AVVISO PUBBLICO

Marketing Territoriale - Promozione della Sicilia Occidentale. Affidamento del servizio di Creazione di un Brand di Destinazione Turistica e di Web presence.
Comunicazione di marketing:

- ✓ **Branding: Naming, ideazione e creazione Logo, key visual, concept, immagine coordinata, Brandbook, esecutivi di stampa per strumenti informativi quali Brochure e Mappe**
- ✓ **Stampa strumenti informativi**
- ✓ **Web presence: creazione Portale per lo scambio tra domanda e offerta, Magazine, SEO, Hosting e Assistenza.**
- ✓ **Produzione e aggiornamento contenuti testuali e grafici del Portale e del magazine.**

RDO aperta sotto soglia, con ricorso al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA)piattaforma di Consip S.p.A. ai sensi dell'art. 36, comma 6 e 58 del d.lgs. n.50/16.
CIG 8159027214
CPV: 79342000-3 – Servizi di Marketing, Comunicazione, Pubblicità, Ricerche di Mercato

ELEMENTI PER LA COSTRUZIONE DELL'RDO- MEPA\ DISCIPLINARE
CAPITOLATO D'APPALTO

STAZIONE APPALTANTE:
FONDAZIONE DISTRETTO TURISTICO SICILIA OCCIDENTALE

Via Mafalda Savoia, 26 - 91100 Trapani (TP) C.F. 93064690816 – Tel. 0923.873803- www.distrettosiciliaoccidentale.it
Pec: distrettoturistico@cgn.legalmail.it - E-mail: info@distrettosiciliaoccidentale.it

PREMESSO

- la Fondazione di partecipazione "Distretto Turistico Sicilia Occidentale" si è costituita in data 20.01.2012, giusta atto n.12976 di Rep. n.6776 della Rac.ta ai rogiti del Dott. Saverio Camilleri, notaio in Valderice, ottenendone il riconoscimento ai sensi dell'art. 7 della L.R. 10/2005 da parte dell'Assessorato Regionale per il Turismo, lo Sport e lo Spettacolo con Decreto Assessoriale n. 48/GAB del 13/06/2012;
- Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale è sorta con l'intento di promuovere, con la consapevolezza dell'unicità delle proprie risorse, la Sicilia Occidentale, quale impareggiabile destinazione turistica, che coniuga cultura, beni artistici e monumentali, ricchezze ambientali ed enogastronomia d'eccellenza;
- con lo scopo di unire tutti i soggetti, pubblici e privati, impegnati a vario titolo nella programmazione ed attuazione di politiche volte allo sviluppo turistico dell'estrema punta occidentale della Sicilia è stato istituito il Distretto Turistico Sicilia Occidentale- Distretto Turistico della regione Sicilia.
- Nel Distretto Turistico Sicilia Occidentale rientrano 17 dei 24 Comuni della provincia di Trapani: ai 15 Comuni fondatori (Buseto Palizzolo, Calatafimi Segesta, Campobello di Mazara, Castellammare del Golfo, Custonaci, Erice,

Gibellina, Marsala, Mazara del Vallo, Paceco, Petrosino, Salemi, San Vito Lo Capo, Trapani, Valderice) si sono aggiunti nel 2015, come partner strategici, i Comuni di Favignana (Isole Egadi) e Pantelleria. Inoltre, fanno parte del Distretto diversi Enti e Organizzazioni (Sicindustria, Confcommercio, Confesercenti, Ance, Cgil, Cisl, Uil, Ugl, Agriturist, Strada del Vino Erice Doc, Automobile Club, Luglio Musicale Trapanese, FLAG Fondazione Tonni e Tonnare del Litorale trapanese), nonché cinque aggregazioni di operatori turistici (Ass. Albergatori Castellammare Scopello, A.O.T.S. San Vito Lo Capo, A.T.A. Isole Egadi, Consorzio Pantelleria Island, Rete Club di Prodotto Bike and Dive West Sicily) e numerosi soggetti privati operanti nel comparto turistico/alberghiero.

- La Fondazione Distretto Turistico della Sicilia Occidentale non ha scopo di lucro e si pone l'obiettivo di sviluppare una nuova coscienza partecipativa sul territorio attraverso la creazione di un sistema collaborativo di imprese, università, pubbliche amministrazioni e persone fisiche che individuino sul territorio nazionale ed internazionale nuove opportunità per lo sviluppo del territorio con particolare attenzione alla filiera turistica; la Fondazione ha l'intento di operare quindi a sostegno delle iniziative utili a favorire la partecipazione della società civile ed imprenditoriale alla valorizzazione delle risorse del territorio, sviluppando, realizzando e/o partecipando alle migliori progettualità di interesse nazionale e/o locale, la cui realizzazione può rappresentare idoneo supporto e nuova forma di partecipazione delle parti sociali alla crescita economica, sociale e culturale del territorio, mirate in particolare alla concentrazione dell'offerta di servizi turistici; così come indicato nel Piano strategico di Sviluppo Turistico
- la Fondazione, disciplinata dagli artt. 12 e segg. del c.c., le cui finalità si esplicano principalmente nell'ambito della Regione Siciliana, nonché in ambito nazionale ed internazionale, è retta dallo statuto e dal regolamento organizzativo, per come allo stesso atto costitutivo allegati ed assicura la adeguata partecipazione del soggetto privato, non inferiore al 30% della compagine sociale, come previsto dagli artt.5 e 8 del D.A. n.4 del 16/02/2010;

SPECIFICATO CHE

- I Distretti Turistici, riconosciuti in Sicilia, sono originati dall'applicazione degli artt.5 e 6 della L.r. n.10/2005, che declina in autonomia, in forza delle specificità dello Statuto regionale, i Sistemi Turistici Locali di cui alla Legge n.135/2001;
- La Regione Siciliana, con la Legge regionale n.10/2005 (artt. 6 e 7), definisce "… *Distretti Turistici i contesti omogenei o integrati comprendenti ambiti territoriali estesi anche a più province e caratterizzati da offerte qualificate di attrazioni turistiche e/o di beni culturali, ambientali, ivi compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e/o dell'artigianato locali … i Distretti Turistici possono essere promossi da enti pubblici, enti territoriali e/o soggetti privati che intendono concorrere allo sviluppo turistico del proprio territorio, o di più territori appartenenti anche a province diverse, attraverso la predisposizione e l'attuazione di specifici progetti*" Con la legge 14 maggio 2009, n.6 (Disposizioni programmatiche e correttive per l'anno 2009), all'art.74, comma 1, si stabilisce che: "*Sono riconosciuti come distretti turistici anche i territori oggetto di investimenti nel comparto turistico recettivo finanziati da patti territoriali e piani integrati territoriali. Il distretto turistico coincide con i comuni che costituiscono il soggetto responsabile ai sensi del decreto del Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica 31 luglio 2000, n. 320*".
- Col Decreto assessoriale n.4/2010, la Regione Sicilia ha attivato il bando finalizzato al riconoscimento dei D.T. in Sicilia, fissando i termini per la presentazione delle richieste e soprattutto i requisiti di tipo dimensionale (almeno 12 comuni aderenti), demografico (almeno 150.000 abitanti nel territorio interessato), di capacità in termini di ospitalità a fini turistici (non meno di 7.500 posti letto ed 1 esercizio commerciale ogni 350 abitanti) e di governance (almeno il 30% della compagine sociale a titolarità privata), mentre viene lasciata facoltà di scelta in merito alla forma aggregativa.
  Presupposto indispensabile resta la presenza, nell'ambito del distretto turistico, degli elementi di attrazione turistica e delle emergenze culturali, ambientali e paesaggistiche che caratterizzano il territorio nonché le sue potenzialità. I Distretti possono essere di tipo "territoriale" tra territori di comuni contigui, oppure "tematici" fra territori di comuni anche non contigui ma caratterizzati da un unico tema specifico. Ai promotori dei Distretti si chiede inoltre

la predisposizione di un piano di sviluppo turistico, avente un orizzonte temporale non inferiore a tre anni, e relativo piano finanziario, che contenga una dettagliata ricognizione delle risorse turisticamente rilevanti, disponibili nell'area.

- In esito alla procedura di bando, con Decreti assessoriali in date comprese tra il giugno e l'ottobre 2012, vengono riconosciuti 25 distretti e precisamente: Sicilia Occidentale; Il Mare dell'Etna; Golfo di Castellammare; Palermo Costa Normanna; Tirreno-Nebrodi; Pescaturismo e Cultura del Mare; Taormina Etna; Isole ed Arcipelaghi di Sicilia; Selinunte il Belice e Sciacca Terme; Iblei; Siracusa e Val di Noto; Valle dei Templi; Thyrrenium Tyndaris - Parco dei Miti; Miniere; Vini e Sapori di Sicilia; Borghi marinari; Sud Est; Cefalù e Parchi delle Madonie e di Himera; Valorizzazione della Venere di Morgantina; Antichi Mestieri, Sapori e Tradizioni Popolari Siciliane; Le terre del mito; Eco Sicily - Parchi, Riserve e Terre dei Normanni; Sicilia Centro Meridionale; Targa Florio.

ATTESO CHE

- I Distretti Turistici della Regione Siciliana sono stati immaginati come organismi che, attraverso lo studio e la valutazione delle risorse e degli elementi condizionanti esistenti in un territorio, ne programmano lo sviluppo, con particolare riguardo al contesto economico fondato sul turismo, attraverso l'attuazione di specifiche azioni.
- la filosofia della programmazione regionale si è pertanto orientata verso un approccio bottom/up, demandando al territorio, ad una scala sovra comunale, il compito di auto aggregare i portatori di interesse pubblici e privati, auto valutarsi e, conseguentemente, stabilire (almeno in materia di turismo) il proprio modello di sviluppo;

DATO ATTO CHE

- nell'ambito delle attività istituzionali di cui in premessa, il Distretto Turistico della Sicilia Occidentale ha elaborato un piano e condiviso con i comuni aderenti un progetto triennale di marketing;
- il Piano triennale di marketing turistico proposto e condiviso da tutta la compagine dei soci e partecipanti che lo hanno sottoscritto impegnandosi, nel rispetto delle competenze assegnate ai diversi organi degli enti rappresentati, ad adottare e/o proporre tutti i provvedimenti necessari al fine di dotare il Distretto della Turistico della Sicilia Occidentale delle risorse finanziarie e umane necessarie alla realizzazione delle azioni previste nel piano suddetto e del sistema di governance e mediante il quale si è convenuto:

  - ✓ sulla assoluta necessità di promuovere l'area della Sicilia Occidentale come destinazione turistica attraverso un programma di investimenti in risorse economiche ed umane per garantire una forte azione promozionale di medio periodo ed un sistema di governance della destinazione;
  - ✓ sull'individuazione della Fondazione Distretto Turistico della Sicilia Occidentale la cui mission è pienamente coerente agli obiettivi suesposti, quale soggetto coordinatore, sia sotto il profilo organizzativo che finanziario, delle azioni di investimento e di governance;

- a conclusione di un complesso iter procedurale, il giorno 6 giugno 2019 è stato sottoscritto tra la **Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale** e i Sindaci dei Comuni di, **Trapani**, **Marsala, San Vito Lo Capo, Favignana, Erice, Valderice, Custonaci, Paceco, Buseto Palizzolo, Salemi,** ai sensi dell'art. 15 della legge 241/ 1990, che prevede che le pubbliche amministrazioni possono sempre concludere tra loro accordi per disciplinare lo svolgimento in collaborazione di attività di interesse comune e che per la stipula di tali accordi è prevista sempre la forma scritta ai sensi dell'art. 11 della citata legge 241 /1990; e dell'art. 16 della legge regionale 30 aprile 1991 n. 10 stabilisce che "*Le amministrazioni pubbliche possono concludere tra di loro accordi per disciplinare lo svolgimento coordinato di attività di interesse comune* …" **accordo per la definizione e l'attuazione di un programma di sviluppo dell'attrattività turistica con particolare riguardo a:**
  - ✓ la promozione e il miglioramento dell'immagine della destinazione turistica del Distretto a livello nazionale ed internazionale e, di conseguenza, dei rispettivi territori locali;

- ✓ l'incremento e la destagionalizzazione dei flussi turistici;
- ✓ la qualificazione del sistema dell'offerta turistica anche con particolare riferimento alla valorizzazione del capitale umano della filiera dell'attrattività;
- ✓ la valorizzazione e l'utilizzo integrato degli strumenti di promozione turistica e marketing territoriale.

- che la Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale intende proseguire l'attività di comunicazione finalizzata al posizionamento del Distretto e alla promozione della destinazione turistica, lavorando sia sul mercato nazionale sia sul mercato estero e sulla "brand visibility" ed è fortemente impegnata nell'impostazione di una strategia di marketing territoriale incentrata sulla realizzazione di eventi strategici per il Distretto al fine di promuoverne il territorio e il suo asset – management;

DATO ATTO che con delibera del CDA del 19.12.2019 è stato deliberato di :

"

1. ***Dare atto***, *richiamato l'accordo per la definizione e l'attuazione di un programma di sviluppo dell'attrattività turistica sottoscritto dai Comuni, che:*
    a. *l'attuazione del complessivo Programma di interventi previsto, è pari a complessivi € 2.296.650,00 su base triennale 2019/2020/2021.*
    b. *che ogni Comune sottoscrittore del suddetto Accordo si è impegnato ad erogare al soggetto rappresentante Fondazione Distretto Turistico della Sicilia Occidentale per ogni annualità, per complessive 3 (tre) annualità, una quota corrispondente al 50% della somma ad esso imputata nell'ultimo esercizio finanziario per l'attuazione dell'Accordo di comarketing per l'Aeroporto di Birgi, di cui all'Accordo sottoscritto il 30 aprile 2014 fra i Comuni della Provincia di Trapani e la Camera di Commercio di Trapani e che gli impegni finanziari a carico di ciascuno sono determinati nella misura del 50% dei trasferimenti da ciascuno deliberati a valere sull'accordo di comarketing sopra citato e nell'accordo analiticamente determinati.*
    c. *Che il Piano strategico di promozione territoriale, elaborato dall'espero individuato, e completo di piano finanziario di massima, è stato condiviso da tutti e prevede:*
        - *Azione A: Branding: Naming, ideazione e creazione Logo, key visual, concept, immagine coordinata, Brandbook, esecutivi di stampa per strumenti informativi quali Brochure e Mappe. Stampa strumenti informativi. Web presence: creazione Portale per lo scambio tra domanda e offerta, Magazine, SEO, Hosting e Assistenza. Produzione e aggiornamento contenuti testuali e grafici del Portale e del magazine in 5 lingue;*
        - *Azione B Content Management Social network (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube) OTA Creazione - aggiornamento contenuti account Tripadvisor, Booking in 5 lingue) Budget Media (Advertising) Adv Social e Google nei 5 paesi target (Ita, Fra, Deu, UK, Esp);*
        - *Azione C Video e digital PR(Creatività, shooting e post produzione di n. 2 video per campagne n. 10 video Luoghi n 55 Pillole luoghi, n. 5 video eventi n. 10 Pillole Eventi n. 4 Video Season.- versioni in 5 lingue Digital PR)*
2. ***avviare l'Azione A Branding****: Naming, ideazione e creazione Logo, key visual, concept, immagine coordinata, Brandbook, esecutivi di stampa per strumenti informativi quali Brochure e Mappe. Stampa strumenti informativi. Web presence: creazione Portale per lo scambio tra domanda e offerta, Magazine, SEO, Hosting e Assistenza. Produzione e aggiornamento contenuti testuali e grafici del Portale e del magazine, mediante l'affidamento del servizio di che trattasi con procedura ad evidenza pubblica;*

3. ***avviare l'Azione C Video e digital PR****(Creatività, shooting e post produzione di 2. n. 2 video per campagne 3. n. 10 video Luoghi 4. n 55 Pillole luoghi, 5. n. 5 video eventi 6. n. 10 Pillole Eventi 7. n. 4 Video Season.- versioni in 5 lingue Digital PR)*
4. ***indire****, avviso pubblico per l'affidamento del servizio Azione A:* ***Creazione di un Brand di Destinazione Turistica e di Web presence*** *– e avviso pubblico Azione:* ***C Video e digital PR(****, mediante RdO aperta sotto soglia, art. 36 del d. lgs 50/16, in quanto appalto rientrante nella previsione di cui all'art.35 comma 1 c) D.Lgs. n.50/16 come modificato con effetto 01.01.2018, e con ricorso al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA) art. 36, comma 6 e art. 58 d.lgs 50/2016 con invito a richiesta di RDO APERTA rivolta a tutti gli operatori economici qualificati per l'offerta di* ***"Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato"*** *aggiudicando con l'utilizzo del criterio dell'O.E.P.V. (offerta economicamente più vantaggiosa) previsto dall'art. 95, comma 3, lettera a), del d. lgs 50/16, valutabile in base agli elementi diversi riferiti alla qualità e ai servizi migliorativi, e all'economicità dell'offerta, con preminenza della prima sulla seconda trattandosi di* ***servizi di natura tecnica*** *e contratti di servizi e forniture caratterizzati da* ***notevole contenuto tecnologico e con carattere innovativo*** *e con previsione di opzione di rinnovo e i cui parametri di valutazione sono stabiliti nell'avviso di cui al punto successivo;*
5. ***approvare*** *l'Avviso A e l'Avviso C - Elementi per la costruzione dell'RDO MEPA;*
6. ***Assegnare*** *la somma complessiva di euro 150.000 Iva 22% inclusa al Bilancio della Fondazione per le finalità di cui al punto 2 e di euro 200.000 iva 22% inclusa per le finalità di cui al punto 3;*
7. ***Dare atto*** *che la spesa risulterà finanziata con le risorse che gli enti sottoscrittori* ***dell'Accordo per la definizione e l'attuazione di un programma di sviluppo dell'attrattività turistica sottoscritto in data 06.06.2019 si sono impegnati ad erogare;***
8. ***Dare atto che, nello specifico, la spesa relativa all'avvio dell'Avviso Azione A e dell'Avviso Azione B*** *trova copertura finanziaria all'interno del budget costituito dal trasferimento delle quote a carico dei comuni sottoscrittori che risultano regolarmente allocate al conto cassa e finalizzate all'avvio del Programma di sviluppo turistico alla base dell'Accordo e che rimarranno vincolate per il pagamento esclusivo delle attività di cui all'avviso Azione A per complessivi euro 150.000,00 iva 22% inclusa e all'Avviso Azione C per complessivi euro 200.000,00 iva 22% inclusa (tot. 350.000,00 iva 22% inclusa);*
9. ***Dare atto*** *che la copertura finanziaria relativa ai due avviso Azione A e Azione C per il totale di 350.000,00 iva 22% inclusa derivano ad oggi, dalle quote già erogate dai Comuni di Erice (euro73.200), Paceco (euro 18.300) Salemi (euro 18.300) Trapani (euro 183.000,00) Valderice (euro 54.900) per un totale di euro 347.700,00 oltre che quelle già impegnate dal comune di Custonaci giusta D.D. n. 1109 del 12.12.2019 (euro 27.450) e del Comune di San Vito lo Capo giusta D.D. n. 1185 del 12.12.2019; Totale euro 448.350,00;*
10. ***individuare****, ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. n. 50/2016, quale RUP della procedura in oggetto il Responsabile Amministrativo della Fondazione Distretto turistico Sicilia Dott.ssa Marilena Cricchio.*

"

PRESO ATTO che nel Bilancio preventivo dell'Ente è stata preventivata l'attività relativa al presente avviso pubblico all'interno del più ampio programma di marketing turistico territoriale del Distretto Turistico Sicilia Occidentale e queste spese trovano copertura finanziaria all'interno del budget costituito dal trasferimento delle quote a carico dei comuni sottoscrittori **dell'Accordo per la definizione e l'attuazione di un programma di sviluppo dell'attrattività turistica sottoscritto in data 06.06.2019 e che la copertura finanziaria deriva dalle entrate che** risultano regolarmente allocate al conto cassa e finalizzate all'avvio del Programma di sviluppo turistico alla base dell'Accordo condiviso giusta deliberato del DCA n. del 19.12.2019 e che rimarranno vincolate per il pagamento esclusivo delle attività di cui al presente avviso;

RITENUTO quindi di procedere, in esecuzione del condiviso programma di sviluppo dell'attrattività turistica del Distretto Turistico Sicilia Occidentale, e nello specifico del progetto triennale di marketing condiviso dalla compagine dei comuni aderenti all'Accordo stipulato in data 06.06.2019, all'avvio dell'Azione A: servizio di progettazione

strategica e di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Sicilia Occidentale in Italia e all'estero, mediante affidamento ad operatori qualificati, per un importo quantificato in Euro 150.000,00, IVA al 22% inclusa comprensivo di tutte le attività, contenuti e servizi di cui al presente documento;

VISTO

il D.Lgs. n.50 del 18.04.16 e s.m.i. avente ad oggetto la disciplina dei contratti di appalto e di concessione delle amministrazioni aggiudicatrici e degli enti aggiudicatori aventi ad oggetto l'acquisizione di servizi, forniture, lavori e opere, nonché i concorsi pubblici di progettazione;

RILEVATO che non risulta attiva alcuna convenzione stipulata dalla Consip Spa per la tipologia richiesta cui aderire, mentre esiste sul MePa di Consip l'Iniziativa "Servizi" - Categoria "Servizi di informazione, comunicazione, marketing" – Sottocategoria ***"Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato"***, corrispondente alle necessità predette, quindi, da utilizzare per la scelta dell'affidatario;

RITENUTO

Necessario, in esecuzione del deliberato del CDA del 19.12.2019 (verbale agli atti d'ufficio) avviare l'Azione **Creazione di un Brand di Destinazione Turistica e di Web presence** della Sicilia Occidentale mediante l'affidamento del servizio attraverso esperimento di procedura sotto soglia in quanto appalto rientrante nella previsione di cui all'art.35 comma 1 c) D.Lgs. n.50/16 come modificato con effetto 01.01.2018, e con ricorso al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA) art. 36, comma 6 e art. 58 d.lgs 50/2016 con RDO APERTA rivolta a tutti gli operatori economici qualificati per l'offerta di *Servizi di Informazione, comunicazione e Marketing* e aggiudicando con l'utilizzo del criterio dell'O.E.P.V. (offerta economicamente più vantaggiosa) previsto dall'art. 95, comma 3, lettera a), del d. lgs 50/16, valutabile in base agli elementi diversi riferiti alla qualità e ai servizi migliorativi, e all'economicità dell'offerta, con preminenza della prima sulla seconda trattandosi di **servizi di natura tecnica** e contratti di servizi e forniture caratterizzati da **notevole contenuto tecnologico e con carattere innovativo**.

SPECIFICATO CHE trattandosi di un'unica categoria merceologica e della necessità di fruire di economie di scala non si è ritenuto opportuno il frazionamento in più lotti;

TUTTO CIÒ PREMESSO

Al fine di favorire l'incremento delle presenze turistiche è intendimento della *Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale* avvalersi di un'assistenza qualificata in grado di individuare e sviluppare una strategia che riesca a comunicare in maniera sinergica tutti gli elementi di forza del territorio, attraverso sia la creazione di un logo rappresentante la realtà distrettuale, sia con l'identificazione di una specifica strategia/concept di comunicazione e sia attraverso la selezione e lo sviluppo di mirate campagne di comunicazione con i migliori media a livello nazionale ed internazionale.

Tutto quanto finalizzato alla creazione di un efficace posizionamento del Distretto Sicilia Occidentale sul mercato turistico con azioni volte a comunicare e a promuovere efficacemente sul mercato turistico nazionale ed internazionale il sistema di offerta turistica del territorio distrettuale della Sicilia Occidentale.

In tale contesto si inquadra la Richiesta di Offerta (RDO)

I. **PROCEDURA DI GARA E MODALITA' DI SCELTA DEL CONTRAENTE:**

RDO aperta sotto soglia, con ricorso al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA)piattaforma di Consip S.p.A. ai sensi dell'art. 36, comma 6 e 58 del d.lgs. n.50/16 che quindi sarà pubblicata sul portale MePA visibili anche alle Imprese non ancora abilitate. CIG 8159027214.

2. CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE

Il criterio per la scelta del miglior offerente, sarà quello dell'O.E.P.V. (offerta economicamente più vantaggiosa) previsto dall'art. 95, comma 3, lettera a), del d. lgs 50/16 individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, ai sensi dell'art. 95, comma 3, D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii., al netto degli oneri per la sicurezza, ai sensi dell'art. 23, comma 15, D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii., trattandosi di **servizi di natura tecnica** e contratti di servizi e forniture caratterizzati da **notevole contenuto tecnologico e con carattere innovativo**,

La presente procedura ed i rapporti contrattuali derivanti dall'aggiudicazione della stessa sono regolati dalle norme del presente avviso, nonché dalle disposizioni e dai principi richiamati, e dalle norme del D. Lgs. 50/2016 Codice degli Appalti Pubblici e s.m.i. e, per quanto non previsto, dal Codice Civile.

La valutazione delle offerte tecniche ed economiche è demandata ad una Commissione giudicatrice che sarà appositamente nominata dopo la scadenza del termine di presentazione delle offerte.

3. OGGETTO DELL'APPALTO - OBIETTIVI DEL SERVIZIO

Realizzazione del Marketing Territoriale - Promozione della Sicilia Occidentale. Affidamento del servizio di Creazione di un Brand di Destinazione Turistica e di Web presence.

Comunicazione di marketing:

- ✓ Branding: Naming, ideazione e creazione Logo, key visual, concept, immagine coordinata, Brandbook, esecutivi di stampa per strumenti informativi quali Brochure e Mappe
- ✓ Stampa strumenti informativi
- ✓ Web presence: creazione Portale per lo scambio tra domanda e offerta, Magazine, SEO, Hosting e Assistenza.
- ✓ Produzione e aggiornamento contenuti testuali e grafici del Portale e del magazine.

Servizi di cui al punto *6.8 CATALOGO dei "SERVIZI DI MARKETING, COMUNICAZIONE, PUBBLICITÀ, RICERCHE DI MERCATO"*

6.8.1 Oggetto dei Servizi sono tutte le attività rivolte ad elaborare piani di promozione di servizi o di specifici progetti, le attività di ideazione e progettazione di campagne pubblicitarie o di informazione delle attività del Soggetto Aggiudicatore, le azioni di comunicazione rivolte agli utenti reali e potenziali dei servizi messi a disposizione dl Soggetto Aggiudicatore, ivi incluse le attività di pubblicità legale richieste in concomitanza di specifiche esigenze informative che il Soggetto Aggiudicatore è tenuto a soddisfare.

3.1 TIPOLOGIA DELLE PRESTAZIONI/OBBLIGHI/ATTIVITA' E FINALITA' DEL SERVIZIO

Il Servizio è finalizzato alla creazione di un efficace posizionamento del Distretto sul mercato turistico con azioni volte a comunicare e a promuovere efficacemente sul mercato turistico nazionale ed internazionale il sistema di offerta del territorio distrettuale della Sicilia Occidentale

Sono richieste, pertanto, attività di:

Branding:

a) Creazione Brand, logo, Key Visul e Concept, immagine coordinata, brandbook, brochure informativa e mappe (esecutivi di stampa) ;
b) assistenza qualificata nell'attività di lancio e gestione dell'immagine del Distretto;
c) l'elaborazione di una strategia di comunicazione generale con la creazione di una bozza di logotipo;

Web Presence:

d) Creazione portale: Sito con CMS open source (Wordpress) 5 lingue. Funzionalità: mappe interattive del territorio; ricerca contenuti, Motore di ricerca contenuti, motore di ricerca strutture (per criteri quali tipologie, località)
e) Gestione e aggiornamento contenuti Portale in 5 lingue
    a. Creazione contenuti sito)
    b. Creazione articoli magazine (1 articolo a settimana)
    c. Inserimento contenuti testuali e visuali;
    d. aggiornamento sito (per tutta la durata dell'appalto)
f) SEO: Ottimizzazione del sito e di tutti i contenuti in ciascuna lingua;
g) Hosting e Assistenza
    a. Hosting
    b. assistenza tecnica per la gestione del server e di eventuali attacchi 7 giorni settimanali 24 ore per 365 giorni l'anno;

Tutte le attività dovranno essere curate in 5 lingue

Il sito ed ogni sua componente dovrà essere realizzato in modalità responsive, improntato all'immediatezza e alla facilità d'uso: dovrà essere organizzato in maniera chiara, attraverso una strutturazione gerarchica dei contenuti, evitando duplicazioni e ridondanze e dando risalto alle aree logiche di maggiore rilevanza, ai servizi strategici e alle notizie di interesse per il visitatore attuale e potenziale dell'area distrettuale, in coerenza il brief che sarà consegnato dopo l'aggiudicazione della gara.

Il sito del nuovo brand dovrà prevedere lo strumento di Google Analytics così da permettere l'acquisizione autonoma di risultati misurabili.

Il sito dovrà altresì essere aggiornato costantemente d'informazioni sulle strutture e organizzazioni aderenti al medesimo Distretto, sui percorsi e sui luoghi di particolare attrazione turistica e sul calendario dei presenti e offerti dal territorio.

L'Aggiudicatario è tenuto ad apportare agli elaborati presentati le eventuali modifiche e/o correzioni non sostanziali che la Committente dovesse richiedere senza che questo possa comportare una maggiorazione dei costi. La Committente approverà il concept e la proposta creativa di ogni singola azione. Le approvazioni saranno comunicate all'Aggiudicatario a mezzo mail dal Distretto.

La creazione di un marchio e la sua declinazione nel portale della destinazione, rivolta al mercato italiano e a mercati esteri, la proposta di UX e UI, Logo Key Visual Concept e Piano di Intervento SEO dovranno essere prodotti, successivamente alla comunicazione di aggiudica e/o proposta di aggiudica, in originale, non imitando o ripetendo modelli precedentemente utilizzati dal concorrente o da altri. La proposta ed il progetto/piano di lavoro, devono intendersi come basi preliminari e/o bozze propedeutiche alla preordinazione delle proposte definitive che dovranno essere concordate - con l'Ente Appaltante che deve approvarle. L'Ente Appaltante potrà comunque fornire i debrief e richiedere fino a 5 re-work.

Dopo l'approvazione dei materiali e/o il "visto si proceda", l'Aggiudicatario provvederà all'esecuzione delle attività, comunicando al RUP i tempi e le modalità di consegna/realizzazione definitivi, sempre nel rispetto del cronoprogramma.

Oltre a quanto previsto dal presente, l'Aggiudicataria garantisce comunque la più costante ed efficace collaborazione mediante contatti e-mail, telefonici ed affini.

La durata massima del progetto è di 12 mesi e comunque correlata alla realizzazione delle attività progettuali oggetto della presente procedura, salvo eventuale applicazione di rinnovo e/o proroga.

Gli impianti grafici dovranno essere consegnati su supporto informatico in formato sorgente con font aperti, lavorabili e modificabili ed in formato pdf in alta e bassa risoluzione.

L'Aggiudicatario è tenuto ad eseguire tutte le prestazioni oggetto di appalto a perfetta regola d'arte e nel rispetto delle norme vigenti pena la risoluzione, con le modalità di cui al presente documento; resta fermo il diritto al risarcimento dei danni.

L'aggiudicatario si obbliga ad osservare nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali tutte le norme e tutte le prescrizioni tecniche e di sicurezza in vigore nonché quelle che dovessero essere successivamente emanate. Gli eventuali maggiori oneri derivanti dalla necessità di osservare le norme e le prescrizioni di cui al precedente comma, anche se entrate in vigore successivamente alla stipula del Contratto, resteranno ad esclusivo carico dell'Aggiudicatario, intendendosi in ogni caso remunerati con il corrispettivo contrattuale di cui oltre, e la stessa non potrà, pertanto, avanzate pretesa di compensi, a tale titolo, nei confronti della Committente, per quanto di propria competenza.

Sono a carico dell'aggiudicatario, intendendosi remunerati con il corrispettivo contrattuale di cui oltre, tutti gli oneri ed i rischi relativi alla prestazione delle attività e dei servizi oggetto del contratto, nonché ogni altra attività che si rendesse necessaria per la prestazione degli stessi o, comunque, opportuna per un corretto e completo adempimento delle obbligazioni previste, ivi compresi quelli relativi ad eventuali spese di trasporto, di viaggio e di missione per il personale addetto alla esecuzione contrattuale. Il Prestatore è tenuto ad osservare tutti gli obblighi derivanti da leggi vigenti, o disposizioni di legge che dovessero intervenire, durante la vigenza del contratto, in materia di sicurezza, assicurazioni, previdenza e assistenza, nonché di rapporto di lavoro in genere, ed a provvedere altresì all'amministrazione e a tutti gli obblighi derivanti dal contratto collettivo di lavoro della competente categoria.

L'aggiudicatario si obbliga, sin d'ora, a rispettare tutte le indicazioni relative all'esecuzione del contratto che dovessero essere impartite dalla Committente. L'aggiudicatario si obbliga a dare immediata comunicazione alla Committente di ogni circostanza che abbia influenza sull'esecuzione delle attività oggetto del contratto.

L'Aggiudicatario dovrà individuare un referente che dovrà partecipare a tutte le riunioni di aggiornamento e di confronto con il comitato tecnico previste dal Distretto. Nella gestione del contratto l'Aggiudicatario dovrà altresì rispettare quanto dallo stesso indicato nell'offerta tecnica. La Committente si riserva di chiedere la presenza alle riunioni di lavoro di una o più delle figure professionali individuate nell'offerta tecnica qualora lo ritenesse necessario, senza che ciò comporti alcun aggravio di costi. L'Aggiudicatario deve consentire alla Committente contatti diretti a fini operativi con il personale del gruppo di lavoro impegnato nella progettazione ed esecuzione dell'intero servizio.

L'Aggiudicatario dovrà garantire, per tutto il periodo di vigenza contrattuale, un gruppo di lavoro qualificato corrispondente alle richieste di al presente avviso. Ogni variazione dei componenti del gruppo di lavoro deve essere comunicata preventivamente e per iscritto alla Committente e da questa approvata. I nuovi componenti devono, in ogni caso, possedere requisiti o esperienza professionale equivalenti o superiori a quelli delle persone sostituite.

La *Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale* si riserva di valutare la sussistenza di detti requisiti professionali nonché l'adeguatezza delle motivazioni fornite e si riserva la facoltà di non ritenere adeguata la sostituzione proposta. Le sostituzioni non possono comunque superare un numero di componenti del Gruppo di Lavoro superiore al 30% dello stesso, con riguardo alle risorse chiave sopra elencate. Il referente del gruppo di lavoro, in presenza di situazioni non prevedibili ed urgenti rilevate dalla Committenza, dietro specifica richiesta del direttore dell'esecuzione del contratto, è tenuto entro 24 ore dalla ricezione dell'ordine di servizio, senza che questo possa comportare alcuna maggiorazione dei costi, a risolvere la questione di concerto con la Committente.

3.2 Finalità e Obiettivi

Il Servizio condivide la stessa finalità contenuta nel PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019 SICILIA DI SVILUPPO TURISTICO con particolare riferimento ***all'OBIETTIVO STRATEGICO 4 RAFFORZARE LA SALIENZA DEL BRAND SICILIA - MOTIVAZIONI***.

La salienza è la probabilità della Sicilia (o di una località siciliana), nel caso di specie, la Sicilia Occidentale, di essere evocata o ricordata come meta in cui si pensa di andare per un determinato tipo di viaggio che si intende fare. ***Rafforzare la salienza del brand vuol dire incrementare la probabilità di essere scelti come luogo di vacanza.***

Il Distretto Turistico Sicilia Occidentale, intende far proprie le finalità e gli obiettivi strategici del Piano operativo regionale di sviluppo turistico, direzionando principalmente la promozione della salienza del territorio della Sicilia Occidentale.

Si riportano stralci del documento di programmazione regionale contenente finalità, obiettivi, azioni che il Distretto Turistico Sicilia Occidentale ha inteso acquisire:

Come si legge dal documento di programmazione Regionale *del DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO PIANO OPERATIVO*

…"il turismo in Sicilia attraversa complessivamente una congiuntura favorevole, iniziata nel 2012. Il motivo principale di questo risultato è da attribuire alla crescita dei flussi turistici nei mercati internazionali a seguito del miglioramento del quadro economico internazionale e della crisi geopolitica che ha interessato le destinazioni del Nord-Africa. Questi due elementi stando mutando segno. Da una parte, le prospettive economiche a livello globale sono meno rosee rispetto agli anni precedenti, dall'altra, le destinazioni del Nord Africa si stanno riprendendo le quote di mercato perse nei precedenti cinque anni.

*L'analisi della situazione attuale si basa sui dati provvisori del primo semestre (2018) estrapolati dal sistema Turist@t dell'Osservatorio Turistico dipartimentale che raccoglie i dati degli arrivi e delle presenze come registrati dalle strutture ricettive dell'isola. A questi si aggiungono quelli (provvisori) dei primi tre trimestri della Banca d'Italia che invece provengono da un'indagine campionaria. I dati dell'Osservatorio Turistico Nel mercato regionale e in quello domestico, i flussi turistici registrati nel 2018 (dati provvisori) e negli anni precedenti sono compatibili con un quadro di contrazione della domanda interna che ha manifestato segni di miglioramento solo nel 2016 e nel 2017. Dopo un 2017 molto positivo certificato anche da Istat (+9,5% delle presenze nel 2016),… il flusso di nostri connazionali registra, in pari tempo, una battuta d'arresto …..Nel corso del primo semestre del 2018 la Sicilia è stata invece interessata da un crescente flusso di turisti stranieri le cui presenze sull'Isola raggiungono circa 3 milioni di unità (+6% rispetto al primo semestre del 2017). Nel complesso delle strutture ricettive dell'Isola, nel periodo considerato, sono stati registrati 2.101.888 arrivi (+1,4% sullo stesso periodo del 2017) e 5.420.541 presenze (+0,3% in pari tempo). La tipologia ricettiva maggiormente coinvolta nell'incremento delle presenze straniere è quella extralberghiera (+9,9% vs +5,1% rispetto ai primi sei mesi del 2017) mentre le presenze italiane fanno registrare una fase recessiva che riguarda entrambi i comparti e penalizza in modo più pesante quello alberghiero (-6,9% le presenze italiane nel primo semestre del 2018). Quanto agli arrivi, i dati disponibili evidenziano un andamento regionale, anche in questo caso, caratterizzato da una contrazione di quelli nazionali (-2,9% sul 2017) e una crescita di quelli stranieri (+6,6% sul 2017) variamente distribuiti nelle singole realtà provinciali"…" Le previsioni per il 2019…*da quello che si legge nel documento regionale, non erano rosee. *Per quanto concerne il mercato interno, il Fondo Monetario Internazionale e l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo prevedono un tasso di crescita del PIL sotto l'1%. Questo dato implica una probabile stabilizzazione della domanda turistica interna ai livelli registrati nel 2018.* ***Migliore la situazione sui mercati internazionali, dove tuttavia si stimano tassi di crescita del numero di turisti per il prossimo biennio (2019-2020) molto ridotti rispetto a quelli registranti nel 2017 e nel 2018.*** *La European Travel Commission prevede che nel prossimo biennio i flussi turistici internazionali verso i paesi del Mediterraneo crescano del 3% all'anno . Si tratta di valori dimezzati rispetto al tasso di crescita 2018 su 2017 e di un terzo inferiore rispetto a quello del 2017 su 2016.* ***In sintesi, qualora l'offerta turistica Siciliana mantenga le proprie quote di mercato, si prevede che i flussi turistici internazionali possono continuare a crescere, anche se con tassi molto inferiori rispetto a quelli registrati dal 2017 ad oggi"…" In linea di principio si intende investire nei mercati caratterizzati dall'essere accessibili (ovvero con esistenza di collegamenti aerei) e dalla presenza dell'offerta commerciale nei canali distributivi (tour operator e agenzie di viaggio).***

L'identificazione delle tipologie di viaggio è propedeutica alla definizione della strategia delle compagne di comunicazione. In questo modo, le agenzie creative e le agenzie media dovranno avere un quadro chiaro dei target di mercato ai quali rivolgere messaggi opportunamente definiti.

…. i criteri principali che concorrono a definire le diverse tipologie di viaggio alle quali si farà riferimento nel corso delle campagne promozionali …si legge nel documento regionale….. *sono*

BENEFICIO ATTESO- fa riferimento al motivo di fondo per il quale si viaggia

STAGIONE - fa riferimento al calendario delle vacanze proprie nei diversi mercati di origine. E' importante riferirsi al nome preciso con cui nella lingua del paese target viene identificato tale periodo;

PROFILO DEL TURISTA - Target di domanda: età, situazione familiare (con figli/senza figli), classi di reddito, livello d'istruzione, religione, etc.

PROFILO DEL VIAGGIO - Durata del viaggio, mono destinazione/multi-destinazione, indipendente/organizzato, tipo di mezzo per muoversi, distanza tra residenza e destinazione, livello di costo, etc.

TIPOLOGIA DI LOCALITA'- Caratteristiche geografiche delle località da promuovere (mare, collina, città, montagna,..)

TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DA SVOLGERE- Attività ed esperienze prevalenti da svolgere a destinazione

CARATTESTICHE DELLA DESTINAZIONE- Caratteristiche climatiche/metereologiche, fisiche/ambientali/culturali/culinarie, paesaggistiche, logistiche, ecc.

CARATTERISTICHE OFFERTA COMMERICALE- Tipologie di alloggio, offerta retail, offerta ristorativa, vita notturna, ecc.

DESTINAZIONI ALTERNATIVE - Altre destinazioni rinomate per tipologia di viaggio"…

È opportuno valorizzare la variegata offerta di destinazioni e di proposte commerciali che l'isola offre, ….nello specifico l'area della Sicilia Occidentale… *Per questo motivo, data ogni tipologia di vacanza, sarà opportuno individuare le immagini/situazioni a cui essere associati.*

Il valore del brand Sicilia dipende dalla quantità di immagini a cui può essere associata in base ai criteri di scelta consci o inconsci utilizzati dai potenziali turisti nel processo decisionale. L'aspetto più importante è essere associati ai criteri più comuni utilizzati consapevolmente e inconsapevolmente, che variano in funzione dei mercati geografici di provenienza, del motivo del viaggio e del contesto in cui matura la decisione di viaggio. …una lista di elementi da sviluppare e arricchire con indagini specifiche di marketing intelligence.

BENEFICI PER I TURISTI (perché) Value for money (economico/a buon mercato), Luoghi dove riposarsi, Luoghi dove stare insieme a…, Luoghi dove imparare, scoprire, approfondire, immergersi, Luoghi dove rigenerarsi, Luoghi adatti per i bambini, Luoghi facilmente raggiungibili, Lifestyle, Celebrazione. Caratteristiche della destinazione e dell'offerta commerciale (cosa - elementi fisici e tangibili) Clima, Giorni di sole, Qualità e caratteristiche delle spiagge (tipo di sabbia, spiagge per bambini, spiagge lunghe/corte, ecc.), Ricchezza del patrimonio artistico e culturale, Città vibranti, Luoghi off-the beaten track, Quantità e qualità delle tipologie delle strutture ricettive, Prossimità a certi luoghi/Landmark, Qualità e varietà della cucina, Qualità e varietà dei ristoranti, Facilità di spostamento (viaggi in auto, mezzi trasporto, ecc), Varietà delle esperienze (sport, attività, tour, ecc.) che si possono fare, Vita notturna vibrante , Ospitalità delle persone. Criteri situazionali (il contesto in cui matura una decisione di viaggio – quando/con chi) Una vacanza per i bambini, Una vacanza per la famiglia, Una vacanza qui vicino, Una vacanza per celebrare, Una vacanza per le ferie a scuola.

Ambito ***OBIETTIVI STRATEGICI OBIETTIVI SPECIFICI*** *in comune con il PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019 SICILIA DI SVILUPPO TURISTICO*

A - Rafforzare la visibilità *dell'offerta turistica siciliana Incrementare le probabilità che le informazioni (commerciali, logistiche, ricreative, culturali) di una destinazione o di un prodotto turistico siciliano siano notate da un potenziale turista.*

A1 - Copertura dei mercati: aiutare l'offerta turistica siciliana a rafforzare la copertura di mercati e canali di informazione e distribuzione

A2 - Rilevanza: aiutare l'offerta turistica siciliana a offrire prodotti e servizi coerenti con le richieste del mercato

A3 - Prominenza – Reputazione: aiutare l'offerta turistica siciliana a posizionarsi sempre meglio nei canali informativi e distributivi

B - Brand Sicilia Occidentale *Incrementare le probabilità che la Sicilia sia considerata come destinazione del prossimo viaggio*

B1 - Notorietà - Brand awareness: aumentare il numero di turisti che percepiscono in modo spontaneo – tra le prime opzioni - la Sicilia come una destinazione di viaggio

B2 - Prominenza/Salienza: aumentare il numero di turisti che percepiscono in modo spontaneo la Sicilia come destinazione del prossimo viaggio"…

Rafforzare la visibilità dell'offerta turistica siciliana - Copertura dei mercati - Supportare le imprese, gli imprenditori e gli enti che gestiscono le attrazioni in Sicilia ad aumentare la copertura dei mercati dove distribuiscono i loro prodotti.

Nel concreto si punta ad incrementare l'offerta commerciale sulle principali piattaforme on-line e a ***posizionare la destinazione Sicilia Occidentale*** *incrementando, in linea con il Piano regionale 2019:*

- *Le posizioni dei prodotti turistici siciliani (destinazioni, hotel, attrazioni, attività, ecc.) nei ranking dei principali opinion makers del settore (tipo Travellers Choice di Tripadvisor, classifiche dei giornali di viaggio, classifiche delle guide turistiche, ecc.)*
- *La salienza della Sicilia (Occidentale) nelle guide turistiche: edizioni specifiche sulla destinazione; il numero di pagine dedicate in guide turistiche di macro-regioni o di paesi;*
- *le stelle o altri simboli di raccomandazione su guide turistiche o altri strumenti informativi (ad esempio le stelle alle destinazioni delle Guide Verdi della Michelin)*
- *Il numero di recensioni positive nei siti specializzati (Tripadvisor, Yelp, Google Business) e la web-reputation in generale)*
- *La posizione delle singole componenti dell'offerta commerciale nel listing delle piattaforme distributive (web-reputation).*

Rafforzare il brand Sicilia (Occidentale)

Il valore del brand Sicilia può essere stimato misurando con indagini demoscopiche o attraverso conversazioni on-line l'intenzione di andare in vacanza in Sicilia (in un orizzonte temporale finito).

- *L'affidabilità della stima dipende molto dal grado di coperturadelle tipologie di viaggio.*
- *Notorietà sollecitata (conosciuta in letteratura come "aided awareness")*
- *Notorietà non sollecitata (conosciuta in letteratura come "unaided awareness")*
- *Top of Mind (cioè la Sicilia deve essere tra le prime risposte ad essere evocate a seguito di domande sul prossimo viaggio)*

Incrementare il valore del brand Sicilia (Occidentale)

L'obiettivo è contribuire a incrementare i seguenti parametri del brand Sicilia Occidentale:

- *Numero delle tipologie di viaggi a cui la destinazione è associabile*
- *Numero dei turisti potenziali (su un certo mercato geografico) che associano la destinazione alle tipologie di viaggio legate al settore balneare e ai viaggi in città*
- *Monitorare il numero di conversazioni social e di ricerche su Google che riguardano la Sicilia come destinazione turistica.*
- *Comunicazione consumer/Pubblicità Brand advertising*
  - *a. comunicare al maggior numero di potenziali turisti i messaggi desiderati.*
  - *b. incrementare la notorietà della destinazione.*
  - *c. costruire e/o rafforzare immagini turistiche TV, Eventi, Outdoor*
  - *Avere un feedback immediato (click su un link, richiesta di informazioni) rispetto ad una proposta Posta, telemarketing, canali digitali (motori di ricerca, email, social media, adwords, programmatic, ecc.) Molto efficace se si deve vendere qualcosa o dare informazioni ad uno specifico target. È molto facile da misurare Relazioni pubbliche PR Indurre altri media (giornalisti, opinion leader, blogger, comunità on line, influencers), a parlare della destinazione Stampa, social media, blogs, radio, tv, cooperazioni editoriali L'efficacia dipende dalla credibilità dei media. I risultati non sempre sono raggiungibili nel breve termine e sono difficilmente misurabili in termini di impatto sui potenziali turisti.*

In quanto ai Distretti Turistici nel summenzionato Piano 2019 si legge

"…2.6.4.2 I DISTRETTI TURISTICI …

I punti di debolezza dei Distretti Turistici.

"Potenzialmente ogni Distretto dovrebbe essere in grado di generare una autonoma offerta turistica che faccia riferimento al proprio territorio di riferimento e/o al proprio tema, ponendo in atto le azioni previste al comma 3, dell'art. 6, della legge 15 Settembre 2005, n.10. Tale presupposto

tuttavia, quando efficiente, è risultato solo parzialmente efficace e la motivazione emerge dagli esiti delle più recenti ricerche, avviate anche dallo stesso Dipartimento Regionale del Turismo dello Sport e dello Spettacolo, che dimostrano come per il turismo estero (quello al quale appare necessario rivolgersi, allo scopo di concorrere all'innalzamento del PIL nazionale), la Sicilia sia identificata come un'unica destinazione turistica: "Un'attenta e complessa procedura partecipata, che ha visto l'Assessorato regionale al turismo dialogare con tutte le istanze pubbliche e private locali interessate allo sviluppo, alla qualificazione e alla valorizzazione turistica dei singoli territori, ha messo in luce un numero consistente di ambiti geoturistici distrettuali potenzialmente suscettibili di essere sede di autonome strategie di affermazione nel mercato, avvalendosi, ovviamente, del brand Sicilia, ma potendo contribuire, con la forza del proprio autonomo amalgama, a diversificarne e moltiplicarne l'appeal; allo stesso tempo sono emerse, attraverso il dialogo fra Regione e istanze locali, diversi "distretti tematici" attorno ad argomenti, filoni di risorse, percorsi, fili conduttori fruitivi a loro volta intersecati con una o più aree geografiche distrettuali. Distretti territoriali e tematici dovrebbero, insieme considerati, riuscire ad esprimere al meglio l'intero potenziale turistico dell'isola … La complessità degli strati di risorse e la numerosità dei filoni di interesse sono caratteristiche che rendono universalmente unica la Sicilia; la ricchezza di questi filoni può essere ulteriormente valorizzata per i visitatori provenienti da lontano (ma sicuramente anche per una quota rilevante del turismo interno siciliano).

C'è una domanda globale di conoscenza dei valori culturali siciliani e di scoperta delle risorse ambientali dell'isola che può svilupparsi in modo particolarmente accentuato nel grande bacino di popolazione urbana europea, quello che, come abbiamo ipotizzato, sente ormai di poter approdare facilmente in Sicilia… (cfr. R.T.I. SWG - TECNICOOP - Marketing Management s.r.l.: "Ricerca di marketing che analizzi le performance di sviluppo tutistico, attuali e potenziali, del territorio siciliano, con particolare riferimento ai singoli ambiti geoturistici" -.

In atto essa la Sicilia ha ricevuto il riconoscimento per 7 siti materiali: 1) Area archeologica di Agrigento, Valle dei Templi (1997); 2) Villa Romana del Casale (1997); 3) Isole Eolie (2000); 4) Le città tardo-barocche della Val di Noto (2002); 5) Siracusa e le Necropoli rupestri di Pantalica (2005); 6) Monte Etna (2013); 7) Palermo Arabo-normanna e le cattedrali di Cefalù e Monreale); E tre siti immateriali: 1) L'Opera dei Pupi 2) La vite ad alberello di Pantelleria (2014) 3) La Dieta Mediterranea, condivisa con altri Paesi del Bacino del Mediterrane".

Come si legge dalla analisi del Contesto allegata al documento di programmazione regionale 2019:

"…dal set dei siti UNESCO rimangono tuttora escluse le aree della Sicilia Occidentale nella quale sono pure presenti emergenze archeologiche e culturali di grandissimo valore e con tratti di unicità assoluta. Alcuni di essi sono meritevoli di entrare nella WHL – UNESCO, e la Regione, in collaborazione con la Fondazione UNESCO sta avviando le procedure necessarie in tal senso".

Si tratta fra l'altro di siti ricadenti nell'area di interesse del Distretto Turistico Sicilia Occidentale e nello specifico :

A. *Le Saline di Trapani-*
B. *Il Parco Archeologico di Selinunte*
C. *Il sito Archeologico di Motya*
D. *Il Teatro ed il Tempio di Segesta*
E. *Le Isole Egadi*
F. *Erice*

"In buona sintesi si può affermare che la dimensione del movimento turistico a radice culturale, verso la Sicilia, offre ampissimi margini di crescita, specialmente se confrontata con quella di altre aree d'Italia. Tuttavia occorre attrezzarsi sia per migliorare la diffusione delle informazioni intercettando opportunamente il bacino di potenziale utenza, incrementando l'incoming, che per garantire la qualità e l'efficienza nella gestione dei siti, adottando anche politiche che ne semplifichino la fruizione (p.es. il biglietto unico per più siti, il ticketing on line sia per singoli che per gruppi, l'unificazione degli orari di visita, le aperture nelle giornate festive, la presenza di personale multilingue in grado di offrire un adeguato livello di informazione, l'utilizzo di tecnologie di prossimità mobile per l'accesso a contenuti anche multimediali quali le audioguide etc)".

4. IMPORTO DEL SERVIZIO – VALORE STIMATO APPALTO E IMPORTO A BASE DI GARA

Il valore stimato dell'appalto, ai sensi dell'art. 35, comma 4, ammonta a euro 260.000,00 iva al 22% inclusa (euro 213.114,75 iva 22% esclusa) stante che specifica clausola qui contenuta facoltà la stazione appaltante al rinnovo e/o proroga.

Ai fini della formazione dell'offerta economica si specifica che **l'importo a base di gara** è pari ad € **150.000,00** iva inclusa al 22% ed è relativo al tempo necessario alla realizzazione del progetto di branding e di ideazione creativa e realizzazione di prodotti e servizi finalizzati alla promozione del territorio e alle sue singole attività che, cosi come approvato dalla Fondazione Distretto turistico Sicilia Occidentale, risulta così articolato:

Voce di costo	euro
Branding (Naming, ideazione e creazione Logo, key visual, concept, immagine coordinata, Brandbook, esecutivi di stampa per strumenti informativi quali Brochure e Mappe)	18.000,00
Stampa materiali informativi	28.000,00
Portale	38.000,00
Gestione e aggiornamenti contenuti portale per 12 mesi • creazione e pubblicazione contenuti testuali del sito; • creazione e pubblicazione articoli magazine (1 articolo a settimana); • creazione e pubblicazione contenuti visuali; • aggiornamento plug-in CMS aggiornamento migliorativo sito	40.000,00
SEO (gestione attività SEO del sito e di tutti i suoi contenuti in 5 lingue per garantire l'ottimizzazione delle pagine del portale tra le SERP di Google nei 5 paesi target)	18.000,00
Hosting e Assistenza tecnica per la gestione server (durata 12 mesi dalla data di pubblicazione)	8.000,00
Tot. Iva inclusa 22% - Servizio 12 mesi	**150.000,00**

Il servizio verrà effettuato dapprima su 12 mesi e, successivamente, in via facoltativa ed eventuale in forza di specifica clausola, qui contenuta (art. 8), vi sarà la possibilità di avvalersi dell'opzione di rinnovo contrattuale agli stessi patti e condizioni e per un periodo di 10 mesi, sempre nei limiti del superiore valore complessivo.

5. FIGURE PROFESSIONALI – GRUPPO DI LAVORO OTTIMALE

Il Servizio prevede le prestazioni rese da figure professionali capaci di costruire un gruppo di lavoro ottimale commisurato alle diverse linee di azioni come segue:

Attività: Branding	
Creative Director	**Uno (1)**
Art Director	**Uno (1)**
Graphic designer	**Uno (1)**
Attività : Creazione Portale	**Unità**
Creative Director	**Uno (1)**
Art Director	**Uno (1)**
Graphic designer	**Uno (1)**
Sviluppatore Back-end	**Uno (1)**
Sviluppatore Front-end	**Uno (1)**
Attività : SEO	**Unità**
Editor	**Uno (1)**
Specialista SEO	**Uno (1)**

Attività : Content Management	Unità
Editor	Uno (1)
Copywriter	Uno (1)
Content management madrelingua	Quattro (4)
Attività: Hosting e assistenza tecnica	Unità
Sviluppatore	Uno (1)
Tutte le attività	Unità
Project manager	

Per tutte le figure professionali componenti il Gruppo di Lavoro dovrà essere allegato CVE a dimostrazione della qualifica e/o competenza acquisita.

6. CONTRIBUTO ALL'AUTORITA' NAZIONALE ANTICORRUZIONE

Ai sensi dell'art.1, commi 65 e 67 della legge 23/12/2005, n.266, e della deliberazione dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) n.1174 del 19 dicembre 2018, per la partecipazione alla gara è dovuto, da parte dell'operatore economico a titolo di contributo per la copertura dei costi dell'ANAC, il versamento di euro 20,00 – CIG:8159027214

7. REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE

7.1 SOGGETTI DESTINATARI

Tutti gli operatori economici, iscritti al MEPA e qualificati per l'offerta di ***"Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato",*** in possesso dei requisiti generali di cui all'art. 80 del "Codice" punto 7.2 e dei requisiti di idoneità professionale e di capacità economica -finanziaria, tecnica e professionale di cui ai punti 7.3, 7.4 e 7.5.

7.2 REQUISITI DI ORDINE GENERALE (art. 80 D. Lgs. 50/2016)

a) Non trovarsi in alcuna delle situazioni previste dall'art. 80 del D. Lgs. n. 50/2016, pena l'esclusione;

7.3 REQUISITI DI IDONEITÀ PROFESSIONALE: (art. 83, comma 1 lett. a) D. Lgs. 50/2016)

a) Iscrizione al registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (C.C.I.A.A.) della Provincia di appartenenza per l'attività oggetto del presente avviso;
b) Disporre, alla data di consegna del servizio, di una sede operativa sul territorio siciliano;
c) Aver eseguito almeno 4 commesse dimostrabili nel settore della comunicazione digital verso l'estero (almeno 2 lingue) di cui almeno 2 nell'Hospitality;
   I requisiti dovranno essere provati mediante un elenco dei principali servizi analoghi a quelle oggetto dell'appalto effettuate negli ultimi cinque anni, antecedenti la data di pubblicazione dell'avviso, con indicazione dei rispettivi importi, date e destinatari, pubblici o privati
d) disporre, in caso di aggiudicazione, di un gruppo di lavoro composto da almeno:
   - Un Creative Director
   - Un Art Director
   - Un Graphic designer
   - Uno Sviluppatore Back-end
   - Uno Sviluppatore Front-end
   - Editor
   - Uno Specialista SEO

- Un Copywriter
- Quattro Content management madrelingua
- Uno Sviluppatore per la gestione di server

Secondo una articolazione di Gruppo di lavoro così composta

Attività: Branding	
Creative Director	**Uno (1)**
Art Director	**Uno (1)**
Graphic designer	**Uno (1)**
Attività : Creazione Portale	**Unità**
Creative Director	**Uno (1)**
Art Director	**Uno (1)**
Graphic designer	**Uno (1)**
Sviluppatore Back-end	**Uno (1)**
Sviluppatore Front-end	**Uno (1)**
Attività : SEO	**Unità**
Editor	**Uno (1)**
Specialista SEO	**Uno (1)**
Attività : Content Management	**Unità**
Editor	**Uno (1)**
Copywriter	**Uno (1)**
Content management madrelingua	**Quattro (4)**
Attività: Hosting e assistenza tecnica	**Unità**
Sviluppatore	**Uno (1)**
Tutte le attività	**Unità**
Project manager	

7.4 REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA (art. 83 comma 1 lett. b) D. Lgs. 50/2016)

Il concorrente dovrà essere in possesso del seguente requisito di capacità economica e finanziaria:

a) Aver realizzato un fatturato minimo nell'ultimo anno di attività, non inferiore a euro 100.000,00**;**

7.5 REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE (art. 83, comma 1 lett. c) D. Lgs. 50/2016)

a) Avere eseguito nell'ultimo triennio uno o più servizi rientranti nell'ambito categoria MEPA "***Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato***"" di cui al capitolato d'oneri "servizi" per l'abilitazione dei prestatori di servizi ai fini della partecipazione al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione di CONSIP o servizi corrispondenti o analoghi per un valore complessivo non inferiore a euro 100.000,00;

In caso di R.T.I., i requisiti dovranno essere posseduti dal raggruppamento nel suo complesso. La mandataria in ogni caso deve possedere i requisiti ed eseguire le prestazioni in misura maggioritaria.

E' fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti, ovvero di partecipare alla gara anche in forma individuale qualora abbia partecipato alla gara medesima in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti. I consorzi stabili sono tenuti ad indicare, in sede di offerta, per quali consorziati il consorzio concorre; a questi ultimi è fatto divieto di partecipare, in qualsiasi altra forma, alla medesima gara; in caso di violazione sono esclusi dalla gara sia il consorzio sia il consorziato.

8 DURATA

Il servizio oggetto del presente avviso avrà la durata di 12 mesi con decorrenza dalla data di consegna dello stesso e fino a conclusione delle attività progettate e temporalmente articolate nel cronoprogramma che segue.

Su valutazione discrezionale della stazione appaltante, nel rispetto degli obiettivi di progetto e di budget, potrà essere esercitata una o entrambe delle seguenti **OPZIONI:**

a) **Rinnovo** - La stazione appaltante si riserva altresì la facoltà di rinnovare il contratto, per un periodo di 10 mesi, alle medesime condizioni del Contratto originario e per un importo contrattuale pari ad euro 110.000,00 iva 22% inclusa. La stazione appaltante esercita tale facoltà comunicandola all'appaltatore mediante posta elettronica certificata almeno 30 gg. prima della scadenza del contratto originario. In nessun caso la ditta avrà nulla da pretendere dalla stazione appaltante in caso di mancato esercizio dell'opzione di rinnovo.

b) **Proroga** - La stazione appaltante si riserva, ai sensi dell'art. 106 comma 11, D.lgs. 50/2016, di prorogare la durata contrattuale, agli stessi patti e condizioni del contratto originario, al verificarsi delle condizioni previste dal medesimo art. 106, comma 11, d. lgs 50/2016. La proroga è limitata al tempo strettamente necessario alla conclusione delle procedure necessarie per l'individuazione di un nuovo contraente. In tal caso il contraente è tenuto all'esecuzione delle prestazioni previste nel contratto agli stessi prezzi, patti e condizioni o più favorevoli per la stazione appaltante.

All'avvio del servizio, e all'eventuale applicazione delle opzioni, si procederà solo in caso di effettiva disponibilità delle risorse occorrenti a far fronte alla spesa, a valere sulle risorse finanziarie trasferite dai partecipanti alla Fondazione e dai Soci. Resta fermo che nel caso, per qualsiasi ragione, non venissero rese disponibili le suddette risorse, per cui questa stazione appaltante non potrà procedere all'affidamento del servizio, ai concorrenti non spetterà alcun compenso o rimborso o risarcimento di qualsiasi tipo e a qualsiasi titolo per la mancata conclusione della procedura. Non potrà essere richiesto risarcimento danni in caso di ritardo dell'inizio del servizio dovuto alla Fondazione.

9 MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA E DOCUMENTI DA PRODURRE

L' offerta deve pervenire entro le ore 12.00 del giorno **04/02/2020,** sul portale MEPA.

La Stazione appaltante non è tenuta ad effettuare alcuna indagine circa i motivi di ritardo nel recapito dell'offerta.

DOCUMENTAZIONE GENERALE amministrativa acquisita già in fase di iscrizione a Consip e di partecipazione al "Bando Servizi" per l'abilitazione di fornitori per la categoria completa dei seguenti Documenti allegati alla RDO:

1) DOCUMENTAZIONE amministrativa di ordine generale acquisita già in fase di iscrizione a Consip e di partecipazione al bando per l'abilitazione di fornitori per la categoria: Prestatori di Servizi - schema "documento richiesto n. 1 di cui alla dichiarazione allegata alla RDO" - Dichiarazione sostitutiva cause di esclusione di cui all'art. 80 del D. Lgs. n. 50/2016 e dichiarazione di insussistenza delle condizioni di cui all'art. 53 comma 16-ter del D. Lgs 165/2001;

2) DOCUMENTAZIONE comprovante a) Iscrizione al registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (C.C.I.A.A.) della Provincia di appartenenza per l'attività oggetto del presente avviso e sede operativa in sicilia; ovvero "documento richiesto n. 2 allegato alla RDO";

3) DICHIARAZIONE resa ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n.445, di accettazione delle clausole contenute nel Protocollo Unico di Legalità di cui alla Circolare n. 593 del 31.01.2006 dell'Assessorato Regionale LL.PP - "documento richiesto n.3 allegato alla RDO";

4) DICHIARAZIONE di aver preso integrale conoscenza e di accettare espressamente le condizioni prescritte nel documento Avviso - Elementi per la costruzione dell'RDO- disciplinare - Capitolato tecnico e di accettare incondizionatamente tutte le disposizioni e le prescrizioni ivi contenute e di avere giudicato i costi remunerativi e di averne tenuto conto, nel formulare l'offerta tecnica - "documento richiesto n.4 allegato alla RDO";

5) DICHIARAZIONE: di aver realizzato un fatturato globale negli ultimi tre esercizi finanziari, con bilancio approvato, alla data di presentazione dell'offerta, per un importo complessivo non inferiore a euro 100.000,00, relativo a servizi corrispondenti o analoghi a quelli oggetto della gara e di aver realizzato un fatturato minimo nell'ultimo anno di attività, non inferiore a euro 100.000,00. "documento richiesto n. 5 allegato alla RDO;

6) CAUZIONE provvisoria pari al 2 % dell'importo del servizio, da presentarsi nei modi e nei termini di cui all'art. 93 del D.Lgs 50/2016, contenente l'impegno di un fideiussore a rilasciare la garanzia fideiussoria per l'esecuzione del contratto, di cui all'articolo 103 D.Lgs 50/2016, qualora l'offerente risultasse affidatario. La garanzia deve prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, la eccezione di all'art. 1957, comma 2, del codice civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta della stazione selezionatrice. L'importo della garanzia è ridotto del cinquanta per cento per i concorrenti ai quali venga rilasciata, da organismi accreditati, ai sensi delle vigenti norme europee, la certificazione del sistema di qualità conforme alle competenti norme europee, ovvero la dichiarazione della presenza di elementi significativi e tra loro correlati di tale sistema. Per fruire di tale beneficio, il concorrente deve produrre la certificazione di qualità predetta (ovvero copia conforme all'originale della detta certificazione), o in alternativa la dichiarazione di cui all'art. 93, resa ai sensi dell'art. 47 del D.P.R. 445/2000 e s.m.i. "documento richiesto n. 6 allegato alla RDO";

7) DICHIARAZIONE di poter disporre, in caso di aggiudicazione, di un gruppo di lavoro composto da almeno, un Creative Director, un Art Director, un Graphic designer, uno Sviluppatore Back-end, uno Sviluppatore Front-end, un Editor, uno Specialista SEO, un Copywriter, quattro Content management madrelingua, uno Sviluppatore per la gestione di server (allegandone eventuale dichiarazione di disponibilità all'impiego e CVE) "documento richiesto n. 7 allegato alla RDO";

8) CRONOPROGRAMMA delle attività nel periodo di 12 mesi 2020/2021"documento richiesto n. 8 allegato alla RDO";

9) DICHIARAZIONE DI aver eseguito almeno 4 commesse nel settore della comunicazione digital verso l'estero (almeno 2 lingue) di cui almeno 2 nell'Hospitality (I requisiti dovranno essere provati mediante un elenco dei principali servizi analoghi a quelle oggetto dell'appalto effettuate negli ultimi cinque anni,

antecedenti la data di pubblicazione dell'avviso, con indicazione dei rispettivi importi, date e destinatari, pubblici o privati.
L'operatore economico dovrà allegare, altresì, alla dichiarazione, copia di un lavoro nell'ambito del settore turistico per il quale sono stati sviluppati: Logo, Key Visual, Concept, UX e UI, piano di intervento SEO realizzati "documento richiesto n. 9 allegato alla RDO";

10) DOCUMENTAZIONE comprovante l'avvenuto versamento del contributo di € 20,00 all'ANAC, secondo le modalità e le istruzioni indicate nella homepage sul sito web dell'Autorità (www.anac.it), sezione "Contributi in sede di gara" - documento richiesto n. 10 allegato alla RDO.

10 PROCEDURA DI GARA - CRITERI - MODALITA' DI AGGIUDICAZIONE:

Il criterio per la scelta del miglior offerente sarà quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa previsto dall'art. 95, comma 3, lettera a), del d. lgs 50/16. La griglia di valutazione è lo strumento utilizzato dalla Commissione Giudicatrice per valutare e attribuire il punteggio alle singole offerte in base ai requisiti che attengono alla qualità dell'offerta.

L'esame delle offerte verrà effettuato da una Commissione giudicatrice appositamente nominata, che effettuerà la valutazione adottando i criteri oggettivi sotto riportati in base ai seguenti elementi di valutazione e punteggi, riportati.

OFFERTA TECNICA E OFFERTA ECONOMICA

L'offerta economicamente più vantaggiosa, sia sotto l'aspetto progettuale che economico con preponderanza del primo sul secondo, in base ai criteri e relativi punteggi individuati di seguito, sarà quella che otterrà il maggiore punteggio attraverso la combinata valutazione di:

OFFERTA TECNICA fino a punti 80 su Max punti 100

OFFERTA ECONOMICA fino a punti 20 su Max punti 100

ELEMENTI QUALITATIVI DELL' OFFERTA TECNICA

L'offerta tecnica, dovrà contenere tutti gli elementi di valutazione e unicamente la descrizione di quanto espressamente richiesto nel presente documento. Si precisa che informazioni diverse rispetto a quelle richieste non saranno prese in considerazione nella valutazione tecnica dell'offerta. L'ente si riserva di richiedere alle imprese partecipanti di produrre, a comprova dell'esperienza professionale necessaria per la realizzazione del servizio offerto in sede di gara, adeguata e completa documentazione.

L'operatore economico produrrà una Offerta tecnica con l'indicazione dell'esperienza acquisita negli ambiti: oggetto dell'appalto. Gli elaborati prodotti dovranno consentire, in particolare, la valutazione del sistema organizzativo proposto in termini di:

- CV Operatore Economico e Progetti significativi;
- CV degli Esperti e esperienza maturata;

L'offerta tecnica dovrà in particolare essere composta dalla seguente documentazione:

A. PROGETTI SIGNIFICATIVI attraverso la presentazione di SCHEDE SINTETICHE relative a commesse eseguite in precedenza, inerenti ai servizi oggetto di affidamento, secondo il modello di scheda sintetica allegato alla presente RDO.
B. CURRICULA VITAE DEL GRUPPO DI LAVORO. Esperienze professionali di talune figure professionali interne al gruppo di lavoro da dimostrarsi attraverso la presentazione dei curricula,

in formato "europeo" e compilando le SCHEDE SINTETICHE GRUPPO DI LAVORO. Le Schede sintetiche delle esperienze dei componenti il gruppo di lavoro dovranno essere prodotte per ciascun esperto in relazione al parametro B;

C. EVENTUALE PROPOSTA PROGETTUALE DI MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO

I punteggi (max 80) saranno attribuiti in riferimento agli elementi appresso indicati

A. PROGETTI SIGNIFICATIVI Operatore Economico	**MAX PUNTI 43**
Aver effettuato lavori con clienti in ambito di promozione del territorio - 3 punti per ogni cliente	**Max 12 punti**
Esperienze nell'ambito della comunicazione internazionale - punti 4 per ogni lavoro	**Max 12 punti**
Esperienze di comunicazione per la promozione del territorio in sinergia con altre aziende - 4 punti per ogni progetto	**Max 8 Punti**
Esperienza digitale dimostrabile con clienti del settore pubblico relativa ad offerta turistica - 1 punto per ogni cliente	**Max punti 2**
Esperienze digitali nella spesa di Fondi OCM 3 punti per ogni progetto	**Max punti 9**
B – **CURRICULA VITAE – Gruppo di Lavoro** – ESPERIENZA con Brand internazionali delle Key people da impiegare nel servizio	**MAX PUNTI 30**
1. Creative director, 2. Art director, 3. Graphic Designer, 4. Copywriter; 5. Sviluppatore Front-end - 6. Specialista SEO - 1 punto per ogni esperienza in progetti internazionali (max 5 punti per ciascun professionista)	
C. EVENTUALI SERVIZI MIGLIORATIVI	**MAX 2 PUNTI**
Sarà attribuito un punteggio ad attività progettuali di proposte migliorative del servizio, senza aggravio di spesa per la stazione appaltante.	
• scarsa punti 0,5	
• sufficiente punti 1	
• buona punti 1.5	
• ottima punti 2	
Presenza di un PM (**PROJECT MANAGER**) dedicato	**PUNTI 5**
	Tot. Max 80 Punti

OFFERTA ECONOMICA: Max punti 20

Per la valutazione dell'offerta economica il punteggio massimo di punti 20 sarà attribuito all'offerta che presenta il maggiore ribasso percentuale sull'importo a base di gara. Le altre offerte saranno valutate proporzionalmente in rapporto alla migliore offerta in base alla seguente formula:

PVE= ((RO/RMO) x 20

Dove

PVE= Punteggio Valutazione Economica

RO= ribasso dell'offerta in valutazione

RMO= ribasso massimo offerto fra i componenti in gara

L'aggiudicazione della gara avverrà in capo all'offerente che, sommati i punteggi attribuiti, avrà ottenuto complessivamente il punteggio più elevato. In caso di parità di punteggio complessivo, l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che avrà ottenuto il maggior punteggio al parametro B del presente articolo. In caso di ulteriore parità si procederà per sorteggio.

La *Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale* si riserva comunque il diritto:

- ✓ di non procedere all'aggiudicazione nel caso in cui nessuna delle offerte venga ritenuta conveniente o idonea in relazione all'oggetto dell'appalto;
- ✓ di procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida.

Sono a carico dell'impresa tutti gli oneri assicurativi e previdenziali di legge ed osservare le norme vigenti in materia di sicurezza sul lavoro e di retribuzione dei lavoratori dipendenti.

L'offerta economica dell'**apposita schermata del MEPA, non risulta aggiornata alla modifica del D.lgs n 56/2017 all'art 95 co 10 del cod Appalti. (**comma 10. **"***Nell'offerta economica l'operatore deve indicare i propri costi della manodopera e gli oneri aziendali concernenti l'adempimento delle disposizioni in materia di salute….*"). **Pertanto occorre compilare pure l'allegato fac simile "Offerta economica"**

L'offerta è valida per un periodo di 180 giorni, a far tempo dalla data di scadenza del termine per la sua presentazione. Salvo diversa indicazione, qualsiasi documento elettronico relativo alla presente procedura dovrà essere sottoscritto dal concorrente con firma digitale. Non sono ammesse offerte alternative o difformi rispetto all'oggetto della presente procedura, nonché offerte vincolate o condizionate. L'offerta ha una validità di 180 giorni dalla sua presentazione

11 OPERAZIONI DI GARA

L'apertura dei plichi per la verifica della documentazione amministrativa avrà luogo in seduta pubblica sullo stesso portale MEPA, previa comunicazione ai partecipanti da parte del Punto Ordinante.

Nel rispetto delle Linee guida n. 3 ANAC attuative del nuovo Codice degli Appalti, il procedimento di aggiudicazione della gara secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa basato sul rapporto qualità/prezzo, si svolge, in tre fasi, due delle quali richiedono prevalenti competenze amministrative e le altre prevalenti competenze tecniche. Ai sensi dell'art. 77 del Codice appalti una commissione giudicatrice valuterà le offerte tecniche. Alla stessa, quindi, non è affidato il compito di svolgere le attività preliminari di valutazione e ammissione dei concorrenti (tra cui rientrano la verifica della regolarità dell'invio dell'offerta e del rispetto delle disposizioni generali e speciali, la verifica della regolarità della documentazione amministrativa e del possesso dei requisiti di partecipazione). Richiamato il punto 5.2. delle suddette Linee guida ANAC, *il controllo della documentazione amministrativa è svolto dal RUP, da un seggio di gara istituito ad hoc oppure, se presente nell'organico della stazione appaltante, da un apposito ufficio/servizio a ciò deputato, sulla base delle disposizioni organizzative proprie della stazione appaltante, mentre una commissione giudicatrice, in seduta riservata, ai sensi dell'art. 77 del Codice appalti, valuterà le offerte tecniche.* Pertanto, una volta esaminata la documentazione amministrativa, le risultanze di quest'ultima saranno rimesse alla Commissione Giudicatrice.

La Commissione Giudicatrice, appositamente nominata dopo la scadenza del termine di presentazione delle offerte, darà evidenza della documentazione tecnica prodotta dai partecipanti e, in seduta riservata, procederà, attraverso i portali gestionali del MePa alla valutazione delle offerte tecniche procedendo all'attribuzione dei punteggi nel rispetto dei criteri di valutazione contenuti nel presente documento. Terminata la fase di valutazione dell'offerta tecnica e di attribuzione dei punteggi a tutti gli operatori economici partecipanti alla procedura di gara, la commissione giudicatrice, in seduta pubblica, sul portale MEPA, comunicherà i punteggi attribuiti alle offerte tecniche e procederà all'apertura delle buste contenenti le offerte economiche. La commissione giudicatrice, pertanto, nel rispetto di quanto stabilito in merito al criterio di aggiudicazione prescelto, art. 95 comma 3 d.lgs 50/2016, procederà alla apertura delle offerte economiche prodotte e provvederà a formulare la graduatoria finale tramite i sistemi messi a disposizione dal MEPA. La graduatoria sarà resa pubblica. Al termine dell'operazione la Commissione Giudicatrice rimetterà al RUP la proposta di aggiudicazione della ditta individuata, insieme a tutti gli atti per procedere alle apposite verifiche ai sensi dell'art. 32, comma 7 del d.Lgs 50/2016 e per l'adozione degli adempimenti consequenziali.

Una volta identificata la prima offerta valida, come sopra disposto, la presente *Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale* procederà all'aggiudicazione della RdO utilizzando le funzionalità disponibili all'interno del Mercato Elettronico della PA (MEPA). In caso di parità di punteggio complessivo, l'aggiudicazione avverrà a favore del concorrente che avrà ottenuto maggiore punteggio relativo al criterio "TEAM – Gruppo di Lavoro" **di cui agli "ELEMENTI QUALITATIVI DELL' OFFERTA TECNICA" dell'art.** 10. In caso di ulteriore parità si procederà per sorteggio. L'affidamento del servizio sarà disposto in favore del soggetto concorrente la cui offerta risulti economicamente più vantaggiosa (max 100,00 punti), derivante dalla sommatoria del punteggio attribuito per l'offerta tecnica (max 80,00 punti) e di quello attribuito all'offerta economica (max punti 20,00) sulla base dell'applicazione della precedente formula. L'aggiudicazione definitiva avverrà a seguito dell'accertamento del possesso di tutti i requisiti autocertificati dall'operatore economico. Si procederà all'aggiudicazione anche nel caso pervenga una sola offerta valida. La *Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale*, a suo insindacabile giudizio, potrà anche, qualora lo reputi corrispondente all'interesse pubblico, non procedere all'aggiudicazione. L'offerta dell'operatore economico aggiudicatario rimarrà valida e invariabile sino alla stipula del contratto.

Il contratto verrà stipulato in forma elettronico sottoscritto digitalmente dalla Stazione Appaltante e dal Fornitore ai sensi dell'art. 53 delle Regole del Sistema di e-procuremenent che regolano il ME.PA.

Nessun rimborso è dovuto per la partecipazione alla RDO, anche nel caso in cui non si dovesse procedere all'aggiudicazione.

La Stazione Appaltante si riserva di procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida purché ritenuta idonea di rispondere ai bisogni alla base del presente affidamento e congrua nei valori economici offerti.

Con il solo fatto della presentazione dell'offerta si intendono accettati da parte dei concorrenti tutti gli oneri, atti e condizioni del presente documento.

12 MODALITA' PARTICOLARI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA E DOCUMENTI DA PRODURRE DA PARTE DI CONCORRENTI RIUNITI O CONSORZIATI

Le imprese che intendano presentare domanda in R.T.I. o con l'impegno di costituire un R.T.I. ovvero in Consorzio, dovranno osservare le seguenti condizioni.

Riportare l'intestazione:

- di tutte le imprese raggruppande, in caso di R.T.I. non formalmente costituito al momento della presentazione dell'offerta;
- dell'impresa mandataria, in caso di R.T.I. formalmente costituito prima della presentazione dell'offerta;

- del consorzio, in caso di consorzio.
- La domanda di partecipazione e le dichiarazioni relative al possesso dei requisiti di partecipazione dovranno essere presentata:
- in caso di R.T.I. costituito o costituendo, da tutte le imprese componenti il R.T.I.;
- in caso di consorzio, dal consorzio medesimo e dalle imprese che con esso parteciperanno alla presente procedura;
- in caso di consorzio costituendo ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. da tutte le imprese che ne faranno parte;

In caso di R.T.I. già formalmente costituito dovrà essere inserito all'interno della busta "Documentazione amministrativa", il mandato collettivo speciale con rappresentanza conferito dalle mandanti alla Capogruppo-mandataria, risultante da scrittura privata autenticata.

In caso di R.T.I. – Consorzio non ancora formalmente costituiti, nella dichiarazione dovrà essere specificato:

- l'impegno, in caso di aggiudicazione della gara, sottoscritto da ciascuna impresa facente parte del costituendo raggruppamento/consorzio, a conferire mandato collettivo speciale con rappresentanza ad una di esse (da indicare espressamente) qualificata Capogruppo mandataria, la quale stipulerà il contratto di appalto in nome e per conto proprio e delle mandanti;

In caso di Consorzio già formalmente costituito all'interno della busta "Documentazione Amministrativa" dovrà essere inserita copia autenticata dell'atto costitutivo del Consorzio e delle successive modificazioni da cui risultino come consorziate tutte le imprese che partecipano alla presente procedura.

Tutti i partecipanti al raggruppamento devono specificare le parti del servizio che andranno ad eseguire.

In caso di R.T.I. costituiti o di Consorzi l'offerta tecnica di cui al superiore punto e l'offerta economica di cui al superiore punto dovranno essere sottoscritte dal legale rappresentante dell'impresa designata mandataria e del Consorzio stesso; in caso di R.T.I. costituendi, l'offerta tecnica e l'offerta economica dovranno essere sottoscritte dal legale rappresentante di ciascuna delle imprese raggruppande.

In caso di raggruppamento temporaneo costituito o da costituirsi la cauzione provvisoria deve essere intestata a tutte le imprese partecipanti al raggruppamento e sottoscritta dalla Capogruppo, mentre non è necessario la firma delle altre ditte.

13 SOCCORSO ISTRUTTORIO

Il soccorso istruttorio si applica ai sensi dell'art.83 comma 9 del d.lgs 50/2016, tenuto conto della Determinazione dell'ANAC n. 1/2015 ed eventuali successive modifiche ed integrazioni.

Il contratto sarà stipulato previa costituzione di una garanzia fideiussoria.

La mancata presentazione dell'offerta entro il termine sopra indicato costituirà espressa rinuncia alla partecipazione alla procedura.

Saranno inoltre esclusi dalla gara i concorrenti che presentino:

- offerte in rialzo dell'importo massimo complessivo posto a base d'asta
- offerte nelle quali fossero sollevate eccezioni e/o riserve di qualsiasi natura alle condizioni di esecuzione del servizio specificate nel presente documento;
- offerte che siano sottoposte a condizione;
- offerte incomplete e/o parziali;
- offerte di servizi e/o attività con modalità difformi, in senso peggiorativo, da quanto stabilito nel presente documento.
- i concorrenti coinvolti in situazioni oggettive lesive della par condicio tra concorrenti e/o lesive della segretezza delle offerte;

- i concorrenti che abbiano omesso di fornire i documenti richiesti ovvero che abbiano reso false dichiarazioni.

E' fatto divieto di subappalto.

AVVALIMENTO

Alla presente procedura si applica l'Avvalimento ai sensi dell'art. 89 del d.lgs 50/2016.

Ai sensi dell'art. 89 del D.lgs. 50/2016, l'operatore economico, singolo o associato ai sensi dell'art.45 del Codice, può dimostrare il possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale di cui all'art. 83, comma 1, lett. b) e c) del D.lgs. 50/2016 avvalendosi dei requisiti di altri soggetti, anche partecipanti al raggruppamento. Non è consentito l'avvalimento per la dimostrazione dei requisiti generali e di idoneità professionale.

Con il solo fatto della presentazione dell'offerta si intendono accettati da parte dei concorrenti tutti gli oneri, atti e condizioni del presente documento.

Per eventuali informazioni e/o chiarimenti è possibile rivolgersi al Responsabile Unico del Procedimento – Dott.ssa Marilena Cricchio, Via Mafalda di Savoia n.26, Tel. 328/3021599 e-mail: cricchiomarilena@gmail.com

Trapani, 27.12.2019

Il Responsabile Amministrativo
Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale
F.to Dott.ssa Marilena Cricchio

Il Presidente
Fondazione Distretto Turistico Sicilia Occidentale
F.to Dott.ssa Rosalia D'Alì