

Codice A1615A

D.D. 16 dicembre 2020, n. 763

**Affidamento dei servizi di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero - Programma Interreg V-A Italia-Francia ALCOTRA 2014-2020 | Piano Integrato Tematico MITO - Progetto n. 3962. Procedura di acquisizione sotto soglia ai sensi dell'art. 36 del d.lgs. 50/2016 e s.m.i. con l'utilizzo del Mercato elettronico della P.A.. Importo di spesa Euro € 76.474,59 oltre IVA al 22% per ...**



**ATTO DD 763/A1615A/2020**

**DEL 16/12/2020**

**DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE**

**A1600A - AMBIENTE, ENERGIA E TERRITORIO**

**A1615A - Sviluppo della montagna**

**OGGETTO:** Affidamento dei servizi di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero - Programma Interreg V-A Italia-Francia ALCOTRA 2014-2020 | Piano Integrato Tematico MITO – Progetto n. 3962. Procedura di acquisizione sotto soglia ai sensi dell'art. 36 del d.lgs. 50/2016 e s.m.i. con l'utilizzo del Mercato elettronico della P.A..

Importo di spesa Euro € 76.474,59 oltre IVA al 22% per un totale di € 93.299,00  
CUP J89F18001120007; CIG 8518679C49 .

Premesso che

la Regione Piemonte con D.G.R 25-4825 del 27 marzo 2017, ha depositato la proposta di Piano Integrato Tematico (PITEM): Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio Alcotra – M.I.T.O., a valere sull'asse 3 “Attrattività del territorio” del Programma Alcotra 2014-2020;

Il PITEM si articola nei seguenti progetti tematici: Outdoor Data – Pot – Esperienze Outdoor e offerta Integrata Outdoor – Qualità, nonché da un progetto di coordinamento denominato Piano di Coordinamento e Comunicazione per brevità PCC con funzioni di raccordo e governance dell'intero PITEM;

lo stesso coinvolge 5 Regioni tra l'Italia e Francia con un budget totale di € 7.860.000,00 ;

la Regione Piemonte, Settore Montagna è capofila dell'intero progetto PITEM M.I.T.O. e , nello specifico, del progetto n. 3962 “PCC”;

il budget totale del progetto “PCC” ammonta a € 392.822,77 e la quota a disposizione di Regione Piemonte è pari a € 196.411,00;

il Comitato di Sorveglianza del Programma, nella riunione di Dignes – Les- Bains del 05/07/2017, ha approvato la strategia del PITEM e, successivamente nella seduta tenutasi a Imperia in data 11

luglio 2018, ha approvato il progetto “PCC”;

la convenzione di attribuzione del contributo FESR relativo al progetto singolo n. 3962 “PCC – MITO” è stata sottoscritta dai partner in data 3 ottobre 2018;

le attività del progetto “PCC - Progetto di Coordinamento e Comunicazione” ed in particolare quelli afferenti al WP2 “Comunicazione Istituzionale” prevedono l’elaborazione dell’immagine coordinata del Piano, la definizione del Piano di Comunicazione e della campagna promozionale ed eventi di comunicazione.

Considerato che

al fine di garantire lo svolgimento di dette attività è necessario procedere all’affidamento di progettazione, realizzazione e gestione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero, per avere un approccio unitario sotto il profilo della comunicazione dell’intero progetto PITEM;

il progetto “PCC - Progetto di Coordinamento e Comunicazione”, prevede la realizzazione di appalti comuni tra i partner, in linea con quanto stabilito dalla Guida di attuazione del Programma, per i quali le spese comuni sono sostenute da ciascun partner, per la propria quota di competenza;

i partner Regione Piemonte, Visit Piemonte e Regione Valle d’Aosta, al fine di migliorare l’efficacia della comunicazione del Piano di campagna promozionale ad esso collegata, hanno ritenuto di procedere con un unico affidamento gestito dalla Regione Piemonte con la compartecipazione finanziaria da parte di ogni partner entro il limite delle quote di spesa previste dal progetto nel rispetto delle procedure previste da uno specifico accordo tra i partner succitati da stipularsi prima dell’avvio del procedimento di affidamento.

Visto l’Accordo integrativo alla Convenzione di cooperazione transfrontaliera relativa al progetto n. 3962 “PCC- MITO” tra Regione Piemonte, DMO S.c.r.l. , e Regione Valle d’ Aosta, per l’attuazione delle attività di comunicazione previste nell’ambito del suddetto progetto n. 3962 già formalizzato con propri atti da ciascun partner.

Dato atto che, in riferimento alle procedure comuni previsti nel succitato Accordo integrativo, gli importi previsionali (IVA inclusa) degli impegni finanziari ripartiti tra i partner coinvolti nella spesa sono i seguenti:

Attività	Costo totale	Regione Piemonte	Regione Valle d’Aosta	DMO S.C.R.L. Piemonte
2.1.1 Piano di Comunicazione;	€. 93.299,00	€. 55.873,00	€. 15.000,00	€. 22.426,00
2.3 Campagna promozionale	<b>100%</b>	<b>59,88%</b>	<b>16,08%</b>	<b>24,04%</b>

Preso atto che

come previsto nell’Accordo integrativo, la Regione Piemonte ricoprirà il ruolo di stazione appaltante per l’affidamento del servizio in questione dal valore di € 76.474,59 oltre IVA al 22% per un totale di € 93.299,00;

al punto 4.1 del succitato accordo prevede che a seguito dell'affidamento delle prestazioni, si procederà ai pagamenti con le seguenti modalità: l'operatore affidatario emetterà distinte fatture all'attenzione di ciascun partner coinvolto nella spesa. L'ammontare di ciascuna fattura sarà stabilito in ragione della quota percentuale di partecipazione alla spesa assegnata a ciascun partner e nel rispetto delle tranches di pagamento indicate nel contratto;

la quota di spesa assegnata alla Regione Piemonte ammonta a € 55.873,00 o.f.i. corrispondente al 59,88%;

la copertura finanziaria della quota di spesa di €55.873,00 assegnata alla Regione Piemonte trova riscontro nelle prenotazioni di spesa disposte con DD n. 3773 del 5 novembre 2019 e con n. DD-A16 735/2020 del 14/12/2020;

i partner Visit Piemonte DMO Scrl e Regione Autonoma Valle d'Aosta come previsto al punto 2.2 (impegni finanziari) dell'Accordo integrativo sottoscritto, si impegnano a partecipare finanziariamente alla spesa secondo gli importi previsti dall'Accordo integrativo, rispettivamente di € 22.426,00 e di € 15.000,00.

Tenuto conto che, con successivi atti dirigenziali, espletate le procedure di affidamento, si procederà a ridurre le prenotazioni di spesa disposte con DD n. 3773 del 5 novembre 2019 e con n. DD-A16 735/2020 del 14/12/2020, e ad assumere l'impegno di spesa in base all'importo aggiudicato, entro i limiti percentuali previsti dall'Accordo integrativo alla Convenzione di Cooperazione Transfrontaliera relativa al progetto n.3962 "PCC- MITO".

Ritenuto necessario avviare le procedure per acquisire il servizio di Pianificazione ed Attuazione di un Piano di Comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato Tematico – Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio Alcotra (MITO) progetto PCC n.3962, per la durata dalla decorrenza dalla stipula del relativo contratto, fino alla conclusione del progetto previsto per il 31/12/2022.

Ritenuto di quantificare la base d'asta in € 76.47459 oltre IVA al 22%;

dato atto che non sono attive convenzioni Consip s.p.a. o SCR Piemonte s.p.a. di cui all'art. 26 della legge 488/1999 e s.m.i. ed all'art. 1, commi 455-456 della legge 296/2006 o accordi quadro Consip s.p.a. di cui all'art. 2, comma 255, della legge 191/2009, aventi ad oggetto beni/servizi comparabili con quelli relativi alla presente procedura di approvvigionamento;

ritenuto di utilizzare, per la procedura di affidamento, il Mercato elettronico della pubblica amministrazione in conformità a quanto disposto dall'art. 7 del decreto legge 52/2012, convertito in legge 94/2012;

ritenuto, pertanto, di procedere successivamente mediante una procedura negoziata attraverso RDO aperta da pubblicarsi sul portale MePA alla quale qualsiasi operatore economico abilitato sul MePA possa partecipare, di procedere all'affidamento ai sensi dell'art. 36 comma 2, lett. b del d.lgs. 50/2016 e s.m.i. del servizio in oggetto;

ritenuto di effettuare la scelta del contraente con l'utilizzo del criterio **dell'offerta economicamente più vantaggiosa in conformità** ai sensi dell'art. 95 del D.lgs. n. 50/2016, secondo quanto meglio

sarà specificato nella successiva documentazione di gara che sarà resa disponibile ai soli soggetti ammessi a partecipare.

**Visto il Decreto Legge n. 34/2020** che ha confermato l'**esonero temporaneo** del pagamento dei **contributi di gara (CIG) all'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC), per tutte le procedure di gara avviate dal 19 maggio 2020 fino al 31 dicembre 2020**, dovuti da parte dei soggetti pubblici e privati.

Rilevato che sono stati condotti accertamenti volti ad appurare l'esistenza di rischi da interferenza nell'esecuzione dell'appalto in oggetto e non è stata riscontrata la presenza di alcun rischio, per le modalità di svolgimento dell'appalto in oggetto non è necessario redigere il DUVRI e conseguentemente, non sussistono costi per la sicurezza, in conformità a quanto previsto dall'art. 26, comma 3-bis2 del D.lgs. 81/2008 e s.m.i.;

dato atto che è stato richiesto il seguente il Codice Identificativo Gara **CIG 8518679C49** ;

attestata l'avvenuta verifica dell'insussistenza, anche potenziale, di situazioni di conflitto di interesse;

attestata la regolarità amministrativa del presente atto ai sensi della D.G.R. n. 1-4046 del17/10/2016;

#### IL DIRIGENTE

Richiamati i seguenti riferimenti normativi:

- Visto il d.lgs. 50/2016 e s.m.i. "Codice dei contratti pubblici";
- Visto il d.lgs. n. 165/2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche" e s.m.i.;
- Vista la l.r. n. 23/2008 "Disciplina dell'organizzazione degli uffici regionali e disposizioni concernenti la dirigenza e il personale" e s.m.i.;
- Visto il d.lgs. n. 14/03/2013, n. 33 "Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni" e s.m.i.;
- Visto il d.lgs. n. 118/2011 "Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 5 maggio 2009, n. 42" e s.m.i..
- Visto il Piano triennale di prevenzione della corruzione (P.T.P.C.) e il relativo Programma per la trasparenza per il triennio 2020 - 2022";
- Vista la Legge regionale 31 marzo 2020, n. 8. Bilancio di previsione finanziario 2020-2022.

*determina*

per le motivazioni espresse in premessa, di pubblicare sul profilo del committente, e sui siti internet delle amministrazioni partner, l' Avviso pubblico per la la manifestazione d'interesse a partecipare ad una competizione per il servizio in oggetto, finalizzato esclusivamente a ricevere manifestazioni

di disponibilità da parte degli operatori economici interessati;

conclusasi la prima fase esplorativa, di invitare con RDO aperta almeno cinque operatori presenti sul MePA selezionati come indicato al punto 4 dell'Avviso pubblico per la manifestazione d'interesse e, di proseguire con la successiva procedura negoziata sotto soglia, ai sensi dell'art.36, comma 2, lett. b), del Codice degli Appalti, da espletare sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione MePA, avente ad oggetto il servizio di Pianificazione ed attuazione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato Tematico – Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio ALCOTRA (MITO) ;

di approvare i contenuti dell'Avviso pubblico per la manifestazione di interesse art. 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. 50/2016 ( All. 1) e il Capitolato tecnico (All. 2) ;

di demandare ai successivi atti l'approvazione della lettera d' invito a presentare l'offerta;

il Responsabile Unico del Procedimento ai sensi dell'art.31 del D.lgs.50/2016 è l' arch. Francesco Leccese, Responsabile del Settore Sviluppo della Montagna Direzione Ambiente, Energia e Territorio ;

di provvedere alla pubblicazione del presente atto sul sito web istituzionale della Regione Piemonte [www.regione.piemonte.it](http://www.regione.piemonte.it), in ossequio alla normativa vigente in materia di Amministrazione Trasparente.

Avverso la presente determinazione è possibile ricorrere al Tribunale Amministrativo regionale entro 30 giorni dalla conoscenza dell'atto, secondo quanto previsto all'art. 120 del Decreto legislativo n. 104 del 2 luglio 2010 (Codice del processo amministrativo).

IL DIRIGENTE (A1615A - Sviluppo della montagna)  
Firmato digitalmente da Francesco Leccese

Si dichiara che sono parte integrante del presente provvedimento gli allegati riportati a seguire <sup>1</sup>, archiviati come file separati dal testo del provvedimento sopra riportato:

1. All.1-AVVISO\_MANIFESTAZIONE\_DI\_INTERESSE.doc
2. All.2\_capitolato\_definitivo.doc



Allegato

---

1 L'impronta degli allegati rappresentata nel timbro digitale QRCode in elenco è quella dei file pre-esistenti alla firma digitale con cui è stato adottato il provvedimento

All.1.

## AVVISO PUBBLICO PER MANIFESTAZIONE D'INTERESSE

a partecipare alla procedura negoziata ai sensi dell'articolo 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. 50/2016, Codice dei contratti pubblici (di seguito "Codice"), per l'affidamento del servizio di *"Pianificazione ed attuazione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato Tematico – Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio ALCoTra (MITO)"* .

**Importo di spesa:** € 76.474,59 oltre IVA al 22% per un totale di € 93.299,00  
CUP: J89F18001120007; CIG 8518679C49.

### IL RESPONSABILE DEL SETTORE

in esecuzione della Determinazione Dirigenziale n. .... del .....,

### RENDE NOTO

che la Direzione Ambiente, Energia e Territorio - Settore Sviluppo della Montagna (di seguito indicata "Stazione Appaltante"), con il presente avviso intende affidare il servizio in oggetto nel rispetto dei principi di libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità, nonché di pubblicità con le modalità indicate dal D. Lgs. 50/2016 e s.m.i. - Codice dei contratti pubblici (di seguito indicato "Codice").

Gli operatori economici interessati, in possesso dei requisiti indicati al successivo punto 2.4 sono invitati a manifestare il proprio interesse a partecipare alla procedura entro e **non oltre il termine delle ore ...del giorno....**

**Il presente avviso, pubblicato sul sito internet istituzionale dell'Amministrazione, [www.regione.piemonte.it](http://www.regione.piemonte.it) e sui siti internet delle amministrazioni partner italiane francesi, non indice alcuna procedura di gara e non presuppone la formazione di una graduatoria di merito o l'attribuzione di punteggi.**

Il presente avviso è finalizzato esclusivamente a ricevere manifestazioni di disponibilità da parte degli operatori economici interessati, al fine di invitare i medesimi alla successiva procedura negoziata sotto soglia, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. b), del Codice, da espletare sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePa); è pertanto indispensabile che gli operatori economici che manifestano la propria disponibilità ad essere consultati nella procedura negoziata siano registrati ed abilitati presso il MePa nell'ambito della categoria merceologica denominata "servizi di supporto specialistico".

Esso non costituisce proposta contrattuale, non determina l'instaurazione di posizioni giuridiche od obblighi, non comporta graduatorie di merito o attribuzione di punteggi e non vincola in alcun modo la Stazione appaltante, che sarà libera di sospendere, modificare o annullare in qualsiasi momento il procedimento avviato, senza che i soggetti richiedenti la partecipazione possano vantare alcuna pretesa.

## 1. STAZIONE APPALTANTE:

Regione Piemonte - Direzione Ambiente, Energia e Territorio - Settore Sviluppo della Montagna.

Punti di contatto: Settore Sviluppo della Montagna Tel. **011.4322920**,

**PEC [montagna@cert.regione.piemonte.it](mailto:montagna@cert.regione.piemonte.it) ;**

Ai sensi dell'art. 31 del D. Lgs n. 50/2016, il Responsabile Unico del Procedimento (RUP), individuato nell'ambito della Stazione Appaltante, è l'arch. Francesco Leccese **email:** [francesco.leccese@regione.piemonte.it](mailto:francesco.leccese@regione.piemonte.it)

## 2. INFORMAZIONI GENERALI

### 2.1 - OGGETTO DELL'AVVISO

L'appalto ha per oggetto la pianificazione e gestione di un piano di comunicazione nell'ambito del Progetto PITEM MITO – PCC ALCOTRA 2014-2020, al fine di garantire un approccio unitario sotto il profilo della comunicazione dell'intero progetto PITEM.

La tipologia delle prestazioni richieste sono dettagliate nell'**Allegato 2 – Capitolato tecnico**.

### 2.2- DURATA E VALORE DELL'APPALTO

Il valore massimo presunto dell'appalto è di € **76.474,59** oltre IVA al 22% ed oneri fiscali se dovuti

Il servizio dovrà essere reso con decorrenza dalla stipula del relativo contratto, fino alla conclusione del progetto previsto entro il 31/12/2022.

Si precisa altresì che la durata dell'affidamento potrà essere diversificata in base all'esigenza della stazione appaltante.

### 2.3-REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Sono ammessi a manifestare il proprio interesse a partecipare alla procedura gli operatori economici di cui all'articolo 45 del Codice, non devono trovarsi nelle situazioni previste dall'articolo 80 del D. Lgs. n. 50/2016;

- A) devono possedere capacità tecniche e professionali necessarie per l'espletamento delle attività del servizio richiesto di cui all'art. 83 del D. Lgs. n. 50/2016, nella stessa tipologia oggetto di manifestazione d'interesse;
- B) almeno 5 anni di esperienza, in attività di comunicazione e gestione piani di comunicazione della PA – da dimostrarsi producendo Curriculum Vitae specifico, distinguendo committente, anno ed importo;
- C) esecuzione, negli ultimi 2 anni, di almeno 2 incarichi aventi ad oggetto, anche non esclusivo, attività riconducibili alla gestione di piani di comunicazione a favore di P.A., da dimostrarsi producendo Curriculum Vitae specifico, distinguendo

- committente, anno ed importo in cui dovrà essere ben evidente il numero complessivo ;
- D) Precedenti esperienze in ambito transfrontaliero e/o di progettazione europea;
  - E) Gli anni di esperienza dovranno essere maturati all'atto della pubblicazione del presente avviso;
  - F) un coordinatore del gruppo di lavoro dovrà avere conoscenza fluente di entrambe le lingue parlate e scritte;
  - G) avere un fatturato minimo non inferiore ad € 75.000,00 nell'ultimo triennio (2018/19/20) per ogni annualità considerata;
  - H) devono inoltre possedere l'abilitazione al MEPA al momento della presentazione della manifestazione di interesse, con riferimento alla specifica categoria merceologica "servizi di supporto specialistico";
  - I) osservino ed applichino integralmente nei confronti di tutti i lavoratori dipendenti il trattamento economico e normativo previsto dai contratti collettivi nazionali e territoriali di lavoro della categoria, vigenti nel territorio di esecuzione del contratto, siano in regola con le assunzioni obbligatorie dei lavoratori disabili ai sensi della Legge 68/99, rispettino tutti gli adempimenti assicurativi, previdenziali e fiscali derivanti dalle leggi in vigore, nella piena osservanza dei termini e modalità previsti dalle leggi medesime.

I requisiti devono essere opportunamente documentati per ciascun punto richiesto, in particolare indicando le attività svolte ed i relativi importi per i punti B,C;

l'assenza, anche di uno dei suddetti requisiti, comporterà l'esclusione alla fase successiva.

I soggetti vincitori dovranno avere inoltre una sede operativa nell'area ALCOTRA e si impegnino a mantenerla fino al termine dell'erogazione del servizio, qualora risultassero aggiudicatari dell'appalto;

(in alternativa)

si impegnino ad attivare una sede operativa nell'area ALCOTRA prima della stipula del contratto e si impegnino a mantenerla fino al termine dell'erogazione del servizio, qualora risultassero aggiudicatari dell'appalto.

Decorsi 10 giorni dalla comunicazione per la firma del contratto senza che sia stata attivata la sede, il contratto non sarà sottoscritto.

Divenuta efficace l'aggiudicazione, la stipulazione del contratto d'appalto deve avere luogo entro i successivi 35 giorni dall'aggiudicazione.

### **3. MODALITÀ E TERMINE PER IL RISCONTRO ALL'INDAGINE DI MERCATO.**

Gli operatori economici che, essendo in possesso dei requisiti minimi sopra indicati, desiderano manifestare il proprio interesse a partecipare all'eventuale procedura di gara per l'affidamento del servizio dovranno far pervenire entro e non oltre le ore ....

del giorno ..... il riscontro al presente Avviso, corredato da una dichiarazione in merito al possesso dei requisiti di ammissione di cui sopra, completa di dati anagrafici, indirizzo, numero di telefono, indirizzo PEC, codice fiscale/partita IVA dell'aspirante candidato.

**La manifestazione d'interesse, dovrà essere redatta utilizzando l'apposito modello predisposto dalla Stazione Appaltante allegato al presente Avviso (Allegato A), dovrà**

essere sottoscritta dal legale rappresentante e presentata unitamente alla fotocopia di un documento d'identità del sottoscrittore in corso di validità e dovrà essere inviata, con oggetto: **“Servizio di Pianificazione ed attuazione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato Tematico – Progetto n. 3962 PCC”**, mediante PEC al seguente indirizzo:

**Pec: montagna@cert.regione.piemonte.it**

**N.B. Alla Manifestazione di interesse non dovrà essere allegata alcuna offerta economica, pena l'inammissibilità della stessa.**

#### **4. VALUTAZIONE E SVOLGIMENTO DELLA SELEZIONE DELLE MANIFESTAZIONI**

Il RUP e la commissione di valutazione, effettueranno dopo la scadenza del termine sopraindicato, l'esame delle manifestazioni d'interesse pervenute entro il termine prescritto e formerà l'elenco di quelle risultate ammissibili in quanto in possesso dei requisiti e le capacità professionali richieste nel presente Avviso.

Laddove le manifestazioni di interesse ammissibili dovessero essere in numero pari o inferiore a 5, l'eventuale invito alla procedura negoziata successiva verrà recapitato a tutti. Nel caso in cui pervengano più di 5 (CINQUE) manifestazioni d'interesse il RUP inviterà i primi 5 concorrenti che avranno punteggi più alti nel requisito C dell'art. 2.3.

**I contratti non aventi ad oggetto attività riconducibili a quanto sopra non verranno presi in considerazione, in quanto la specificità dei compiti che l'Amministrazione intende affidare è tale da poter essere adeguatamente svolta solo da operatori economici aventi l'esperienza richiesta nel settore indicato.**

L'Amministrazione, ove ritenuto opportuno o necessario, si riserva la possibilità di non dare corso alla successiva procedura di gara, ancorché abbia ricevuto più candidature da parti di operatori economici; parimenti, si riserva la possibilità di procedere, anche in presenza di una sola candidatura.

#### **5. MODALITÀ DI AGGIUDICAZIONE DELLA PROCEDURA NEGOZIATA**

La procedura verrà espletata con le modalità previste dall'ex art. 36 comma 2 lett. b) del D.Lgs n. 50/2016, tramite RDO nel MEPA sul bando “Servizi per la P.A.. Le offerte saranno valutate con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 95, comma 3, lett. b) del Codice degli Appalti.

#### **6. TRATTAMENTO DATI PERSONALI**

I dati personali forniti dai concorrenti saranno trattati, ai sensi del Regolamento UE 2016/679 (Regolamento Generale sulla Protezione dei dati) e del D.Lgs. 196/2003, come modificato dal D.Lgs. 101/2018, esclusivamente per finalità connesse all'espletamento della procedura.

Gli operatori economici partecipanti avranno la facoltà di esercitare i diritti previsti dal suddetto articolo.

## 7. INFORMAZIONI E CHIARIMENTI

Eventuali richieste di chiarimenti e quesiti verranno presi in considerazione solo se formulati in italiano e in forma scritta all'indirizzo PEC [montagna@cert.regione.piemonte.it](mailto:montagna@cert.regione.piemonte.it). con il seguente oggetto:

**MANIFESTAZIONE DI INTERESSE - “Servizio di Pianificazione ed attuazione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato Tematico – Progetto n. 3962 PCC”. (CUP J89F18001120007; CIG 8518679C49).**

Le risposte verranno pubblicate nelle stesse forme del presente Avviso.

Il termine per la presentazione dei quesiti è fissato alle ore \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_.

L'Amministrazione appaltante, fermo restando quanto previsto dall'art. 48 del codice, si riserva di verificare la veridicità dei requisiti dichiarati dall'aggiudicatario nell'istanza, mediante l'acquisizione dei certificati attestanti il possesso degli stati, dei fatti e delle qualità ivi dichiarati.

Il Dirigente Responsabile  
Francesco Leccese

Si allegano:

- Allegato 2 capitolato tecnico
- Allegato A

Allegato

al:

“Servizio di Pianificazione ed attuazione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato Tematico – Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio Alcotra (Mito)

Invio a mezzo pec all'indirizzo: PEC montagna@cert.regione.piemonte.it ,

Manifestazione di interesse a partecipare alla procedura negoziata, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. b, del D.Lgs. 50/2016, *Codice dei contratti pubblici*, da espletare sul MePA, per l'affidamento del servizio di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero - Programma Interreg V-A Italia-Francia ALCOTRA 2014-2020 | Piano Integrato Tematico MITO – Progetto n. 3962. CUP J89F18001120007;

Il sottoscritto

(cognome)

(nome)

(codice fiscale)

nato a

(luogo)

(prov.)

(data)

residente a

(luogo)

(prov.)

(indirizzo)

nella sua qualità di .....

.....

dell'operatore economico .....

.....

sede legale .....

.....

sede operativa .....

.....

partita Iva ..... codice fiscale .....

.....

n. telefono ..... n. fax: .....

.....

indirizzo di posta elettronica: .

.....

indirizzo di posta elettronica certificata: .....

.....

**DICHIARA**

che la sua ditta è iscritta al bando MEPA “Servizi per la P.A. - con riferimento alla specifica categoria merceologica “servizi di supporto specialistico”;

**MANIFESTA IL PROPRIO INTERESSE**

**a partecipare alla procedura negoziata per l’affidamento dell’incarico in oggetto.**

Il sottoscritto allega alla presente copia fotostatica di proprio documento di riconoscimento in corso di validità.

A tal fine, consapevole delle sanzioni penali previste dall’articolo 76 del D.P.R. n. 445/2000 per le ipotesi di formazione di atti e dichiarazioni mendaci,

Luogo e data \_\_\_\_\_

Sottoscritto digitalmente dal  
Rappresentante dell’impresa

\_\_\_\_\_

## **AII. 2**

### **CAPITOLATO TECNICO**

#### **Progetto per l'affidamento dei servizi di *“Pianificazione ed attuazione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero per il Piano Integrato TEMatico – Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio ALCoTra (acronimo PITEM MITO OUTDOOR)”***

La Regione Piemonte – Direzione Ambiente, Energia e Territorio - Settore Sviluppo della Montagna - nell'ambito del Progetto PITEM MITO – PCC ALCOTRA 2014-2020, al fine di garantire un approccio unitario sotto il profilo della comunicazione dell'intero progetto PITEM, intende affidare la progettazione, realizzazione e gestione di un piano di comunicazione, attività di ufficio stampa e media relation transfrontaliero.

### **Premessa**

#### **Contesto in cui si inserisce l'attività.**

Le Alpi costituiscono un'attrattiva turistica di richiamo mondiale. Il territorio alpino rappresenta un'importante destinazione per i turisti che da molti Paesi europei ed extraeuropei raggiungono le rinomate stazioni sciistiche italiane e francesi per praticare lo sci alpino. Oggi, a causa della crisi economica mondiale, della concorrenza di mercato e dell'innalzamento della quota neve, il prodotto turistico montagna invernale connesso alla sola pratica dello sci è ormai maturo e, in alcuni casi, in fase di stagnazione. Occorre definire e attuare una strategia comune per diversificare tale offerta e potenziare la crescita positiva del prodotto montagna estiva e outdoor sui mercati nazionali e internazionali, al fine di concorrere attraverso il turismo sostenibile, alla crescita dell'economia verde nei territori alpini transfrontalieri.

I gruppi montuosi che costituiscono la cerniera alpina italo-francese rappresentano un ottimo terreno per intraprendere questa via: hanno elementi fisico-ambientali in continuità geografica, aspetti culturali e sociali connessi alle tradizioni e alla storia che li caratterizzano fortemente come un unicum territoriale transfrontaliero. È opportuno individuare e promuovere, secondo protocolli comuni, l'offerta connessa al turismo sostenibile fortemente esperienziale e partecipata attraverso il coinvolgimento della popolazione residente e l'interazione con i turisti nell'uso consapevole delle risorse naturali e culturali-identitarie che il territorio offre. Il patrimonio escursionistico, ciclo escursionistico, ma in generale tutte le attività connesse all'outdoor in ambito transfrontaliero, rappresentano un interessante banco di prova su cui avviare una concreta collaborazione comune tra i due Paesi.

La costruzione di prodotti turistici transfrontalieri va pertanto nella direzione di un'offerta intersettoriale, finalizzata a promuovere una più ampia porzione territoriale e a raggiungere un bacino di utenti allargato. Il percorso escursionistico diventa il punto di partenza che mette in relazione diversi settori quali enogastronomia, cultura, percorsi tematici, attività sportive, benessere, spiritualità, attività didattiche.

### **IL PROGETTO PITEM MITO OUTDOOR**

All'interno della programmazione di cooperazione transfrontaliera Italia-Francia Interreg Alcotra 2014-2020, è ricompreso il progetto PITEM M.I.T.O. OUTDOOR - Modelli integrati per il turismo outdoor nello spazio ALCoTra (Alpi Latine COoperazione TRAnsfrontaliera).

Il progetto coinvolge 5 Regioni e 10 Dipartimenti, partner italiani e francesi che intendono affrontare una sfida importante: creare un mercato turistico internazionale per l'outdoor nello spazio ALCOTRA. Questo territorio, da un punto di vista turistico, possiede due grandi polarità nord-sud già molto rinomate che, fungono da "faro" di richiamo per il turismo internazionale: il Monte Bianco e la Costa Azzurra. Il territorio compreso tra questi due poli possiede un patrimonio naturalistico eccezionale e una varietà di paesaggi difficilmente riscontrabile. L'area si estende a cavallo della catena alpina fino a lambire la riviera ligure e francese. È un'area "forte" nel contesto europeo dal punto di vista economico. L'area presenta alcuni distretti turistici già molto sviluppati, ma con una forte stagionalizzazione; e aree con forti potenzialità che, al contrario, non riescono a emergere. Alcune attività outdoor sono già sviluppate, ma conosciute solo a livello locale con aperture su mercati europei e, in maggioranza, concentrate sul turismo sciistico invernale. L'analisi dei problemi evidenzia un prodotto outdoor nella zona ALCOTRA scarsamente strutturato, visibile e fruibile per il pubblico.

#### **Partner coinvolti:**

Regione Piemonte(Coordinatore del piano integrato); Regione Autonoma Valle d'Aosta; Regione Liguria; Département des Alpes de Haute-Provence; Département des Alpes-Maritimes; Regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra; Département des Hautes-Alpes; Comité Régional Tourisme Rhône Alpes; Département de la Savoie

; VisitPiemonte (DMO Piemonte Scrl).

**II PITEM MITO Outdoor** si compone dei seguenti progetti tematici fortemente connessi tra loro, ciascuno con una propria strutturazione ben definita:

- **Progetto 1 - COORDINAMENTO E COMUNICAZIONE (PCC):** il progetto ha l'obiettivo di coordinare le attività progettuali, di rendicontazione e di comunicazione globale delle azioni generate dai progetti singoli che costituiscono il Piano Integrato Tematico (PITEM). Gli strumenti principali individuati a tal fine sono:

a) un piano gestionale con l'istituzione degli organi di governance e di gruppi di lavoro per assicurare la realizzazione di ciascun obiettivo previsto monitorando tempistiche, budget, eventuali cambiamenti, rischi che potrebbero compromettere il successo del progetto, esigenze di stakeholders interessati;

b) un piano di comunicazione e di mainstreaming: con un triplice scopo: garantire la comunicazione interna tra partner; realizzare la comunicazione istituzionale verso pubblici di riferimento esterni; validare risultati per garantire continuità ai risultati ottenuti dai progetti singoli.

**Capofila: Regione Piemonte, Assessorato alla Sviluppo della Montagna, Foreste, Parchi, Enti locali**  
**Durata: 03 ottobre 2018 – 02/01/2023**

- **Progetto 2 - OUTDOOR DATA:** grazie alla governance transfrontaliera, questo progetto promuove il dialogo e la collaborazione tra gli esperti della gestione dei siti e delle infrastrutture legate agli sport

outdoor, l'adozione di protocolli, metodologie e strumenti tecnici convergenti, facilitando la diffusione dei dati geo-turistici, la loro armonizzazione, l'alimentazione dei sistemi informatici, la classificazione dei servizi per i turisti e il monitoraggio delle presenze. Una migliore gestione delle informazioni turistiche per le attività outdoor renderà più facile ai clienti l'accesso alle informazioni su siti, percorsi e prodotti disponibili, generando un possibile aumento dei benefici economici per l'area, nonché un incremento del loro livello di soddisfazione.

**Capofila: Région SUD PACA**  
**Durata: 03 ottobre 2018 – 02 ottobre 2021**

- **Progetto 3 - OFFERTA INTEGRATA OUTDOOR- QUALITÀ (OUTDOOR OFF):** mira a strutturare e rafforzare un'offerta turistica integrata e transfrontaliera che, attorno al prodotto outdoor, crei proposte di tempo libero in cui le altre risorse turistiche del territorio, come quelle ambientali, culturali, paesaggistiche, enogastronomiche etc., si completino e rafforzino. Elemento comune e catalizzatore dell'offerta è la qualità che si concretizza nei servizi e nella professionalizzazione degli operatori coinvolti nel processo. Negli ultimi anni, lo sviluppo del turismo outdoor ha segnato una svolta decisiva e l'attività richiede, ora più che mai, di possedere competenze in grado di relazionarsi con l'evoluzione dei processi in corso. Secondo step del progetto sarà di mettere in atto politiche di promozione e commercializzazione del prodotto turistico outdoor strutturato.

**Capofila: VisitPiemonte (DMO Piemonte srl)**  
**Durata: 26 settembre 2019 – 25 settembre 2022**

- **Progetto 4 - Percorsi outdoor transfrontalieri:** il progetto intende potenziare la rete degli itinerari ciclabili e pedestri a livello transfrontaliero, mediante l'analisi delle criticità e la realizzazione di infrastrutture e attrezzature. In continuità con il progetto 2, si prefigge l'obiettivo di individuare un percorso transfrontaliero che rappresenti un corridoio "fluidico" in zona ALCOTRA, un "albero" principale verso cui far convergere i rami, mobilitando le principali filiere dell'outdoor (piste ciclabili, mountain bike, itinerari pedestri, ecc.), creando così una serie di collegamenti e raccordi con i percorsi già esistenti (Via Francigena, Eurovelo8, Routes du Sel, La Routo, GR5, Via Alpina, Via dei Pellegrini).

**Capofila: Regione Valle d'Aosta**  
**Durata: 03 ottobre 2018 – 02 ottobre 2021**

- **Progetto 5 - Esperienze outdoor:** formalizzare, capitalizzare i prodotti, i metodi

e le esperienze maturate allo scopo di assicurare delle efficaci attività di diffusione e trasferimento; attivazione di progetti pilota su alcune tematiche trasversali: grandi eventi, costruzione di siti/luoghi ambasciatori del territorio.

**Capofila: Regione Piemonte, Regione Piemonte, Assessorato alla Sviluppo della Montagna, Foreste, Parchi, Enti locali**

**Durata: 15 ottobre 2019 – 14 ottobre 2022**

## **Art. 1. SERVIZI RICHIESTI**

Il contratto, ha ad oggetto la pianificazione e gestione di un piano di comunicazione integrato, articolato in comunicazione interna ed esterna, secondo successive fasi descritte oltre, a supporto del PITEM MITO sopra descritto.

Si ricerca un'agenzia di comunicazione e relazioni pubbliche che operi sul mercato italiano e francese, nello specifico all'interno delle aree geografiche ricomprese nel progetto: Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta, Regioni Auvergne-Rhône-Alpes e Provence Alpes Côte d'Azur (PACA) all'interno dei rispettivi Dipartimenti: Alpes-Maritime, Hautes-Alpes; Savoie. È richiesta conoscenza diretta della rete territoriale e dei media locali; il personale dedicato al progetto dovrà avere una conoscenza fluente di entrambe le lingue parlate e scritte, in quanto dovrà lavorare a stretto contatto con i partner progettuali, seguire l'evoluzione dei progetti ed i target interessati, dinamizzare la comunicazione attraverso i media locali ed internazionali. Precedenti esperienze in ambito transfrontaliero e/o di progettazione europea, e/o di collaborazione con Istituzioni ed Enti Pubblici saranno considerati elementi preferenziali ai fini della valutazione finale dell'agenzia vincitrice della presente gara.

Il piano integrato tematico MITO Outdoor è articolato e complesso nella sua strutturazione, include numerosi partner che sono operativi su più progetti singoli. L'esigenza del committente è, quindi, di dare visibilità, verso l'esterno, delle attività realizzate grazie all'utilizzo dei fondi europei e comunicare in modo chiaro e coinvolgente i relativi benefici che i territori interessati ne trarranno; e, verso l'interno, di garantire una comunicazione continuativa e fluida tra i vari partner affinché ci sia conoscenza reciproca delle attività che si stanno portando avanti.

Come sopra indicato, alcuni progetti sono già in corso, e gli altri sono in itinere.

### **La necessità è di:**

- accompagnare la comunicazione complessiva del piano tematico integrato nel corso delle diverse fasi di svolgimento, comunicazione che dovrà, pertanto, essere calibrata e mirata a seconda delle informazioni disponibili fornite dai partner, del materiale realizzato e dei risultati ottenuti;
- raccordare e amplificare le attività e /o gli output di comunicazione, gli eventi e le iniziative che sono realizzate sui singoli progetti e già promosse dai partner;

- coordinamento e uniformità di comunicazione con il **Progetto 5 - Esperienze outdoor**;



## **Art 2. TIPOLOGIA DEI SERVIZI DA ESEGUIRE**

### **Studio, redazione e attuazione Piano di comunicazione.**

Il documento denominato “**Piano di comunicazione integrato**” dovrà comprendere premessa, obiettivi, target, azioni, strumenti e monitoraggio seguendo le indicazioni fornite nello specifico:

**2.1** si richiede la proposta di un piano di comunicazione integrato che preveda azioni e strumenti online e offline per rendere più efficace la diffusione dell'informazione durante il corso del progetto, seguendo lo sviluppo della progettazione.

Il piano dovrà permettere la valutazione della fattibilità delle proposte dell'Offerente nonché il riconoscimento dei vantaggi da queste producibili.

### **Il piano dovrà comprendere i seguenti servizi:**

**2.2** Attività continuative specifiche richieste dalla Stazione Appaltante, con decorrenza dalla stipula del relativo contratto, per un periodo indicativo di 30 mesi dalla sottoscrizione del contratto a dicembre 2022 in base alle esigenze tecniche dell'Amministrazione.

- ufficio stampa e media relations sui territori di competenza del progetto sopra indicati, per coinvolgere e sensibilizzare giornalisti dei media locali (tv, giornali quotidiani, settimanali, magazine mensili, radio e media digitali), stimolando attenzione sulle tematiche progettuali, creando attenzione sul ruolo del partenariato e della valenza europea e transfrontaliera del progetto. Saranno da evidenziare le azioni progettuali in fase di sviluppo e già realizzate, nonché gli eventi previsti per rafforzarne la comunicazione ai pubblico. Sono da prevedere un minimo di n. 6 comunicati all'anno, in italiano e in francese;
- newsletter: ideazione di un layout coordinato con l'attuale identità visiva (secondo manuale d'uso che sarà fornito), redazione dei testi in italiano e in francese, sulla base dei contenuti forniti dai partner, i testi saranno accompagnati da immagini fornite dalla committenza. L'invio sarà a cura dei partner di progetto; sono da prevedere fra 3 e 4 invii per anno;
- social media system: creazione di un social media system dedicato al progetto per diffondere news, eventi, informazioni utili alla divulgazione dei contenuti. In particolare l'agenzia incaricata dovrà provvedere a:
  1. apertura e gestione di una pagina fan Facebook;
  - 2.
  - 3.

#### 4. apertura e gestione di un account Twitter;

adattamento, copy in italiano e in francese, caricamento di un minimo di n° 240 post all'anno sia su Facebook sia su Twitter, secondo piano editoriale mensile definito e condiviso con la committenza;

- piattaforma di condivisione: creazione di una piattaforma interna finalizzata alla condivisione dei materiali prodotti con i partner di progetto, in modalità di share condivisa;
- attività di follow up: è richiesto un sistema di monitoraggio integrato per misurare, analizzare e rendere più efficace la comunicazione, attraverso un report mensile che includa elementi quali-quantitativi: reach, engagement, like, impressions, etc. sui diversi social network attivati; numero di uscite realizzate sui vari media (stampa, TV Radio...) e relativo AVE suddivisi per i diversi territori interessati dal progetto (valore economico equivalente), sentiment analysis sul progetto e rassegna stampa. Si richiede che il monitoraggio copra fino alla fine del mese di dicembre 2022;
- a completamento degli strumenti sopra individuati, si richiede la proposta di un piano di comunicazione integrato che preveda azioni e strumenti online e offline per rendere più efficace la diffusione dell'informazione calibrato negli anni, seguendo lo sviluppo della progettazione.

La pianificazione ed il relativo cronoprogramma dovranno essere aggiornati sulla base delle eventuali modifiche apportate ai progetti

L'offerta dovrà prevedere la possibilità senza costi aggiuntivi:

- di eventuali proroghe concesse al termine di conclusione del progetto;
- 
- di eventuali modifiche progettuali, o la definizione più puntuale dei deliverable; di effettuare variazioni al piano con l'introduzione di eventuali nuovi strumenti o il potenziamento di quelli già previsti per migliorare e rendere più efficace la comunicazione.

### **Art. 3. OBIETTIVI, MESSAGGIO E TARGET**

#### **3.1 OBIETTIVI DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE**

##### **• ESTERNI:**

- sensibilizzare i residenti dei territori interessati sul ruolo del partenariato e su quello dell'Unione Europea descrivendo le modalità di collaborazione dei partner e il valore della progettazione europea nello specifico dell'offerta outdoor, nelle sue varie declinazioni;

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- informare i vari target di riferimento, indicati nel punto successivo, sulle tematiche progettuali, sull'andamento delle attività, sui risultati ottenuti.

- **INTERNI:**

- facilitare il lavoro dei vari gruppi di progetto e rendere visibile in modo continuativo il lavoro condotto dai vari partner, sia in una prospettiva di una corretta visibilità di tutti i partecipanti sulle varie fasi; sia in una prospettiva di "team building" tra i vari partner.

Target specifici dell'azione:

- Stakeholders del territorio transfrontaliero, con particolare attenzione alle Amministrazioni locali e agli Enti Pubblici;
- operatori economici della filiera turistica e delle attività in outdoor ;
- soggetti attivi in ambito turistico e, a diverso titolo, sulle tematiche dell'outdoor ;
- media generalisti locali e media di settore ;
- grande pubblico, residenti inclusi, che parteciperà agli eventi in programma.

## **PROGRAMMAZIONE E SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ**

### **Servizi tecnici:**

La ditta deve garantire i servizi e le strumentazioni tecniche qualora fossero necessarie per l'ottimale riuscita di ogni attività prevista.

L'attuazione del servizio comprenderà tutti i passaggi dall'ideazione alla realizzazione finale delle  
singole azioni di comunicazione, degli strumenti e dei mezzi di comunicazione previsti.

L'aggiudicatario dovrà fornire tutti i servizi connessi alle azioni di comunicazione previste, ivi comprese le forniture e il personale necessario, utilizzando tutte le tecniche di comunicazione utili alla migliore efficacia dell'azione comunicativa.

La programmazione delle attività sarà regolata da piani operativi annuali del piano di comunicazione, concertati tra il partenariato e l'aggiudicatario.

L'aggiudicatario dovrà operare in stretto raccordo con l'Amministrazione appaltante per l'attuazione del Piano di Comunicazione.

L'Amministrazione Regionale si riserva, senza oneri aggiuntivi per l'Amministrazione, il diritto di variare e integrare le attività richieste in sede di gara, nonché di rimodulare i tempi e le modalità di esecuzione delle azioni programmate.

#### **Art.4. GRUPPO DI LAVORO**

Il gruppo di lavoro dovrà avere la seguente composizione minima:

- 1 coordinatore senior individuabile in fascia A almeno 24 giornate/uomo/anno (totale di minimo 192 ore/anno);
- almeno 2 esperti (fascia B o C) per almeno 48/giornate/uomo/anno che affianchino il coordinatore senior nell'attività presso la propria sede;
- almeno 1 esperto fascia C part time (almeno 48/giornate uomo all'anno) presso la propria sede;

Ai fini del presente capitolato gli esperti chiamati ad operare sono suddivisi nelle seguenti tre fasce:

**a) fascia A**, relativa ad esperti con esperienza professionale superiore a 10 (dieci) anni in materia di pubblicità e comunicazione, maturata successivamente al 1 gennaio 1994;

**b) fascia B**, relativa ad esperti con esperienza professionale compresa tra 5 (cinque) e 10 (dieci) anni in materia di pubblicità e comunicazione, maturata successivamente al 1 gennaio 1994;

**c) fascia C**, relativa ad esperti con esperienza professionale inferiore a 5 (cinque) anni in materia di pubblicità e comunicazione, maturata successivamente al 1 gennaio 2000;

La composizione del gruppo di lavoro deve essere coerente con le caratteristiche del servizio richiesto al fine di garantire il completo supporto al partenariato MITO.

Il servizio dovrà essere garantito da professionalità con esperienza pluriennale rispetto ai temi e agli strumenti del piano di comunicazione, attestata nei curriculum vitae o in altra documentazione.

**4.2** L'offerta deve indicare la composizione del gruppo di lavoro e riportare l'esperienza professionale, espressa in anni, maturata da ciascun componente nelle materie oggetto della funzione di riferimento. A tal fine devono essere allegati i curriculum vitae di ciascun componente il gruppo di lavoro e le dichiarazioni di impegno.

**4.3** Se, durante lo svolgimento del servizio, l'aggiudicatario deve sostituire i componenti che prestano la propria opera, deve formulare specifica e motivata comunicazione alla committente, indicando il nominativo ed i curriculum vitae dei componenti che intende proporre in sostituzione a quelli indicati in sede di offerta. Tale sostituzione deve essere preventivamente valutata ed autorizzata dalla committente.

**4.4.** La ditta deve aver realizzato nei tre anni precedenti almeno tre progetti, le cui prestazioni siano analoghe all'oggetto del contratto, di comunicazione e promozione di cui almeno uno di livello nazionale e uno internazionale. Per ciascun progetto devono essere specificati importo, committente e stato di realizzazione dei servizi.

**4.5.** La Società Aggiudicataria dovrà rendere disponibile almeno un'unità del gruppo di lavoro a spostamenti presso la sede della Regione Piemonte e ad un numero di 3 COPIL (gruppo di governance trasfrontaliero) del progetto di cui 1 in Italia e 2 in Francia, qualora necessario ai fini dell'organizzazione e del coordinamento del servizio appaltato.

**4.6** La ditta aggiudicataria dovrà concordare tutte le fasi di realizzazione del servizio con i referenti del PITEM MITO. I prodotti realizzati saranno di proprietà esclusiva dei partner del PITEM MITO.

#### **Art.5. DURATA COMPLESSIVA DEL CONTRATTO :**

decorrenza dalla stipula del relativo contratto, fino alla conclusione dell'intero progetto PITEM MITO OUTDOOR previsto per il 02/01/2023 (data di fine progetto PCC) e comunque in base alle esigenze tecniche dell'Amministrazione.

**Compatibilmente con le tempistiche di gara, si richiede l'avvio dell'attività dalla data della firma del contratto.**

**5.1.** Il servizio dovrà essere realizzato e completato in ogni sua parte entro Dicembre 2022.

**5.2.** La prestazione dovrà essere svolta in maniera continuativa, in relazione alle esigenze di assicurare un'efficace realizzazione ed implementazione delle campagne, e coordinata con le indicazioni fornite dalla Stazione appaltante.

**5.3.** Durante tutta l'esecuzione dell'appalto la Società Aggiudicataria dovrà consentire l'effettuazione di verifiche e controlli sul regolare svolgimento del servizio e sul rispetto dei termini e delle condizioni stabilite contrattualmente.

#### **Art. 6 PIANO DI MONITORAGGIO DELLE AZIONI INTERMEDIE E DEI RISULTATI**

La ditta aggiudicataria prima della stipula del contratto deve presentare un piano di monitoraggio, da attuare in corso d'appalto, nel quale devono essere descritte specifiche attività intermedie finalizzate alla verifica e controllo del raggiungimento degli obiettivi prefissati in maniera tale da poter attuare azioni correttive in corso d'opera, se necessario, e attività di misurazione e valutazione dell'efficacia delle azioni, ad esempio coinvolgimento dei target, immagine, effetti, ecc.

La pianificazione ed il relativo cronoprogramma di cui al punto seguente dovranno essere aggiornati sulla base delle eventuali modifiche apportate ai progetti.

## **Art. 7 CRONOPROGRAMMA**

La ditta deve presentare un cronoprogramma tenendo conto della buona riuscita e dell'efficacia delle attività previste e dei riferimenti temporali di massima indicati nell'appalto.

Dovrà descrivere le varie fasi, dalla progettazione alla esecuzione, riportando le tempistiche che caratterizzeranno ogni singola attività.

## **Art.8. COORDINAMENTO DELLA STAZIONE APPALTANTE**

**8.1.** Alla Stazione Appaltante è riservata la scelta ed il coordinamento delle parti che compongono il prodotto finale, il controllo delle elaborazioni, nonché la facoltà di richiedere integrazioni e/o modifiche del progetto senza aggravio dei costi.

**8.2.** Per consentire l'esercizio della facoltà di cui sopra, l'aggiudicataria si impegna a presentare nel corso dell'esecuzione del contratto tutta la documentazione, i progetti, il materiale letterario e iconografico utilizzato, assicurando l'esecuzione delle modifiche e/o integrazioni che la Stazione Appaltante riterranno di richiedere.

## **ART. 9. BREVETTI E DIRITTI D'AUTORE**

**9.1.** Con la realizzazione del progetto da parte della società aggiudicataria, la Stazione appaltante acquista la proprietà piena ed esclusiva di tutte le opere realizzate in esecuzione dell'incarico, quali, a titolo meramente esemplificativo: testi, lavori artistici e fotografici, slogan, immagini, confezioni, e di quant'altro oggetto delle azioni pubblicitarie; nonché dei supporti necessari alla riproduzione e al riutilizzo delle opere previste nella presente gara d'appalto, indipendentemente dalla possibilità di proteggere tali opere in base alle disposizioni esistenti in materia di diritto d'autore.

**9.2.** La Società Aggiudicataria riconosce alla Stazione Appaltante, in qualità di editore delle opere, il diritto alla tutela, utilizzazione, traduzione e sfruttamento economico di tutto il materiale prodotto per le campagne pubblicitarie. Il medesimo diritto si estende al materiale rielaborato dalla stazione appaltante.

**9.3.** La Stazione Appaltante sarà, quindi, libera di utilizzare e disporre, direttamente o indirettamente, di tali opere, ideazioni o elaborazioni, sia durante sia al termine del rapporto contrattuale, in Italia e all'estero.

**9.4.** Al termine del progetto, al fine di non disperdere i follower attivi dei profili di Facebook e Twitter, si dovrà prevedere un'azione di reindirizzamento degli utenti stessi verso i rispettivi account dei player coinvolti, come pure verso pagine promozionali che saranno eventualmente attivate dal partenariato durante il corso del progetto stesso.

