile ai diversi ambiti di comunicazione e promozione (tradizionali e web) e riproducibilità sui vari tipi di supporto e media (a colori, retinato, monocromatico) anche con sistemi che consentono un controllo tecnico parziale (fax, immagine su monitor, stampa laser, ecc.);
- essere riproducibile mantenendo la sua efficacia in qualsiasi dimensione, formato e tipologia di stampa;
- può contenere immagini grafiche ed eventuali marchi denominativi (parole).

Il logo dovrà essere necessariamente collegato al nome della destinazione e contenerlo graficamente.

Il logo non dovrà essere necessariamente collegato al claim e dovrà pertanto poter essere utilizzabile anche da solo.

Il logo non deve infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale.

2) Caratteristiche del claim (descriptor) /brand

- Essere originale e inedito, sviluppato espressamente per la DMC del territorio montebellunese, essere efficace dal punto di vista comunicativo, facilmente distinguibile e adattabile ai diversi ambiti di comunicazione e promozione;
- Essere in lingua italiana, inglese, tedesca, spagnolo, cinese e francese;
- Non deve essere necessariamente collegato al logo e deve pertanto poter essere utilizzato anche da solo;
- Avere una lunghezza massima di 50 battute, compresi gli spazi bianchi;
- Non infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale.

3) Caratteristiche dell'immagine coordinata

L'immagine coordinata deve avere le seguenti caratteristiche:

- Sviluppare il messaggio del claim e del logotipo in modo originale e coerente realizzando varie soluzioni comunicative sfruttabili nei vari mezzi di comunicazione (ad esempio sito web, materiale cartaceo, pubblicazioni, banner ecc.);
- Declinare l'immagine coordinata in vari utilizzi: a colori ed in bianco e nero, sviluppo

- verticale, sviluppo orizzontale, piccole dimensioni (patrocini), icona web;
- Non infrangere o violare i diritti di terzi, inclusi copyright, marchi, brevetti e qualsiasi altro diritto di proprietà intellettuale.

4) Caratteristiche del sito web

Il sito web dovrà avere le seguenti caratteristiche:

- Comunicazione immediata, dal design pulito, con foto di qualità, tipografia curata e contenuti di qualità
- Offrire spunti interessanti al lettore (potenziale turista), informazioni sull'accoglienza e sul territorio, collegamenti a links dedicati;
- Veloce e user-friendly per orientare facilmente l'utente;
- L'utilizzo almeno della lingua inglese

Le attività di cui ai precedenti punti 1, 2 e 3 dovranno poi essere declinate nello specifico nella progettazione grafica, e impaginazione pronta per la stampa dei seguenti prodotti:

- Depliant brochures informativi;
- Card turistica;
- Inviti per l'inaugurazione in formato cartaceo e digitale;
- Manifesti e locandine promozionali nei diversi formati richiesti (100x140, 70x50, 60x30);
- Banner pubblicitari di varie dimensioni (colonne, striscioni stradali etc.);
- Segnaletica stradale (cartelli/ targhe informative, totem informativi/ direzionali dei percorsi,);
- Vetrofanie promozionali;
- Cartellini, adesivi e cartelline;
- Impostazione grafica dei comunicati stampa;
- Impostazione grafica della copertina di tutti i prodotti multimediali e audio-visivi
- Merchandising vario (shopper, gadget, ecc.).

11. DEFINIZIONE DEI CONTENUTI E COPYRIGHT

Tutti i contenuti che saranno oggetto di elaborazione grafica e impaginazione a corredo di logo e claim/brand e destinati ai diversi canali on-line ed off-line di promozione della destinazione dovranno essere redatti dall'aggiudicatario in italiano e inglese. Prima della loro pubblicazione dovranno essere presentati alla stazione appaltante per una verifica e approvazione.

L'aggiudicatario si impegna a non diffondere o comunque a non utilizzare i contenuti oggetto dell'appalto per altri scopi che abbiano caratteristiche conformi o analoghe a quelle curate direttamente dal Comune e oggetto del presente appalto.

L'aggiudicatario dichiara che nel prezzo offerto sono compresi tutti i diritti e le eventuali indennità per l'impiego di metodi, dispositivi e materiali coperti da copyright. È inoltre soggetto a vincolo di riservatezza del progetto, vincolo che dovrà risultare da apposita dichiarazione che sarà fatta sottoscrivere a tutte le persone che verranno coinvolte.

Tutto quanto progettato e prodotto diventerà di esclusiva proprietà del Comune di Montebelluna, che ne acquisirà tutti i diritti di distribuzione e riproduzione, finalizzati alla promozione turistica del proprio territorio. Il Comune di Montebelluna sarà quindi autorizzato a utilizzare, riprodurre, adattare anche in previsione di un utilizzo autonomo in futuro, pubblicare e distribuire liberamente quanto prodotto. Pertanto il copyright e tutti i diritti d'autore rimarranno di totale proprietà dell'ente.

L'offerta che verrà richiesta deve essere comprensiva del pagamento di diritti d'autore ove dovuti, dovrà essere esplicitato il piano di pagamento all'Amministrazione qualora non sia possibile acquisire i diritti a tempo indeterminato.

Tutto quanto prodotto deve essere funzionale ad ogni tipo di supporto e si deve dare specifica garanzia della possibilità di recuperare e adattare e quindi rendere compatibile quanto prodotto a nuove tecnologie che dovessero essere acquisite nei prossimi 15 anni.

12. LUOGO DI SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ

L'attività sarà svolta presso i locali dell'affidatario del servizio. L'Amministrazione comunale, qualora ne ravvisi l'opportunità, e secondo modalità che dovranno essere concordate dalle parti, potrà mettere a disposizione uno spazio operativo anche presso il Memoriale Veneto della grande guerra. L'attrezzatura necessaria per lo svolgimento del servizio (computer, fotocopiatore/stampante etc.) dovrà essere messa a disposizione dall'affidatario.

13. FORMAZIONE DEGLI OPERATORI E DELLA CITTADINANZA

L'affidatario dovrà attivare percorsi formativi rivolti ad operatori e alla cittadinanza, di cui all'art. 8 del presente capitolato, assicurando una formazione specifica allargata a tutti i segmenti della comunità al fine di promuovere la conoscenza del territorio e delle sue valenze turistiche (art. 8). Tale formazione dovrà essere svolta da esperti nei diversi settori (storia locale, ambito artistico, cultura d'impresa, ambiente etc.), anche grazie al contributo di istituzioni culturali presenti nel territorio, e di personale che opera all'interno di musei, biblioteche, associazioni etc.

La formazione erogata destinata a sensibilizzare all'accoglienza turistica andrà certificata ai partecipanti attraverso opportune attestazioni che costituiscono parte integrante nella definizione della reputazione della destinazione (es. Patentino dell'accoglienza) nonché comunicata e valorizzata.

Tale formazione dovrà essere svolta senza oneri per il Comune di Montebelluna, essa costituisce un'attività obbligatoria nell'ambito del presente capitolato per il cui finanziamento l'affidatario può comunque attivarsi in attività di fundraising anche con la partecipazione a specifici bandi a livello regionale, nazionale o europeo.

Il programma di formazione dovrà essere presentato alla stazione appaltante e programmato entro il primo anno di attività.

Il Comune metterà a disposizione gratuitamente propri spazi ed eventualmente personale qualificato come formatori in alcuni specifici ambiti (storia, natura, ambiente) per la realizzazione dei percorsi di formazione.

14. CARD TURISTICA

Entro il primo anno di attività l'affidatario del servizio dovrà realizzare una card turistica (art. 8 lettera j. del presente capitolato) che metta in relazione le diverse risorse turistiche della destinazione nell'ambito della rete pubblico/privata che si andrà via via a definire.

Tale card dovrà essere gratuita per l'utente e consentire l'accesso agevolato alle risorse turistiche del territorio, avere ampia distribuzione, essere oggetto di specifica comunicazione e promozione verso l'esterno e verso gli operatori interni. Dovrà essere aperta ed implementabile rispetto ai servizi e agevolazioni offerte, e agli operatori aderenti. L'affidatario dovrà mettere in campo azioni di monitoraggio continuo in relazione all'uso della card presentando con cadenza trimestrale un report con i dati relativi ai servizi utilizzati, alle modalità di utilizzo e al profilo degli utilizzatori.

15. COSTI ACCESSORI

Sono escluse dal presente appalto le spese relative ai costi accessori di seguito individuati.

- Spese per l'ospitalità e il viaggio di operatori per *educational e familiarization trip*.
- Spese di stampa materiali cartacei quali card, *broschure* informative, manifesti, locandine, striscioni.
- Spese per interventi destinati all'orientamento e all'informazione quali tabelle, indicazioni stradali, pannelli informativi.
- Spese per la stampa di gadget.
- Spese di pubblicità off-line per l'acquisto di spazi pubblicitari televisivi, radiofonici o per affissioni.
- Spese di organizzazione di eventi quali convegni, workshop o eventi culturali in genere.
- Partecipazione a fiere di settore per la promozione dei prodotti della destinazione con riferimento al solo affitto spazi, la presenza del personale rimane in carico all'affidatario.
- Registrazione del logo/brand per il Comune di Montebelluna.

Tali spese saranno oggetto di specifico finanziamento previa una pianificazione che tenga conto delle risorse disponibili da parte dell'Amministrazione Comunale.

E' fatto obbligo all'aggiudicatario mettere in atto tutte le strategie di *fundraising* finalizzate al finanziamento delle attività di cui sopra.

Limitazione della spesa.

Ai fini e per gli effetti dell'articolo 191 del d.lgs. 267/00, la ditta dovrà comunicare preventivamente al Comune eventuali esigenze di forniture e/o prestazioni integrative e/o suppletive, dalle quali possa comunque derivare un maggior onere per il Comune. Alle stesse si potrà dar corso in seguito a idonea determinazione di impegno di spesa. In caso di mancata richiesta ovvero di mancata assunzione del relativo impegno di spesa il Comune non potrà, in ottemperanza al disposto della precitata norma, procedere al pagamento.

Sono a carico dell'affidatario, intendendosi remunerati con il corrispettivo contrattuale, tutti gli oneri, i rischi e le spese relativi alla prestazione delle attività e dei servizi oggetto del contratto, ivi comprese tutte le attività necessarie per apportare le integrazioni, modifiche e gli adeguamenti richiesti dalla committenza nell'ambito dell'oggetto contrattuale, od anche derivanti da osservazioni di altri soggetti pubblici legittimati.

Sono altresì a carico dell'affidatario, intendendosi remunerati con il corrispettivo contrattuale, ogni attività e fornitura che si rendesse necessaria per l'esecuzione delle prestazioni contrattuali, o, comunque, opportuna per un corretto e completo adempimento delle obbligazioni previste, ivi compresi quelli relativi ad eventuali spese di viaggio, vitto e alloggio per il personale addetto alla esecuzione contrattuale, nonché ai connessi oneri assicurativi, le spese postali e telefoniche, la riproduzione e l'invio dei documenti progettuali (elaborati grafici, fotografici e descrittivi) alla committenza, il tempo necessario per l'illustrazione del progetto, per l'effettuazione di sopralluoghi e per l'espletamento di procedure amministrative, pertanto l'affidatario non potrà per questi motivi chiedere maggiori compensi.

16. MONITORAGGIO DEI RISULTATI DELLA DMC E DELLA GESTIONE DELLA DESTINAZIONE

Al fine di garantire il controllo e il monitoraggio degli effetti legati all'avvio della DMC l'affidatario dovrà attivare un sistema di verifica attraverso la raccolta dati in relazione ad indicatori specifici. La tabella seguente illustra solo a titolo esemplificativo alcuni dei principali indicatori che potranno essere presi in considerazione. In particolare si richiede all'affidatario di avviare un'indagine multipla, articolata in diversi momenti dell'anno e

rivolta a un campione rappresentativo di soggetti, per ciascuna categoria di stakeholders (visitatori, organizzatori e partner, residenti, imprese, altri soggetti locali) del territorio montebellunese (art. 3).

Indicatore
- n° iniziative realizzate
- n° di attori locali coinvolti a vario titolo per categoria
- n° partecipanti/visitatori (per provenienza) per ciascuna iniziativa di cui visitatori giornalieri di cui visitatori pernottanti
- var. % arrivi e presenze nelle strutture ricettive dell'area tra prima e dopo
- var. % tasso di occupazione delle strutture ricettive
- impatti economici: Spesa diretta dei visitatori in loco (con distinzione voci di spesa, es. Alloggio, ristorazione, acquisto prodotti locali, ecc.) Valore aggiunto prodotto dalla spesa diretta nel territorio Spesa complessiva per l'organizzazione di eventi e iniziative turistiche (con distinzione voci di spesa, es. Organizzazione, comunicazione, ecc.) Attivazione di investimenti privati: investimento pubblico / investimento privato Spesa dei visitatori per ogni € investito Valore aggiunto per ogni € investito
- n° di nuove imprese attivate per effetto dell'avvio della DMC
- n° di posti di lavoro creati per effetto dell'avvio della DMC
- % di imprese locali soddisfatte della DMC in termini di nuove opportunità di business, crescita vendite, ecc.
- n° di volontari coinvolti nelle iniziative
- tasso di partecipazione dei residenti agli eventi
- tasso di soddisfazione dei residenti e degli altri principali stakeholders locali per l'avvio della DMC (in termini di crescita turistica, "rinnovata vitalità", reputazione, valorizzazione di luoghi/edifici, ecc.)
- impatti di marketing
% di visitatori fuori regione
% di italiani che sono a conoscenza dell'evento
% di visitatori che dopo l'evento hanno sviluppato un'immagine positiva della destinazione
% di visitatori soddisfatti dell'evento
% di visitatori che ritornerebbero nella destinazione in futuro
% residenti e <i>stakeholders</i> locali che grazie all'evento si sentono più orgogliosi di vivere nella destinazione
- adesione alla formazione
- n. card distribuite agli utenti finali

È fatto obbligo all'affidatario di produrre il report dei dati con cadenza semestrale accompagnato da apposita relazione. I dati dovranno essere presentati in sede di coordinamento (art. 5) e trasmessi ufficialmente al Comune di Montebelluna.

17. PERSONALE: OBBLIGHI DELL'IMPRESA E CONTINUITÀ DEL SERVIZIO

Il personale impiegato nel servizio è sotto l'esclusiva responsabilità della ditta aggiudicataria e rimane escluso qualsiasi rapporto di lavoro diretto con il Comune.

La ditta aggiudicataria è altresì responsabile:

- a) dell'osservanza di tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge, dei contratti nazionali di lavoro e degli accordi sindacali integrativi, delle norme vigenti in materia di retribuzione dei lavoratori, diritto al lavoro dei disabili e prevenzione della delinquenza di tipo mafioso;
- b) dell'osservanza delle norme in materia di sicurezza sul lavoro e prevenzione degli infortuni, sull'assistenza e previdenza del lavoratore impiegato nell'esecuzione del servizio in argomento e libera fin d'ora l'amministrazione comunale da qualsiasi responsabilità derivante da eventuali infortuni sul lavoro e da ogni altro danno che possa derivare dall'espletamento dei servizi medesimi.

In caso di ritardo nel pagamento delle retribuzioni dovute al personale dipendente dell'esecutore, nonché in caso di inadempienza contributiva risultante dal documento unico di regolarità contributiva, si applicano le disposizioni di cui all'articolo 30, commi 5 e 6 del codice.

Nel caso di violazione degli obblighi di cui ai punti precedenti, è fatta salva comunque la facoltà dell'Amministrazione comunale di comminare le sanzioni di cui all'art. 21 del presente capitolato e di rescindere il contratto in caso di persistente inadempienza.

La ditta aggiudicataria dovrà osservare nei riguardi dei propri dipendenti tutte le disposizioni di legge in materia di lavoro, le norme del c.c.n.l. e le disposizioni previdenziali, assistenziali ed assicurative.

L'affidatario garantirà che il personale impiegato nel progetto sia opportunamente formato in relazione agli interventi di primo soccorso e antincendio e a tutte le norme che riguardano la sicurezza nel posto di lavoro.

18. Corrispettivi

L'importo presunto dell'appalto per tutta la durata del servizio è di euro 39.000,00 oltre all'IVA, suddiviso nei due anni cui è riferito l'appalto come indicato al successivo art. 19.

19. Durata del contratto

La durata del servizio decorre dalla data di stipula del contratto, tramite scambio di lettera commerciale e fino al 31.12.2020.

20. PAGAMENTI

I pagamenti avverranno su presentazione di regolari fatture elettroniche con cadenza trimestrale, entro 30 giorni dalla data di ricevimento della fattura. Resta inteso che il Comune non procederà al pagamento delle fatture in caso di DURC irregolare.

L'aggiudicatario è tenuto ad assolvere a tutti gli obblighi previsti dall'art. 3 della legge n.136/2010 al fine di assicurare la tracciabilità dei movimenti finanziari relativi al presente appalto.

Ai sensi dell'art.3 della legge n.136/2010 e del d.l. n.187 del 12.11.2010:

1. I pagamenti devono avvenire esclusivamente tramite lo strumento del bonifico bancario o postale ovvero con altri strumenti di pagamento idonei a garantire la tracciabilità delle operazioni;
2. I contraenti hanno l'obbligo di comunicare all'Amministrazione comunale gli estremi identificativi dei conti correnti dedicati entro sette giorni dalla loro accensione o, nel caso di

conti correnti già esistenti, dalla loro prima utilizzazione in operazioni finanziarie relative ad una commessa pubblica;

3. I contraenti hanno l'obbligo di indicare le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di essi nonché provvedono altresì a comunicare ogni modifica relativa ai dati trasmessi.

21. TEMPO UTILE PER IL SERVIZIO – PENALI – CLAUSOLA RISOLUTIVA ESPRESSA

Il termine utile entro il quale l'affidatario dovrà ultimare il servizio sarà il 2020; l'affidatario è tenuto ad iniziare subito dopo che avrà ricevuto in consegna il servizio e dovrà svilupparlo con regolarità, in modo che il progresso ed avanzamento sia proporzionale al tempo disponibile per dare completa la fornitura.

La mancata ultimazione del servizio entro i termini sopra indicati comporterà il pagamento a carico dell'aggiudicatario di una penale corrispondente al 1‰ (uno per mille) dell'importo contrattuale netto per ogni giorno, naturale e consecutivo di ritardo. La penale non potrà comunque eccedere l'importo del 10% (dieci per cento) del corrispettivo complessivamente pattuito per il presente appalto. E' comunque fatto salvo il diritto dell'amministrazione al risarcimento del maggior danno da essa subito in ragione del ritardo.

In ogni caso l'amministrazione, in caso di ritardo nell'ultimazione, anche parziale, si riserva la facoltà di risolvere il contratto ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del c.c.

In caso di risoluzione per inadempimento dell'appaltatore, quest'ultimo avrà diritto solamente al pagamento della parte di prestazione eseguita fino a quel momento, regolarmente verificata in contraddittorio e che abbia dato luogo a risultati utilizzabili da parte dell'amministrazione appaltante, e sarà obbligato al risarcimento del danno che provenisse alla committenza dalla stipulazione di un nuovo contratto o dall'esecuzione d'ufficio della prestazione.

In caso di risoluzione del contratto l'aggiudicatario è obbligato comunque ad eseguire il servizio, alle medesime condizioni contrattuali, sino all'individuazione del nuovo aggiudicatario.

22 . SPESE DI CONTRATTO

Tutte le spese relative alla stipula del contratto d'appalto in questione sono a carico dell'aggiudicatario senza alcun diritto di rivalsa nei confronti della committenza.

23. DOCUMENTAZIONE FINALE DEL SERVIZIO

Al termine del servizio e successivamente alla comunicazione da parte dell'aggiudicatario, verrà redatto un apposito verbale controfirmato dall'aggiudicatario e dalla committenza.

L'aggiudicatario dovrà istruire il personale della committenza sulle caratteristiche e modalità di funzionamento di quanto fornito. Inoltre, entro 30 giorni dall'ultimazione del servizio, dovrà provvedere a consegnare al committente quanto segue:

- Tutta la documentazione e certificazioni riunite in una raccolta;
- Serie completa in duplice copia cartacea e in cd degli elaborati grafici ed illustrativi di come è stata realizzato il servizio (as built) nei diversi formati che consentano di poter rielaborare tali elaborati attraverso i programmi photoshop, illustrator e indesign e dove possibile in formato doc, excel, jpeg, tiff e dwg

I tempi e modi di istruzione del personale saranno da stabilirsi a servizio ultimato e non computati per un periodo di 2 (due) giorni lavorativi.

24. CAUZIONE DEFINITIVA

L'appaltatore per la sottoscrizione del contratto deve costituire una garanzia, denominata "garanzia definitiva" come previsto dall'art. 103, co. 1, del D.Lgs. 50/2016.

25. FACOLTÀ DI RECESSO

L'aggiudicatario riconosce al Comune di Montebelluna la facoltà di recedere dal contratto, in qualsiasi momento, con preavviso di almeno un mese da comunicarsi alla ditta aggiudicataria mediante pec, per motivi di pubblico interesse o qualora per difficoltà di bilancio il Comune di Montebelluna non sia in grado di sostenere finanziariamente il servizio e/o debba procedere a ridurre la spesa, senza che l'affidatario possa pretendere indennizzi o risarcimenti di sorta a qualsiasi titolo.

L'amministrazione comunale si riserva, altresì, di recedere dal contratto, interamente o parzialmente, qualora nel corso dell'esecuzione dell'appalto siano attivate convenzioni consip che prevedano condizioni più vantaggiose per l'amministrazione.

26. CESSIONE DI AZIENDA E MODIFICA RAGIONE SOCIALE DELLA DITTA

La ditta aggiudicataria, in caso di cambio di ragione sociale, dovrà documentare, mediante produzione di copia conforme dell'atto notarile, tale cambiamento.

La cessione di azienda e gli atti di trasformazione, fusione e scissione relativi all'aggiudicatario, non sono opponibili all'ente, salvo che il soggetto risultante dall'operazione di straordinaria amministrazione abbia prontamente documentato il possesso dei requisiti ed effettuato le comunicazioni di cui all'art. 1 del d.p.c.m n. 187/1991 e l'amministrazione, destinataria delle stesse, non abbia presentato opposizione al subentro del nuovo soggetto nella titolarità del contratto, entro sessanta giorni.

L'opposizione al subentro, in relazione al mancato possesso dei requisiti di qualificazione previsti, determina la risoluzione del rapporto contrattuale.

27. DOMICILIO DELLA DITTA AGGIUDICATARIA

La ditta affidataria, a tutti gli effetti di legge e del contratto, deve, nel contratto stesso, eleggere il suo domicilio. Qualora non vi provveda, il domicilio si intende presso il Comune di Montebelluna.

28. PROTOCOLLO DI LEGALITÀ PROVINCIALE

La ditta affidataria dovrà impegnarsi a rispettare tutti gli obblighi derivanti dal "Protocollo di legalità per la prevenzione dei tentativi di infiltrazione della criminalità organizzata nei contratti pubblici", approvato dal Comune di Montebelluna con deliberazione di G.C. n. 69 del 29/05/2017 e in particolare:

il divieto di subappalto ad imprese che hanno presentato autonoma offerta in gara; di accettare e sottoscrivere in sede di stipula del contratto o subcontratto le seguenti clausole:

Clausola n. 1: La sottoscritta impresa dichiara di essere a conoscenza di tutte le norme pattizie di cui al protocollo di legalità sottoscritto il 6 aprile 2017 dalla stazione appaltante con la Prefettura – Ufficio territoriale del Governo di Treviso e di accettarne incondizionatamente il contenuto e gli effetti.

Clausola n. 3: La sottoscritta impresa dichiara di conoscere e di accettare la clausola espressa che prevede: a) la risoluzione immediata ed automatica del contratto o la revoca dell'autorizzazione al subappalto o subcontratto, qualora dovessero essere comunicate dalla Prefettura – Ufficio territoriale del Governo di Treviso – le informazioni interdittive di cui all'art. 91 del Codice Antimafia; b) l'applicazione di una penale a titolo di liquidazione dei danni nella misura del 10% del valore del contratto, fatto salvo il maggior danno. Le somme provenienti dall'applicazione di eventuali penali sono affidate in custodia all'appaltatore e destinate all'attuazione di misure incrementali della sicurezza dell'intervento, secondo le indicazioni che la Prefettura farà all'uopo pervenire.

Clausola n. 4: La sottoscritta impresa dichiara di conoscere ed accettare la clausola risolutiva espressa che prevede la risoluzione immediata ed automatica del contratto ovvero la revoca dell'autorizzazione al subappalto o subcontratto, in caso di grave e reiterato inadempimento delle disposizioni in materia di collocamento, igiene e sicurezza sul lavoro anche con riguardo alla nomina del responsabile della sicurezza e di tutela dei lavoratori in materia contrattuale. A tal fine, si considera, in ogni caso, inadempimento grave:

la violazione di norme che ha comportato il sequestro del luogo di lavoro, convalidato dall'autorità giudiziaria;

l'inottemperanza alle prescrizioni imposte dagli organi ispettivi;

l'impiego di personale della singola impresa non risultante dalle scritture o da altra documentazione obbligatoria in misura pari o superiore al 15% del totale dei lavoratori regolarmente occupati nel cantiere o nell'opificio.

Inoltre, si impegna ed è consapevole dell'impegno dell'Amministrazione comunale a quanto di seguito indicato, pena la risoluzione del contratto alle condizioni stabilite all'art. 4 del Protocollo:

“Il contraente appaltatore si impegna a dare comunicazione tempestiva all'Amministrazione comunale ed alla Prefettura di tentativi di concussione che si siano, in qualsiasi modo, manifestati nei confronti dell'imprenditore, degli organi sociali o dei dirigenti d'impresa. Il predetto adempimento ha natura essenziale ai fini dell'esecuzione del contratto e darà luogo alla risoluzione espressa del contratto stesso, ai sensi dell'art. 1456 c.c., ogni qualvolta nei confronti di pubblici amministratori che abbiano esercitato funzioni relative alla stipula ed esecuzione del contratto sia stata disposta misura cautelare o sia intervenuto rinvio a giudizio per il delitto previsto dall'art. 317 del c.p.”;

“La stazione appaltante si impegna ad avvalersi della clausola risolutiva espressa, di cui all'art. 1456 c.c., ogni qualvolta nei confronti dell'imprenditore o dei componenti della compagine sociale, o dei dirigenti dell'impresa, sia stata disposta misura cautelare o sia intervenuto rinvio a giudizio per taluno dei delitti di cui agli artt. 317 c.p., 318 c.p., 319-bis c.p., 319-ter c.p., 319-quater c.p., 320 c.p., 322 c.p., 322-bis c.p., 346-bis c.p., 353 c.p., 353-bis c.p.”.

29. CONTROVERSIE

Per ogni controversia relativa al presente appalto non risolta bonariamente è competente in via esclusiva il foro di Treviso.

30. DISPOSIZIONI FINALI

La prestazione del servizio dovrà essere eseguita con l'osservanza di quanto previsto:

- dal presente Capitolato Speciale d'Appalto;

- dal “Protocollo di legalità ai fini della prevenzione dei tentativi d'infiltrazione della criminalità organizzata nel settore dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture”.