



REGIONE CALABRIA
DIPARTIMENTO TURISMO E BB.CC.
ISTRUZIONE – CULTURA

CAPITOLATO

AFFIDAMENTO AI SENSI DEL D. LGS. N. 50/2016 DEI SERVIZI DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI “ADVERTISING” FINALIZZATA AD INTERCETTARE NUOVI FLUSSI TURISTICI VERSO LA DESTINAZIONE “CALABRIA” ED ALLA PROMOZIONE DEL TERRITORIO REGIONALE NEI MERCATI DIRIFERIMENTO.

1. RELAZIONE TECNICO - ILLUSTRATIVA DEL CONTESTO IN CUI È INSERITO IL SERVIZIO

1.1 Stazione Appaltante

La Regione Calabria, nell'ambito del Piano di Azione e Coesione (PAC 2014/2020) - Delibera CIPE n. 10/2015, in esecuzione delle deliberazioni della G.R. n. 41/2016 e n. 448/2016, è la stazione appaltante per l'espletamento della procedura aperta ai sensi del D.lgs. n. 50/2016 per la realizzazione di azioni di promozione e comunicazione in grado di intercettare nuovi flussi turistici verso la "Destinazione Calabria", ed alla promozione del territorio regionale nei mercati di riferimento.

1.2 Oggetto

Il presente documento descrive, ai sensi dell'art. 23, comma 15 del D.Lgs. n. 50/2016, l'appalto finalizzato all'acquisizione di servizi di promozione e comunicazione per la realizzazione di una campagna di "advertising" in grado di intercettare nuovi flussi turistici verso la "Destinazione Calabria", alla promozione del territorio regionale nei mercati di riferimento nazionali ed esteri.

Quanto sopra nell'intento di valorizzare il Brand del territorio calabrese nel suo insieme di prodotti turistici regionali (Mare, Montagna, Natura e Cultura), predisponendo una serie di azioni di promozione e comunicazione attraverso i seguenti strumenti: social media marketing, promo-pubblicità a bordo di aeromobili (personalizzazioni di poggiatesta, cappelliere, tavolini, ecc., video, spot, banner, riviste e cataloghi di bordo), altri canali e media. I servizi comportano, nello specifico, l'espletamento delle prestazioni specificate agli artt. 1 e 2 del Capitolato speciale descrittivo e prestazionale più avanti riportato.

1.3 Contesto

Il progetto relativo all'acquisizione di servizi di promozione e comunicazione per la realizzazione di una campagna di "advertising" finalizzata alla promozione turistica del sistema aeroportuale calabrese nei mercati di riferimento si inserisce in un contesto competitivo internazionale. Allo scopo di comprendere meglio il contesto attuale, di seguito si riporta uno stralcio del rapporto ENIT 2016 relativo alle dinamiche turistiche dell'anno 2015.

Il settore turistico ha assunto un ruolo decisivo nell'economia mondiale, infatti nel 2015 ha avuto un'incidenza del 9,8 % sul Pil mondiale, e molti Paesi hanno investito e impegnato consistenti risorse in questo settore.

Il 2015 è stato un altro anno favorevole per il turismo internazionale: secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) gli arrivi internazionali sono stati 1,186 miliardi con un incremento pari al 4,6%, ovvero 52 milioni in più rispetto al 2014.

Quasi tutte le macro-aree mondiali hanno presentato variazioni positive negli arrivi: la crescita risulta più elevata per le Americhe (5,9%) e per l'Asia e il Pacifico (5,6%), seguono le l'Europa (4,7%) e il Medio Oriente (1,7%); solo l'Africa è risultata in flessione (-3,3%).

L'Europa - che si conferma l'area più visitata del mondo - ha raggiunto quota 607,7 milioni di arrivi, con 27,5 milioni di turisti in più rispetto al 2014; l'aumento è apprezzabile anche nell'Europa Meridionale/Mediterranea con 10,4 milioni di arrivi in più (+4,8%).

Nell'arena della competizione internazionale si può osservare il posizionamento dell'Italia: secondo l'OMT, nella graduatoria 2015 delle destinazioni turistiche mondiali più frequentate dal turismo straniero l'Italia si conferma al 5° posto per gli arrivi (+3%) e al 7° posto per gli introiti (+3,8%).

Nel contesto nazionale, la Calabria è 16° nella statistica degli arrivi di turisti stranieri in Italia, con dati in aumento rispetto al 2014: 247.205 arrivi (+2,5%) e 1.646.288 presenze (+1,7%). Oltre ad un basso livello di

internazionalizzazione (15° posto tra le regioni italiane), la spesa dei turisti stranieri in Calabria segna in lieve calo: 161 milioni di euro (-7%) rispetto al 2014. Per quanto concerne la competitività nazionale, dal movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, emerge che la Calabria è visitata in particolare da turisti delle regioni vicine come Lazio, Campania, Puglia e Sicilia con un 1° posto di provenienze dalla Regione Campania che rappresenta circa il 30% dei flussi del mercato interno nazionale. Vien da sé che il turismo in Calabria è principalmente di corto raggio e la regione non appare ben introdotta nei circuiti internazionali. Il turismo si dimostra quindi sempre più un volano strategico di sviluppo e occupazione in grado di contribuire al rilancio competitivo dei sistemi economici nazionali. La concorrenza tra le destinazioni turistiche è sempre più intensa e ogni destinazione è potenzialmente raggiungibile in poche ore e si trova quindi a competere con nuovi concorrenti sempre più numerosi. In questo scenario è quindi necessario, nell'ambito del settore turistico e della concorrenza tra territori, attuare azioni mirate sulla base di progetti ben strutturati, capaci di mettere a sistema più elementi e componenti (turismo, trasporti, ambiente, cultura) la cui interazione determina in una precisa area di interesse, come può essere una regione, un risultato positivo in termini di ritorno economico e anche di crescita sotto il profilo sociale, culturale e ambientale. Nello specifico, sul versante dei flussi turistici stranieri in Italia, il 2015 si è chiuso con un consolidamento dell'incoming: i dati Istat provvisori mostrano infatti una crescita del 6,6% degli arrivi. In questo contesto la Calabria deve recuperare un gap dell'appetibilità nei confronti delle altre Regioni italiane ed europee.

1.4 Obiettivi del servizio

L'obiettivo che il Governo regionale intende perseguire è quello di ridurre il suddetto divario attraverso azioni mirate. A tal riguardo, nella consapevolezza che l'efficacia delle azioni che si mettono in campo, per accrescere l'attrazione di una generica destinazione per segmenti di domanda obiettivo si misuri in termini di arrivi e quindi di persone movimentate per lo specifico scopo turistico dello spostamento, la Giunta Regionale con le DGR n. 41/2016 e n. 448/2016 ha approvato un insieme di iniziative strategiche anche al fine di valorizzazione il sistema aeroportuale calabrese come strumento di sostegno dello sviluppo turistico regionale. L'amministrazione intende utilizzare quali strumenti di comunicazione per la realizzazione della campagna spazi pubblicitari di proprietà o comunque utilizzati da compagnie aeree nazionali o estere spazi poichè l'aeromobile rappresenta una necessaria tipologia di accesso al territorio che consente di incrementare la competitività della Destinazione Calabria, sia a livello Italia che a livello internazionale.

Infatti, l'approccio metodologico su cui si basa la redazione del progetto oggetto della gara d'appalto considera l'interazione tra il comparto turistico e quello dei trasporti mediante l'attuazione di nuove strategie di promozione. L'intento è quello di intercettare l'utenza turistica che utilizza l'aereo quale mezzo di trasporto per la vacanza, con l'obiettivo di incrementare nell'arco di vita del progetto, almeno del 10% il flusso passeggeri negli scali calabresi.

Con riferimento al contenuto tecnico della proposta progettuale, nel dettaglio esplicitato nel capitolato speciale descrittivo e prestazionale, per il perseguimento delle finalità del progetto, si è scelto di suddividere l'appalto in lotti, per una duplice motivazione: i mercati di interesse, in coerenza con la programmazione turistica regionale, hanno diversa dimensione, rilevanza e dinamica nell'incoming per la Calabria.

Infatti, i mercati di riferimento, in funzione di queste diverse caratteristiche, sono quindi classificati in mercati già consolidati e da conquistare, esteri e nazionali. La seconda motivazione è legata al fatto che è intento della stazione appaltante favorire una pluralità di vincitori al fine di coinvolgere una molteplicità di attori nel massimizzare l'accesso ai grandi volumi di potenziali viaggiatori, e anche l'interscambio commerciale e turistico in ambito Italia.

L'efficacia di queste azioni di promozione si misura in termini di contatti raggiunti dalla campagna di comunicazione, e si traduce anche nel numero di potenziali turisti da movimentare verso la destinazione "Calabria" attraverso gli aeroporti calabresi.

1.5 Soggetti ammessi a partecipare

Sono ammessi a partecipare alla gara gli operatori economici che nel sistema di classificazione unico per gli appalti pubblici possono erogare i servizi di cui al codice CPV 79340000 – 9: servizi pubblicitari e di marketing.

Gli strumenti di comunicazione richiesti per la realizzazione della campagna saranno spazi pubblicitari di proprietà o comunque utilizzati da *compagnie aeree nazionali o estere*. L'aggiudicatario del servizio dovrà garantire, obbligatoriamente, gli spazi pubblicitari oggetto della campagna per l'intero periodo del contratto di affidamento.

1.6 Principali caratteristiche del servizio

L'appalto ha durata triennale per consentire che la realizzazione del progetto in un arco temporale medio che determini un cambiamento effettivo dell'immagine della "Destinazione Calabria".

L'appalto per la gestione dei servizi oggetto di gara sarà affidato, per ciascun lotto, mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto dall'art. 95 del D.Lgs. n. 50/2016. Il punteggio massimo assegnabile a ciascun progetto è pari a 80 per l'offerta tecnica e a 20 per quella economica. Essendo il bando finalizzato alla massimizzazione del ritorno economico sul territorio regionale, le caratteristiche tecniche dell'offerta e quindi la qualità dell'offerta è preponderante rispetto al criterio fondato sull'economicità. I criteri su cui si basa l'assegnazione dei punteggi dell'offerta tecnica sono quattro e riguardano:

- numero di visite annue attraverso siti internet;
- metodologia delle azioni di comunicazione e promozione;
- quantità dei mercati proposti dal concorrente e di interesse dell'Amministrazione;
- quantità di contatti annui raggiunti dalla campagna di comunicazione

Riguardo alla valutazione dell'offerta economica, va richiamato l'obiettivo sostanziale del progetto di promozione turistica che intende chiaramente massimizzare il ritorno dell'investimento (in termini di incremento di utenza turistica verso la Calabria) e quindi si prefigge di poter ottenere il massimo volume di contatti possibile. Pertanto, poiché la parte variabile deve potersi sviluppare il più possibile in termini quantitativi, il ribasso di gara dovrà essere riferito alla parte fissa del contratto e non a tutto l'ammontare disponibile. Ciò anche a protezione delle risorse pubbliche spendibili poiché, in caso di contrattazione solamente "a corpo", si verificherebbe la condizione di un'erogazione fissa rispetto ad un volume di visitatori variabile e quindi nel caso di valori inferiori a quanto pronosticato una spesa superiore rispetto a quella garantita da una spesa variabile "a misura". Quindi, al fine di monitorare l'efficacia delle azioni di comunicazione e promozione e di premiare il superamento delle soglie minime di contatti da raggiungere, è stabilito che la modalità di pagamento è in parte fissa ed in parte variabile.

2. ONERI DI SICUREZZA

In riferimento alla tipologia del servizio da appaltare, non sono previsti oneri per la sicurezza. Si precisa che gli oneri di sicurezza, nel caso di specie, sono pari a zero, considerato che il servizio posto a gara ha ad oggetto prestazioni di natura intellettuale.

3. CALCOLO DELLA SPESA E PROSPETTO ECONOMICO

a) Servizi:

a.1) Importo totale assoggettato a ribasso in sede di gara	€ 9.800.000,00 oltre Iva
a.2) Oneri per la sicurezza derivanti da interferenze non soggetti a ribasso	€ 0,00
Totale a)	€ 9.800.000,00 oltre Iva

b) Somme in dotazione della Stazione Appaltante

b.1) IVA nella misura del 22 %	€ 2.156.000,00
Totale b)	€ 2.156.000,00

4. CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE

PROCEDURA APERTA

suddivisa in lotti

Lotto 1: CIG: 704484345A

Lotto 2: CIG: 70448466D3

Lotto 3: CIG: 7044852BC5

Lotto 4: CIG: 7044856F11

PREMESSA

La Regione Calabria in esecuzione delle deliberazioni della G.R. n. 41/2016 e n. 448/2016, e in coerenza con le azioni di promozione dell'immagine del territorio e con le strategie di posizionamento del prodotto turistico regionale intende sviluppare azioni di promozione e comunicazione attraverso spazi pubblicitari di proprietà o comunque utilizzati da compagnie aeree nazionali o estere, in grado di incentivare nuovi flussi turistici verso la "Destinazione Calabria".

Il presente appalto è regolato dal D.lgs. n. 50/2016, dalle disposizioni richiamate nel Bando di gara, nel presente Capitolato e nei relativi allegati, nonché da tutte le altre vigenti disposizioni normative e regolamentari inerenti alle procedure ad evidenza pubblica ed allo specifico settore oggetto della presente gara.

Art. 1

OGGETTO DELLA PRESTAZIONE

Il presente Capitolato ha per oggetto l'acquisizione di servizi di promozione e di comunicazione in grado di incentivare nuovi flussi turistici verso la "Destinazione Calabria" al fine di rafforzare l'immagine del territorio calabrese sui mercati nazionali e internazionali.

Quanto sopra, nell'intento di valorizzare il Brand del territorio regionale nel suo complesso (Mare, Montagna, Natura e Cultura), e predisponendo una serie di azioni di promozione e comunicazione attraverso i seguenti strumenti:

1. social media marketing;
2. promo-pubblicità a bordo degli aeromobili (personalizzazioni di poggiatesta, cappelliere, video, banner, riviste e cataloghi di bordo ecc.....);

3. altri canali e media di proprietà o comunque utilizzati da compagnie aeree nazionali o estere (roll up allestiti nelle aeree check in e/o aree di arrivi e partenze, personalizzazione di finger e/o salon vip-lounge, personalizzazione di carte di imbarco, ecc...);

Art. 2

CARATTERISTICHE E MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL PROGETTO

Le azioni di promozione e comunicazione del Brand Calabria richieste con la presente gara, sono finalizzate a incrementare e potenziare i flussi turistici verso la destinazione Calabria, con lo scopo di aumentarne l'attrattività e la competitività della destinazione turistica.

I mercati di interesse, in coerenza con la programmazione turistica regionale, sono classificati in base alla loro dimensione e rilevanza per la Calabria e alla loro dinamica di recente evidenziatasi nell'incoming in regione, e nel complesso con riferimento alle varie aree tipologiche (costa, montagna, città), sono i seguenti:

Quota internazionale

- a. mercati prioritari (includono mercati primari esistenti, quelli già in crescita o da recuperare e mercati molto dinamici, anche di piccole dimensioni, da conquistare);
- b. mercati secondari (includono mercati importanti e opportunità già focalizzate dalla Regione Calabria ovvero proposte dal concorrente);

Quota nazionale

- a. mercati prioritari (includono mercati primari esistenti, quelli già in crescita o da recuperare e mercati molto dinamici, anche di piccole dimensioni, da conquistare);
- b. mercati secondari (includono mercati importanti e opportunità focalizzate ovvero proposte dal concorrente).

La proposta tecnica progettuale dovrà garantire, quindi, un'efficace campagna di promozione e comunicazione misurabile attraverso il numero dei contatti raggiunti dalla campagna; l'attività dovrà essere realizzata nei seguenti mercati nazionali ed internazionali:

Azione "A1": attività in consolidati mercati internazionali (mercati europei) al fine di massimizzare l'accesso ai grandi volumi di potenziali turisti; si richiedono come mercati prioritari almeno tre tra i seguenti mercati: Amburgo, Berlino, Madrid, Londra, Bruxelles, Cracovia, Francoforte, Dusseldorf, ed in aggiunta a questi, altri mercati internazionali, sempre europei, proposti dal concorrente e di interesse dell'Amministrazione.

Azione "A2": attività in mercati non ancora consolidati o innovativi mercati internazionali (mercati europei) al fine di sviluppare l'accesso ai grandi volumi di potenziali turisti; si richiedono come mercati prioritari almeno due tra i seguenti mercati: Bucarest, Budapest, Parigi, Varsavia, Sofia, Praga e Mosca ed in aggiunta a questi, altri mercati internazionali, sempre europei, proposti dal concorrente e di interesse dell'Amministrazione.

Azione "B1": attività in consolidati mercati nazionali al fine di massimizzare l'interscambio commerciale e turistico in ambito Italia, si richiedono come mercati prioritari almeno tre tra i seguenti mercati: Milano (Linate o Malpensa), Torino, Bologna, Genova e Roma ed in aggiunta a questi, altri mercati nazionali proposti dal concorrente e di interesse dell'Amministrazione.

Azione "B2": attività in mercati non ancora consolidati o innovativi mercati nazionali al fine di sviluppare l'interscambio commerciale e turistico in ambito Italia, si richiedono come mercati prioritari almeno due tra i

seguenti mercati: Milano (Malpensa o Bergamo), Treviso, Verona, Venezia e Roma ed in aggiunta a queste altri mercati nazionali proposti dal concorrente e di interesse dell'Amministrazione.

Per ciascuna delle quattro azioni indicate, i concorrenti dovranno presentare una specifica proposta progettuale.

Il progetto, presentato per singola azione, dovrà garantire un numero minimo di contatti attraverso tutte le tipologie dei diversi media utilizzati, come di seguito specificato:

1. da mercati internazionali (Azioni A1 e B1): il numero minimo di contatti annui previsto deve essere almeno pari a 5.000.000 complessivamente nell'anno della campagna programmata.

2. da mercati nazionali (Azioni A2 e B2): il numero minimo di contatti annui previsto deve essere pari a 2.500.000 complessivamente nell'anno della campagna programmata.

Le fasi del servizio dovranno essere scandite in apposito crono programma comprensivo di dati sui contatti annui da raggiungere.

Tutti i costi di produzione e allestimento degli spazi utilizzati per la campagna, sono a carico dell'aggiudicatario; l'Amministrazione si farà carico dei soli costi relativi alla creatività della campagna.

L'appalto è articolato nei seguenti distinti lotti:

Lotti	Azione	Parte fissa dell'importo per anno	Parte variabile massima dell'importo per anno	Importo (IVA ESCLUSA) per 3 anni
Lotto A1	Azione A1	400.000	600.000	3.000.000
Lotto A2	Azione A2	233.333	400.000	1.900.000
Lotto B1	Azione B1	400.000	600.000	3.000.000
Lotto B2	Azione B2	233.333	400.000	1.900.000

E' possibile partecipare ad uno solo lotto dei mercati internazionali e ad uno solo lotto dei mercati nazionali, per complessivi due lotti.

Art. 3

SOGGETTI AMMESSI A PARTECIPARE E REQUISITI

Sono ammessi a partecipare alla gara gli operatori economici che nel sistema di classificazione unico per gli appalti pubblici possono erogare i servizi di cui al codice CPV 79340000 – 9: servizi pubblicitari e di marketing.

Gli strumenti di comunicazione richiesti per la realizzazione della campagna saranno spazi pubblicitari di proprietà o comunque utilizzati da compagnie aeree nazionali o estere. L'aggiudicatario del servizio dovrà garantire, obbligatoriamente, gli spazi pubblicitari oggetto della campagna per l'intero periodo del contratto di affidamento.

Gli operatori economici con sede in altri Stati membri dell'Unione Europea, costituiti conformemente alla legislazione vigente nei rispettivi Paesi, nonché gli operatori economici di Paesi terzi firmatari degli accordi di cui all'art. 49 del Codice D. Lgs. 50/2016, sono ammessi a partecipare alla procedura alle condizioni e con le modalità previste dagli artt. 45, 49, 83 e 86 del Codice D. Lgs. 50/2016, mediante la produzione di documentazione equipollente, secondo le normative vigenti nei rispettivi Paesi.

Gli operatori economici partecipanti dovranno presentare, a pena di esclusione, copia di idonea documentazione attestante, ai sensi della vigente normativa in materia, la concessione degli spazi pubblicitari, da parte del soggetto proprietario.

È ammessa la partecipazione di Consorzi di imprese con l'osservanza della disciplina di cui agli artt. 45, 47 e 48 del Codice D.Lgs. 50/2016. È fatto divieto alle singole Imprese di partecipare alla gara in forma individuale e contemporaneamente in forma associata (R.T.I., Consorzi, ecc.) ovvero di partecipare in più di un R.T.I.

Art. 4

MODALITÀ DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto per la gestione dei servizi oggetto di gara sarà affidato, per ciascun lotto, mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto dall'art. 95 del D. Lgs. n. 50/2016.

L'Amministrazione si riserva il diritto di:

- a) non procedere all'aggiudicazione se nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto contrattuale, in conformità a quanto previsto dall'articolo 95, comma 12, del Codice;
- b) procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida;
- c) sospendere o non aggiudicare motivatamente la procedura;
- d) procedere all'aggiudicazione separata dei singoli lotti.

L'espletamento della procedura non costituisce per la Regione Calabria obbligo di affidamento dell'appalto in oggetto e in nessun caso ai concorrenti, ivi incluso l'eventuale aggiudicatario, potrà spettare alcun compenso, remunerazione, rimborso o indennità per la presentazione dell'offerta, anche in caso di annullamento, sospensione o revoca della presente procedura.

In caso di parità, l'appalto suddiviso per lotti, verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica che dell'offerta tecnica, si procederà mediante sorteggio in seduta pubblica.

Si terrà conto della seguente proporzione:

CRITERIO	Punteggio massimo assegnabile
Offerta Tecnica (Qualità)	80
Offerta Economica (Prezzo)	20
TOTALE	100

Essendo il bando finalizzato alla massimizzazione del ritorno economico sul territorio regionale (in termini di utenza turistica), le caratteristiche tecniche dell'offerta e quindi la qualità dell'offerta sarà preponderante rispetto al criterio fondato sull'economicità.

Il punteggio dell'offerta tecnica sarà assegnato secondo i seguenti criteri:

QUALITA': OFFERTA TECNICA (80 punti). La Commissione Giudicatrice provvederà ad esaminare l'offerta tecnica, ad attribuire i punteggi in base all'analisi della proposta progettuale offerta, fino ad un massimo di 80 punti, secondo la suddivisione sotto riportata:

<i>Criteri</i>	<i>Punteggio Max</i>
Azioni di comunicazioni e promozioni: <i>Elevata:</i> oltre quattro diversi strumenti di comunicazione e di promozione utilizzate; <i>Buona:</i> almeno quattro diversi strumenti di comunicazione e di promozione utilizzate; <i>Sufficiente:</i> almeno tre diversi strumenti di comunicazione e di promozione utilizzate; <i>Insufficiente:</i> inferiore alle soglie sopra indicate	max punti 20 Elevata (20 punti) Buona (15 punti) Sufficiente (10 punti) Insufficiente (0 punti)
Numero di accessi all'anno nel sito internet della compagnia aerea di cui si utilizzano gli spazi (da certificare in proposta): -per i lotti (A1 e B1): <i>Elevata:</i> oltre 5.000.000 di contatti <i>Buona:</i> da 4.000.01 a 4.999.999 contatti <i>Sufficiente:</i> da 2.500.000 fino a 3.999.999 contatti <i>Insufficiente:</i> inferiore a 2.500.000 -per i lotti (A2 e B2): <i>Elevata:</i> oltre 3.000.000 di contatti <i>Buona:</i> da 2.500.001 a 2.999.999 contatti <i>Sufficiente:</i> da 1.500.000 fino a 1.999.999 contatti <i>Insufficiente:</i> inferiore a 1.500.000;	max punti 10 Elevata (10 punti) Buona (7 punti) Sufficiente (4 punti) Insufficiente (0 punti)
Quantità di mercati proposti dal concorrente: <i>(Vale per singola Azione)</i> <i>Elevata:</i> tre destinazioni o superiore a tre destinazioni oltre i mercati prioritari (Azione "A1" e "B1") <i>Elevata:</i> due destinazioni o superiore a due destinazioni oltre i mercati prioritari (Azione "A2" e "B2") <i>Buona:</i> due destinazioni o superiore a due destinazioni oltre i mercati prioritari (Azione "A1" e "B1") <i>Buona:</i> una destinazione oltre i mercati prioritari (Azione "B1 e B2") <i>Sufficiente:</i> una destinazione oltre i mercati prioritari (Azione "A1" e "B1") <i>Sufficiente:</i> Nessuna destinazione oltre i mercati prioritari (Azione "B1 e B2")	max 20 punti Elevata (20 punti) Buona (15 punti) Sufficiente (10 punti)
Quantità di contatti annui complessivi che si propone di raggiungere (quale somma degli accessi al sito internet della compagnia e dei passeggeri trasportati da e verso quei mercati indicati nella proposta): -per i lotti (A1 e B1): <i>Elevata:</i> oltre 10.000.000 di contatti <i>Buona:</i> da 7.500.001 a 9.999.999 contatti <i>Sufficiente:</i> da 5.000.000 fino a 7.500.000 contatti -per i lotti (A2 e B2): <i>Elevata:</i> oltre 5.000.000 di contatti <i>Buona:</i> da 3.000.001 a 4.999.999 contatti <i>Sufficiente:</i> da 2.500.000 fino a 3.000.000 contatti	max punti 30 Elevata (30 punti) Buona (25 punti) Sufficiente (20 punti)
Totale Punti	Max punti 80

L'offerta tecnica deve ottenere, in sede di valutazione, un punteggio minimo non inferiore a 44 punti su 80 attribuibili, a pena di esclusione; per le offerte valutate con un punteggio inferiore a 44 punti non si procederà all'apertura della busta dell'offerta economica.

Oggetto della valutazione economica sarà il ribasso percentuale dell'importo a base d'asta relativo alla quota fissa prevista per ciascun lotto di cui all'art. 4 del presente Capitolato (20 punti). Il punteggio dell'offerta economica sarà assegnato come segue:

$$P \text{ (punteggio da attribuire)} = \frac{\text{percentuale dell'offerta da considerare} \times (\text{punteggio max attribuibile pari a } 20)}{\text{Percentuale della miglior offerta}}$$

Il ribasso percentuale potrà essere espresso al massimo fino al secondo decimale, e non saranno presi in considerazione i decimali oltre al secondo. L'offerta economica dovrà compensare tutti gli oneri e tutte le spese conseguenti alle attività previste per il servizio dal presente Disciplinare e dal Capitolato Speciale d'appalto e rimane fissa ed imm modificabile da parte del soggetto aggiudicatario. La gara sarà aggiudicata al concorrente che avrà totalizzato il maggior punteggio complessivo dato dalla somma dei punti ottenuti con l'offerta tecnica e dei punti ottenuti con l'offerta economica. A parità di punteggio sarà preferita l'impresa che avrà ottenuto il punteggio maggiore nell'offerta qualitativa. In caso di offerte con uguale punteggio sia nel prezzo che nella qualità, si procederà al sorteggio in presenza di testimoni. La Stazione appaltante ha facoltà di non procedere all'aggiudicazione qualora nessuna delle offerte risulti idonea o conveniente in relazione all'oggetto del contratto. L'aggiudicazione definitiva dell'appalto è comunque subordinata all'espletamento delle necessarie verifiche e all'ottenimento, da parte dell'aggiudicataria, di tutte le autorizzazioni necessarie per l'espletamento del servizio.

Art. 5

DURATA E TEMPI DI REALIZZAZIONE DEL SERVIZIO

L'appalto per il servizio oggetto di gara, di durata triennale, avrà decorrenza, per ciascun lotto, dalla data di sottoscrizione del contratto fra le parti. Sono fatti salvi i casi di proroga derivanti da cause di forza maggiore e/o i casi di risoluzione anticipata previsti dal disciplinare di gara. Le fasi del servizio dovranno essere scandite in apposito crono programma comprensivo dei dati sui contatti annui raggiunti. In ogni caso, i termini previsti per la conclusione delle singole attività, potranno essere modificati, tenuto conto di quelli indicati dal crono programma presentato in sede di offerta tecnica dall'aggiudicatario, ma sempre in rapporto alle esigenze fondamentali della Stazione Appaltante. Durante tutta l'esecuzione dell'appalto l'Aggiudicatario dovrà consentire l'effettuazione di verifiche e controlli sul regolare svolgimento del servizio, sul rispetto dei termini e delle condizioni stabilite contrattualmente.

Art. 6

IMPORTO DI GARA

L'importo a base di gara per il servizio richiesto è di € 11.956.000 inclusa IVA. L'importo massimo per ciascun anno del triennio della procedura è di euro 3.266.666,66 esclusa IVA, così ripartito:

- Euro 1.000.000,00 per l'attività di promozione della Azione "A1"; - Euro 633.333,33 per l'attività di promozione della Azione "A2"; - Euro 1.000.000,00 per l'attività di promozione della Azione "B1"; - Euro 633.333,33 per l'attività di promozione della Azione "B2"

Il corrispettivo (in caso di un solo aggiudicatario) non potrà superare 1.000.000,00 euro per anno.

Qualora la dotazione economica disponibile non dovesse essere utilizzata per una o più delle quattro Azioni previste, l'Amministrazione Regionale si riserva di destinare la somma residua (le economie) di gara sulle altre azioni, nel rispetto del limite massimo stabilito per singolo concorrente. Il presente appalto è suddiviso in Azioni uniche ed indivisibili. I prezzi di affidamento del servizio, a carico della Società offerente, oltre a essere comprensivi di tutti gli oneri fiscali e tasse dovuti per legge sono comprensivi anche delle eventuali spese per viaggi/trasferte in Italia e all'estero. Non sussistono rischi da interferenza per i lavoratori della Regione Calabria in quanto tutti i servizi saranno svolti fuori dalle sedi della Stazione Appaltante ed effettuati esclusivamente da personale del soggetto aggiudicatario, non dipendente dalla Regione Calabria. I costi per la sicurezza a carico della Stazione Appaltante, pertanto, sono pari a zero.

Art. 7

RESPONSABILITÀ E OBBLIGHI

L'aggiudicatario/i è/sono direttamente ed esclusivamente Responsabile/i dei danni derivanti da cause a lui/loro imputabili di qualunque natura, che risultino arrecati dal proprio personale a persone o a cose, tanto dell'Amministrazione che di terzi, in dipendenza di omissioni o negligenze nell'esecuzione della prestazione. L'aggiudicatario/i si impegna in ogni caso ad osservare le norme in materia di sicurezza e di prevenzione degli infortuni sul lavoro vigenti in materia, nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali, tutte le vigenti disposizioni legislative, dei regolamenti concernenti le assicurazioni sociali e di qualsiasi altra prescrizione normativa che potrà essere emanata in materia. La ditta aggiudicataria si impegna ad ottemperare a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti, in base alle disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro a assicurazioni sociali, assumendo a proprio carico tutti gli obblighi relativi. La ditta aggiudicataria si impegna altresì ad attuare nei confronti dei propri dipendenti, occupati nel servizio del presente capitolato, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti di lavoro collettivi applicabili alla categoria e nella località in cui si svolgono le prestazioni. L'Amministrazione è assolutamente estranea al rapporto di lavoro costituito tra la Ditta e i propri dipendenti addetti al servizio e non potranno mai essere coinvolti in eventuali controversie che dovessero insorgere, in quanto nessun rapporto di lavoro si intenderà instaurato tra i dipendenti della Ditta ed il Committente.

Art. 8

CAUZIONE PROVVISORIA

L'offerta dovrà essere corredata da una garanzia, pari al 2% (due per cento) del prezzo base indicato, sotto forma di cauzione o di fideiussione, a scelta dell'offerente ai sensi dell'art. 93 c. 1 del D.Lgs. 50/2016. L'importo della garanzia, e del suo eventuale rinnovo, è ridotto del cinquanta per cento per gli operatori economici ai quali venga rilasciata, da organismi accreditati, ai sensi delle norme europee della serie UNI CEI EN 45000 e della serie UNI CEI EN ISO/IEC 17000, la certificazione del sistema di qualità conforme alle norme europee della serie UNI CEI ISO 9000. Per fruire di tale beneficio, l'operatore economico dovrà segnalare, in sede di offerta, il possesso del requisito documentandolo nei modi prescritti dalle norme vigenti.

Art. 9

CAUZIONE DEFINITIVA

A garanzia dell'esatto adempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, nonché del risarcimento dei danni derivanti dall'inadempimento delle obbligazioni stesse, la Società aggiudicataria è tenuta a stipulare, ai sensi

dell'art. 103 del D.lgs. n. 50/2016, prima della sottoscrizione del contratto, una polizza fideiussoria pari al 10% dell'importo di aggiudicazione. L'importo della garanzia, e del suo eventuale rinnovo, è ridotto del cinquanta per cento per gli operatori economici ai quali venga rilasciata, da organismi accreditati, ai sensi delle norme europee della serie UNI CEI EN 45000 e della serie UNI CEI EN ISO/IEC 17000, la certificazione del sistema di qualità conforme alle norme europee della serie UNI CEI ISO 9000. Per fruire di tale beneficio, l'operatore economico dovrà segnalare, in sede di offerta, il possesso del requisito, documentandolo nei modi prescritti dalle norme vigenti. Nel caso in cui l'impresa non ottemperi a quanto previsto dal comma la Regione Calabria dichiara la decadenza dell'affidamento. La polizza fideiussoria sarà svincolata soltanto dopo la conclusione del rapporto e dopo che sia stato accertato il regolare soddisfacimento degli obblighi contrattuali, salariali e previdenziali.

Art. 10

DISPOSIZIONI IN MATERIA DI SICUREZZA

E' fatto obbligo alla Ditta aggiudicataria, al fine di garantire la sicurezza sui luoghi di lavoro, di attenersi strettamente a quanto previsto dalla normativa in materia di miglioramento della sicurezza dei lavoratori (D. Lgs. n. 81/2008).

Art. 11

INIZIO DELLE PRESTAZIONI – VERIFICHE – PENALE PER RITARDI

In caso di ritardo nell'esecuzione del servizio rispetto alla data contrattualizzata, l'impresa aggiudicataria è tenuta al pagamento di una penale pari al 1% del valore annuale aggiudicato per ogni giorno di ritardo. Le penalità saranno prelevate sulla cauzione che dovrà essere reintegrata, nel termine di dieci giorni, sotto pena di risoluzione del contratto. Nel caso poi di inadempienze gravi o ripetute, l'Amministrazione ha la facoltà di risolvere il contratto ai sensi e per gli effetti di cui agli art. 1453 e segg. del Codice Civile, con tutte le conseguenze di legge che la risoluzione stessa comporta, in particolare, l'Amministrazione Regionale potrà risolvere il rapporto contrattuale e affidare a terzi il servizio, o la parte rimanente di questo, in danno dell'Impresa aggiudicataria. Nel caso in cui il ritardo nell'esecuzione del servizio si protragga oltre i 10 giorni naturali e consecutivi dai termini stabiliti, l'amministrazione regionale potrà risolvere il rapporto contrattuale e affidare a terzi il servizio o la parte rimanente di questo in danno dell'impresa aggiudicataria.

Art. 12

CORRISPETTIVO E MODALITA' DI PAGAMENTO

Il pagamento del corrispettivo (in euro) escluso di IVA, avverrà a seguito di corrispondente fatturazione elettronica emessa dall'aggiudicatario, successivamente all'accettazione della relativa prestazione da parte della Regione secondo la disciplina del presente atto.

Il pagamento del corrispettivo viene disposto annualmente per tranches come segue:

Per la quota fissa:

1. liquidazione e pagamento di 100.000 euro (al netto del ribasso di gara) ad avvenuta ricezione da parte del Dipartimento Turismo, della comunicazione di avvio della campagna previa stipula di idonea polizza fideiussoria a garanzia dell'anticipazione;
2. liquidazione e pagamento del primo SAL:

- a. per il lotto A1 euro 150.000 (al netto del ribasso di gara) al raggiungimento della metà dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto;
- b. per il lotto A2 euro 50.000 (al netto del ribasso di gara) al raggiungimento della metà dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto;
- c. per il lotto B1 euro 150.000 (al netto del ribasso di gara) al raggiungimento della metà dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto;
- d. per il lotto B2 euro 50.000 (al netto del ribasso di gara) al raggiungimento della metà dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto.

3. liquidazione e pagamento del secondo SAL:

- a. per il lotto A1 euro 150.000 (al netto del ribasso di gara) al termine dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto;
- b. per il lotto A2 euro 83.333 (al netto del ribasso di gara) al termine dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto;
- c. per il lotto B1 euro 150.000 (al netto del ribasso di gara) al termine dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto;
- d. per il lotto B2 euro 83.333 (al netto del ribasso di gara) al termine dello svolgimento della campagna per ciascuna annualità di validità del contratto.

Per la quota variabile:

liquidazione e pagamento complessivo: il pagamento della quota variabile avverrà solo a condizione che si è superata la soglia minima di contatti annui raggiunti per come indicati nell'art. 2 del paragrafo 4 del capitolato;

- 1. a saldo dell'intera somma dietro idonea certificazione comprovante il numero dei contatti annui complessivi raggiunti che dovranno essere uguali o superiori a quelli indicati nella proposta tecnica e per i quali la commissione di valutazione assegnerà il relativo punteggio (vedasi tabella criteri art. 4 del paragrafo 4 del capitolato) ;
- 2. in quota proporzionale, per la somma spettante, dietro idonea certificazione comprovante il numero dei contatti complessivi raggiunti, se gli stessi siano in numero intermedio ma comunque all'interno della fascia indicata nella proposta tecnica e per i quali la commissione di valutazione assegnerà il relativo punteggio (vedasi tabella criteri art. 4 del paragrafo 4 del capitolato).

Art.13

OBBLIGHI TRACCIABILITÀ FLUSSI FINANZIARI

L'impresa aggiudicataria è tenuta ad assolvere a tutti gli obblighi previsti dall'art. 3 della legge 13.8.2010 n.136 per assicurare la tracciabilità dei movimenti finanziari relativi all'appalto (All. B). A tal fine, l'impresa dovrà accendere uno o più conti correnti bancari o postali, dedicati, anche non in via esclusiva, sui quali saranno effettuati i pagamenti derivanti dal presente appalto, nonché a comunicare all'amministrazione, prima della stipulazione del contratto, identificativi, generalità e codice fiscale delle persone delegate ad operare sui

suddetti conti. La mancata ottemperanza al disposto normativo di cui all'art. 3 della Legge 3 agosto 2010 n. 136 e successive modifiche ed integrazioni costituirà causa di risoluzione del contratto.

Art. 14

RISOLUZIONE E RECESSO

Si potrà procedere alla risoluzione del contratto nei seguenti casi: a) quando la Regione Calabria e l'impresa, per mutuo consenso, sono d'accordo che si proceda all'estinzione contrattuale prima dell'avvenuto compimento dello stesso; in tal caso, l'impresa ha diritto alla restituzione della cauzione definitiva; b) per sopravvenuta, assoluta e definitiva impossibilità della prestazione da parte dell'impresa per causa ad essa non imputabile; in tal caso, l'impresa ha diritto alla restituzione della cauzione definitiva; c) per fallimento, scioglimento, liquidazione, o cessazione di attività; d) per cessione del contratto; la Regione Calabria, in tal caso, incamera la cauzione definitiva; e) per cessione dell'azienda, ove la Regione Calabria decida di non continuare il rapporto contrattuale con l'acquirente l'impresa ha diritto alla restituzione della cauzione definitiva; la medesima procedura si adotta in caso di affitto e usufrutto dell'azienda; f) per frode, grave negligenza e inadempimento, mancato rispetto degli obblighi e delle condizioni sottoscritte, in tal caso, la Regione Calabria incamera la cauzione definitiva, salva l'applicazione delle previste penali e l'ulteriore diritto al risarcimento danni derivanti dal nuovo affidamento quantificati anche nell'eventuale differenza di prezzo conseguente al medesimo; g) qualora l'importo complessivo delle penali irrogate sia superiore al 10% dell'importo contrattuale complessivo, la Regione Calabria incamera la cauzione definitiva, salvo l'ulteriore diritto al risarcimento danni derivanti dal nuovo affidamento quantificati anche nell'eventuale differenza di prezzo conseguente al medesimo; h) negli altri casi previsti dal presente capitolato e dalla vigente normativa.

Nei casi di risoluzione del contratto di cui al comma 1, lettere d), f) ed g) la Regione Calabria ha la facoltà di affidare a terzi il servizio, in danno dell'impresa inadempiente. L'affidamento avviene mediante il ricorso a trattativa privata, stante l'esigenza di limitare le conseguenze dannose dei ritardi connessi alla risoluzione del contratto. All'impresa inadempiente saranno addebitate le maggiori spese sostenute dalla Regione Calabria rispetto a quelle previste dal contratto risolto. Esse sono prelevate dalla cauzione definitiva incamerata e, ove questa non sia sufficiente, da eventuali crediti dell'impresa, previo "fermo amministrativo" del corrispettivo regolarmente dovuto alla medesima. Nel caso di minore spesa, nulla compete all'impresa inadempiente. L'esecuzione in danno non esime l'impresa dalle responsabilità civili e penali in cui la stessa possa incorrere a norma di legge per i fatti che hanno motivato la risoluzione. La Stazione Appaltante si riserva la facoltà insindacabile di non dar luogo alla gara o di prorogarne la data senza che i concorrenti possano vantare alcuna pretesa al riguardo. Si riserva, inoltre, la facoltà di interrompere o annullare in qualsiasi momento la procedura di gara in base a valutazioni di propria ed esclusiva competenza, senza che i concorrenti possano vantare diritti e/o aspettative di sorta, né ottenere il rimborso delle spese a qualunque titolo eventualmente sostenute. In caso di recesso unilaterale della ditta aggiudicataria, la medesima sarà obbligata a risarcire il danno che sarà individuato e quantificato nell'eventuale differenza di prezzo conseguente al nuovo affidamento da parte della Regione Calabria.

Art. 15

RISERVATEZZA

L'aggiudicatario si impegna ad osservare la piena riservatezza su informazioni, documenti, conoscenze o altri elementi eventualmente forniti dalla Regione Calabria, da Enti e Amministrazioni pubbliche e da Associazioni o altri Enti partecipanti al progetto e/o eventualmente interessati dalle attività.

Art. 16

TRATTAMENTO DEI DATI

Ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196, si precisa che le informazioni e i dati forniti dagli offerenti saranno utilizzati strettamente per gli adempimenti relativi alla procedura d'appalto e saranno conservati negli archivi della Regione Calabria. I concorrenti, autorizzano la Regione Calabria, per il fatto stesso di partecipare alla gara al trattamento dei propri dati e di quelli dei diretti collaboratori.

17.

FORO COMPETENTE

In caso di contestazioni di qualsiasi natura, la competenza è del Foro di Catanzaro.

Art. 18

DISPOSIZIONI FINALI

Tutto quanto non previsto nel presente capitolato verrà disciplinato dalle vigenti disposizioni di legge.

