

**REGIONE CAMPANIA - POR Campania 2000-2006 - Bando Di Gara - Appalto Concorso ex Art. 6 comma 1, D.lgs n°157/95 e s.m.i. Affidamento della ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di Direct e Trade Marketing per la promozione Turistica della Regione Campania.**

1. Amministrazione aggiudicatrice

Regione Campania, Assessorato al Turismo, AGC Settore Terziario, Settore sviluppo e promozione turismo, Centro Direzionale ISOLA C5, 80142 Napoli Tel: -081-7968768 fax: -081-7968528 e-mail: asse4.mis4.7.cdc@regione.campania.it

Responsabile del procedimento: Dr.Michele Esposito Tel: 081/7968777 e-mail: asse4.mis4.7.cdc@regione.campania.it.

2. Categoria di servizio e descrizione

Ideazione, realizzazione e gestione di servizi di marketing operativo e promozione dell'immagine turistica della Regione Campania. Categorie 13,11, 10 CPC 871-865-866-864. Importo a base d'asta: 20 (venti) Meuro, al netto di I.V.A.

3. Luogo di esecuzione:

Italia ed estero, ove verrà eseguito il servizio di marketing operativo e promozione.

4. Riferimenti normativi:

D.Lgs 157/95 e successive modifiche e integrazioni. Regolamento (CE) n. 1260/1999 e il Regolamento (CE) n. 1159/2000; decisione C/2347 dell'08/08/2000.

4 a) Obbligo di precisazione

E' fatto obbligo di indicare il nome e le qualifiche professionali del responsabile e delle persone incaricate della prestazione del servizio.

5. Offerte parziali:

Non ammesse.

7. Varianti

Non ammesse.

8. Durata servizio:

Il servizio verrà avviato dalla data di comunicazione dell'aggiudicazione e avrà termine due anni dopo la data di stipula del contratto.

9. Raggruppamenti di imprese

Le imprese che partecipano in raggruppamento temporaneo dovranno conformarsi all'art.11 del D.lgs 157/95. L'offerta dovrà specificare le parti del servizio eseguite dalle singole imprese.

10. Termini per la presentazione della domanda di pre-qualifica.

10a) Le domande di partecipazione redatte in lingua italiana, dovranno pervenire, a pena di esclusione, entro le ore 12,00 del 18 giugno 2003 (37 gg dalla data di spedizione alla GUCE) in plico chiuso, controfirmato e sigillato, indicante la denominazione del mittente e l'oggetto dell'appalto, dovrà essere apposta la dicitura "Procedura ristretta - appalto concorso per l'affidamento della ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania".

10 b) Le domande saranno consegnate direttamente o trasmesse per posta all'indirizzo di cui al punto 1). In caso di trasmissione, farà fede esclusivamente la data di ricezione presso la sede della Regione.

11. Informazioni, condizioni minime economiche - tecniche di ammissibilità:

Le domande di partecipazione dovranno contenere, a pena di esclusione:

a1) l'istanza di partecipazione con l'indicazione del nominativo del legale rappresentante, corredata di fotocopia di valido documento di identità sottoscritto ex art.38 del DPR 445/2000 o con firma autenticata;

La dichiarazione del titolare o legale rappresentante:

a2) di non trovarsi in alcuna delle condizioni di esclusione previste dall'art.12 del D.lgs 157/95 e s.m.i.;

a 3) relativa all'insussistenza delle cause di cui all'art.10 della legge n.575/65 e riferita, ove ne ricorrano le condizioni, anche ai soggetti indicati dall'art.2, comma 3 del DPR 3 giugno 1998, n.252;

a4) di possedere l'iscrizione alla C.C.I.A.A. o atto o dichiarazione equivalente, nel caso di imprese non soggette a tale iscrizione o residenti in altri Stati della U.E.;

a5) di essere in regola con la normativa vigente in materia di correttezza previdenziale sicurezza, prevenzione, infortuni, salute, igiene lavoro;

a6) di non trovarsi con altre società partecipanti alla presente gara in una situazione di controllo o di collegamento ai sensi dell'art.2359 c.c.;

a7) dalla quale risulti l'intenzione di costituirsi in associazione temporanea di imprese, nonché l'indicazione della società capogruppo

a8) di non partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio di concorrenti, né in forma individuale, qualora abbia partecipato in raggruppamento o consorzio;

a9) per le sole imprese appartenenti a consorzi, della propria qualifica di socio con indicazione dell'elenco delle ditte consorziate;

a10) di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili o in alternativa, che l'impresa non è tenuta al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili;

a11) di impegno al rispetto della disciplina prevista dall'art.11, del Dlgs.n.157/95 e s.m.i., con indicazione dell'impresa capogruppo.

Capacità tecnica

a12) dichiarazione di aver realizzato o di avere in corso la realizzazione, negli ultimi tre anni (ultimi tre bilanci approvati), almeno tre programmi di comunicazione/pubblicità a livello nazionale e/o in altri paesi membri della comunità europea e/o internazionale con indicazione dei destinatari e degli importi.

Capacità economico-finanziarie

a13) dichiarazione di aver realizzato, negli ultimi tre anni un volume di affari globale relativo a servizi di comunicazione e pubblicità non inferiore a 18 MEURO;

a14) dichiarazione di impegno a fornire idonee referenze bancarie, rilasciate da almeno un istituto di credito, attestanti la consistenza economica dell'offerente o comprovata copertura assicurativa contro i rischi professionali;

In caso di raggruppamento di imprese la dichiarazione di cui alle lettere a1), a2), a3), a4) a5), a6), a7), a8), a9), a10), a11) e a14), dovrà essere presentata da ogni componente il raggruppamento. Il requisito richiesto alla lettera a12) verrà valutato con riferimento al raggruppamento nel suo insieme. Il requisito di cui al punto a13) dovrà essere posseduto dalla capogruppo almeno per il 50% e per la rimanente parte nella misura non inferiore al 20% da ciascuna delle altre società costituenti l'associazione temporanea d'impresa; in ogni caso, i requisiti così sommati posseduti dalle imprese riunite devono essere almeno pari volume di affari globale richiesto.

12. Termine di invio per inviti a presentare offerte

Le lettere di invito a presentare offerte saranno inviate, in uno con il capitolato d'oneri, entro 20 giorni lavorativi dalla scadenza del termine di cui al precedente punto 10.

13. Termine ultimo di presentazione delle offerte

(40 gg dalla data di spedizione delle lettere di invito)

Le offerte redatte in lingua italiana, dovranno pervenire, a pena di esclusione, nei termini e con le modalità indicati nella lettera di invito di cui al punto 12.

Le offerte saranno consegnate direttamente o trasmesse per posta o corriere all'indirizzo di cui al punto 1). In caso di trasmissione farà fede esclusivamente la data di ricezione presso la sede della Regione.

14. Indirizzo presso cui richiedere le informazioni e la documentazione

Il bando, il capitolato d'oneri della gara per l'affidamento del servizio Ideazione, realizzazione e gestione di servizi di marketing operativo e promozione dell'immagine turistica della Regione Campania, sono disponibili sul sito internet [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it), e potranno, altresì, essere richiesti all'Amministrazione aggiudicatrice di cui al punto 1 del presente bando, nei giorni feriali, escluso il sabato, dalle ore 10.00 alle ore 13.00.

#### 15. Garanzie

Le offerte dovranno essere corredate da una cauzione provvisoria, a pena di esclusione, pari al 2% dell'importo a base d'asta, indicato al punto 2, da prestarsi mediante polizza fidejussoria, bancaria o assicurativa incondizionata o rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art.107 del D.Lgs 385/93, con un periodo di validità della durata di sei mesi che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, nonché l'espressa rinuncia al termine di cui all'art. 1957cc.

La cauzione provvisoria deve recare espressa menzione che la medesima viene prestata a garanzia: della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale; della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara nonché della stipula del contratto.

Nel caso di raggruppamento temporaneo d'impresе la cauzione è prestata dalla mandataria.

La Società aggiudicataria dovrà prestare cauzione definitiva nella misura del 10% dell'importo aggiudicato, secondo le modalità indicate nel capitolato, entro 30 giorni dalla comunicazione dell'aggiudicazione.

#### 16. Modalità finanziamento

Il servizio è finanziato a valere sulle risorse della misura 4.7 del P.O.R. Campania 2000-2006. Le modalità di pagamento sono indicate nel disciplinare di gara.

17. Vincolo offerta: 180 giorni dalla scadenza del termine di presentazione delle offerte indicato nella lettera di invito di cui al punto 12;

#### 18. Criteri aggiudicazione dell'appalto

Offerta economicamente più vantaggiosa ex art. 23 comma b) D.lgs. 157/95 e successive modifiche e integrazioni.

La procedura e i criteri di valutazione delle offerte sono precisati nel capitolato.

#### 16. Altre informazioni:

L'Amministrazione si riserva la facoltà di aggiudicare in presenza di almeno una sola offerta valida, a condizione che consegua almeno 70 dei punti previsti ai fini dell'attribuzione del punteggio.

17. Mancata pubblicazione avviso pre - informazione in GUCE

18. Data di invio del bando alla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee: 13 maggio 2003

19. Data di ricevimento del bando da parte dell'Ufficio delle Pubblicazioni Ufficiali della Comunità Europea: 13 maggio 2003

REGIONE CAMPANIA  
ASSESSORATO AL TURISMO  
POR CAMPANIA 2000-2006

DISCIPLINARE CAPITOLATO D'ONERI DELL'APPALTO CONCORSO PER L'AFFIDAMENTO DELLA IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING PER LA PROMOZIONE TURISTICA DELLA REGIONE CAMPANIA

INDICE

1. Oggetto della gara
2. OBIETTIVO DEL SERVIZIO
- 2.1 Documentazione messa a disposizione dei concorrenti
3. SPECIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ DA REALIZZARE
- 3.1 Ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione
- 3.2 IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING
4. PROCEDURA DI GARA, IMPORTO E DURATA DEL SERVIZIO
5. PRESELEZIONE E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA. REQUISITI MINIMI ECONOMICI E TECNICI
- 5.1 Contenuto dell'Offerta
6. CAUZIONE
7. MODALITÀ DI AFFIDAMENTO
8. VALUTAZIONE DELLE OFFERTE
9. COMPOSIZIONE DELLA COMMISSIONE E PROCEDURA DI GARA
10. DOCUMENTI DA PRESENTARE IN CASO DI AGGIUDICAZIONE
11. MODALITÀ DI EFFETTUAZIONE DEI PAGAMENTI
12. VARIAZIONI E SOSPENSIONI DEL SERVIZIO
13. COORDINAMENTO
14. CONTROLLI, RITARDI ED INADEMPIENZE
15. COMMISSIONE DI MONITORAGGIO
16. DIRITTO DI RIPRODUZIONE E DISPONIBILITÀ DEL MATERIALE DI BASE
17. DIRITTO D'AUTORE
18. GARANZIA E PROPRIETÀ
19. SUBAPPALTO
20. CONTROVERSIE
21. SPESE DI CONTRATTO
22. VINCOLI
23. RESPONSABILITÀ
24. RISERVATEZZA
25. CLAUSOLA FINALE
1. Oggetto della gara

La gara ha per oggetto l'affidamento della ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania.

Il servizio verrà avviato dalla data di comunicazione dell'aggiudicazione ed avrà termine due anni dopo la data di stipula del contratto.

2. OBIETTIVO DEL SERVIZIO

La Regione Campania rappresenta una meta tradizionale di soggiorno per motivi di vacanza, studio e cultura sin dagli albori del turismo moderno. Il mix di risorse paesaggistiche, archeologiche e storico-culturali di cui il territorio regionale dispone l'hanno difatti resa una meta storica del "Grand Tour" sin dall'Ottocento.

Ancora oggi, la Campania è la regione italiana che accoglie più turisti stranieri fra quelle meridionali e alcune sue destinazioni (grandi attrattori archeologici, isole del Golfo di Napoli, Penisola Sorrentino-Amalfitana) conservano un immutato "appeal" nei confronti di un vastissimo pubblico nazionale e internazionale.

Ciò nonostante, l'accresciuta competizione sul mercato turistico, acuita dall'instabilità economica e politica a livello internazionale, impone l'adozione di strategie di marketing e strumenti di promozione sempre più finalizzati e integrati. In accordo a quanto previsto dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", approvate con Deliberazione di Giunta Regionale n. 3337 del 12.07.2002, la scelta del mix di tali strumenti deve rispondere all'obiettivo generale di promozione del "marchio Campania", essendo nel contempo finalizzata a:

- consolidare la posizione di leadership delle destinazioni "storiche" nei confronti dei tradizionali mercati di riferimento, diversificando tuttavia la domanda pur mantenendo - e possibilmente accrescendo - il valore aggiunto per turista;

- rafforzare la posizione competitiva dei comprensori che sono stati caratterizzati da elevati tassi di crescita della domanda negli ultimi anni;

- sostenere la crescita focalizzata dei sistemi locali di offerta a sviluppo turistico ancora limitato, ma provvisti di risorse coerenti con le tendenze attuali e prevedibili della domanda.

La valorizzazione del "marchio Campania" e degli specifici sottosistemi turistici dovrà tradursi nella realizzazione di una campagna pubblicitaria, articolata attraverso un mix di strumenti di comunicazione, comprensiva anche della promozione delle differenti "filieri" di prodotto, e in particolare:

- il turismo culturale-archeologico, quale leva per la valorizzazione anche delle produzioni artigianali tradizionali;

- il turismo enogastronomico;

- il turismo termale e del benessere;

- il turismo religioso;

- il turismo climatico e balneare;

- il turismo "ambientale", all'interno del quale possono essere fatti rientrare l'agriturismo, il turismo rurale, il turismo naturalistico e alcune tipologie di vacanza "attiva" quali il trekking, il turismo equestre, il cicloturismo, etc.;

- il turismo studentesco, scolastico e giovanile;

- il turismo congressuale e fieristico.

Per quanto riguarda i bacini geografici di irradiazione della domanda, la campagna pubblicitaria dovrà individuare un mix di strumenti finalizzati a:

- consolidare l'immagine turistica della Campania nei confronti dei tradizionali mercati della domanda regionale (Italia, Gran Bretagna e USA, paesi di lingua tedesca);

- promuovere lo sviluppo dei bacini caratterizzati da un alto livello di spesa media pro-capite (Giappone e Russia) o contraddistinti da una sostenuta crescita dei flussi outgoing negli ultimi anni (Spagna);

- accrescere la quota di mercato nei confronti dei paesi di lingua francofona e scandinavi, considerata la debolezza dell'incoming da queste aree pur generatrici di consistenti flussi di turismo internazionale.

A integrazione e supporto di tali operazioni e in accordo a quanto previsto dalle citate "Linee Guida", l'Assessorato al Turismo ritiene essenziale avviare azioni di direct e trade marketing consistenti nella progettazione, realizzazione, gestione e diffusione di un sistema integrato di documentazione turistica, finalizzato a:

- promuovere la visita al territorio regionale e agli specifici ambiti turistici;

- consentire l'organizzazione e la prenotazione della vacanza da parte dei turisti;

- fornire informazioni dettagliate circa la dotazione turistica di ciascun ambito anche in rapporto alle differenti motivazioni di visita (enogastronomica, culturale, balneare, religiosa, termale, ambientale, giovanile, congressuale, etc.);

- stimolare la mobilità dei turisti sul territorio campano e la fruizione delle differenti risorse territoriali;

- consentire la progettazione e realizzazione di offerte di soggiorno da parte degli intermediari turistici.

Tale sistema integrato di documentazione turistica dovrà essere diffuso, attraverso un mix di azioni di comunicazione e distribuzione, nei confronti del mercato rappresentato dagli intermediari turistici (tour operator, agenti di viaggio, associazioni, etc.) e dai turisti finali, attuali e potenziali.

Il quadro di riferimento per l'elaborazione della campagna di comunicazione è costituito dal citato documento "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", elaborato nel 2002 dall'Assessorato al Turismo della Regione Campania e indicante gli obiettivi strategici in termini di crescita delle presenze turistiche per comprensorio e per bacini di irradiazione della domanda, e di incremento della spesa media turistica pro-capite nell'arco temporale 2000-2006.

Relativamente alla promozione all'estero dovrà altresì farsi riferimento al "Programma Regionale per l'Internazionalizzazione e la Cooperazione Internazionale" approvato dalla Giunta Regionale il 15 novembre 2001 (Del. n. 6116).

Relativamente alla "informazione e pubblicità sugli interventi dei fondi strutturali" il quadro di riferimento normativo è costituito, in via principale dal Regolamento (CE) n. 1260/1999, dal Regolamento (CE) n. 1159/2000 sulle "Azioni informative e pubblicitarie, a cura degli stati membri, sugli interventi dei fondi strutturali", in uno alla decisione C/2347 dell'8.8.2000 (POR Campania 2000-2006 - cap.6.4.2), al testo coordinato del Complemento di Programmazione (delibera di G.R.C.3837 del 30.08.2002 - Allegato 2 relativo al Piano di Comunicazione del POR) ed alla Delibera di GRC n°714 del 20.02.2003.

#### 2.1 DOCUMENTAZIONE MESSA A DISPOSIZIONE DEI CONCORRENTI

Viene messa a disposizione dei concorrenti la seguente documentazione reperibile sul sito internet: [www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it):

- POR Campania 2000-2006;
- Il testo coordinato del Complemento di Programmazione;
- il documento "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania",

Ulteriori informazioni potranno essere richieste dai concorrenti direttamente all'indirizzo indicato al punto 1 del Bando di gara.

#### 3. SPECIFICAZIONE DELLE ATTIVITÀ DA REALIZZARE

Le attività da realizzare si distinguono nelle due macro-tipologie specificate ai successivi punti 3.1 e 3.2. In maniera indicativa, al complesso delle azioni previste al punto 3.1 dovrà essere destinato almeno il 70% delle risorse totali e al complesso delle azioni previste al punto 3.2 non più del 30% delle risorse totali.

##### 3.1 IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Le attività da realizzare consistono nella ideazione, realizzazione e gestione di una campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione dell'immagine turistica della Regione Campania comprendenti:

a) ideazione della strategia di comunicazione complessiva, volta a connotare specificamente l'offerta turistica campana rispetto alle offerte turistiche concorrenti, mediante l'elaborazione di una immagine turistica unitaria nel cui contesto venga comunque esaltata, in modo armonioso e coerente, la diversità delle differenti aree territoriali e dei diversi prodotti turistici costitutivi della stessa.

In particolare dovrà essere identificato un "marchio ombrello", relativo al "prodotto turistico Campania" con logo e slogan identificativo, collegato e comprensivo di sotto-marchi e slogan per ciascuna delle filiere di prodotto indicate al precedente punto (2), tenuto anche conto di quanto già esistente a livello di marchi regionali. Tale marchio dovrà essere utilizzato per caratterizzare le azioni di comunicazione identificate ai punti successivi e, comunque, costituirà un riferimento per tutte le iniziative di promozione e comunicazione turistica intraprese dalla Regione. Gli slogan dovranno essere realizzati, oltre che in lingua italiana, anche in lingua inglese, francese, tedesca, spagnola, russa e giapponese.

b) redazione di un progetto biennale, articolato su due annualità, delle campagne di comunicazione distinte per ciascun anno di riferimento, che investano i media sul territorio nazionale e nei principali paesi esteri, attuali e potenziali, generatori della domanda, in accordo ai bacini geografici specificati al punto (2) e comunque tali da perseguire il raggiungimento degli obiettivi di crescita dei flussi turistici per paese specificati all'interno delle citate "Linee Guida".

Dovrà essere prevista la realizzazione di materiale di base quali spots televisivi e radiofonici, redazionali, manifesti, pubblicazioni in genere, calendari, materiale pubblicitario in forma tradizionale e d'innovazione tecnologica, con design grafico coordinato e coerente con quanto identificato al precedente punto (a) e quanto altro ritenuto strumentale alla piena realizzazione della strategia di comunicazione. Dovrà essere prevista l'integrazione, nei contenuti e nella comunicazione visiva, con il nuovo portale dedicato al turismo in Campania della Regione Campania.

In particolare dovrà essere proposta una campagna televisiva e radiofonica in Italia con relativa pianificazione dei media scelti e della quantità di passaggi previsti, finalizzata a diffondere il marchio "Campania".

Dovranno essere inoltre realizzati filmati di presentazione del territorio campano in chiave istituzionale/promozionale e filmati promozionali per ciascuna delle filiere di prodotto specificate al precedente punto (2) e per ciascuno dei seguenti sistemi locali di offerta turistica: area di Napoli, area vesuviana, area flegrea, area di Caserta, litorale Domizio, Ischia e Procida, Capri e Penisola Sorrentino-Amalfitana, area di Salerno, Cilento, Irpinia, Sannio, Matese e alto casertano. I filmati dovranno essere realizzati, oltre che in lingua italiana, anche in lingua inglese, francese, tedesca, spagnola, russa e giapponese. Dovrà inoltre essere previsto il ricorso a testimonial eccellenti e rappresentativi della Campania nel mondo.

In maniera indicativa, il 50% circa delle risorse dovrà essere destinato al mercato Italia, dove la promozione del "Marchio Campania" avverrà utilizzando preferibilmente mezzi di comunicazione rivolti al grande pubblico, mentre le specifiche filiere di prodotto verranno promosse ricorrendo a strumenti di comunicazione più specializzati. Il restante 50% delle risorse verrà destinato ai mercati internazionali, attraverso strumenti di comunicazione più focalizzati e differenziati per motivazioni di visita. Una diversa ripartizione potrà comunque essere proposta, se adeguatamente motivata in relazione agli obiettivi delle "Linee Guida", dalla Ditta aggiudicatrice in sede di Offerta Tecnica.

c) implementazione del progetto di comunicazione, in accordo al progetto specificato al precedente punto (b).

d) realizzazione di una attività costante di monitoraggio e di verifica dell'efficacia delle attività promozionali svolte (auditing, applicazione di tecniche di pre-testing e post-testing, etc.) con comunicazione periodica di dati certificati circa la diffusione dei diversi messaggi promozionali e delle campagne effettuate e la valutazione del relativo impatto sui flussi turistici anche per il tramite dell'"Osservatorio delle iniziative di comunicazione e promozione turistica" da istituirsi secondo le modalità descritte al punto successivo, facendo riferimento agli indicatori di risultato previsti dal POR Campania 2000-2006 per le misure collegate (Mis. 4.7, Promozione e marketing turistico e Mis 6.5, Sviluppo dell'internazionalizzazione e della cooperazione internazionale);

e) progettazione, realizzazione e gestione di un "Osservatorio della comunicazione turistica", finalizzato a produrre rendiconti periodici in relazione all'attuazione della campagna di comunicazione e monitorare le iniziative di comunicazione e promozione turistica realizzate da soggetti pubblici e privati in Campania oltre che da destinazioni concorrenti in Italia e all'estero, da trasmettere all'Assessorato al Turismo, con cadenza almeno bimestrale.

### 3.2 IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING

Dovrà essere inoltre curata l'ideazione, realizzazione e diffusione di un sistema integrato di documentazione turistica della Regione Campania, comprendente:

a) definizione di un progetto editoriale concernente la documentazione informativa per turisti e intermediari turistici, comprendente le guide informative dell'offerta turistica regionale complessiva, le guide specifiche per ciascun sistema locale di offerta turistica e filiera di prodotto, le mappe turistiche della Regione Campania, dei differenti sistemi locali di offerta e delle principali destinazioni turistiche e un manuale per tour operators e agenti di viaggio, articolati secondo le tipologie minime descritte al punto (3.2.b), e quant'altro ritenuto propedeutico e migliorativo per l'attuazione del progetto editoriale.

Il progetto editoriale dovrà recepire e attuare quanto verrà ideato, in termini di strategia di comunicazione complessiva al precedente punto (3.1.a) (logo e slogan identificativi dell'offerta turistica

complessiva e specifica per filiere di prodotto), e dovrà comprendere le caratteristiche di formato e di stampa in termini di editing grafico, dimensioni, gamma cromatica, qualità del supporto cartaceo, qualità di stampa, progetto grafico e grammatura carta, etc.

Il progetto editoriale comprende inoltre l'elaborazione dei contenuti grafici e testuali degli opuscoli informativi, delle mappe turistiche e del manuale per tour operator e agenti di viaggio specificati ai successivi punti (3.2.b), (3.2.c), (3.2.d).

b) produzione delle guide informative dell'offerta turistica regionale, in quantità adeguata a servire i target di domanda indicati all'interno delle citate "Linee Guida" per il biennio di riferimento. Le guide dovranno essere realizzate in lingua italiana, inglese, francese, tedesca, spagnola, russa, giapponese ed essere specifiche per ciascun sistema locale di offerta turistica e per ciascuna filiera di prodotto. In maniera indicativa, il 40% circa delle guide dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati all'interno delle citate "Linee Guida". La ripartizione dovrà essere specificata in sede di Offerta Tecnica.

Le guide dovranno svolgere una funzione promozionale nei confronti dei turisti potenziali (in particolare quelle per filiera di prodotto) e informativa nei confronti dei turisti effettivi (in particolare quelle per sistema locale di offerta). La tiratura complessiva minima dovrà essere di 3 (tre) milioni di copie, secondo la ripartizione aggregata indicata di seguito. Le tipologie di guide da realizzare sono le seguenti:

- guida complessiva della Regione Campania. La guida dovrà rappresentare una sintesi, con scopi promozionali, degli specifici sistemi locali di offerta turistica e delle differenti filiere di prodotto, connessi secondo una chiave di comunicazione unitaria, con indicazione delle informazioni di base per l'organizzazione del soggiorno in Campania, da realizzarsi anche attraverso le informazioni contenute nelle specifiche guide di area/prodotto. La guida dovrà avere una foliazione minima di 100 pagine, compresa la copertina, per una tiratura minima di almeno 400.000 (quattrocentomila) di copie.

- guide relative alle filiere di prodotto turistico. Per ciascuna filiera di prodotto, oltre a fotografie e descrizioni della filiera nelle sue articolazioni territoriali, dovranno essere riportate informazioni di base relative agli specifici elementi del prodotto (ad esempio stabilimenti balneari, stabilimenti termali e centri fitness, musei e siti archeologici, cantine e punti di produzione e degustazione dei prodotti tipici, santuari e luoghi di devozione, centri congressuali, parchi naturali, sentieri e dotazioni turistico-sportive,

- porti turistici con servizi a terra per i diportisti, etc.), con orari di apertura, modalità di accesso e prenotazione, e tutte le altre informazioni utili all'organizzazione del soggiorno. Le guide dovranno avere una foliazione minima di 52 pagine, compresa la copertina, per una tiratura complessiva minima di almeno 1.300.000 (un milione trecentomila) copie. Le guide dovranno riferirsi alle filiere di prodotto identificate al precedente punto (2);

- guide relative ai sistemi locali di offerta turistica. Per ciascun sistema locale di offerta turistica, oltre a fotografie e descrizioni dei luoghi, dovranno essere riportate le informazioni di base per l'organizzazione del soggiorno in loco (strutture turistiche, attrazioni, accessibilità, mappa della mobilità, zone dello shopping, servizi di emergenza, etc.). Le guide dovranno avere una foliazione minima di 52 pagine, compresa la copertina, per una tiratura complessiva minima di almeno 1.300.000 (un milione trecentomila) copie. Le guide dovranno riferirsi ai sistemi territoriali turistici identificati al precedente punto (3.1.b).

c) produzione delle mappe turistiche della Regione Campania, dei differenti sistemi locali di offerta turistica e delle principali destinazioni turistiche, in grado di soddisfare le esigenze immediate dei turisti, comprendenti accessibilità e mobilità, attrazioni turistiche e zone dello shopping. La tiratura complessiva minima dovrà essere di 1.000.000 (un milione) di copie, in formato differente a seconda delle funzioni e comunque tale da consentire una agevole fruizione. Le mappe dovranno essere realizzate in lingua italiana, francese, inglese, tedesca, spagnola, russa e giapponese. In maniera indicativa, il 40% circa delle mappe dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati all'interno delle citate "Linee Guida". La ripartizione dovrà essere specificata in sede di Offerta Tecnica. Le caratteristiche di formato e di stampa (colori, tipologia di carta, copertina, etc.) dovranno essere specificate nell'Offerta.

d) produzione del "Manuale per Tour Operator e agenti di viaggio", in quantità adeguata da servire i bacini di origine della domanda indicati nelle citate "Linee Guida". Il manuale dovrà essere realizzato in lingua italiana, inglese, francese, tedesca, spagnola, russa e giapponese. In maniera indicativa, il 40%



circa dei manuali dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati all'interno delle citate "Linee Guida". La ripartizione dovrà essere specificata in sede di Offerta Tecnica. Oltre a presentare sinteticamente i sistemi turistici e le filiere di prodotto turistico campane, dovrà fornire, al minimo, le seguenti informazioni:

- elenco descrittivo delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere;
- tour operator e agenti di viaggio incoming;
- ristorazione tipica ed etnica;
- attrazioni turistiche archeologiche, storico-culturali, naturalistiche, etc.;
- strutture congressuali e per la convegnistica e professional congress organizer;
- porti turistici, operatori marittimi e crocieristici;
- sistema dell'accessibilità e vettori del trasporto aereo, ferroviario e su gomma;
- altri servizi turistici e complementari;
- eventi ripetitivi di interesse turistico;

- altre informazioni rilevanti ai fini dell'organizzazione e promozione di offerte di visita e soggiorno in Campania.

e) produzione del kit "Campania Fam Trip", consistente di una cartellina destinata a tour operator, agenti di viaggio e giornalisti in visita nella Regione Campania. La cartellina dovrà potere contenere, secondo una ripartizione adattabile a differenti percorsi di visita, schede specifiche informative sui luoghi e sulle produzioni realizzate, e dovrà inoltre essere dotata di blocco notes, penna, portabiglietti da visita, mappe turistiche e un CD contenente rispettivamente una raccolta di almeno n. 100 immagini per la realizzazione di cataloghi relativi ai prodotti turistici campani e suggerimenti operativi per la programmazione di un'offerta di viaggio in Campania (organizzazione dei trasporti, tempi di percorrenza dei diversi itinerari, etc.). Dovranno essere realizzate al minimo 50 schede specifiche informative, in relazione a temi che verranno comunicati dall'Assessorato al Turismo successivamente all'aggiudicazione della gara. La tiratura minima dovrà essere di 5.000 kit. Il kit dovrà essere realizzato, oltre che in lingua italiana, in lingua inglese, francese, tedesca, spagnola, russa e giapponese. In maniera indicativa, il 40% circa dei kit dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati all'interno delle citate "Linee Guida". La ripartizione dovrà essere specificata in sede di Offerta Tecnica.

f) definizione di un progetto di distribuzione delle guide informative, delle mappe turistiche, dei manuali per tour operator e agenti di viaggio e quant'altro realizzato nell'ambito del progetto editoriale, finalizzato a massimizzare la diffusione presso i target di domanda identificati nelle citate Linee Guida (turisti attuali/potenziati e tour operator/agenti di viaggio, segmentati per paese di origine) e a soddisfare le esigenze di informazione turistica dell'Assessorato al Turismo e in particolare degli enti strumentali del Turismo (enti provinciali del turismo, aziende autonome di cura, soggiorno e turismo).

Nella definizione del progetto di distribuzione e di pianificazione si dovrà tenere conto del fatto che i materiali di comunicazione relativi alle filiere di prodotto turistico sono soprattutto finalizzati all'attrazione di nuovi turisti e troveranno dunque una distribuzione ideale nelle fiere turistiche e attraverso azioni di direct marketing. I materiali di comunicazione, siano essi editoriali o visivi, relativi ai sistemi locali di offerta turistica sono invece soprattutto finalizzati a soddisfare le esigenze informative dei turisti in visita presso le destinazioni e troveranno dunque una distribuzione ideale attraverso punti informativi quali quelli facenti capo agli Enti Provinciali del Turismo e alle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo.

Nei confronti del target composto dai turisti attuali e potenziali il progetto di distribuzione dovrà prevedere, al minimo, la realizzazione delle seguenti attività a carico della Ditta aggiudicatrice:

- progettazione, realizzazione e gestione di una banca dati dei turisti, da costruire ad esempio sulla base di inserzioni di coupon in riviste generaliste e di settore (cfr. punto successivo) e segmentata per motivazioni primarie di visita e provenienza. Tale banca dati verrà utilizzata per l'invio delle guide e sarà messa a disposizione dell'Amministrazione per ulteriori azioni di "direct marketing";

- inserzioni su stampa specializzata e di settore e/o distribuzione di coupon e/o pubblicazioni di banner su portali internet di interesse turistico o a vasta consultazione, finalizzate a stimolare la richiesta di guide da parte dei turisti;

- istituzione di un numero verde, accessibile a livello nazionale tra le ore 8:00 e le 21:00, finalizzato a fornire informazioni sull'offerta turistica complessiva della Regione Campania;

g) attivazione di un "ufficio relazioni esterne e marketing operativo" per la comunicazione a livello nazionale e internazionale, a supporto della campagna nel suo complesso, per tutta la durata del servizio, finalizzato a gestire i contatti con i media, stendere redazionali, organizzare conferenze stampa, etc. Tale ufficio sarà inoltre dedicato alla realizzazione delle azioni descritte al punto "3.2.e" - gestione e aggiornamento delle banche dati dei turisti e tour operators, gestione delle relazioni connesse all'attuazione del programma, gestione del numero verde, etc. - Tale ufficio opererà a Napoli, sotto il coordinamento dell'Assessorato al Turismo incaricato dell'attuazione del piano;

h) distribuzione delle guide informative, delle mappe e dei manuali per tour operator e agenti di viaggio, ai turisti attuali e potenziali, agli intermediari turistici, all'Assessorato al Turismo e ai suoi enti strumentali (EPT, AACST) in accordo alla strategia distributiva identificata al punto (3.2.e) e utilizzando l'ufficio relazioni esterne e marketing operativo di cui al punto (3.2.g).

Dovrà inoltre essere realizzata una raccolta di min. 500 immagini, relative ad attrattori turistici (siti storico-culturali, naturalistici, beni artistici), prodotti tipici, paesaggi, eventi e quant'altro utile alla identificazione dei sistemi locali di offerta turistica e delle filiere di prodotto precedentemente specificate, tali da costituire la banca dati iconografica di base dell'Assessorato al Turismo.

Inoltre la Ditta Aggiudicatrice dovrà garantire la compatibilità multicanale delle informazioni: infatti tutto il materiale audiovisivo e la documentazione prodotta, dovranno essere forniti anche in formato idoneo alla pubblicazione su Web. La consultazione e l'eventuale download dovrà essere consentita da una specifica area accessibile come link dal sito internet della Regione Campania all'indirizzo [www.regione.campania.it/turismo](http://www.regione.campania.it/turismo). e dal Portale Turismo.

In aggiunta alle azioni precedenti, la Ditta aggiudicatrice dovrà garantire, per tutta la durata del servizio, l'affiancamento tecnico al Settore Promozione e Sviluppo Turistico dell'Assessorato al Turismo, finalizzato ad assicurare il coordinamento e l'integrazione delle azioni di comunicazione e di direct e trade marketing con il complesso delle iniziative di marketing e promozione programmate e/o in corso di realizzazione da parte dell'Amministrazione Regionale in attuazione del POR Campania 2000-2006, fra cui il Portale Turismo, realizzato in attuazione della Mis. 6.2 del POR, l'Osservatorio del Turismo, previsto dalla Mis. 4.7 del POR, e le iniziative risultanti dalla progettazione integrata (PI e PIT).

La realizzazione delle attività descritte avverrà attraverso la realizzazione di un Piano Operativo dettagliato delle attività, completo di Cronogramma, da presentare entro 30 giorni naturali e consecutivi dalla stipula del contratto con la Regione Campania, relativo alle attività da realizzarsi entro il primo anno, con l'individuazione dei tempi e delle modalità di realizzazione di ciascun servizio, in conformità con l'Offerta Tecnica. Entro i 30 giorni successivi, l'Amministrazione, sentita la Commissione di Monitoraggio di cui al successivo punto (15), ha la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che la Ditta aggiudicataria si impegna a realizzare, dandone conferma, con tempestività e comunque entro 10 giorni. Trascorso inutilmente tale termine, il Piano s'intenderà approvato con le modifiche proposte e dovrà essere eseguito pena la risoluzione del contratto stesso.

Per l'anno successivo, la Ditta aggiudicataria dovrà presentare il Piano Operativo dettagliato delle attività, completo di Cronogramma, entro al massimo 30 giorni dalla data di scadenza del primo programma annuale. Esso verrà elaborato sulla base delle informazioni raccolte dall'"Osservatorio delle iniziative di promozione e comunicazione turistica", delle iniziative promozionali programmate dall'amministrazione regionale e di quelle proposte nell'ambito dell'attuazione del P.O.R. Campania 2000-2006, con particolare riferimento ai progetti integrati e comunque facendo riferimento agli obiettivi di crescita indicati all'interno delle "Linee Guida". Entro i 20 giorni successivi, l'Amministrazione, sentita la Commissione di Monitoraggio, ha la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che la Ditta aggiudicataria si impegna a realizzare, dandone conferma, con tempestività e comunque entro 10 giorni. Trascorso inutilmente tale termine, il Piano s'intenderà approvato con le modifiche proposte e dovrà essere eseguito pena la risoluzione del contratto stesso.

Al termine del servizio e, su richiesta, anche in corso d'opera, i materiali fotografici, editoriali e audiovisivi, e quant'altro realizzato nell'ambito della produzione del servizio dovrà essere consegnato alla Regione Campania, Assessorato al Turismo, che li condividerà con il Servizio Politiche Internazionali. Questi ne deterranno tutti i diritti per l'eventuale utilizzazione per qualsiasi scopo riterranno opportuno, mettendoli a disposizione degli altri settori regionali che vorranno farne uso nell'ambito delle proprie attività istituzionali.

#### 4. PROCEDURA DI GARA, IMPORTO e durata DEL SERVIZIO

Appalto concorso secondo le prescrizioni del D. Lgs. 17 marzo 1995 n. 157, così come modificato dal D. lgs 65/2000.

L'importo del servizio da progettare e realizzare, per l'intero periodo, è stabilito in 20 (Venti) Meuro, al netto di I.V.A., secondo il metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa di cui all'art. 23 comma 1, lettera b) del D. Lgs. 17 marzo 1995 n. 157.

Il programma è cofinanziato dal F.E.S.R, POR Campania 2000/2006, Mis. 4.7.

Il servizio verrà avviato dalla comunicazione della aggiudicazione e avrà termine due anni dopo la data di stipula del contratto.

Non sono ammesse offerte in aumento. Non sono ammesse offerte frazionate.

#### 5. PRESELEZIONE E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA. REQUISITI MINIMI ECONOMICI E TECNICI

Le Ditte che intendono partecipare alla gara oggetto del presente capitolato, in possesso di tutti i requisiti prescritti dallo stesso, dovranno far pervenire, alla Regione Campania, Assessorato al Turismo, AGC Settore Terziario, Settore sviluppo e promozione turismo, Centro Direzionale ISOLA C5, 80142 Napoli, nei termini e con le modalità descritte al punto 10 del bando di gara, pena esclusione, la domanda di partecipazione redatta, in conformità a quanto previsto dal punto 11 del bando stesso.

Il Responsabile del procedimento, indicato al punto 1 del bando di gara, procederà all'apertura delle domande di partecipazione pervenute nei termini indicati dal punto 10 del bando stesso e alla verifica della sussistenza delle dichiarazioni richieste ai sensi del punto 11 del bando di gara.

Saranno invitate a presentare le offerte, nei termini fissati dal punto 12 del bando di gara, le ditte che risulteranno aver rispettato i termini e le modalità di cui ai punti 10 e 11 del bando stesso.

L'offerta dovrà pervenire, all'indirizzo indicato al punto 1 del bando di gara, in un unico plico chiuso, sigillato con ceralacca e controfirmato sui lembi di chiusura, recante all'esterno l'indicazione del mittente e la dicitura "Offerta per l'affidamento della ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania per un biennio".

Il plico di cui al precedente capoverso dovrà contenere al suo interno tre buste, a loro volta chiuse, sigillate con ceralacca e controfirmate sui lembi di chiusura, recanti l'intestazione del mittente e la dicitura rispettivamente 'A' Documentazione; "B Offerta tecnica", e "C Offerta economica".

Nel caso di imprese riunite, sia la relazione di offerta tecnica, sia l'offerta economica dovranno essere siglate in ogni pagina da tutti i partecipanti al raggruppamento.

Possono partecipare alla gara imprese raggruppate o consorziate, anche appositamente e temporaneamente. E' fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in più di una ATI, ovvero di partecipare anche in forma individuale, qualora abbiano partecipato alla gara medesima in associazione o consorzio, pena l'esclusione di tutti i soggetti coinvolti.

##### 5.1 Contenuto dell'Offerta:

La busta A) "Documentazione" dovrà contenere pena di esclusione la seguente documentazione:

- in relazione alla dichiarazione di cui al punto 11 lett.a12) del bando di gara, per i servizi resi a favore di amministrazioni o enti pubblici, la certificazione, rilasciata dagli enti medesimi, attestante il buon esito o l'andamento del rapporto;

- il nominativo del Direttore responsabile del servizio, ed i nominativi e i curricula del gruppo di lavoro che realizzerà il servizio;

- dichiarazione di impegno, di ciascun componente del gruppo di lavoro a non assumere, nel periodo di vigenza del contratto, incarichi in conflitto di interesse con l'attività oggetto del presente bando;

- la descrizione delle attrezzature tecniche, delle misure adottate per garantire la qualità, degli strumenti di studio e di ricerca dell'impresa, ai sensi dell'art.14 del D.lgs 157/95 lett.e);

- cauzione provvisoria pari al 2% dell'importo a base d'asta, indicato al punto 4, da prestarsi mediante polizza fidejussoria, bancaria o assicurativa incondizionata o rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art.107 del DLgs 385/93, con un periodo di validità della durata di sei mesi che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, nonché l'espressa rinuncia al termine di cui all'art 1957cc. La cauzione provvisoria deve recare espressa menzione che la

medesima viene prestata a garanzia: della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale; della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara, nonché della stipula del contratto. Nel caso di raggruppamento temporaneo d'impresе la cauzione è prestata dalla mandataria. La cauzione provvisoria copre il mancato avvio della prestazione a seguito della comunicazione dell'aggiudicazione e la mancata sottoscrizione del contratto.

In caso di raggruppamento di imprese la documentazione attestante la condizione minima di ammissibilità di cui al punto 11 lett. a12) del bando, deve essere certificata con riferimento al raggruppamento nel suo insieme. La documentazione (i bilanci relativi agli anni ultimi tre anni ) attestante il requisito di cui al punto 11 lett.a13) del bando stesso, dovrà essere prodotta dalla capogruppo e dalle altre società costituenti l'associazione temporanea d'impresa conformemente alle partecipazioni dichiarate.

Nel caso di raggruppamento d'impresе, inoltre, la dichiarazione di impegno di ciascun componente del gruppo di lavoro, la descrizione delle attrezzature tecniche, il nominativo del Direttore responsabile del servizio, ed i nominativi ed i curricula del gruppo di lavoro, nonché la cauzione provvisoria, dovranno essere presentate dalla società capogruppo.

La busta "B Offerta tecnica" dovrà racchiudere la relazione di offerta tecnica, anche su supporto informatico, comprendente il progetto analitico esecutivo di realizzazione del servizio, costituito da tutti gli elementi atti a definire compiutamente ed in modo univoco le attività da realizzare, sotto il profilo qualitativo, quantitativo, organizzativo, localizzativo, temporale e degli obiettivi quantificati.

L'offerta sarà siglata in ogni pagina e sottoscritta all'ultima pagina con firma per esteso e in modo leggibile dal legale rappresentante.

La busta "C Offerta economica" dovrà contenere, l'offerta economica, al netto dell'IVA. Non sono ammesse, a pena di esclusione, offerte in aumento o parziali.

L'offerta consisterà in una descrizione analitica e dettagliata dei costi, ivi compreso quello del personale (responsabile, coordinatore, senior, junior, ecc.) e quelli generali, per ciascuna attività da realizzare.

L'offerta sarà siglata in ogni pagina e sottoscritta all'ultima pagina con firma per esteso e in modo leggibile dal legale rappresentante.

Nel caso di raggruppamento l'offerta conterrà, altresì, sottoscritta per esteso in modo leggibile da ciascun componente il raggruppamento, una dichiarazione in cui saranno indicate le parti del servizio che saranno eseguite dai singoli e una dichiarazione con la quale le imprese componenti il raggruppamento si impegnano ad ottemperare a quanto previsto dall'art.11 del D. lgs 157/95 così come modificato dal D. lgs 65/2000.

## 6. CAUZIONE

La cauzione provvisoria di cui al punto 15 del bando di gara, che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, dovrà avere la validità di sei mesi.

La cauzione provvisoria deve recare espressa menzione che la medesima viene prestata a garanzia: della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale; della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara, nonché della stipula del contratto.

Per l'aggiudicatario la cauzione provvisoria sarà svincolata al momento della prestazione della cauzione definitiva; ai non aggiudicatari verrà restituita entro trenta giorni dalla richiesta.

In caso di aggiudicazione, la società aggiudicataria dovrà prestare, entro 30 giorni dalla comunicazione dell'aggiudicazione e comunque prima della stipula del contratto, cauzione definitiva, pari al 10% dell'importo aggiudicato, mediante polizza fideiussoria o assicurativa incondizionata che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione.

La cauzione definitiva copre gli oneri per il mancato o incompleto adempimento del contratto.

Nel caso di associazione temporanea di imprese la cauzione viene prestata dalla società che sarà mandataria.

Lo svincolo della cauzione definitiva avverrà alla chiusura del contratto ed all'accettazione globale di tutti i servizi da parte dell'amministrazione.

## 7. MODALITA' DI AFFIDAMENTO

L'appalto sarà aggiudicato secondo le modalità di cui all'art. 23, lett. b), del Decreto legislativo 17 Marzo 1995 n. 157 e s.m.i., a favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa, da individuarsi mediante l'applicazione dei criteri di valutazione di seguito indicati.

L'Amministrazione si riserva la facoltà di aggiudicare il servizio oggetto del presente capitolato in presenza di almeno una offerta valida, a condizione che consegua almeno 70 dei punti previsti ai fini dell'attribuzione del punteggio.

## 8. VALUTAZIONE DELLE OFFERTE

La procedura di valutazione delle offerte prevede l'attribuzione di un punteggio massimo di 100 punti sulla base dei seguenti criteri:

Criterio	Punteggio Massimo
<b>A) Qualità offerta tecnica</b>	<b>80</b>
1. Qualità e creatività della campagna di comunicazione (pianificazione media)	20
2. Qualità ed organizzazione dei servizi di direct e trade marketing	15
3. Metodologia e articolazione della proposta	15
4. Efficacia del progetto di distribuzione del sistema di documentazione turistica	10
5. Proposte migliorative	10
6. Organizzazione dei servizi di supporto (Osservatorio della comunicazione turistica e ufficio relazioni esterne e marketing operativo)	10
<b>B) Offerta economica a corpo</b>	<b>20</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>

### a) Qualità dell'offerta tecnica

La Commissione di valutazione avrà a disposizione complessivamente 80 punti per esprimere il proprio giudizio sulla rispondenza dell'offerta alle esigenze dell'Amministrazione aggiudicatrice.

### b) Offerta economica

Il punteggio sarà determinato sulla base della seguente formula:

punteggio offerta economica =  $(Q \text{ minima} / Q_x) * 20$ , dove Q minima è l'offerta economica per importo più basso, Qx è l'offerta in esame.

Nel caso di presentazione di offerte anormalmente basse, la Commissione procederà ai sensi di quanto previsto dall'articolo 25 del Decreto Legislativo 17.3.95, n°157 così come modificato dal D. lgs 65/2000.

## 9. COMPOSIZIONE DELLA COMMISSIONE E PROCEDURA DI GARA

La gara verrà celebrata presso il Settore Promozione e Sviluppo Turistico, Assessorato al Turismo, Regione Campania, Centro Direzionale Isola C5, Napoli.

La Commissione di gara, composta da un Presidente e da quattro esperti, coadiuvata da un funzionario con mansioni di segretario, sarà nominata con decreto dirigenziale. La Commissione di gara, sulla base dei criteri indicati al precedente punto 8, perverrà all'aggiudicazione provvisoria entro 60 giorni dalla data di inizio delle operazioni di gara.

Nel giorno e nell'ora stabiliti nella lettera di invito, la Commissione di gara procede, in seduta pubblica, all'esame della documentazione di cui alla busta "A Documentazione" e valuta la sussistenza dei requisiti minimi richiesti di cui al punto 5.1 del presente capitolato.

Alla seduta pubblica potrà presenziare un rappresentante per ogni offerente, munito di delega.

Alle successive fasi di gara saranno ammessi solo i concorrenti che dall'esame dei documenti contenuti nella busta "A Documentazione" risulteranno in regola con tutte le relative prescrizioni del bando di gara e del presente capitolato.

La Commissione di valutazione, ai fini della valutazione delle offerte, in occasione della seduta pubblica, e prima di aprire le buste "B" e "C" contenenti, rispettivamente, l'Offerta Tecnica e l'Offerta Economica, potrà introdurre elementi di specificazione dei criteri indicati al punto 8 del presente capitolato e dalla lettera di invito, con l'adozione di sotto-voci coerenti con le categorie generali già prefissate.

La prima parte pubblica della gara verrà chiusa con la redazione del relativo verbale.

La Commissione di valutazione, nella stessa o in altra o più sedute riservate, procederà all'apertura delle buste "B Offerta tecnica" ed all'analisi delle offerte tecniche assegnando i relativi punteggi e verbalizzando il risultato.

In seguito la Commissione, in seduta pubblica, procede all'apertura delle buste "C Offerta economica", assegnerà il relativo punteggio, procederà alla redazione della graduatoria e provvederà all'aggiudicazione provvisoria della gara.

Completate le operazioni di gara, la Commissione formula le proposte di aggiudicazione provvisoria.

Tutte le operazioni eseguite dalla Commissione vengono descritte in appositi verbali, tenuti secondo la progressione cronologica delle operazioni, redatti dal Segretario. I verbali sono firmati da tutti i componenti della Commissione e conservati agli atti dell'Amministrazione. Ai verbali vengono allegati tutti i documenti di gara, siglati dal Presidente e dal Segretario della Commissione

Dell'aggiudicazione dell'appalto sarà data comunicazione nelle forme previste dal decreto legislativo 17 marzo 1995 n.157.

L'aggiudicazione definitiva resta comunque subordinata alla registrazione del decreto di presa d'atto dei lavori della Commissione di valutazione e di aggiudicazione dell'appalto in oggetto. Sino alla predetta registrazione l'Amministrazione resta libera da qualunque impegno nei confronti della Ditta aggiudicataria e quest'ultima, in caso di mancata registrazione del decreto di aggiudicazione, si impegna a recedere dall'aggiudicazione, senza pretendere alcun rimborso o risarcimento, accettando implicitamente il conseguente provvedimento di autotutela da parte di questa Amministrazione. La partecipazione alla gara comporta l'integrale accettazione del predetto patto di rinuncia ad ogni rimborso o risarcimento e dell'eventuale provvedimento di autotutela.

L'amministrazione si riserva di disporre con provvedimento motivato, ove ne ricorra la necessità, la riapertura della gara e l'eventuale ripetizione delle operazioni di essa.

#### 10. DOCUMENTI DA PRESENTARE IN CASO DI AGGIUDICAZIONE

Dopo l'aggiudicazione l'Amministrazione inviterà, anche a mezzo telegramma, l'aggiudicatario a produrre la documentazione necessaria alla stipula del contratto di gara.

Ove il soggetto aggiudicatario non ottemperi a quanto richiesto, o non si presenti alla stipula del contratto nel giorno all'uopo stabilito, l'Amministrazione disporrà la revoca dell'aggiudicazione, riservandosi di chiedere il risarcimento danni e di attuare le procedure previste dalla normativa in vigore.

La stipula del contratto è, comunque, subordinata al positivo esito delle procedure previste dalla normativa vigente in materia di lotta alla mafia.

#### 11. MODALITA' DI EFFETTUAZIONE DEI PAGAMENTI

I pagamenti a favore dell'aggiudicataria (della capogruppo in caso di raggruppamento di imprese) saranno così effettuati:

- anticipazione del 10% dell'importo del contratto, su presentazione di fideiussione bancaria e/o assicurativa di pari importo. Tale fideiussione potrà essere successivamente ridotta, su richiesta dell'aggiudicatario, in relazione all'effettiva entità dell'anticipazione stessa;

- n° 7 rate pari ciascuna al 10% dell'importo contrattuale, sulla base di rendicontazione documentata delle spese effettuate per l'attuazione del programma proposto, fino ad una aliquota pari al 10% delle attività previste;

- 15% dell'importo, su dimostrazione dell'avvenuta realizzazione e relativa rendicontazione delle spese effettuate, sulla base del programma proposto, dell'85% delle attività previste;

- 5% dell'importo, a conclusione del programma.

Lo svincolo della fideiussione a garanzia avverrà con l'approvazione da parte dell'Amministrazione dell'ultimazione del programma e comunque non oltre 90 giorni dalla data di comunicazione dell'avvenuta ultimazione da parte dell'aggiudicatario.

La liquidazione o il pagamento del compenso avverrà, salvo diversa richiesta scritta, mediante bonifico presso la banca e il conto corrente che saranno indicati per iscritto dall'aggiudicatario. Con il prezzo offerto, l'aggiudicatario si intende compensato di tutti gli oneri impostigli con le presenti norme e per tutto quanto occorre per fornire la prestazione compiuta in ogni sua parte. L'importo contrattuale è a corpo, forfettario ed invariabile.

#### 12. VARIAZIONI E SOSPENSIONI DEL SERVIZIO

L'Amministrazione si riserva di apportare al programma offerto le variazioni che riterrà più opportune.

Tali variazioni saranno comunicate alla Società aggiudicataria con un anticipo di almeno 2 mesi rispetto alla programmazione esecutiva.

Eventuali modifiche dei costi conseguenti alle variazioni apportate saranno determinate sulla base dei costi elementari contenuti nell'offerta ovvero, in mancanza, con riferimento a tariffari nazionali applicabili alla materia e in subordine con riferimento a preventivi comparativi dei costi.

L'Amministrazione si riserva il diritto inappellabile di sospendere in tutto o in parte il servizio e quindi di risolvere immediatamente il contratto. In tal caso sarà dovuto alla Società aggiudicataria il compenso per le attività già svolte, ove non ancora corrisposto, ed un importo pari al 10% della differenza tra il 50% dell'importo contrattuale e il compenso per le attività svolte.

Nessuna maggiorazione sarà dovuta quando il compenso per le attività svolte fosse pari o superiore all'80% dell'importo contrattuale.

#### 13. COORDINAMENTO

L'Assessorato al Turismo della Regione Campania è il referente della società aggiudicataria. Allo stesso Assessorato è riservato il coordinamento dell'utilizzo delle parti che compongono il prodotto finale dell'appalto.

#### 14. CONTROLLI, RITARDI ED INADEMPIENZE

L'Amministrazione si riserva il diritto di verificare in ogni momento la rispondenza delle attività realizzate al progetto offerto e l'adeguatezza del servizio prestato e di effettuare i controlli previsti dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale in materia. A tal fine la Società aggiudicataria è tenuta ad offrire ogni collaborazione per l'effettuazione delle verifiche richieste e comunque ritenute necessarie.

In ogni caso l'impresa aggiudicatrice si assume la piena responsabilità per quanto attiene all'esattezza dei contenuti dei materiali prodotti, quella delle relative traduzioni, nonché la completezza dei dati

Per le verifiche ed i controlli è prevista la nomina, a valere sulla Mis. 4.7 del P.O.R. Campania 2000-2006, della Commissione di Monitoraggio di cui al successivo punto 15.

Nel caso di ritardi nell'effettuazione del servizio rispetto alla tempistica preventivata, dovuti a cause di forza maggiore e comunque non dipendenti direttamente dalla Società aggiudicataria, in relazione alla particolarità dei servizi da realizzare, la Società aggiudicataria dovrà darne tempestiva comunicazione all'Amministrazione illustrando le cause che li hanno determinati.

Nel caso i ritardi dovessero essere ritenuti ingiustificati, verrà applicata alla Società una penale giornaliera di 5.000 euro.

Il verificarsi di situazioni di conflitto di interesse degli aggiudicatari e dei singoli componenti del gruppo di lavoro, valutate come tali e adeguatamente motivate dall'Amministrazione ed il venir meno, durante l'esecuzione del servizio, dei requisiti prescritti nel bando di gara, ai fini della qualificazione degli offerenti, determinano la risoluzione del contratto ai sensi e per gli effetti dell'art.1456 c.c.

Nel caso di inadempienze e/o di inefficienza dei servizi offerti, l'Amministrazione, dopo aver espletato un tentativo di componimento bonario, potrà intimare alla Società aggiudicataria, a mezzo di raccomandata A.R., di adempiere a quanto necessario per il rispetto delle specifiche norme contrattuali entro il termine perentorio di 30 giorni. Qualora la Società aggiudicataria non dovesse provvedere, l'Amministrazione potrà procedere di diritto alla immediata risoluzione in danno del contratto.

La risoluzione comporterà, come conseguenza, l'incameramento da parte dell'Amministrazione, a titolo di penale, della cauzione definitiva, la sospensione dei pagamenti per le prestazioni effettuate e non ancora liquidate, nonché il risarcimento degli eventuali maggiori danni.

#### 15. COMMISSIONE DI MONITORAGGIO

Con decreto dirigenziale l'amministrazione provvederà a nominare, entro 30 giorni solari dalla data di aggiudicazione dell'appalto, una Commissione di Monitoraggio che opererà fino alla accettazione globale di tutti i servizi da parte dell'amministrazione. Tale Commissione è presieduta dal Responsabile della Mis. 4.7 o suo delegato ed è composta da quattro tecnici di specifica qualificazione professionale, commisurata alla tipologia e categoria degli interventi, alla loro complessità e all'importo.

Tale Commissione avrà, tra l'altro, il compito di:

- verificare la congruenza tra il Piano Operativo dettagliato delle attività completo di Cronogramma, di cui al precedente punto (3) e il piano di comunicazione riportato in Offerta Tecnica presentato dalla Ditta aggiudicatrice;

- monitorare tutte le attività sottostanti all'intero Servizio con la produzione di rapporti di monitoraggio bimestrali;

- proporre variazioni al programma offerto sulla base di indicazioni formulate dall'Assessorato al Turismo;

- verificare gli scostamenti dei livelli di servizio, rispetto alle prescrizioni stabilite nel presente Capitolato, a quanto presentato dalla Ditta in sede di Offerta Tecnica e di Piano Operativo dettagliato delle attività completo di Cronogramma;

- modulare l'adeguamento delle penali sullo scostamento dei livelli di servizio rispetto ai valori prestazionali concordati sino a un limite inferiore al di sotto del quale, a fronte di un servizio inaccettabile, la Commissione sottoporrà all'Amministrazione la proposta di un'eventuale risoluzione contrattuale.

#### 16. DIRITTO DI RIPRODUZIONE E DISPONIBILITA' DEL MATERIALE DI BASE

La Ditta aggiudicataria si impegna a mettere a disposizione gratuita della regione Campania, per un periodo di venti anni dalla data di stipulazione del contratto, il materiale di base utilizzato per la realizzazione di tutto il progetto, per la sua utilizzazione, anche delle singole parti, in Italia e all'estero a fini esclusivamente promopubblicitari e riconducibili allo scopo istituzionale dell'Assessorato al Turismo.

La Ditta aggiudicataria si impegna altresì a non concedere ad alcuno e a nessun titolo, l'uso di tutto il materiale sopra descritto, se non con il preventivo consenso dell'Assessorato al Turismo.

#### 17. DIRITTO D'AUTORE

Con l'aggiudicazione della gara, la regione Campania acquisisce la proprietà piena ed esclusiva di tutte le opere realizzate, di tutti i diritti che ne derivano, nonché della piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla riproduzione e al riutilizzo di tali opere, realizzate dalla ditta aggiudicataria.

La Ditta aggiudicataria riconosce alla Regione Campania, in qualità di editore delle opere, il diritto alla loro tutela, utilizzazione e sfruttamento economico.

La Ditta stessa assume la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti dei terzi che dovessero rivendicare su parti e/o elementi del progetto diritti d'autore, fatti salvi i diritti di eventuali "testimonials" del progetto.

#### 18. GARANZIA E PROPRIETÀ

I materiali prodotti, le forniture, i marchi, i logo, gli slogans e i relativi diritti patrimoniali di sfruttamento ecc., realizzati in virtù del presente appalto, sono di proprietà esclusiva della Regione Campania. L'aggiudicatario è pertanto tenuto a consegnare l'originale, su opportuno supporto, dei materiali prodotti.

L'aggiudicatario non potrà utilizzare per sé, né fornire a terzi, documenti, prodotti, dati e informazioni relativi alle attività oggetto di contratto o utilizzare gli stessi, in misura anche parziale, senza il preventivo assenso scritto dell'Assessorato al turismo.

#### 19. SUBAPPALTO

E' fatto divieto all'appaltatore di cedere o subappaltare in tutto o in parte i servizi oggetto del presente bando di gara, pena l'immediata risoluzione del contratto.

#### 20. CONTROVERSIE

Non è ammesso dalle parti il ricorso all'arbitrato.

Eventuali controversie che dovessero insorgere durante lo svolgimento del servizio tra la Società aggiudicataria e la Regione, saranno demandate al giudice ordinario.



Il Foro competente è quello di Napoli.

#### 21. SPESE DI CONTRATTO

Sono a carico dell'aggiudicatario tutte le spese relative alla stipula e registrazione del contratto nonché tasse e contributi di ogni genere gravanti sulla prestazione.

#### 22. VINCOLI

Gli aggiudicatari sono vincolati dal momento della notifica del decreto di aggiudicazione definitiva della gara.

L'aggiudicazione definitiva equivale per ogni effetto legale al contratto e legittima l'Amministrazione a disporre l'esecuzione anticipata del servizio.

#### 23. RESPONSABILITÀ

La Società aggiudicataria solleva l'Amministrazione da ogni eventuale responsabilità penale e civile verso terzi comunque connessa alla realizzazione ed all'esercizio delle attività di servizio affidate. Nessun ulteriore onere o responsabilità potrà dunque derivare a carico dell'Amministrazione, oltre al pagamento del corrispettivo contrattuale.

#### 24. RISERVATEZZA

I dati e gli elementi ed ogni informazione acquisita in sede di offerta sono utilizzati dall'Amministrazione aggiudicatrice esclusivamente ai fini del procedimento di gara e dell'individuazione degli aggiudicatari, garantendo l'assoluta sicurezza e riservatezza, anche in sede di trattamento dati con sistemi automatici e manuali.

Gli aggiudicatari si impegnano ad osservare la piena riservatezza su informazioni, documenti, conoscenze o altri elementi forniti dalle Amministrazioni e organismi responsabili dei programmi, nonché sui risultati delle attività.

#### 25. CLAUSOLA FINALE

La partecipazione alla gara comporta la piena e incondizionata accettazione di tutte le disposizioni contenute nel presente capitolato e nel bando.

Per quanto non espressamente previsto nel presente bando, si applicano tutte le norme vigenti in materia di appalti e quelle del codice civile in quanto applicabili.