

UNIONE MONTANA ALTA VALLE DEL METAURO
Via Manzoni n. 25 - 61049 Urbania (PU)
Provincia di Pesaro e Urbino

CENTRALE UNICA DI COMMITTENZA – C.U.C.

BANDO DI GARA

Urbania, 14 Luglio 2016

Oggetto: BANDO DI GARA PER PROCEDURA APERTA, AI SENSI DELL'ART. 60 DEL D.LGS. N. 50/2016, PER L'AFFIDAMENTO DI SERVIZI INERENTI IL PROGETTO "NAVIGARE L'APPENNINO E I TERRITORI DEL CENTRO ITALIA". (PROGETTO PER IL POTENZIAMENTO ED IL SOSTEGNO DELLA REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI SERVIZI INNOVATIVI IN FAVORE DELL'UTENZA TURISTICA, COFINANZIATO DAL MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITA' CULTURALI E DEL TURISMO – SETTORE TURISMO DPCM 21.10.2013) – "AZIONI N.ri 2-5-9-10".

GARA N.: 6475826

CODICI CIG N.: 6755670B3C

ART. 1 – NORMATIVA DI RIFERIMENTO

Ai fini della presente procedura di affidamento si applicano:

- Legge 7 agosto 1990, n. 241 recante "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi" e successive modificazioni;
- Decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445 recante "Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa";
- Decreto legislativo 30 giugno 2003 n. 196 e successive modificazioni, recante "Codice in materia di protezione dei dati personali";
- Decreto legislativo 18.04.2016 n. 50 recante "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture (G.U. n. 91 del 19 aprile 2016);
- Decreto del Presidente della Repubblica 5 ottobre 2010, n. 207 Regolamento di esecuzione ed attuazione del decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163;
- Legge 13 agosto 2010, n. 136 recante disposizioni sulla "Tracciabilità dei flussi finanziari" e successive modificazioni;
- Decreto Ministeriale 13 dicembre 2010;
- Capitolato Tecnico (Allegato 1)

ART. 2 – OGGETTO DEL SERVIZIO

Nell'ambito del Piano esecutivo "Navigare l'Appennino e i territori del centro Italia" ("Piano esecutivo") - di cui si allega un estratto (allegato 2) - in base al DM 13 dicembre 2010, sono state stanziare somme destinate al potenziamento ed al sostegno della realizzazione e diffusione dei servizi innovativi in favore dell'utenza turistica organizzati e gestiti dagli Enti pubblici locali territoriali anche in forma associata (D. lgs. 267/2000), aventi carattere di replicabilità nei diversi contesti territoriali. Al riguardo:

- A. l'Unione Montana Alta Valle del Metauro ha presentato, per conto degli Enti aderenti al Partenariato, domanda di cofinanziamento ai sensi del sopra richiamato decreto;
- B. sulla base della graduatoria approvata con Decreto del Capo del Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo del 5 dicembre 2011 registrato dalla Corte dei Conti in data 30 aprile 2013 Registro 3 Foglio 375, l'Unione Montana Alta Valle del Metauro è risultata beneficiaria del cofinanziamento pari ad euro 700.000,00 (settecentomila/00)
- C. il costo complessivo del citato progetto è di € 1.400.000,00, di cui € 700.000,00, pari al 50% del costo complessivo del progetto, rappresentano la quota di cofinanziamento statale previsto dal D.M 13/12/2010, mentre la spesa residua di € 700.000,00, pari al 50% della spesa complessiva, rappresenta la quota di finanziamento a carico degli Enti Pubblici Territoriali Locali beneficiari del progetto in forma associata con ulteriori partner soggetti pubblici e privati;
- D. con nota del 20 Agosto 2013 il Dipartimento per gli affari regionali, il turismo e lo sport ha comunicato l'esito dei lavori del predetto Comitato per l'esame e la valutazione dei progetti e la possibilità di procedere alla sottoscrizione del conseguente Accordo di Programma da definire e concordare;

- E. con deliberazione della Giunta Comunitaria n. 5 del 07/01/2014 è stato approvato lo schema di Accordo di Programma e i relativi allegati;

Il servizio prevede:

- 2.1 **Caratteristiche di replicabilità del Progetto.** Le caratteristiche del progetto "NAVIGARE L'APPENNINO E TERRITORI DEL CENTRO ITALIA" devono assicurare una agevole replicabilità in diversi contesti territoriali e quindi utili, come richiesto dal bando Ministeriale, **"a sviluppare un sistema di offerta turistica armonizzata nelle diverse parti del territorio nazionale ed a migliorare le condizioni di attrattività e competitività sui mercati del Sistema-Paese"**.
Il **Piano esecutivo** prevede, infatti, lo sviluppo di un portale Internet e la redazione di una checklist di azioni funzionali alla comunicazione, alla promozione dei territori e alla implementazione del portale medesimo totalmente parametrizzabile per consentirne l'immediata applicazione ad altri territori.
- 2.2 **Caratteristiche di innovazione del Progetto.** Le innovazioni principali previste dal **Piano esecutivo** sono costituite dalla implementazione di numerose attività coordinate, volte alla creazione e alla introduzione di nuovi servizi e nuovi processi funzionali:
- (i) alla promozione della conoscenza dei territori da parte della potenziale utenza a livello dell'Unione Europea e livello globale mediante un portale dedicato plurilingue (quantomeno in italiano e inglese);
 - (ii) dalla facilitazione della fruizione dell'area vasta, costituita dai territori ricadenti nel Piano esecutivo, mediante la promozione di servizi innovativi di informazione e mobilità, in un'ottica di Smart Cities diffusa (Smart Land);
 - (iii) alla identificazione facilitata delle caratteristiche culturali, storiche, ambientali, enogastronomiche e turistiche dei territori ricompresi nel Piano esecutivo.
- 2.3 **Sostenibilità economica.** La sostenibilità economica futura, ovvero la caratteristica che fa del Progetto un'iniziativa duratura nel tempo, potrà essere garantita:
- per la parte di offerta servizi e marketing, dall'affidamento della realizzazione del portale Internet ad un soggetto gestore che ne assicuri la manutenzione ed il funzionamento "chiavi in mano", per almeno i 5 anni successivi allo sviluppo e messa in linea, anche con la possibilità di reperire sul mercato i fondi necessari per la copertura dei costi mediante servizi resi agli operatori interessati a fruire del portale quale veicolo promozionale tramite operazioni di raccolta pubblicitaria (advertising e inserzioni) e/o attraverso la vendita on-line dei servizi offerti dal sito.
 - per la parte redazionale, dal coinvolgimento degli territoriali (Unioni, Comuni e Provincia) e dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, ovvero dai relativi Dipartimenti, ovvero da altri soggetti che ne cureranno, a costi marginali, il mantenimento e aggiornamento dei contenuti informativi del sito, per almeno i 5 anni successivi allo sviluppo e messa in linea. L'obiettivo centrale consiste nell'avviamento di un servizio di rilevanza oggettiva per i territori coinvolti nel Progetto che possa essere avviato (*start up*) grazie al supporto di risorse pubbliche ma che per effetto di una appropriata ed efficiente gestione possa fornire benefici di lungo periodo all'area vasta – quindi territori, enti, cittadini, imprese turistico-ricettive, ecc. – presenti sul territorio. Per quanto riguarda, invece, la sostenibilità economica nella fase realizzazione vera e propria del progetto (*start up*), questa si basa in maniera decisa sul contributo attribuito dal Ministero.
- 2.4 **Sostenibilità culturale ed ambientale.** La sostenibilità culturale ed ambientale implica la capacità della valorizzazione delle risorse contemperando la loro protezione/tutela affinché le generazioni future possano continuare a fruirne.
- 2.5 **Ricadute socio-economiche sul territorio.** Il Progetto è finalizzato a garantire un utilizzo ottimale delle risorse disponibili e il rispetto dell'autenticità socio-culturale delle comunità coinvolte, nell'ottica di conservare il patrimonio culturale ed i valori tradizionali, attraverso un progetto che contribuisce alla conoscenza inter-culturale nel rapporto con i turisti. Inoltre si intende assicurare attività economiche di lungo termine fornendo benefici socio-economici per tutti gli *stakeholder*, inclusa una visione di occupazione stabile e opportunità di formazione trasversale sono poi gli obiettivi organizzativi del progetto e la partecipazione ampia del partenariato del progetto, così come un forte coinvolgimento delle amministrazioni locali sono un elemento distintivo per assicurare una partecipazione sempre più estesa ed un solido processo di creazione del *business* a vantaggio dell'intero territorio in senso lato e non solo degli operatori turistici direttamente coinvolti nella catena di valore.
- 2.6 **Risorse umane e strumentali applicate.** Il fornitore dei servizi (una o più soggetti specializzati) aggiudicatario del presente bando dovrà reperire e mettere a disposizione le risorse strumentali e professionali occorrenti alla realizzazione del Piano esecutivo, mettendo altresì a disposizione le risorse necessarie al buon esito del medesimo progetto (*tool* di

sviluppo *software*, *server*, etc.). Per quanto previsto dal Piano esecutivo saranno coinvolte risorse umane, sia interne agli enti facenti parte del partenariato proponente, che esterne agli stessi (supporto tecnico); in particolare il coinvolgimento del personale degli enti è previsto per le attività di reperimento e preparazione dei contenuti attinenti la comunicazione (stesura testi, materiale fotografico, filmati, informazioni sugli specifici territori di competenza di ognuno, etc.) e di inserimento degli stessi sul portale.

- 2.7 L'intero progetto prevede la realizzazione di n. 10 azioni ("**Azioni**") integrate e complementari tra loro, costituite da quelle dettagliate nell'estratto del "*Piano esecutivo delle iniziative progettuali di cui al D.M. del 13 dicembre 2010*", che si allega al presente Bando, sotto richiamate congiuntamente ai relativi "Risultati (*output*)":

▪ **Azione n. 1 – TRAVEL PLANNER**

Risultati (*output*): realizzazione di un portale Internet funzionale all'azione di marketing territoriale indicata nel progetto, integrato con configuratori online di pacchetti turistici personalizzati (Travel Planner).

▪ **Azione n. 2 – CONTENUTI**

Risultati (*output*): coordinamento strategico, gestione dei contenuti del portale Internet e promozione dell'offerta turistica presso la potenziale utenza nazionale e internazionale al fine di migliorare l'attrattività del territorio e la fruizione delle eccellenze turistiche (tra cui quelle storico-culturali, paesaggistiche, eno-gastronomiche).

▪ **Azione n. 3 – MOBILITÀ**

Risultati (*output*): portale web per informare in maniera completa ed integrata gli utenti potenziali dei servizi e agevolare la fruizione dei servizi medesimi di mobilità; *contact point* o *call center* gestiti direttamente dagli operatori specializzati fornitori dei servizi.

▪ **Azione n. 4 – SITO WEB E PIATTAFORMA COLLABORATIVA**

Risultati (*output*): portale Internet funzionale al conseguimento degli obiettivi del progetto, con predisposizione di strumenti di cooperazione e redazione distribuita.

▪ **Azione n. 5 – DIGITAL SIGNAGE**

Risultati (*output*): portale Internet per la definizione, stratificazione e la gestione dei contenuti e del palinsesto. Applicazione per la pubblicazione delle informazioni sul *device* grafico.

▪ **Azione n. 6 – MOBILE**

Risultati (*output*): individuazione e promozione dell'applicazione di strumenti applicativi per ambienti mobile *smartphone* su piattaforma IOS (iPhone) ed Android.

▪ **Azione n. 7 – SOCIAL MEDIA**

Risultati (*output*): in questo caso gli output consistono:

- a) nella creazione di account ufficiali sui principali social media per divulgare efficacemente contenuti strategici all'utenza interessata ed instaurare con l'utenza relazioni produttive e finalizzate al miglioramento progressivo del progetto stesso,
- b) nella personalizzazione avanzata con applicazioni sviluppate ad hoc per le pagine Facebook che consentano agli utenti-turisti di interagire con le funzionalità strategiche della piattaforma (e-commerce, travel planning) senza uscire dal social network.

▪ **Azione n. 8 – IMMAGINE COORDINATA**

Risultato (*output*): studio grafico-visuale dell'immagine coordinata, set di comunicazione, applicazioni ai diversi supporti.

▪ **Azione n. 9 – SPAZI E SUPPORTI PUBBLICITARI**

Risultati (*output*): visibilità del portale Internet e dei suoi contenuti strategici, integrazione fra attività di web marketing e attività svolte su canali di promozione tradizionali.

▪ **Azione n. 10 – WEBMARKETING**

Risultati (*output*): visibilità complessiva dei servizi presso gli utenti web interessati al turismo sul territorio di riferimento.

2.8 Tutte le Azioni richiamate al superiore punto 2.7 necessitano di essere attuate in maniera sinergica e complementare l'una alle altre, per cui agli aggiudicatari dei bandi è fatto obbligo di raccordo, sotto il coordinamento del Project Manager designato, in funzione di assicurare, nel tempo, la piena efficacia ed efficienza del Progetto.

2.9 Il presente bando attiene la realizzazione delle Azioni n.ri 2, 5, 9 e 10, di seguito riportate in relazione alle quali – nel rispetto delle indicazioni tecniche, delle attività direttamente o indirettamente ricomprese e degli *output* specificati nel “Piano esecutivo” (di cui si allega estratto) – l'offerente dovrà formulare uno specifico Piano esecutivo analitico di seguito definito “Offerta tecnica analitica”, ricomprendente il dettaglio delle caratteristiche tecniche che intende attuare, le tempistiche e le modalità di restituzione delle medesime. L'Offerta tecnica sarà oggetto di valutazione ai sensi del seguente Art.11 (Criteri e metodo di aggiudicazione):

▪ **Azione n. 2 – CONTENUTI**

Risultati (output): coordinamento strategico, gestione dei contenuti del portale Internet e promozione dell'offerta turistica presso la potenziale utenza nazionale e internazionale al fine di migliorare l'attrattività del territorio e la fruizione delle eccellenze turistiche (tra cui quelle storico-culturali, paesaggistiche, eno-gastronomiche).

▪ **Azione n. 5 – DIGITAL SIGNAGE**

Risultati (output): portale Internet per la definizione, stratificazione e la gestione dei contenuti e del palinsesto. Applicazione per la pubblicazione delle informazioni sul *device* grafico.

▪ **Azione n. 9 – SPAZI E SUPPORTI PUBBLICITARI**

Risultati (output): visibilità del portale Internet e dei suoi contenuti strategici, integrazione fra attività di web marketing e attività svolte su canali di promozione tradizionali.

▪ **Azione n. 10 – WEBMARKETING**

Risultati (output): visibilità complessiva dei servizi presso gli utenti web interessati al turismo sul territorio di riferimento.

ART. 3 – IMPORTO A BASE D'ASTA

L'importo a base di gara è pari a €. **207.737,70** (euro duecentosettemilasettecentotrentasette/70) IVA esclusa (IVA pari al 22%) come di seguito specificato nelle singole Azioni da realizzare:

n. Azione	Azione	Importo al netto dell'IVA
2	Contenuti	€. 106.557,38
5	Digital Signage	€. 52.000,00
9	Spazi/Supporti pubblicitari	€. 24.590,16
10	Webmarketing	€. 24.590,16
TOTALE		€. 207.737,70

La copertura finanziaria è garantita dalle risorse provenienti dal cofinanziamento statale previsto dal D.M 13/12/2010, mentre la spesa residua di € 700.000,00, pari al 50% della spesa complessiva, rappresenta la quota di finanziamento a carico degli Enti Pubblici Territoriali Locali anche in forma associata beneficiario, di partner e di altri soggetti.

ART. 4 – DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio di cui alle **Azioni n.ri 2, 5, 9 e 10**, previste nel Capitolato di Gara, dovranno essere implementate secondo il diagramma di Gantt previsto dal “Piano esecutivo” ovvero secondo il cronoprogramma indicato dal Project Manager. In particolare l'Azione n. 2 “Contenuti” dovrà essere terminata entro il 31 gennaio 2017 ovvero entro un tempo tecnico successivo necessario per cause connesse alla realizzazione del portale (in ogni caso non oltre il 31 marzo 2017). Tutte le altre Attività, in ogni caso, dovranno essere completate entro il 31/08/2017.

Eventuali proposte aggiuntive e/o migliorative dovranno, laddove necessario, contenere anche i tempi previsti per la loro esecuzione, che dovranno terminare entro e non oltre il 31 gennaio 2017 (salvo quanto sopra) per l'Azione 2 “Contenuti” e non oltre il 31/08/2017 per tutte le altre Azioni, oggetto del presente bando, salvo la concessione di eventuali proroghe da parte della Stazione Appaltante.

I tempi di attuazione, le fasi di lavoro e le attività previste dovranno essere specificati attraverso la predisposizione di un crono programma di massima, che dovrà essere inserito all'interno della Relazione Tecnica Analitica e comunque le attività non dovranno protrarsi secondo i tempi sopra descritti, salvo la concessione di eventuali proroghe della Stazione Appaltante.

Con il prezzo offerto l'aggiudicatario si intende compensato per tutti gli oneri, diretti e indiretti, derivanti dal presente appalto e per tutto quanto occorra per realizzare a regola d'arte le prestazioni richieste nel presente bando di gara e nell'allegato Capitolato Tecnico.

ART. 5 – LUOGO ED ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il servizio dovrà riguardare il territorio ricompreso nel partenariato di cui l'Unione Montana Alta Valle Metauro è capofila. A titolo esemplificativo il partenariato – che coinvolge circa 50 enti – ricomprende aree interne ricadenti nel territorio delle province di Pesaro-Urbino, Perugia, Arezzo, Cesena-Forlì.

L'aggiudicatario dovrà partecipare a sopralluoghi e riunioni/incontri periodici in base alle esigenze del progetto, da tenersi presso gli uffici della sede dell'Unione Montana Alta Valle Metauro e, per tutte le necessarie attività di raccordo tecnico-operative, presso la sede degli altri enti coinvolti nel partenariato.

ART. 6 – GARANZIE E CAUZIONI

Cauzione rilasciata ai sensi dell'art. 93 del D.Lgs. 50/2016, pari al 2% dell'importo complessivo dell'appalto, ossia di Euro 3.852,46, con indicazione dell'espressa rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2, del codice civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta dell'Amministratore. La cauzione deve avere validità per 180 giorni naturali, successivi, continui dalla data di scadenza del termine di presentazione dell'offerta.

Si precisa che la garanzia copre la mancata sottoscrizione del contratto per fatto dell'affidatario ed è svincolata automaticamente al momento della sottoscrizione del contratto medesimo.

Costituisce, inoltre, garanzia del versamento delle sanzioni pecuniarie previste dall'articolo 38, comma 2-bis, per la mancanza, l'incompletezza e ogni altra irregolarità essenziale degli elementi e delle dichiarazioni sostitutive previste dall'articolo 83, comma 9, del D. Lgs. 50/2016.

Essa è restituita ai concorrenti non aggiudicatari, entro 30 giorni dall'aggiudicazione definitiva, ed al concorrente aggiudicatario all'atto della stipula del contratto.

Nell'ipotesi di imprese che si sono impegnate a costituire un raggruppamento di imprese o un consorzio ordinario in caso di aggiudicazione, la polizza fidejussoria dovrà essere intestata al RTI/ consorzio costituendo ed essere sottoscritta in calce con firma leggibile e per esteso dai rappresentanti di ciascuna delle società appartenenti al raggruppamento o al consorzio.

La cauzione provvisoria dovrà, altresì, contenere l'impegno di un Istituto bancario o assicurativo disposto a rilasciare la garanzia fidejussoria per l'esecuzione del contratto, di cui all'art. 103 D.Lgs. 50/2016, qualora l'offerente risultasse aggiudicatario della gara.

Nell'ipotesi di imprese che si sono impegnate a costituire un raggruppamento di imprese o un consorzio ordinario in caso di aggiudicazione, tale impegno dovrà essere intestato all'RTI/consorzio costituendo, ed essere sottoscritto in calce con firma leggibile e per esteso dai rappresentanti di ciascuna delle società appartenenti al raggruppamento o al consorzio.

Si applica l'art. 93, comma 7, del D.Lgs. 50/2016.

ART. 7 – MODALITA' E TERMINI DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

L'offerta e le documentazione richieste dovranno pervenire, pena l'esclusione, in un unico plico chiuso, debitamente sigillato sui lembi di chiusura con modalità di chiusura ermetica come ceralacca o piombo o striscia incollata ovvero qualunque altro strumento idoneo ad impedirne la manomissione.

Il plico, a pena di esclusione, dovrà recare all'esterno la dicitura: "NAVIGARE L'APPENNINO E TERRITORI DEL CENTRO ITALIA – GARA PER L'AFFIDAMENTO E SVILUPPO DELLE AZIONI N.ri 2, 5, 9 e 10 e riportare l'indicazione esterna dei dati identificativi dell'Offerente (denominazione del Concorrente o nel caso di Raggruppamenti Temporanei di Concorrenti, di ciascuno dei concorrenti componenti il raggruppamento), ivi compresi l'indirizzo e il numero di fax e/o l'indirizzo di posta elettronica (ordinaria e certificata se presente).

Il plico dovrà essere indirizzato a: **UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO - Via A. Manzoni, 25 – 61049 Urbania (PU).**

Il plico **dovrà pervenire**, in busta chiusa consegnata a mano oppure mediante raccomandata r.r. alla sede dell'Unione Montana Alta Valle Metauro, sita in Urbania (PU – CAP 61049) in Via A. Manzoni n. 25, **entro e non oltre il 18 agosto 2016 ore 13,00. In nessun caso saranno prese in considerazione offerte pervenute oltre il termine del giorno 18/08/2016 ore 13,00.**

Il recapito del plico rimane ad esclusivo carico e rischio del mittente ove per qualsiasi motivo lo stesso non giunga a destinazione, ovvero pervenga privo in tutto o in parte della documentazione richiesta, o per disguidi dipendenti da inesatte indicazioni del recapito da parte del richiedente oppure da mancata o tardiva comunicazione, né per eventuali disguidi postali imputabili a fatto di terzi, a caso fortuito o forza maggiore.

Il plico citato dovrà contenere tre buste, che dovranno, a loro volta, essere chiuse e debitamente sigillate sui lembi di chiusura con modalità di chiusura ermetica come ceralacca o piombo o striscia incollata ovvero qualunque altro strumento idoneo ad impedirne la manomissione, pena l'esclusione dalla gara e la nullità dell'offerta. Ciascuna busta dovrà recare l'intestazione del mittente e la dicitura corrispondente al contenuto:

BUSTA A – DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA

BUSTA B – OFFERTA TECNICA ANALITICA

BUSTA C – OFFERTA ECONOMICA

Ciascun concorrente non può presentare più di un'offerta.

Non sono ammesse offerte parziali e frazionate. Non sono ammesse offerte pari o in aumento rispetto all'importo posto a base d'asta. Non sono ammesse offerte condizionate o con riserve.

La Commissione esaminatrice delle proposte pervenute si riunirà in prima seduta il giorno 19 agosto 2016 alle ore 11,30, presso la sede dell'Unione Montana Alta Valle Metauro - Via A. Manzoni, 25 – 61049 Urbania (PU).

ART. 8 - REQUISITI E DOCUMENTAZIONE PER LA PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

Ai fini di partecipazione alla presente procedura, ciascuna busta del plico citato al precedente articolo 7, dovrà contenere la documentazione di seguito specificata:

BUSTA A – DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA

Nella busta devono essere contenuti, a pena di esclusione, i seguenti documenti:

- 1) **Dichiarazione** resa nella forma della dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), sottoscritta dal titolare o rappresentante legale dell'impresa, oppure da persona munita da comprovati poteri di firma la cui procura sia allegata, corredata da copia fotostatica non autenticata di valido documento di riconoscimento in corso di validità, con la quale il sottoscrittore confermi le seguenti attestazioni:
 - a) pena l'esclusione, la qualità di legale rappresentante dell'Impresa e l'idoneità dei suoi poteri per la sottoscrizione della documentazione di gara o copia autentica o conforme dell'atto da cui si evincono i poteri di firma del legale rappresentante firmatario degli atti di gara;
 - b) pena l'esclusione, gli elementi del certificato di iscrizione al Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. o altro Registro professionale o commerciale, e nello specifico: numero, provincia di iscrizione e data di iscrizione; esatta denominazione o ragione sociale, forma giuridica, durata (se stabilita), capitale sociale; nomi e dati anagrafici dei rappresentanti legali, degli altri soggetti con poteri di rappresentanza, riportante per ognuno l'indicazione dei poteri associati alla carica; nomi e dati anagrafici dei soci delle società in nome collettivo, o dei soci accomandatari per le società in accomandita semplice; oggetto sociale che deve essere coerente con le attività oggetto di gara, l'assenza di procedure concorsuali negli ultimi 5 anni. **In alternativa**, il concorrente potrà produrre in originale il Certificato di iscrizione nel Registro delle imprese rilasciato dalla C.C.I.A.A. o altro Registro professionale o commerciale, di data non anteriore a sei mesi dal termine ultimo per la presentazione delle offerte, o copia fotostatica di tale documento accompagnata da dichiarazione che sia copia conforme all'originale resa, ai sensi del D.P.R. 445/2000, dal legale rappresentante del concorrente e debitamente accompagnata da copia fotostatica del documento d'identità del dichiarante.

In caso di Raggruppamenti Temporanei di Concorrenti (RTC) costituenti, la dichiarazione o il certificato di cui al punto 1, lettera b), ovvero copia fotostatica di tale documento accompagnata da dichiarazione che sia copia conforme, devono essere prodotti singolarmente da tutti i soggetti raggruppati.

- 2) **Dichiarazione** resa nella forma della dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), sottoscritta dal titolare o rappresentante legale dell'impresa, oppure da persona munita da comprovati poteri di firma la cui procura sia allegata, corredata da copia fotostatica non autenticata di valido documento di riconoscimento in corso di validità, con la quale il sottoscrittore attesti, pena l'esclusione, di non trovarsi nelle condizioni di esclusione alla partecipazione alle gare di cui all'articolo 80 del D. Lgs. 50/2016.).

In caso di Raggruppamenti temporanei di imprese (RTI) sia costituiti che costituendi, la dichiarazione deve essere prodotta singolarmente da tutti i soggetti raggruppati o raggruppandi, ovvero sia da tutte le imprese consorziate esecutrici che dal Consorzio.

- 3) **Dichiarazione** sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), sottoscritta dal titolare o rappresentante legale dell'impresa, oppure da persona munita da comprovati poteri di firma la cui procura sia allegata, di inesistenza delle cause di esclusione previste dall'art. 80, del D. Lgs. 50/2016 rilasciata dai soggetti ivi indicati e con le modalità di cui al predetto articolo, vale a dire dai seguenti soggetti:
 - i. titolare, se si tratta di impresa individuale;
 - ii. i soci o il direttore tecnico se si tratta di società in nome collettivo;
 - iii. i soci accomandatari o il direttore tecnico se si tratta di società in accomandita semplice;
 - iv. gli amministratori muniti di poteri di rappresentanza oppure il socio unico persona fisica, ovvero il socio di maggioranza in caso di società con meno di quattro soci, se si tratta di altro tipo di società.)
- 4) **Dichiarazione** sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), contenente l'attestazione circa l'inesistenza delle cause di esclusione previste dall'art. 80, del D.Lgs. 50/2016 riferita a tutti i soggetti cessati dalle cariche elencate alle precedenti lettere ii), iii) e iv), nell'anno antecedente la data di spedizione del bando di gara. Detta dichiarazione va presentata anche nel caso di assenza di tali soggetti cessati dalle cariche sopra elencate.

In caso sussistano condanne devono essere indicati: la tipologia di reato commesso, la data, le norme violate, l'autorità giudiziaria, gli estremi, la data della sentenza e l'entità della condanna.

Non si è tenuti ad indicare le condanne quando il reato è stato depenalizzato ovvero, per le quali è intervenuta la riabilitazione ovvero quando il reato è stato dichiarato estinto dopo la condanna ovvero in caso di revoca della condanna medesima.

La falsità, l'omissione o l'incompletezza delle dichiarazioni da rendersi ai sensi dell'articolo 80 del D.Lgs. 50/2016 costituiscono motivo di esclusione.

- 5) **Dichiarazione** resa nella forma della dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), sottoscritta dal titolare o rappresentante legale dell'impresa, oppure da persona munita da comprovati poteri di firma la cui procura sia allegata, corredata da copia fotostatica non autenticata di valido documento di riconoscimento in corso di validità, con la quale il sottoscrittore attesti di non aver commesso violazioni gravi, ovvero quelle ostative al rilascio del DURC ai sensi dell'articolo 2, comma 2, della Legge 22 novembre 2002, n. 266, definitivamente accertate, alle norme in materia di contributi previdenziali e assistenziali, secondo la legislazione italiana e dello Stato in cui è stabilito.

In caso di Raggruppamenti costituenti, le dichiarazioni di cui ai nn. 1, 2, 3, 4 e 5 devono essere prodotte singolarmente da tutti i soggetti raggruppandi.

Si rammenta che la falsa dichiarazione comporta sanzioni penali (articolo 76, del D.P.R. 445/2000).

6) **Dichiarazione** sostitutiva resa ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), debitamente sottoscritta con allegata fotocopia del documento di identità in corso di validità del sottoscrittore, con la quale il legale rappresentante attesti:

- a) di aver preso esatta cognizione della natura del servizio e di tutte le circostanze generali e particolari che possono influire sulla sua esecuzione;
- b) di accettare integralmente il presente bando di gara e di aver preso visione ed accettare senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nel capitolato tecnico;
- c) di accettare i termini di validità dell'offerta, non inferiori a 180 giorni solari dalla scadenza del termine per la presentazione delle offerte fissato dal presente bando di gara;
- d) di aver preso visione dell'estratto del **"Piano esecutivo delle iniziative progettuali di cui al D.M. 13 dicembre 2010"** e di accettarlo integralmente.

In caso di RTC le suddette dichiarazioni dovranno essere presentate da tutte le imprese partecipanti al RTC.

7) **Dichiarazione** sostitutiva debitamente sottoscritta resa ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 3), con allegata fotocopia del documento di identità in corso di validità del sottoscrittore, con cui il concorrente attesti che, in caso di aggiudicazione dell'appalto, si impegna a garantire:

- a) l'applicazione nei confronti dei lavoratori dipendenti occupati nelle prestazioni del servizio condizioni contrattuali, normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi nazionali di lavoro e dagli accordi integrativi territoriali sottoscritti dalle organizzazioni imprenditoriali e dei lavoratori maggiormente rappresentative, nonché a rispettarne le norme previste dalla legge;
- b) di obbligarsi, nel rispetto delle disposizioni normative previste dal combinato disposto dall'articolo 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modificazioni, ad indicare un numero di conto corrente bancario dedicato, anche se in via non esclusiva, a tutte le operazioni relative al presente appalto, nonché i nominativi dei soggetti che hanno accesso a tale conto.

In caso di RTC le suddette dichiarazioni dovranno essere presentate da tutte le imprese partecipanti al RTC.

8) **Dichiarazione** sostitutiva debitamente sottoscritta resa dal legale rappresentante ai sensi del D.P.R. 445/2000 (Allegato 5) con allegata fotocopia del documento di identità in corso di validità del sottoscrittore, di conferma della capacità tecnico-professionale e organizzativa ed economico-finanziaria relativa alle finalità del bando ed in particolare del marketing territoriale-turistico e web/digital marketing, ai sensi dell'art. 47 del D.Lgs 50/2016, vale a dire che attesti:

- a) il possesso dei requisiti di ordine generale e di idoneità professionale previsti dagli art. 45 del D. Lgs.50/2016. In caso di Raggruppamenti temporanei di imprese (RTI) sia costituiti che costituendi, la dichiarazione deve essere prodotta singolarmente da tutti i soggetti raggruppati o raggruppandi, ovvero sia da tutte le imprese consorziate esecutrici che dal Consorzio;
- b) attività aperta da almeno tre anni finanziari conclusi;
- c) consolidata esperienza di attività nel settore del presente appalto, da documentare mediante l'elenco dettagliato con indicazione degli importi, delle date e dei destinatari, pubblici e privati, dei servizi stessi. In particolare, aver realizzato negli ultimi tre anni, almeno tre progetti significativi attinenti l'oggetto del presente appalto di cui:
 - tutti gli incarichi/progetti indicati dovranno essere assimilabili alle Azioni del presente bando di gara;
 - almeno un progetto di importo pari o superiore a 200.000,00 € (al netto di IVA).
- d) avere all'interno della propria organizzazione:
 - un Coordinatore/responsabile del Gruppo di lavoro, esperto nelle attività oggetto del bando. Egli/ella sarà l'interlocutore unico/principale dell'Amministrazione aggiudicatrice per l'intera durata del contratto ed avrà cura di supervisionare le singole attività con gli standard prefissati in sede di gara;
 - figure professionali altamente qualificate/esperte nelle attività previste (direttamente e/o indirettamente) oggetto di bando.
 - almeno un componente il gruppo di lavoro dovrà avere conoscenza avanzata dell'inglese, nonché la conoscenza di eventuali altre lingue straniere.

Tali requisiti dovranno essere comprovati mediante presentazione di un curriculum vitae riportante un elenco dei servizi che siano stati realizzati nell'ultimo triennio, evidenziando denominazione e/o descrizione sintetica del servizio; il periodo di svolgimento; i riferimenti del committente, l'importo del servizio, nonché mediante la presentazione dei curriculum vitae delle figure professionali richieste dal presente bando e facenti parte del gruppo di lavoro proposto.

In caso di RTI (costituito o da costituire) o consorzio ordinario di concorrenti, i requisiti devono essere dimostrati dai soggetti medesimi nel loro complesso. In caso di RTI (costituito o da costituire), requisito deve essere posseduto in misura maggioritaria dalla mandataria rispetto alle mandanti.

La composizione del gruppo di lavoro dovrà rimanere invariata in caso di aggiudicazione dell'appalto. Il gruppo di lavoro non potrà essere modificato né nel numero complessivo né nelle qualifiche professionali indicate, se non previo consenso della Stazione Appaltante. Qualora il soggetto affidatario, durante lo svolgimento delle prestazioni, dovesse essere costretto a sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro, dovrà formulare specifica e motivata richiesta scritta alla Stazione Appaltante, indicando i nominativi e le referenze dei componenti che intenderà proporre in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta. Al riguardo si

precisa che tali nuovi eventuali componenti dovranno avere requisiti equivalenti o superiori a quelli posseduti dai componenti da sostituire, motivo per cui dovrà essere fornita, in sede di richiesta, la documentazione comprovante il possesso dei requisiti suddetti.

9) AVVALIMENTO Vedi documentazione di cui al successivo art. 9;

10) Cauzione provvisoria come definita dall'art.6.

11) "PassOE" debitamente firmato, rilasciato dal sistema AVCPass all'Operatore Economico partecipante alla presente procedura, registratosi al servizio accedendo all'apposito link sul portale AVCP (Servizio ad accesso riservato – AVCPass) secondo le istruzioni ivi contenute.

In ogni caso, i Raggruppamenti Temporanei di Concorrenti già costituiti e non, ed i Consorzi già costituiti e non, devono indicare all'atto della presentazione della documentazione amministrativa, quali parti del servizio saranno svolte da ciascuna impresa facente parte del raggruppamento o del consorzio.

E' facoltà del concorrente utilizzare gli schemi approntati dalla stazione appaltante (allegati) oppure redigere ex novo le dichiarazioni. In tal caso, esse dovranno riportare, pena l'esclusione, tutti i dati richiesti.

La firma apposta su ognuna delle dichiarazioni rese deve essere obbligatoriamente corredata da fotocopia non autenticata di un documento di identità del sottoscrittore.

La mancata o irregolare presentazione dei documenti richiesti, fatta salva la possibilità di integrazione e completamento dei documenti già presentati, determinerà l'immediata esclusione dalla gara.

12) CONTRIBUTO A FAVORE DELL'ANAC

Ai sensi dell'articolo 1, comma 67, della Legge n. 266/2005 e della Deliberazione 05/03/2014, ai fini della partecipazione alla gara è dovuto, a favore dell'Autorità per la Vigilanza Nazionale Anticrimine (ANAC), il versamento della somma di **€. 20,00** (euro venti/00) da effettuarsi secondo le modalità riportate nelle istruzioni operative, in vigore dal 01/01/2014, pubblicate sul sito dell'Autorità stessa al seguente indirizzo: http://www.avcp.it/portal/public/classic/home/_riscossioni2014.

La mancata dimostrazione dell'avvenuto versamento del contributo è **causa di esclusione** dalle procedure di gara.

13) Copia del presente bando di gara, del Capitolato tecnico e estratto del **Progetto esecutivo**, firmati per accettazione integrale e per le clausole in essi contenute.

Tutte le dichiarazioni di cui punti precedenti devono essere sottoscritte, a pena di esclusione, dal legale rappresentante dell'impresa concorrente contenente i dati anagrafici del firmatario e la sua qualifica, denominazione o ragione sociale dell'impresa rappresentata, sede legale, codice fiscale/partita IVA.

Le dichiarazioni possono essere sottoscritte anche da procuratori dei legali rappresentanti ed in tal caso va allegata la relativa procura.

Nel caso di concorrenti costituiti da imprese da riunirsi o da associarsi, le medesime dichiarazioni devono essere prodotte o sottoscritte da ciascun concorrente che costituirà l'associazione/raggruppamento.

Alle dichiarazioni, a pena di esclusione, dovrà essere allegata copia fotostatica non autenticata di un documento di riconoscimento in corso di validità del sottoscrittore.

BUSTA B – OFFERTA TECNICA ANALITICA

La **Busta B**, sigillata con le modalità previste e indicate nel precedente articolo 7, racchiudente l'offerta tecnica, redatta in lingua italiana, formulata in linea con le specifiche e le indicazioni contenute nel capitolato tecnico, dovrà, a pena di esclusione, contenere una **RELAZIONE TECNICA** necessaria alla valutazione tecnico-qualitativa del servizio offerto.

La relazione tecnica dovrà essere redatta in lingua italiana, in fogli singoli formato A4 e carattere Times New Roman con un font dimensione 12, interlinea 1,5, massimo di trenta pagine, comprensivo di note, figure o di elaborati grafici, con una numerazione univoca e progressiva delle pagine. Si precisa, a maggior chiarimento del termine pagina, che un foglio (scritto fronte e retro) è costituito da due pagine. Qualora fosse presentata una relazione tecnica con un numero di pagine superiore a quello previsto, la Commissione esaminerà e valuterà le sole pagine nel numero richiesto e precisamente valuterà i contenuti delle prime trenta pagine. La relazione tecnica deve contenere tutti gli elementi che il concorrente riterrà utile presentare ai fini della valutazione dell'offerta, indicando anche le eventuali opzioni migliorative che, coerentemente con quanto esplicitamente richiesto nel Capitolato Tecnico di cui all'allegato 1, il concorrente riterrà di proporre. La Relazione Tecnica dovrà contenere la descrizione dei contenuti delle attività da svolgere, delle modalità con cui saranno svolte, degli strumenti di organizzazione e gestione delle diverse attività richieste nel Capitolato Tecnico (allegato) delle modalità di ripartizione delle prestazioni in base al gruppo di lavoro come richiesto dal presente bando di gara, nonché un cronoprogramma delle fasi di lavoro riferite alle attività previste da detto capitolato.

La relazione tecnica dovrà essere corredata di un suo indice autonomo (da non conteggiare nel numero massimo di pagine indicate per la relazione tecnica) ed essere priva – pena l'esclusione – di qualsiasi voglia riferimento (diretto o indiretto) riconducibile all'Offerta Economica.

La relazione tecnica, a pena di esclusione, dovrà essere siglata in ogni foglio e firmata per esteso in modo leggibile all'ultima pagina, dal legale rappresentante dell'impresa offerente, oppure da persona munita di comprovati poteri di firma la cui procura sia stata prodotta nella busta "A" – Documentazione Amministrativa. In caso di RTI non costituito alla data di presentazione dell'offerta, la relazione tecnica dovrà essere sottoscritta dai legali rappresentanti di ciascun componente il RTI.

In caso di RTI specificare, a pena di esclusione, ai sensi dell'articolo 48, del D. Lgs. 50/2016, le parti del servizio che saranno eseguite da ciascun operatore raggruppando. L'obbligo di specificazione ai sensi del succitato articolo 48 è da ritenersi assolto sia in caso di indicazione, in termini descrittivi, delle singole parti del servizio da cui sia evincibile il riparto di esecuzione tra le imprese associate, sia in caso di indicazione, in termini percentuali, della quota di riparto delle prestazioni che saranno eseguite tra le singole imprese, purché le indicazioni fornite consentano l'individuazione dell'oggetto e dell'entità delle prestazioni che saranno eseguite dai singoli operatori raggruppando.

L'offerente è vincolato alla propria offerta per 180 (centottanta) giorni solari dalla scadenza del termine per la presentazione delle offerte fissato dal presente bando di gara, salvo proroghe richieste dall'Unione Montana Alta Valle del Metauro.

BUSTA C – OFFERTA ECONOMICA

La **Busta C**, sigillata con le modalità previste e indicate al precedente articolo 7, deve contenere, pena l'esclusione, l'OFFERTA ECONOMICA (Allegato 4), redatta in lingua italiana, con l'indicazione:

1. della percentuale di ribasso applicata rispetto all'importo posto a base d'asta, espressa in cifre e in lettere; in caso di discordanza sarà ritenuto valido il prezzo più vantaggioso per la Stazione Appaltante.
2. del prezzo complessivo offerto, onnicomprensivo, IVA esclusa. Il prezzo deve essere espresso in cifre e in lettere; in caso di discordanza sarà ritenuto valido il prezzo più vantaggioso per la Stazione Appaltante;

L'offerta economica, a pena di esclusione, dovrà essere siglata in ogni foglio e firmata per esteso in modo leggibile all'ultima pagina, dal legale rappresentante dell'impresa offerente, oppure da persona munita di comprovati poteri di firma la cui procura sia stata prodotta nella busta "A" – Documentazione Amministrativa. In caso di RTI non costituito alla data di presentazione dell'offerta, la relazione tecnica dovrà essere sottoscritta dai legali rappresentanti di ciascun componente il RTI.

I prezzi indicati si ritengono onnicomprensivi di eventuali oneri aggiuntivi che l'offerente riterrà di sostenere. Non sono ammesse offerte parziali, condizionate, pari o in aumento.

L'offerta economica si intende avere validità per 180 (centottanta) giorni.

ART. 9 – AVVALIMENTO

Si riporta il testo dell'articolo 89, commi 1,2 e 3 del D. Lgs. 50/2016 qualora l'offerente intenda avvalersi delle capacità di carattere economico, finanziario, tecnico, organizzativo di altri soggetti:

1. L'operatore economico, singolo o in raggruppamento di cui all'articolo 45, per un determinato appalto, può soddisfare la richiesta relativa al possesso dei requisiti di carattere economico, finanziario, tecnico e professionale di cui all'articolo 83, comma 1, lettere b) e c), necessari per partecipare ad una procedura di gara, e, in ogni caso, con esclusione dei requisiti di cui all'articolo 80, nonché il possesso dei requisiti di qualificazione di cui all'articolo 84, avvalendosi delle capacità di altri soggetti, anche di partecipanti al raggruppamento, a prescindere dalla natura giuridica dei suoi legami con questi ultimi. Per quanto riguarda i criteri relativi all'indicazione dei titoli di studio e professionali di cui all'allegato XVII, parte II, lettera f), o alle esperienze professionali pertinenti, gli operatori economici possono tuttavia avvalersi delle capacità di altri soggetti solo se questi ultimi eseguono direttamente i lavori o i servizi per cui tali capacità sono richieste. L'operatore economico che vuole avvalersi delle capacità di altri soggetti allega, una dichiarazione sottoscritta dalla stessa attestante il possesso da parte di quest'ultima dei requisiti generali di cui all'articolo 80, nonché il possesso dei requisiti tecnici e delle risorse oggetto di avvalimento.

L'operatore economico dimostra alla stazione appaltante che disporrà dei mezzi necessari mediante presentazione di una dichiarazione sottoscritta dall'impresa ausiliaria con cui quest'ultima si obbliga verso il concorrente e verso la stazione appaltante a mettere a disposizione per tutta la durata dell'appalto le risorse necessarie di cui è carente il concorrente. Nel caso di dichiarazioni mendaci, ferma restando l'applicazione dell'articolo 80, comma 12, nei confronti dei sottoscrittori, la stazione appaltante esclude il concorrente e esclude la garanzia. Il concorrente allega, altresì, alla domanda di partecipazione in originale o copia autentica il contratto in virtù del quale l'impresa ausiliaria si obbliga nei confronti del concorrente a fornire i requisiti e a mettere a disposizione le risorse necessarie per tutta la durata dell'appalto.

2. Nei settori speciali, se le norme e i criteri oggettivi per l'esclusione e la selezione degli operatori economici che richiedono di essere qualificati in un sistema di qualificazione comportano requisiti relativi alle capacità economiche e finanziarie dell'operatore economico o alle sue capacità tecniche e professionali, questi può avvalersi, se necessario, della capacità di altri soggetti, indipendentemente dalla natura giuridica dei legami con essi. Resta fermo quanto previsto dal comma 1, periodi secondo e terzo, da intendersi quest'ultimo riferito all'abito temporale di validità del sistema di qualificazione.

3. La stazione appaltante verifica, conformemente agli articoli 85, 86 e 88, se i soggetti della cui capacità l'operatore economico intende avvalersi, soddisfano i pertinenti criteri di selezione o se sussistono motivi di esclusione ai sensi dell'articolo 80. Essa impone all'operatore economico di sostituire i soggetti che non soddisfano un pertinente criterio di selezione o per i quali sussistono motivi obbligatori di esclusione. Nel bando di gara possono essere altresì indicati i casi in cui l'operatore economico deve sostituire un soggetto per il quale sussistono motivi non obbligatori di esclusione, purché si tratti di requisiti tecnici.

Pertanto dovranno essere prodotte:

a) una propria dichiarazione sostitutiva ai sensi del D.P.R. 445/2000, attestante l'avvalimento dei requisiti necessari per la partecipazione alla gara, con specifica indicazione dei requisiti stessi e dell'impresa ausiliaria;

b) una dichiarazione sostitutiva, ai sensi del D.P.R. 445/2000, sottoscritta da parte dell'impresa ausiliaria attestante quanto segue:

- il possesso da parte di quest'ultima dell'assenza delle cause di esclusione di cui all'articolo 80 del D. Lgs. 50/2016;
- l'obbligo verso l'offerente e verso l'Amministrazione appaltante a mettere a disposizione per tutta la durata dell'appalto le risorse necessarie di cui è carente il concorrente;

- che non partecipa alla gara in proprio o associata o consorziata né si trova in una situazione di controllo con una delle altre imprese che partecipano alla gara;

c) originale o copia autentica del contratto in virtù del quale l'impresa ausiliaria si obbliga nei confronti del concorrente a fornire i requisiti e a mettere a disposizione le risorse necessarie per tutta la durata dell'appalto;

d) stampa dei "PassOE" rilasciati dal sistema AVCPass all'offerente che intende fare ricorso all'avvalimento ed all'impresa Ausiliaria, registrati al servizio previo accesso all'apposito link sul Portale AVCP.

La documentazione di cui ai precedenti punti a), b), c) e d) dovrà essere inserita nel plico 1.

ART. 10 – SUBAPPALTO

E' vietato all'appaltatore la cessione o il sub-appalto, anche temporaneo o parziale, del servizio in oggetto, pena l'immediata risoluzione del contratto, il risarcimento dei danni e delle spese causate alla stazione appaltante e l'incameramento della cauzione.

ART. 11 – CRITERI E METODO DI AGGIUDICAZIONE

L'aggiudicazione del servizio sarà determinata mediante il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 95 del D. Lgs. 50/2016, sulla base degli elementi di valutazione, dei criteri e sottocriteri e relativi valori ponderati di seguito identificati e con l'assegnazione massima di un punteggio di 100 punti.

Si procederà all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta ritenuta valida e conveniente. Alla stazione appaltante è in ogni modo riservata la più ampia facoltà di non aggiudicare il servizio in presenza di offerte ritenute non convenienti.

La valutazione tecnico-economica delle offerte sarà effettuata da apposita Commissione giudicatrice prevista ai sensi dell'art. 78 D.lgs 50/2016, nominata dalla stazione appaltante e formata ai sensi e con le modalità previste all'art. 216 comma 12 del D.Lgs. 50/2016. Saranno valutati i seguenti elementi con relativo punteggio massimo applicato:

Elementi di valutazione	Punteggio Massimo
Valutazione Tecnica	85
Valutazione Economica	15

VALUTAZIONE DELL'OFFERTA TECNICA ANALITICA

Per quanto riguarda l'assegnazione del punteggio tecnico (PT) relativo alla "Valutazione Tecnica", la Commissione procederà ad attribuire il punteggio tecnico (pari a 85 punti massimo) secondo i seguenti criteri e sottocriteri di qualità e rispettivi pesi:

Criteri di Valutazione:	
Qualità dell'offerta tecnica analitica in termini di coerenza, adeguatezza e completezza con gli obiettivi e le richieste del capitolato tecnico, di metodologia e soluzione adottate	Punteggio Massimo
Offerta di servizi migliorativi senza oneri aggiuntivi per la Committenza	25
Metodologia proposta, modalità operative, strumentali e organizzative che si intendono adottare per l'espletamento del servizio	20
Carattere innovativo delle soluzioni previste (inclusa l'adozione di soluzioni open source)	25
Appropriatezza, chiarezza e completezza della proposta in relazione al "Piano esecutivo" delle Azioni oggetto del Bando	15
TOTALE	85

Per l'Offerta tecnica analitica il punteggio (85 punti massimo) verrà attribuito con giudizi sintetici ed i relativi coefficienti vengono esposti nella tabella a seguire:

Grado di Giudizio	Coefficiente
Completamente inadeguato o non valutabile	0,00
Scarso	0,20
Insufficiente	0,40
Sufficiente	0,60
Discreto	0,70
Buono	0,85
Ottimo	1,00

La Commissione giudicatrice:

- procederà ad esprimere per ciascun criterio specifico di valutazione individuato nel presente bando di gara un giudizio sintetico corrispondente ad uno fra i giudizi predeterminati suindicati;

- a ciascuno di tali giudizi corrisponderà un determinato coefficiente matematico espresso in termini unitari, da utilizzarsi per l'attribuzione dei punteggi.

VALUTAZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA

Per l'Offerta economica, il punteggio (15 punti massimo) verrà attribuito (con 2 cifre decimali dopo la virgola, aumentando di una unità la cifra che precede quella da scartare se quest'ultima è uguale o superiore a 5) secondo la seguente formula:

$$PE(a) = (R_{min}/R_a) \times 15$$

dove:

PE = punteggio economico all'offerta in esame (a)

R_a = l'importo ribassato offerto dal concorrente in esame (a)

R_{min} = l'importo minimo ribassato offerto tra tutte le offerte presentate

In presenza di offerte presunte anormalmente basse l'Amministrazione farà riferimento a quanto previsto dall'art. 97 del del D. Lgs. 50/2016.

VALUTAZIONE COMPLESSIVA

Il punteggio complessivo è ottenuto dalla somma del punteggio tecnico e del punteggio economico.

In caso di parità, risulterà aggiudicatario il concorrente che abbia ottenuto il punteggio tecnico più elevato; in caso di ulteriore parità si procederà a richiedere migliorie e/o servizi aggiuntivi tra i concorrenti con pari punteggio.

ART. 12 – SVOLGIMENTO DELLA PROCEDURA DI AGGIUDICAZIONE

Le operazioni di gara in seduta pubblica, curate dalla Commissione giudicatrice appositamente nominata dall' **UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO** ai sensi degli Artt. 77 e 78 del D.lgs. 50/2016, avranno inizio il 19 agosto 2016 alle ore 11.30 presso la sede dell' Unione Montana Alta Valle Metauro, sita in Via Manzoni 25 – 61049 Urbania (PU).

Alle sedute pubbliche potranno partecipare il Rappresentante Legale oppure un suo delegato munito dell'originale della delega, della fotocopia del documento di riconoscimento del delegante e di valido documento di riconoscimento e, comunque, una sola persona per ogni concorrente.

La Commissione procederà, in seduta pubblica, all'apertura dei plichi generali pervenuti entro il termine stabilito, previa verifica della loro integrità. La Commissione di seguito procederà all'accertamento all'interno del plico generale della presenza delle buste "A", "B" e "C" contenenti rispettivamente la documentazione amministrativa, l'offerta tecnica e l'offerta economica, seguendo l'ordine cronologico di arrivo.

Il plico generale e le buste A, B e C saranno contrassegnati numericamente affinché ci sia corrispondenza tra il plico generale e le buste interne riferite all'operatore economico partecipante. Le buste C contenenti le offerte economiche, verificata la loro integrità formale, dovranno essere custodite in apposito contenitore chiuso sigillato e controfirmato dai componenti della Commissione.

La Commissione procederà quindi all'esame della documentazione contenuta nelle Busta "A"; saranno ammessi alla fase successiva di gara solamente i concorrenti che dalle operazioni di controllo e verifica delle dichiarazioni risulteranno in regola. La mancanza o la difformità dei documenti richiesti comporterà l'esclusione del concorrente, salvo quanto indicato all'articolo 86 del D. Lgs. 50/2016.

Dopo l'espletamento di questa prima fase verrà quindi disposta, in seduta pubblica, l'apertura della Busta "B – Offerta tecnica" al fine della sola verifica del contenuto della documentazione richiesta. La Commissione avrà cura di annotare nel verbale, sempre in seduta pubblica, la tipologia degli elaborati e la loro consistenza in termini di numero di pagine nonché di siglare gli elaborati stessi.

La Commissione, in seduta riservata, procederà alla valutazione dell'Offerta Tecnica.

Al termine della valutazione dell'offerta tecnica, la Commissione pianificherà la seduta pubblica per l'apertura della Busta "C" contenente l'offerta economica.

In sede di aggiudicazione provvisoria la Commissione comunicherà i punteggi dell'offerta tecnica attribuiti ad ogni singolo concorrente, di seguito la Commissione procederà all'apertura delle offerte economiche sempre in base all'ordine cronologico di arrivo delle offerte. Al termine di dette operazioni sarà attribuito in base alla formula indicata all'art. 11, il punteggio relativo all'offerta economica. La somma del punteggio attribuito all'offerta tecnica e all'offerta economica determinerà l'aggiudicatario del servizio e la graduatoria provvisoria.

La Stazione Appaltante si riserva di disporre l'esclusione dei concorrenti non soltanto in ipotesi di influenza dominante tipizzate dalle Società dall'art. 2359 c.c., ma in ogni altro caso di reciproca influenza tra le Imprese partecipanti alla gara, idonea a violare il principio della par condicio e della segretezza delle offerte, qualora emergano in sede di gara o in occasione degli accertamenti d'ufficio indizi chiari, gravi e concordanti, non previamente tipizzabili, della provenienza delle offerte da un unico centro decisionale, fatto salvo la segnalazione all'Autorità Giudiziaria per eventuali ipotesi di responsabilità penale.

Per quanto riguarda la nomina della Commissione, fino all'adozione della disciplina in materia di iscrizione all'Albo prevista dall'articolo 78 precitato, si applica l'articolo 216, comma 12 del D. Lgs. 50/2016.

Le offerte ritenute valide verranno quindi esaminate dalla stessa Commissione che, in sedute riservate, procederà alla valutazione della documentazione tecnica e all'attribuzione dei punteggi secondo i criteri di seguito elencati.

Qualora non venisse presentata alcuna offerta o nessuna offerta appropriata si procederà ai sensi dell'art. 63 comma 2 lett. a del D.Lgs. 50/2016

L'appalto sarà aggiudicato anche nell'ipotesi in cui pervenga una sola offerta valida, fatta salva la prerogativa della stazione appaltante di non procedere all'aggiudicazione se nessuna offerta dovesse risultare idonea (articolo 94 comma 3 del D. Lgs. 50/2016).

In base alla sommatoria del punteggio attribuito ai singoli concorrenti la Commissione giudicatrice redigerà una graduatoria e proporrà alla stazione appaltante l'aggiudicazione provvisoria all'offerente che avrà ottenuto il punteggio complessivo più alto. Qualora due o più concorrenti abbiano ottenuto lo stesso punteggio, l'aggiudicazione avverrà secondo le modalità stabilite al precedente articolo 11 "Valutazione complessiva".

Tutti i lavori della Commissione saranno raccolti in appositi verbali. L'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO comunicherà l'esito di essa agli interessati ai sensi dell'articolo 76 comma 5 del D.Lgs. 50/2016.

ART.13 – SOCCORSO ISTRUTTORIO

In caso di irregolarità rispetto alla produzione documentale richiesta con il presente disciplinare, la stazione appaltante applicherà l'istituto del cd. "soccorso istruttorio" previsto dall'art. 83, comma 9 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., assegnando un termine per la regolarizzazione ed applicando la sanzione pecuniaria prevista nella misura dell'1 per mille del valore complessivo posto a base di gara e corrispondente a € 207,74 (euro duecentosette/74).

L'inosservanza del termine perentorio assegnato per la regolarizzazione della documentazione comporterà l'esclusione del concorrente dalla gara.

La stazione appaltante non applicherà la disciplina del cd. "soccorso istruttorio" in caso di inadempienze o irregolarità quali, ad esempio:

- Mancato adempimento alle prescrizioni previste dal Codice dei contratti pubblici e dal D.P.R. 207/10 e s.m.i.;
- Incertezza assoluta sul contenuto o sulla provenienza dell'offerta, per difetto di sottoscrizione o di altri elementi essenziali (vd. Determinazione A.N.AC. n. 1 del 08/01/2015 "Criteri interpretativi in ordine alle disposizioni dell'art. 38, comma 2-bis e dell'art. 46, comma 1-ter del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163"); costituisce elemento essenziale dell'offerta il contenuto dei plichi 2 e 3;
- Non integrità del plico contenente l'offerta o altre irregolarità relative alla chiusura dei plichi, tali da far ritenere che sia stato violato il principio di segretezza delle offerte;
- Mancata indicazione sul plico esterno generale del riferimento della gara cui l'offerta è rivolta;
- Apposizione sul plico esterno generale di un'indicazione totalmente errata o generica, al punto che non sia possibile individuare il plico pervenuto come contenente l'offerta per la presente gara;
- Mancato inserimento dell'offerta economica e di quella tecnica in buste separate;
- In caso di ricorso all'avvalimento, mancata allegazione della dichiarazione di volontà di ricorso all'istituto medesimo;
- Omesso versamento del contributo dovuto all'A.N.AC., ai sensi dell'art. 1, commi 65 e 67, della L. 266/2005. Tutte le prescrizioni di cui al Bando di gara e al presente Disciplinare sono da considerarsi essenziali per l'ammissibilità delle offerte, ferma restando la possibilità di regolarizzazione, laddove possibile, ai sensi dell'art. 83, comma 9 del D. Lgs. 50/2016, delle pronunce dell'A.N.AC. e dei principi giurisprudenziali in materia.

ART. 14 – AGGIUDICAZIONE DEFINITIVA E ADEMPIMENTI PER LA STIPULA DEL CONTRATTO

L'aggiudicazione dell'appalto avrà carattere provvisorio in quanto subordinata all'acquisizione d'ufficio della documentazione come prevista dall'articolo 80 e 81 del D.Lgs. n. 50 del 18/04/2016. Quando tale prova non confermi le dichiarazioni contenute nella domanda di partecipazione o nell'offerta, la stazione appaltante procederà all'esclusione del concorrente e alla segnalazione del fatto all'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici di lavori, servizi e forniture e alla conseguente eventuale nuova aggiudicazione.

A seguito del controllo sul possesso dei requisiti, l'Amministrazione provvederà, previa verifica della regolarità e legittimità degli atti di gara, entro trenta giorni dall'aggiudicazione provvisoria, all'aggiudicazione definitiva.

Detto termine è interrotto dalla richiesta di chiarimenti o documenti e inizia nuovamente a decorrere da quando i chiarimenti o i documenti pervengono all'organo richiedente.

L'aggiudicazione definitiva sarà comunicata nelle forme e nei termini previsti dall'art.76 comma 5 del D. Lgs. 50/2016.

Ai fini della stipula del contratto, l'Amministrazione richiederà all'aggiudicatario la seguente documentazione:

- indicazione di un numero di conto corrente dedicato e i nominativi delle persone autorizzate ad operare, ai sensi dell'art 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 così come modificata dal Decreto legge 12 novembre 2010, n. 187, convertito, con modificazioni, dalla legge 17 dicembre 2010, n. 217, nel quale la stazione appaltante farà confluire le somme relative all'appalto.

In caso di RTI non costituito, per la sottoscrizione del contratto, dovrà essere prodotto, successivamente alla comunicazione del provvedimento di aggiudicazione definitiva, documento originale o copia autentica di costituzione di RTC ai sensi dell'articolo 48 del D. Lgs. 50/2016, con il mandato speciale con rappresentanza in favore della mandataria.

ART. 15 – STIPULA DEL CONTRATTO

Verificato l'esatto adempimento di quanto indicato al precedente articolo e la regolarità della documentazione, il contratto, fatto salvo l'esercizio dei poteri di autotutela, viene stipulato, ai sensi dell'articolo 32, comma 8 e secondo le modalità dell'articolo 33 del D. Lgs. 50/2016.

Sono a carico dell'Aggiudicatario tutte le spese inerenti e conseguenti la stipulazione del contratto.

L'Aggiudicatario all'atto della stipula del contratto, dovrà comprovare i poteri del rappresentante che sottoscriverà il contratto medesimo, mediante produzione di idoneo documento autenticato nelle forme di legge, se non acquisito già nel corso della procedura.

ART. 16 – PENALI E RISOLUZIONE PER INADEMPIMENTO

Il servizio di cui alle attività inerenti le Azioni n. 2-5-9-10 del Capitolato di Gara allegato dovranno concludersi con le scadenze specificate nel presente art. 4.

In caso di ritardo l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO ha facoltà di dichiarare la risoluzione del contratto, salvo il risarcimento dell'eventuale maggior danno.

In caso di servizio giudicato non conforme, l'aggiudicatario dovrà provvedere agli adeguamenti relativi secondo le indicazioni del l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO e secondo quanto stabilito nel Capitolato Tecnico.

Nel caso in cui non si provveda entro il termine massimo di gg. 7 è facoltà dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO avvalersi della risoluzione del contratto ai sensi dell'art. 1456 del c.c.

In caso di inadempimento dell'aggiudicatario anche a uno solo degli obblighi assunti con l'accettazione delle clausole contenute nel presente bando di gara, che si protragga oltre il termine, non inferiore comunque a 7 giorni assegnato per mezzo di raccomandata PEC dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO per porre fine all'inadempimento, il medesimo ha la facoltà di considerare risolto di diritto il contratto e di procedere nei confronti dell'aggiudicatario per il risarcimento del danno.

In ogni caso, la stazione appaltante potrà risolvere di diritto il contratto ai sensi dell'art. 1456 c.c., previa comunicazione al contraente con raccomandata PEC, nei seguenti casi:

- a) qualora fosse accertato il venir meno dei requisiti di legge richiesti per la partecipazione alla gara;
- b) per tentativo di frode;
- c) arbitrario abbandono o sospensione non dipendente da cause di forza maggiore, di tutta o parte del servizio oggetto del contratto, da parte dell'affidatario.

Per tutto quanto non previsto dal presente bando di gara si fa rinvio alle norme del Codice Civile e del D. Lgs. 50/2016.

ART. 17 – RECESSO

È facoltà dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO recedere, ex art. 1671 Codice Civile, unilateralmente dal contratto in qualunque momento, previa dichiarazione da comunicarsi all'aggiudicatario con raccomandata PEC almeno 15 giorni prima degli effetti della risoluzione, anche se è già stata iniziata la prestazione, fatto salvo l'obbligo di corrispondere al soggetto aggiudicatario un indennizzo relativo alle spese sostenute, ai lavori eseguiti e al mancato guadagno.

ART. 18 – REFERENTI PER L'ESECUZIONE DEL SERVIZIO

In relazione alla corretta esecuzione delle attività aggiudicate, l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO individua il Responsabile Unico del Procedimento, arch. Tiziana Paciaroni, quale soggetto incaricato della tenuta dei rapporti e delle comunicazioni con l'Aggiudicatario e per tutto ciò che attiene allo svolgimento del servizio.

L'Aggiudicatario dovrà del pari nominare un referente che garantisca il corretto e puntuale adempimento delle attività contrattuali.

ART. 19 – MODALITA' DI PAGAMENTO

Il pagamento avverrà per stato avanzamento lavori e saldo finale, secondo le seguenti modalità:

- **a stato avanzamento lavori**, pari al 100% dell'importo dell'Azioni 2, ad avvenuta consegna delle attività di cui all'Azione n. 2 "Contenuti" prevista dal Capitolato;
- **a saldo**, per la restante differenza di tutte le altre Azioni n. 5-9-10 del Capitolato allegato.

I pagamenti avverranno a seguito di presentazione di regolari fatture, riferite ai servizi effettivamente prestati e saranno corrisposti ad avvenuto e positivo espletamento della verifica, da parte dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO, della rispondenza delle attività svolte con quanto previsto dal contratto.

Pertanto, quando matureranno le condizioni per un pagamento la Ditta aggiudicataria dovrà emettere fatture diverse in relazione ad ogni azione, il cui importo verrà comunicato dall'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO,.

Le fatture dovranno riportare nell'oggetto, oltre alla denominazione del servizio ed ai codici CUP e CIG, la dicitura: **"Progetto Navigare l'Appennino ed i Territori del centro Italia" – Azioni N.ri 2-5-9-10"**.

I pagamenti del compenso saranno effettuati secondo le modalità di cui sopra, previo parere favorevole del Responsabile Unico del Procedimento arch. Tiziana Paciaroni.

L'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO liquiderà l'importo dovuto entro 60 (sessanta) giorni, a seguito dell'attestazione di regolare svolgimento, nonché degli esiti positivi delle verifiche di regolarità contributiva e fiscale previste dalle normative vigenti.

L'eventuale ritardo nell'effettuazione dei pagamenti da parte dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO, dovuto alla mancata disponibilità dei relativi importi di contributo pubblico, non comporterà alcun aggravio di interessi a carico dell'Unione medesima.

ART. 20 – RISERVATEZZA E TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Ai sensi dell'articolo 13 del decreto legislativo 30 giugno 2003 n. 196 e successive modificazioni (nel seguito, D. Lgs. 196/2003), l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO fornisce le seguenti informazioni sul trattamento dei dati personali allo stesso forniti.

Finalità del trattamento

I dati forniti dal concorrente aggiudicatario vengono acquisiti dall'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO ai fini della stipula del contratto, per l'adempimento degli obblighi legali ad esso connessi, oltre che per la gestione ed esecuzione economica ed amministrativa del contratto stesso.

Tutti i dati acquisiti dall'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO potranno essere trattati anche per fini di studio e statistici.

Dati sensibili e giudiziari

I dati forniti dai concorrenti e dall'aggiudicatario non rientrano tra i dati classificabili come "sensibili" e "giudiziari", ai sensi dell'articolo 4, comma 1, lettere d) ed e) del D.Lgs. 196/2003.

Modalità del trattamento dei dati

Il trattamento dei dati verrà effettuato dall'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO in modo da garantirne la sicurezza e la riservatezza e potrà essere attuato mediante strumenti manuali, informatici e telematici idonei a trattarli nel rispetto delle regole di sicurezza previste dalla legge.

Ambito di comunicazione e di diffusione dei dati

I dati potranno essere comunicati:

- al personale dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO che cura il procedimento di gara o a quello in forza ai soggetti partners del Progetto di Cooperazione che svolgono attività ad esso attinente;
- a collaboratori autonomi, professionisti, consulenti, che prestino attività di consulenza od assistenza all'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO in ordine al procedimento di gara o per studi di settore o fini statistici;
- ai soggetti esterni, i cui nominativi sono a disposizione degli interessati, facenti parte della Commissione di aggiudicazione;
- ad altri concorrenti che facciano richiesta di accesso ai documenti di gara nei limiti consentiti ai sensi della legge 7 agosto 1990 n. 241 e successive modificazioni.

Diritti del concorrente interessato

Al concorrente, in qualità di interessato, vengono riconosciuti i diritti di cui all'articolo 7, del D.Lgs. 196/2003.

Titolare del trattamento

Titolare del trattamento è l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO - Via A. Manzoni, 25 - 61049 Urbana (PU).

Responsabile del trattamento

Responsabile del trattamento è il Responsabile del Procedimento, designato dalla stazione appaltante, fino al termine della procedura.

Accesso agli atti

La presentazione dell'offerta comporta l'implicito rilascio del consenso al trattamento dei dati ai fini della procedura stessa (art. 18, comma 4, del D.Lgs 196/2003).

In caso di presentazione di tale dichiarazione, la stazione appaltante valuterà la compatibilità dell'istanza di riservatezza con il diritto di accesso dei soggetti interessati e, in caso di compatibilità, consentirà l'accesso secondo i principi in materia di trasparenza di cui all'art. 29 del D.Lgs 50/2016.

In mancanza di presentazione della dichiarazione di cui sopra, la stazione appaltante consentirà, ai concorrenti che lo richiedono, l'accesso nella forma di estrazione di copia dell'offerta tecnica.

Obbligo della riservatezza dei prestatori dei servizi

I prestatori di servizi sono tenuti alla massima riservatezza rispetto a qualsiasi tipo di informazione di cui possano, anche incidentalmente, venire in possesso. L'inosservanza di tale obbligo, pena l'immediata risoluzione del contratto e conseguente risarcimento del danno.

ART. 21 – PROPRIETÀ DEI PRODOTTI, BREVETTI INDUSTRIALI E DIRITTI D'AUTORE

I diritti di proprietà e/o utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, delle opere di ingegno, delle creazioni intellettuali e di altro materiale creato, inventato, predisposto o realizzato dall'aggiudicatario o dai suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente contratto rimarranno di titolarità esclusiva dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO capofila e dei partner di progetto, che potranno quindi disporre senza alcuna restrizione. Detti diritti, ai sensi della legge 633/1941 così come modificata e integrata dalla legge 248/2000, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile.

ART. 22 – FORO COMPETENTE

Per qualsiasi controversia derivante o connessa all'esecuzione della presente procedura è competente il Foro di Urbino. Non viene ammesso il ricorso all'arbitrato.

Nei casi previsti dall'art. 206, D. Lgs. 50/2016, si applicano i procedimenti volti al raggiungimento di un accordo bonario.

ART. 23 – NORME FINALI

Resta inteso che nessun compenso o rimborso spetta ai concorrenti per la redazione delle offerte presentate o in caso di annullamento della presente procedura di affidamento.

L'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO, considerato il termine previsto dalla DGR 1.128 del 21/12/2015 che indica per la misura 4.2.1. l'obbligo di presentare la richiesta di saldo entro la scadenza del 31/08/2016, si riserva la facoltà di richiedere una proroga rispetto i tempi di attuazione dei progetti che, se concessa, potrà comportare una proroga rispetto alla tempistica di realizzazione del servizio.

L'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO si riserva la facoltà insindacabile di non procedere all'aggiudicazione senza che i concorrenti possano rappresentare alcuna pretesa al riguardo, e altresì si riserva la facoltà di aggiudicare il servizio in oggetto in presenza anche di una sola offerta valida.

Non sono ammesse offerte plurime, condizionate, espresse in modo indeterminato o per persona da nominare e comunque difformi dalle presenti prescrizioni.

Il verbale di aggiudicazione non fa luogo di contratto.

L'aggiudicazione pronunciata in sede di gara ha carattere provvisorio.

L'aggiudicazione definitiva del servizio, la non aggiudicazione o l'annullamento della gara si intendono deferiti alle decisioni dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO.

L'aggiudicazione definitiva è disposta con specifico atto adottato dal Segretario Generale dell'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO.

L'aggiudicatario deve garantire, in corso d'opera, il permanere la sussistenza dei requisiti richiesti dichiarati al momento della partecipazione alla gara.

In particolare si precisa che tutta la documentazione presentata dal soggetto aggiudicatario viene trattenuta dalla stazione appaltante; la documentazione presentata dai non aggiudicatari può essere restituita su richiesta e spese a loro carico una volta effettuata l'aggiudicazione definitiva.

La partecipazione alla presente procedura comporta, da parte di ogni Offerente, l'implicita accettazione di tutte le prescrizioni e condizioni sopra esposte e richiamate.

La presente procedura non vincola l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO all'affidamento del servizio di cui trattasi.

Ogni informazione di tipo amministrativo e/o tecnico sulla presente procedura può essere rispettivamente chiesta dal lunedì al venerdì a mezzo e-mail:

1. al Responsabile Unico del Procedimento arch.Tiziana Paciaroni (t.paciaroni@cm-urbania.ps.it) per le informazioni di tipo amministrativo;
2. al Project Manager dott. Giampiero Bambagioni (giampiero.bambagioni@erei.org) per le informazioni di tipo tecnico.

Le eventuali richieste di informazioni e/o chiarimenti, formulate in lingua italiana, dovranno pervenire non oltre il termine tassativo del 31/07/2016.

Il concorrente dovrà indicare il recapito e-mail a cui inviare la risposta di chiarimento agli eventuali quesiti completa di un recapito telefonico per ulteriori eventuali contatti.

Per l'UNIONE MONTANA ALTA VALLE METAURO
IL DIRIGENTE
(dott. Elvio Massi)

IL RESPONSABILE DELLA C.U.C.
geom. Renato Dini

Allegati:

- 1) Capitolato Tecnico
- 2) Estratto del Piano Esecutivo (**deve essere restituito firmato per accettazione in ogni pagina**).
- 3) Dichiarazione sostitutiva di certificazione.
- 4) Offerta economica.
- 5) Dichiarazione di conferma della capacità tecnico-professionale e organizzativa e economico-finanziaria.

FIRMA PER ACCETTAZIONE

Si accettano tutte le condizioni del presente bando

Data, _____

L'Offerente (timbro e firma)

Oggetto: BANDO DI GARA PER PROCEDURA APERTA, AI SENSI DELL'ART. 60 DEL D.LGS. N. 50/2016, PER L'AFFIDAMENTO DI SERVIZI INERENTI IL PROGETTO "NAVIGARE L'APPENNINO E I TERRITORI DEL CENTRO ITALIA". (PROGETTO PER IL POTENZIAMENTO ED IL SOSTEGNO DELLA REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI SERVIZI INNOVATIVI IN FAVORE DELL'UTENZA TURISTICA, COFINANZIATO DAL MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITA' CULTURALI E DEL TURISMO – SETTORE TURISMO DPCM 21.10.2013) – "AZIONI N.ri 2-5-9-10".

CAPITOLATO TECNICO
(Allegato 1)

INDICE

- 1. OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO**
- 2. AMMONTARE DEL SERVIZIO**
- 3. DURATA DEL SERVIZIO**
- 4. LUOGO DEL SERVIZIO**
- 5. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO**

1. OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO

Nell'ambito del Progetto "**Navigare l'Appennino e i territori del centro Italia**" funzionale al potenziamento ed alla realizzazione e diffusione di servizi innovativi in favore dell'utenza turistica dei territori degli enti coinvolti nel partenariato è prevista la realizzazione di n. 10 azioni ("**Azioni**") integrate e complementari tra loro, costituite dalle Azioni dettagliate nel "*Piano esecutivo delle iniziative progettuali di cui al D.M. del 13 dicembre 2010*", il cui estratto si allega al presente Bando

L'attività promozionale dovrà essere incentrata prevalentemente sulla valorizzazione (a livello nazionale ed internazionale) delle risorse culturali (siti storici archeologici, architettonici e museali), paesaggistiche, ambientali, della filiera enogastronomica e delle produzioni tipiche del territorio; inoltre, l'attività dovrà essere incentrata sulla promozione di un brand di identificazione dei territori di riferimento degli enti promotori del Progetto con relative peculiarità storico-culturali, turistiche, ambientali ed enogastronomiche. Territori ricompresi nell'Appennino centrale e, in particolare, aree interne delle province di Pesaro-Urbino, Arezzo, Forlì-Cesena e Perugia, di seguito indicati.

Nello specifico, i servizi sono finalizzati al raggiungimento dei obiettivi delineati nel **Piano esecutivo** (il cui estratto in allegato al Bando costituisce parte integrante e sostanziale del presente "Capitolato Tecnico", funzionali alla implementazione di numerose attività interconnesse e complementari tra loro, sotto il coordinamento generale del **Project Manager** designato dalla stazione appaltante, volte alla creazione e alla introduzione di nuovi servizi e nuovi processi funzionali:

- (iv) alla promozione della conoscenza dei territori da parte della potenziale utenza a livello dell'Unione Europea e livello globale mediante un portale dedicato plurilingue (quantomeno in italiano e inglese);
- (v) dalla facilitazione della fruizione dell'area vasta, costituita dai territori ricadenti nel Piano esecutivo, mediante la promozione di servizi innovativi di informazione e mobilità, in un'ottica di Smart Cities diffusa (Smart Land);
- (vi) alla identificazione facilitata delle caratteristiche culturali, storiche, ambientali, enogastronomiche e turistiche dei territori ricompresi nel Piano esecutivo.

Specificatamente, i servizi richiesti riguardano la realizzazione delle seguenti tipologie di intervento, identificate come "**Azioni**" n.ri **2, 5, 9 e 10**:

- **Azione n. 2 – CONTENUTI**

Risultati (*output*): coordinamento strategico, gestione dei contenuti del portale Internet e promozione dell'offerta turistica presso la potenziale utenza nazionale e internazionale al fine di migliorare l'attrattività del territorio e la fruizione delle eccellenze turistiche (tra cui quelle storico-culturali, paesaggistiche, eno-gastronomiche).

- **Azione n. 5 – DIGITAL SIGNAGE**

Risultati (*output*): portale Internet per la definizione, stratificazione e la gestione dei contenuti e del palinsesto. Applicazione per la pubblicazione delle informazioni sul *device* grafico.

▪ **Azione n. 9 – SPAZI E SUPPORTI PUBBLICITARI**

Risultati (*output*): visibilità del portale Internet e dei suoi contenuti strategici, integrazione fra attività di web marketing e attività svolte su canali di promozione tradizionali.

▪ **Azione n. 10 – WEBMARKETING**

Risultati (*output*): visibilità complessiva dei servizi presso gli utenti web interessati al turismo sul territorio di riferimento.

1.1 Attuazione e implementazione dell'Azione n. 2 – CONTENUTI

Come riportato in premessa i contenuti (che saranno poi resi fruibili, principalmente, attraverso il portale Internet) rappresentano l'elemento centrale del Progetto, l'elemento motivante il turista viaggiatore nelle sue scelte. Occorre pertanto prevedere un Team Redazionale (con adeguate competenze) che non si limiti alla raccolta, selezione e pubblicazione delle informazioni ma che sia in grado di elaborare contenuti (ovviamente multimediali) suggestivi per il target di riferimento e in grado di valorizzare le tante peculiarità (anche quelle ritenute minori) che contribuiscono alla costruzione dell'identità del territorio.

Modalità di attuazione:

- 1.1 Il Team Redazionale, con il coordinamento del Project Manager, elaborerà un Piano editoriale per i differenti canali/strumenti e a partire da esso costruirà i contenuti necessari per l'implementazione nella fase di *start up*.
- 1.2 Successivamente le singole amministrazioni locali potrebbero gestire direttamente i contenuti informativi relativi al proprio territorio mentre la struttura redazionale, calibrata secondo i contributi che perverranno (o meno) dalle singole amministrazioni, potrebbe continuare la propria azione di controllo e coordinamento al fine di evitare una comunicazione asimmetrica (rispetto alle tematiche dell'area geografica ricompresa nel progetto), incoerente (nei messaggi e nella caratterizzazione identitaria), disomogenea (nella forma e nella sostanza). I contenuti saranno realizzati in italiano e in inglese, almeno nella parte informativa principale.
- 1.3 I contenuti "promo-informativi" e pubblicitari relativi agli *operatori* del territorio interessati ad ottenere visibilità per la propria attività/servizi/prodotti saranno gestiti dal soggetto che si occuperà della gestione del portale.
- 1.1 Verranno stabiliti protocolli di intesa con le Forze dell'Ordine locali per attivare regolari bollettini informativi di polizia turistica, in particolare:
 - In occasione di eventi pubblici e manifestazioni, per segnalare informazioni di natura logistica (accessibilità, parcheggi etc.),
 - Segnalare deviazioni stradali e indicazioni di viabilità alternativa, anche corredate di eventuali mappe stradali,
 - Segnalare ordinanze della Autorità Locali, in particolare quelle di potenziale interesse per i turisti.

Per implementare questa azione si prevede la costituzione di un team multidisciplinare. Il Team tuttavia sarà indirizzato strategicamente dal Project Manager in quanto caratterizzato da comprovata esperienza nel marketing territoriale, capacità di analisi dei fenomeni che influenzano e determinano le moderne dinamiche dei flussi turistici a livello nazionale ed internazionale quale presupposto essenziale per la valorizzazione dei territori locali, specializzazione (acclarata) nel supporto e nella gestione integrata di policy economico-istituzionali quale fattore centrale, tra l'altro, per l'implementazione del progetto in linea con gli obiettivi indicati dai partner istituzionali nella fase di condivisione degli obiettivi e di definizione strategica del medesimo.

Risultati (*output*): coordinamento strategico, gestione dei contenuti del portale Internet e promozione dell'offerta turistica presso la potenziale utenza nazionale e internazionale al fine di migliorare l'attrattività del territorio e la fruizione delle eccellenze turistiche (tra cui quelle storico-culturali, paesaggistiche, eno-gastronomiche).

1.2 – Attuazione e implementazione dell'Azione n. 5 – DIGITAL SIGNAGE

Modalità di attuazione: questa azione prevede l'utilizzo (in open source) di un'applicazione di infomobilità che utilizza strumenti grafici dislocati nel territorio per visualizzare agli utenti informazioni sui servizi di mobilità, informazioni sugli eventi, contenuti pubblicitari e informazioni di pubblica utilità; tutte le informazioni potranno essere contestualizzate alla posizione geografica del *device* utilizzato per la visualizzazione. Verranno utilizzati *device* moderni e appropriati per le finalità del Progetto. A titolo

esemplificativo potrebbe essere realizzata, laddove necessaria, un'applicazione web per la gestione e la pubblicazione delle informazioni, costruendo il palinsesto e permettendo di definire il contenuto specifico per tipologia. Caratteristiche e funzionalità della soluzione:

- classificazione dei device utilizzati per modello, posizione, dislocazione geografica,
- classificazione e definizione dei layout di presentazione delle informazioni sui device
- definizione delle tipologie di contenuto da associare ad ogni tipologia di layout grafici
- associazione dei contenuti ai vari layout definiti e all'area geografica di pertinenza
- definizione e pubblicazione della playlist per tipologia di device e per area geografica
- applicazione sul device che gestisce la messa in onda dei contenuti e registra le informazioni per la certificazione dell'avvenuta pubblicazione

NOTA: Laddove esistano sistemi aperti già diffusi è da prediligere un'attività di integrazione con dette piattaforme piuttosto che lo sviluppo di piattaforme ex novo.

Risultati (output): portale Internet per la definizione, stratificazione e la gestione dei contenuti e del palinsesto. Applicazione per la pubblicazione delle informazioni sul device grafico.

1.3 – Attuazione e implementazione dell'Azione n. 9 – SPAZI E SUPPORTI PUBBLICITARI

Modalità di attuazione: dal progetto di immagine coordinata deriveranno gli applicativi per i vari supporti (intestati, affissioni, brochure, *sticker*, ecc.) che verranno definiti in fase di progetto operativo. Parallelamente la campagna pubblicitaria di progetto cercherà di coinvolgere i media locali più pervasivi, in particolare le radio e i giornali localizzati e attivi nel territorio, anche per veicolare contenuti informativi e promo-informativi.

Per integrare la comunicazione e la promozione online con le analoghe attività offline e su supporti tradizionali, verrà predisposto un circuito di segnaletica basata su tecnologia "QR code" (o simile) che consenta agli utenti dotati di device mobili (smartphone, device ottici abilitati, tablet, etc.) di ottenere contenuti informativi turistici sui punti di interesse segnalati.

L'attività di coordinamento e controllo in merito alle modalità attuative previste per la presente Azione sarà garantita, durante la fase di startup, dal team di gestione del Progetto.

Risultati (output): visibilità del portale Internet e dei suoi contenuti strategici, integrazione fra attività di web marketing e attività svolte su canali di promozione tradizionali.

1.4 – Attuazione e implementazione dell'Azione n. 10 – WEBMARKETING

Modalità di attuazione: la strategia di *web marketing* si concentrerà essenzialmente sulle seguenti attività:

10.1 Campagna di Posizionamento Organico (*Search Engine Optimization*) per *keyword* strategiche, finalizzate ad ottenere quote di visibilità consistenti e stabili dai principali motori di ricerca. Un adeguato posizionamento sui motori di ricerca, alla base di una strategia di web marketing efficace, normalmente costituisce un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti. Dopo una fondamentale analisi preliminare del settore in cui si inserisce il Portale da promuovere e degli obiettivi che ci si pone, sarà possibile, infatti:

- conoscere il mercato di riferimento,
- valutare le geografie di riferimento (percepire poi su quali motori operare)
- avere conoscenze sul target (gli utenti)

La realizzazione di una campagna di posizionamento verrà quindi strutturata in fasi ben precise, quali:

- la definizione del set di *keyword*, previa ricerca sulle aree linguistico-semantiche utilizzate dal target di riferimento
- sviluppo di contenuti pertinenti e ottimizzati
- strategia di segnalazione, *link popularity* e gestione di fattori off-site
- reporting periodico dei risultati
- strategia di manutenzione e incremento progressivo dei livelli di visibilità e di traffico.

10.2 Campagna di Social Media Marketing, finalizzata a costruire una community fidelizzata e attenta i temi proposti, bacino di utenza naturale per le piattaforme web implementate, sia per la fruizione di informazioni che per l'acquisto di servizi. Al momento attuale, appare strategico strutturare una presenza del progetto e delle sue utilità su Facebook, attraverso una pagina ufficiale, che incorpori e/o reinvii gli utenti alle applicazioni e funzionalità cardine del progetto (in particolare il Travel Planner). Tuttavia in fase di sviluppo verrà effettuata una pre-analisi per valutare eventuali alternativi e/o integrazioni attraverso altri social network, anche emergenti. Abbiamo già citato sopra, ad esempio, i social network a vocazione turistica come TripAdvisor, i location based social network come Foursquare e Facebook Places, e lo stesso Google Plus che è stato lanciato in queste settimane con risultati interessanti in termini di parco utenti già acquisito e di potenziale di crescita, nonché di impatto sulla visibilità complessiva nel motore di ricerca di riferimento. La strategia di Social Media Marketing, data la natura in continua evoluzione delle piattaforme di social networking, potrà necessariamente essere modificata in fase operativa e adattata alla circostanze tecniche e di trend

del momento per perseguire gli obiettivi del progetto, in particolare per quanto concerne la scelta del/dei Social Network da utilizzare.

10.3 Campagna PPC (Pay-Per-Click) su motori di ricerca e social network, finalizzata ad ottenere da subito quote di visibilità, in particolar nelle prime fasi di attività delle piattaforme web, in cui è più difficile ottenere da altri canali utenza in quantità significative e in tempi rapidi. In questo caso i circuiti che verranno utilizzati sono Google Adwords e Facebook Ads.

10.4 Web Analytics: per monitorare il comportamento dell'utenza e massimizzare progressivamente di conseguenza il raggiungimento di risultati, verrà implementata una o più istanze della popolare piattaforma Google Analytics, personalizzate ad hoc per il progetto in modo tale da fornire dati utili per un'effettiva attività di supporto decisionale. In particolare verranno implementati filtri e reportistiche customizzate per monitorare l'efficacia delle singole campagne attivate in termini di traffico generato e conversioni ottenute.

Risultati (output): visibilità complessiva dei servizi presso gli utenti web interessati al turismo sul territorio di riferimento.

1.5 - Proposte aggiuntive e/o migliorative

I servizi aggiuntivi e/o migliorativi offerti dovranno essere in stretta correlazione col servizio di cui alla presente procedura; in particolare – nel rispetto delle indicazioni tecniche, delle attività direttamente o indirettamente ricomprese e degli *output* sopra specificati – l'offerente dovrà formulare uno specifico Piano esecutivo analitico definito "Offerta tecnica analitica", ricomprendente il dettaglio delle caratteristiche tecniche che intende attuare, le tempistiche e le modalità di restituzione delle medesime attività.

2. AMMONTARE DEL SERVIZIO

L'importo a base di gara è pari a € **207.737,70** (euro duecentosettemilasettecentotrentasette/70) IVA esclusa - (IVA pari al 22%).

La copertura finanziaria è garantita dalle risorse Progetto "Navigare l'Appennino e i Territori del Centro Italia" oggetto della graduatoria approvata con Decreto del Capo del Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo del 5 dicembre 2011 registrato dalla Corte dei Conti in data 30 aprile 2013 Registro 3 Foglio 375, in base alla quale l'Unione Montana Alta Valle del Metauro (quale ente capofila del partenariato) è risultata beneficiaria di un cofinanziamento pari ad euro 700.000,00 (settecentomila/00) rispetto ad un costo complessivo del citato progetto è di € 1.400.000,00, di cui € 700.000,00, pari al 50% del costo complessivo del progetto, rappresentano la quota di cofinanziamento statale previsto dal D.M 13/12/2010, mentre la spesa residua di € 700.000,00, pari al 50% della spesa complessiva, è costituita dalla quota di finanziamento a carico degli Enti pubblici territoriali locali coinvolti nel relativo partenariato.

3. DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio di cui alle **Azioni n.ri 2, 5, 9 e 10**, sono oggetto, nel loro complesso, del presente Capitolato di Gara, e dovranno essere implementate secondo il diagramma di Gantt previsto dal "Piano esecutivo" ovvero secondo il cronoprogramma indicato dal Project Manager. In particolare l'Azione n. 2 "Contenuti" dovrà essere terminata entro il 31 gennaio 2017 ovvero entro un tempo tecnico successivo necessario per cause connesse alla realizzazione del portale (in ogni caso non oltre il 31 marzo 2017). Tutte le altre Attività, in ogni caso, dovranno essere completate entro il 31/08/2017.

Eventuali proposte aggiuntive e/o migliorative dovranno, laddove necessario, contenere anche i tempi previsti per la loro esecuzione, che dovranno terminare entro e non oltre il 31 gennaio 2017 (salvo quanto sopra) per l'Azione 2 "Contenuti" e non oltre il 31/08/2017 per tutte le altre Azioni, oggetto del presente bando, salvo la concessione di eventuali proroghe da parte della Stazione Appaltante.

I tempi di attuazione, le fasi di lavoro e le attività previste dovranno essere specificati attraverso la predisposizione di un crono programma di massima, che dovrà essere inserito all'interno della Relazione Tecnica Analitica e comunque le attività non dovranno protrarsi secondo i tempi sopra descritti, salvo la concessione di eventuali proroghe della Stazione Appaltante.

Con il prezzo offerto l'aggiudicatario si intende compensato per tutti gli oneri, diretti e indiretti, derivanti dal presente appalto e per tutto quanto occorra per realizzare a regola d'arte le prestazioni richieste nel presente bando di gara e nel presente Capitolato Tecnico.

4. LUOGO DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il servizio dovrà riguardare il territorio delle province di Pesaro-Urbino, Arezzo, Forlì-Cesena e Perugia, di seguito richiamati:
Unione Montana Alta valle del Metauro (Capofila)

Comune di Urbino

Comune di Mercatello sul Metauro

Comune di Sant'Angelo in Vado

Comune di Urbania

Comune di Peglio
Comune di Fermignano
Comune di Petriano
Comune di Montecalvo in Foglia
Comune di Borgo Pace
Comune di Isola del Piano
Unione Montana del Catria e Nerone
Comune di Acqualagna
Comune di Cantiano
Comune di Piobbico
Comune di Frontone
Comune di Serra S. Abbondio
Comune di Cagli
Comune di Apecchio
Unione Montana del Montefeltro
Comune di Macerata Feltria
Comune di Auditore
Comune di Belforte all'Isauro
Comune di Carpegna
Comune di Frontino
Comune di Lunano
Comune di Mercatino Conca
Comune di Monte Cerignone
Comune di Montecopiolo
Comune di Monte Grimano
Comune di Piandimeleto
Comune di Pietrarubbia
Comune di Sassocorvaro
Comune di Sassofeltro
Comune di Tavoletto
Unione dei Comuni della Valtiberina Toscana
Comune di Anghiari
Comunità Montana Alta Umbria -
Comune di Monte S. Maria Tiberina
Comune di Pietralunga
Comune di Gubbio
Comune di Valfabbrica
Comune di Sigillo
Comune di Gualdo Tadino
Comune di Scheggia e Pascelupo
Comune di Costacciaro
Comune di Montone
Comune San Giustino
Unione dei Comuni della Romagna Forlivese -
Unione dei Comuni Valle del Savio
Unione dei Comuni Rubicone e Mare
Provincia di Pesaro e Urbino
Nonché i seguenti partner pubblici o privati:
Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo"
S.I.L. (Soggetto Intermediario Locale) Appennino Centrale
GAL (Gruppo di Azione Locale) Montefeltro Sviluppo
AMI - Azienda per la Mobilità Integrata e Trasporti SpA
Parco Sasso Simone e Simoncello

Fondazione Villa del Bali
Ente Parco San Bartolo

5. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO

L'aggiudicatario dovrà coordinarsi e rapportarsi in maniera diretta e costante, mediante riunioni e incontri periodici con la Stazione Appaltante. Effettuare, laddove necessario, sopralluoghi e giornate lavorative presso le aree di progetto e riunioni operative periodiche in base alle esigenze del progetto, presso gli uffici come da punto precedente.

Dovranno essere altresì realizzate adeguate forme di confronto e condivisione con i soggetti pubblici e territoriali competenti negli ambiti oggetto delle attività.

(Allegato 2)

SINTESI DEL PROGETTO

estratto del “Piano esecutivo”

(Piano esecutivo delle iniziative progettuali di cui al D.M. del 13 dicembre 2010)

... *omissis* ...

Sostenibilità economica

La sostenibilità economica futura, ovvero la caratteristica che fa del Progetto un’iniziativa duratura nel tempo, potrà essere garantita:

- per la parte di offerta servizi e marketing, dall’affidamento della realizzazione del portale Internet ad un soggetto gestore che ne assicuri la manutenzione ed il funzionamento “chiavi in mano”, per almeno i 5 anni successivi allo sviluppo e messa in linea, anche con la possibilità di reperire sul mercato i fondi necessari per la copertura dei costi mediante servizi resi agli operatori interessati a fruire del portale quale veicolo promozionale tramite operazioni di raccolta pubblicitaria (advertising e inserzioni) e/o attraverso la vendita on-line dei servizi offerti dal sito.
- per la parte redazionale, dal coinvolgimento degli enti territoriali (Unioni, Comuni e Provincia) e dell’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, ovvero dai relativi Dipartimenti, ovvero da altri soggetti che ne cureranno, a costi marginali, il mantenimento e aggiornamento dei contenuti informativi del sito, per almeno i 5 anni successivi allo sviluppo e messa in linea.

L’obiettivo centrale consiste nell’avviamento di un servizio di rilevanza oggettiva per i territori coinvolti nel Progetto che possa essere avviato (*start up*) grazie al supporto di risorse pubbliche ma che per effetto di una appropriata ed efficiente gestione possa fornire benefici di lungo periodo all’area vasta – quindi territori, enti, cittadini, imprese turistico-ricettive, ecc. – presenti sul territorio.

Per quanto riguarda, invece, la sostenibilità economica nella fase di realizzazione vera e propria del progetto (*start up*), vale a dire la spesa da sostenere nei 24 mesi di durata dell’iniziativa (ovvero nei tempi previsti per il completamento del Progetto medesimo), la stessa poggia in maniera decisa sul contributo attribuito dal Ministero.

In quanto Progetto ammesso ai benefici, il contributo servirà a soddisfare l’incremento del fabbisogno finanziario dovuto all’esigenza di risorse reperibili all’esterno, non solo in ambito informatico. La strategicità del programma prevede una forte componente innovativa nell’approccio alle tematiche turistiche ed all’informatizzazione del servizio, valorizzando al massimo le competenze interne con l’introduzione di strumenti informatici all’avanguardia.

Già ora tutti o quasi gli enti hanno delle risorse dedicate sia al settore del turismo (molti comuni hanno degli uffici appositi) che a quello informatico (mantenimento delle infrastrutture IT, dei singoli siti web, etc.); tali risorse, ovviamente, lavorano esclusivamente per il proprio ente di appartenenza, ma in caso di approvazione del progetto potrebbero dedicare una parte del loro tempo allo svolgimento del progetto, occupandosi dei contenuti da inserire nel portale e, laddove le competenze lo consentano, partecipando attivamente allo sviluppo vero e proprio.

Quindi se da una parte l’impegno del personale sarà ottimizzato e potenziato nelle prestazioni attese, dall’altra il contributo richiesto consentirà di disporre delle necessarie risorse per colmare il *gap* tecnologico ed informativo degli enti coinvolti per il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi posti sul progetto.

Sostenibilità culturale ed ambientale

Quando parliamo di sostenibilità culturale ed ambientale, poniamo la nostra attenzione su due principi strettamente correlati tra loro, ossia quello della valorizzazione delle risorse e quello della loro protezione/tutela affinché le generazioni future possano continuare a fruirne.

Il “prodotto” (in questo caso costituito dall’offerta turistica del territorio dei soggetti proponenti) per essere promosso e valorizzato deve essere necessariamente tutelato e conservato. Essenziale è quindi porre dei vincoli all’utilizzo delle risorse per impedirne uno sfruttamento eccessivo ed assicurare che il loro uso sia sostenibile. Se non si agisce per la conservazione del “prodotto” si mettono a repentaglio proprio quei valori e quei punti di forza che caratterizzano l’area

e consentono la sua valorizzazione. La soluzione è quella di coniugare la conservazione degli ecosistemi/luoghi d'arte con una loro fruizione turistica "soft".

L'attrattività principale in questo caso è rappresentata dalle risorse paesaggistiche e culturali, dove la durevolezza del fenomeno turistico, ovvero la sostenibilità della capacità di attrazione dei flussi di visitatori, è legata alla capacità di rispettare la soglia di carico sostenibile dell'ambiente, in modo da garantire:

- il mantenimento della qualità ambientale;
- il soddisfacimento della richiesta di accesso, visita e fruizione dei turisti alle risorse naturali/culturali;
- la generazione di effetti economici positivi nell'ambito locale.

La realizzazione del progetto in questione comporterà da un lato la valorizzazione di beni e servizi locali, cercando di rendere produttivi quelli che fino ad ora lo sono stati poco o comunque non nella loro intera possibilità, di incentivarne il consumo, nonché del patrimonio culturale presente nelle località che aderiscono al progetto, in particolare quello verso cui si riversa una domanda minima rispetto alle potenzialità. La sostenibilità sarà assicurata, in particolare verso quei beni che rappresentano una forte attrattiva e su cui si riversa una elevata domanda di consumo, da un meccanismo che sarà integrato nel sistema di prenotazione inserito nella piattaforma. Al fine di preservarne il logorio e il disfacimento infatti, la piattaforma prevederà un meccanismo atto ad impedire un numero di prenotazioni in misura superiore a quello ritenuto idoneo (che sarà "parametrabile" dall'ente che ha in gestione lo specifico bene) per la conservazione delle risorse naturali/culturali.

La realizzazione della piattaforma offrirà uno sviluppo turistico non svincolato dalla valutazione della capacità del carico ambientale venendo dunque a costituire uno strumento di gestione del territorio di riferimento.

Si ritiene che il progetto sia "culturalmente sostenibile" anche in termini di ricchezza e vastità del patrimonio da offrire ai turisti. In questa sede non si ritiene opportuno proporre un elenco di tutti i siti di interesse artistico, culturale, architettonico, storico, etc. perché lo stesso sarebbe vastissimo; è sufficiente citare solo un nome, la città di Urbino, la 'Città ideale del Rinascimento' e patrimonio mondiale dell'umanità per comprendere la capacità di offerta al turista da parte dei territori interessati dal progetto. Oltre a quello citato si potrebbero numerosi richiamare tantissimi altri luoghi, sia tra i comuni più grandi, quali ad esempio Gubbio, ma anche tra quelli più piccoli, ognuno dei quali ha un patrimonio di notevole interesse culturale, storico, ambientale, enogastronomico.

Anche dal punto di vista naturalistico il territorio ha moltissimo da offrire; risulta pressoché impossibile citare tutti i siti di interesse per cui, anche in questo caso, se ne citano un paio a titolo di esempio:

2. la Riserva Naturale Statale della Gola del Furlo. La riserva è gestita dalla Provincia di Pesaro e Urbino e consiste in 3.600 ettari di boschi, prati e cime incontaminate. È la terza area protetta della provincia di Pesaro e Urbino e, con i suoi 3.600 ettari di boschi, pascoli e cime incontaminate, fa salire a 10.200 ettari la superficie del territorio di Pesaro e Urbino messo sotto tutela.

Accanto ai parchi regionali del San Bartolo (1.600 ettari) e del Sasso Simone e Simoncello (5.000 ettari), è stata di recente istituita la "Riserva naturale statale del Furlo". Un autentico paradiso, attraversato dal fiume Candigliano che si insinua tra le imponenti pareti rocciose della Gola, dove la suggestione del paesaggio si unisce a una prodigiosa ricchezza naturalistica che vanta esemplari di flora e fauna davvero singolari. Basti pensare all'aquila reale, al falco pellegrino, al gufo reale, al picchio muraiolo, alla rondine montana, al rondone maggiore e al gracchio corallino. E poi al Furlo vivono lupi, caprioli, daini, cinghiali. La vegetazione che ricopre le cime del massiccio è costituita in prevalenza da querceti con roverella, carpino nero, orniello, acero, sorbo. Assai variegato anche l'habitat fluviale e ripariale, così come ricchissima è la vita che pullula nelle foreste, nei pascoli e nei cespuglieti.

3. il Parco regionale del Monte Cucco, gestito dalla Comunità Montana Alta Umbria.

Il Parco del Monte Cucco, posto al confine nord-est, della Regione Umbria è delimitato dal crinale dei monti Appennini su cui sventa il Cucco (metri 1.566), dal percorso storico della Via Flaminia, dai fiumi Sentino e Chiascio. La popolazione residente nel Parco è di circa 8.000 abitanti. Nella zona montana l'attività dell'uomo è incentrata sulla conduzione dei boschi e sul pascolo. Il fondo valle è in gran parte utilizzato a seminativo con colture non intensive. Sono presenti nel territorio dei Comuni del Parco numerose attività artigianali e manifatturiere di piccole dimensioni, imprese ricettive e di ristorazione che, insieme all'elevato livello dei servizi, assicurano una piacevole ed agevole fruizione del Parco. Le città più importanti, per grandezza e patrimonio culturale, che si trovano di confine del territorio del Cucco, sono: Gubbio a ovest e Gualdo Tadino a sud. Il Parco è ricco di acque sotterranee e di fonti minerali, di corsi d'acqua incontaminati, di grandi faggete intatte, di grotte carsiche inaccessibili ai più (fortunatamente!). Il Parco ospita il lupo e l'aquila reale. Esso è caratterizzato da molti centri storici minori ma ricchi di testimonianze culturali ed artistiche, e numerosi e suggestivi eremi benedettini. L'alta qualità del Parco del Monte Cucco lo rende luogo ideale per la pratica dello sport in montagna: il volo a vela, lo sci di fondo, il trekking. Le quote più alte della catena appenninica sono caratterizzate da faggete e pascoli montani, da pareti rocciose e forre molto profonde nelle quali scorrono corsi d'acqua. I monti declinano dolcemente e progressivamente in una fascia di alte colline caratterizzate

anch'esse da boschi pregiati e da pascoli. Più in basso si trovano boschi cedui che digradano a loro volta in zone coltivate. Nella valle si snoda la Via Flaminia, ed i fiumi Sentino e Chiascio. L'ambiente montano si presta ad una presenza significativa del lupo e, probabilmente del gatto selvatico oltre quella del daino, del cinghiale, dell'istrice, della martora, della lepre. Sono presenti alcuni esemplari di aquila reale oltre che il falco, la starna, la coturnice, il gufo reale, il martin pescatore. Nelle parti alte dei corsi d'acqua vive insieme alla trota fario ancora il gambero di fiume.

Dal punto di vista ambientale, infine, il progetto comporterà un indubbio beneficio in quanto l'istituzione di modalità di spostamento innovative (descritte in altre parti del presente documento) comporterà la riduzione delle emissioni di sostanze nocive, nonché la riduzione dell'inquinamento acustico.

Ricadute socio-economiche sul territorio

Il progetto è finalizzato a garantire un utilizzo ottimale delle risorse disponibili che costituiscono l'elemento chiave dello sviluppo turistico, mantenendo la titolarità dell'offerta agli operatori ed aiutandoli da una parte a valorizzare il patrimonio locale e dall'altra ad integrare la singola offerta con tutto quanto disponibile, compatibile e coerente, con la domanda.

Rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità coinvolte, conservare il loro patrimonio culturale ed i valori tradizionali, attraverso tale progetto contribuisce alla conoscenza inter-culturale nel rapporto con i turisti.

Assicurare attività economiche di lungo termine fornendo benefici socio-economici per tutti gli *stakeholder*, inclusa una visione di occupazione stabile e opportunità di formazione trasversale sono poi gli obiettivi organizzativi del progetto.

La partecipazione ampia del partenariato del progetto, così come un forte coinvolgimento delle amministrazioni locali sono un elemento distintivo per assicurare una partecipazione sempre più estesa ed un solido processo di creazione del business a vantaggio dell'intero territorio e non solo degli operatori turistici in senso lato.

Da un punto di vista culturale infatti, mantenere un elevato livello di soddisfazione del turista sin dalle prime fasi informative sull'offerta locale significa favorire anche in caso di diniego rispetto all'offerta formulata, una eventuale posticipazione del viaggio, la cui preferenza nel contingente è accordata ad una altra località.

Il progetto rappresenta quindi una strategia integrata sul turismo, in un'ottica di lungo periodo, finalizzata alla soluzione operativa dei problemi che limitano le possibilità di sviluppo turistico e quindi all'incremento della competitività.

Le basi su cui fonda sono:

- l'analisi della domanda turistica locale
- lo sviluppo di un programma di integrazione dell'offerta e azioni sinergiche di marketing territoriale
- la gestione dei dati e delle offerte turistiche locali
- Il coinvolgimento delle amministrazioni locali
- la disponibilità di strumenti di marketing operativo comuni e fruibili indistintamente da tutti
- Il monitoraggio e l'analisi dei risultati su cui basare le future politiche locali per il turismo.

Si tratta di un processo complesso, con diversi feedback e interrelazioni tra una fase e l'altra.

Sarà infine anche uno strumento per stimolare gli operatori turistici ad introdurre miglioramenti delle loro attività nel senso di una maggiore attenzione al cliente ed alla qualità dell'offerta su una competizione comune che non sia fra gli operatori locali ma nei confronti di altre aree geografiche nazionali e/o internazionali.

Per tali motivi si ritiene che il progetto sia pertinente e focalizzato anche su importanti ricadute socio-economiche dell'intero territorio coinvolto.

Molto importante e degno di nota è anche il fatto che il progetto stimolerà certamente un cambiamento delle abitudini di mobilità da parte del turista che si tramuteranno immediatamente in benefici:

- diretti: l'uso maggiore di modalità di trasporto collettivo faciliterà l'aumento del valore dei servizi di mobilità offerti sul territorio dagli operatori specializzati
- indiretti: la transizione da nelle modalità di spostamento da mezzo privato a mezzo pubblico/collettivo comporterà tutti quei benefici noti in letteratura come abbattimento dei costi esogeni al sistema della

mobilità (riduzione dei tempi di spostamento, aumento della qualità percepita della vacanza, riduzione di emissione di CO², riduzione di inquinamento acustico, ecc.)

Ricadute sui flussi turistici

E' noto come l'affermazione di un canale di promozione efficace ed efficiente agevoli e amplifichi ogni iniziativa tesa a facilitare il turismo di prossimità, ovvero l'osmosi tra le emergenze turistiche primarie e quelle secondarie.

Le ultime informazioni disponibili dell'Osservatorio Nazionale per il Turismo ripartenza evidenziano un forte interesse della domanda di viaggi organizzati verso l'Italia soprattutto in provenienza dall'estero.

Questo è quanto emerge dall'indagine annuale sul turismo organizzato svolta dall'Osservatorio Nazionale del Turismo su dati Unioncamere.

Per quanto riguarda i flussi turistici, per le aree geografiche interessate dal progetto si è rilevato negli ultimi anni un calo dei flussi, soprattutto di provenienza estera, mentre i flussi interni hanno registrato un sostanziale trend stazionario.

Il 2011 era, in effetti, l'anno in cui gli operatori attendevano il recupero del turismo internazionale organizzato, sia internamente ed in Europa, sia da turisti di più lungo raggio (intercontinentale). Dati successivi dimostrano come in effetti negli ultimi anni è accresciuta la mobilità turistica a livello internazionale, tuttavia l'Italia rimane attrattiva al di sotto delle proprie potenzialità.

Ciò per numerosi fattori. Tra questi, sicuramente, azioni di marketing inadeguate o obsolete – peraltro spesso scoordinate tra loro – poste in essere da enti che promuovono micro territori difficilmente identificabili da parte di coloro che programmano viaggi da migliaia di chilometri di distanza; Non si comprende, infatti, come la competizione sia tra Paesi e, nell'ambito di questi, tra macroaree e/o città con alto valore del relativo "*brand*". Altro fattore chiave è la scarsità di informazioni base attendibili nella lingua internazionalmente utilizzata dai viaggiatori (ovviamente, l'inglese).

C'è da considerare che anche la "domanda turistica" è molto cambiata negli ultimi anni, sempre più concentrata in periodi di tempo brevi e spesso organizzata tramite i nuovi strumenti telematici disponibili.

L'attrattività turistica locale è infatti imperniata su un ampio ventaglio di opportunità, che vanno dalla cultura e lo spettacolo, alla natura e l'ambiente, l'enogastronomia ed il divertimento.

Il coordinamento di un'offerta integrata, basata su uno strumento innovativo per le performance funzionali e realizzative, che possa individuare in base ad una domanda turistica semplice come "l'idea" di visitare una località o partecipare ad un evento possa ampliare esponenzialmente l'offerta, promuovendo sia il territorio limitrofo ma anche geograficamente più ampio, comporta una risposta efficace da un punto di vista organizzativo per gli operatori del settore, atta a valorizzare tutte le competenze distintive e le peculiarità del territorio in modo universale.

Tale approccio, posto che il progetto rientra pienamente negli oneri della pubblica amministrazione locale di valorizzare il territorio per la ricezione turistica, rappresenta la risposta più efficace a tale esigenza, che si rafforza grazie all'ampia adesione degli enti pubblici territoriali locali che con tale progetto intendono unire da un parte le risorse disponibili ai fini di economicità del programma stesso, dall'altra di poter beneficiare trasversalmente di uno strumento "potente ed efficace" che da una semplice richiesta "informativa" possa diffondere un'offerta turistica completa, adeguata, controllata e soprattutto globale del territorio.

Impegno finanziario dell'ente presentatore

Riteniamo utile una premessa: il budget complessivo di progetto è stimato in € 1,4 milioni. A tale cifra potrebbero aggiungersi risorse di altri soggetti non beneficiari del contributo (SIL, GAL, Università, Ente parco, ecc.), quindi nella descrizione seguente si farà riferimento solo al budget previsto a carico degli enti associati in convenzione, di complessive Euro 1.400.000 (Unmilionequattrocentomila/00).

L'impegno finanziario previsto a carico degli enti proponenti ammonterà a complessive Euro 1,4 milioni, dei quali il 50% oggetto di contributo. Per cui gli enti si troveranno a dover sostenere, prescindendo dalle tempistiche di spesa e di incasso dell'eventuale contributo, "a consuntivo", un impegno finanziario di circa 700.000 Euro. Tale impegno è stato suddiviso, tra le varie tipologie di enti coinvolti, nel modo seguente:

suddivisione per tipologia ente		
	budget %	budget €
Unioni Montane	50,00%	350.000,00
Provincia PU	5,71%	40.000,00
Comuni	44,29%	310.000,00
	100,00%	700.000,00

Per quanto concerne la compartecipazione finanziaria si precisa che uno o più partner istituzionali potrebbe/potrebbero apportare anche risorse tecnologiche già collaudate.

La suddivisione puntuale del budget tra i soggetti coinvolti sarà definita in maniera più puntuale in seguito. A grandi linee si può anticipare che, mentre le varie Unioni Montane e la Provincia di Pesaro-Urbino potrebbero suddividersi all'incirca equamente il budget della specifica tipologia, tra i Comuni sarà necessario valutare in maniera più accurata l'impegno di ognuno di essi sulle attività di progetto al fine di procedere ad una corretta ripartizione del budget. Naturalmente per stabilire tale suddivisione saranno presi in considerazione i parametri maggiormente significativi, tra i quali i più importanti sono sicuramente la dimensione del territorio di competenza e la quantità delle attrazioni turistiche e dunque dei contenuti da inserire nel portale.

L'impegno finanziario è dunque notevole, ma l'ampio partenariato che si è riusciti a costituire consentirà di ripartire la spesa tra molti soggetti, ognuno dei quali mosso dall'interesse a valorizzare il proprio territorio ma comunque in un'ottica di offerta di alto livello e soprattutto integrata, nella consapevolezza che le risorse di ognuno, in termini di potenziale di attrazione turistica, sono notevoli ma se considerate, e soprattutto valorizzate, nel complesso raggiungono un livello nettamente superiore.

Unendo le forze si potrà addirittura puntare ad uno spostamento del target, cercando di favorire la transizione dal turismo del fine settimana o comunque di pochi giorni ad una offerta in grado di soddisfare anche le esigenze di turisti di più lungo periodo e in periodi diversi dell'anno.

Risorse umane e strumentali applicate

Il Progetto sarà realizzato in buona parte tramite l'utilizzo di risorse umane, sia interne agli enti facenti parte del partenariato proponente, che esterne agli stessi. Le attività di sviluppo vero e proprio, quella di produzione di contenuti, di coordinamento editoriale, di marketing e di comunicazione, saranno svolte principalmente da una o più società specializzate che sarà/saranno selezionate tramite apposita gara (nel rispetto del Codice dei contratti Pubblici, ex D.Lgs 163/2006), con la partecipazione, laddove possibile, del personale con adeguate competenze degli enti coinvolti.

Il resto dell'impegno del personale degli enti è previsto per le attività di reperimento e preparazione dei contenuti (stesura testi, materiale fotografico, filmati, informazioni sugli specifici territori di competenza di ognuno, etc.) e di inserimento degli stessi sul portale.

Si ribadisce, per quanto sopra esposto, che la compartecipazione finanziaria di uno o più partner istituzionali potrebbe essere apportata anche con risorse tecnologiche già collaudate.

Per quanto attiene alle risorse strumentali, si farà ricorso a quanto già nella disponibilità dei soggetti coinvolti, demandando il reperimento delle risorse strumentali più specifiche (*tool* di sviluppo *software*, *server*, etc.) alla/alle società esterna/e di cui sopra; in particolare la gara che sarà bandita prevederà esplicitamente che il fornitore del servizio metta a disposizione le risorse strumentali necessarie al buon esito del progetto.

L'attività di supervisione del progetto sarà garantita da un Project Manager - ovvero da un soggetto fiduciario del partenariato, altamente qualificato - che sarà indicato, insindacabilmente, dall'Unione capofila il quale, al fine di assicurare al medesimo capofila la coerenza tra attività progettate e attività implementate dagli esecutori delle attività previste (di seguito definite "Azioni"), assolverà ad una funzione di coordinamento generale di tutti gli attori coinvolti (partner, fornitori, ecc.) e di indirizzo strategico delle attività medesime nel rispetto del presente documento. A tal fine il Project Manager coopererà a stretto contatto con l'Ente attuatore (Unione capofila) nelle varie fasi attuative del progetto (definizione delle procedure, controllo della rispondenza del progetto alle finalità definite nel presente piano e rendicontazione) e nelle attività di individuazione, selezione, supporto alla europrogettazione e promozione di partenariati internazionali funzionali alle opportunità di finanziamento per ulteriori sviluppi progettuali a valersi su programmi europei (fondi strutturali, Horizon 2020, ecc.) e nazionali, anche al fine di dare sostenibilità e proiezione nel lungo periodo alla presente iniziativa. Nella sostanza il progetto sarà coordinato e gestito, nelle rispettive funzioni e

competenze, da due figure di seguito definite “Team di progetto” costituite dal Project manager e dal Funzionario dipendente dell’Unione capofila del partenariato, da quest’ultima appositamente designato.

1.6 Tipologia delle azioni

Saranno applicate le più moderne tecnologie funzionali alla realizzazione di opere strutturali e infrastrutturali per l’informazione turistica e per la comunicazione delle peculiarità dei territori (es: edicola/locale di info point, pannelli di segnaletica, postazioni tecnologiche mobili, ecc. - nel caso di specie indicare il livello di progettazione esistente e lo stato delle relative costruzioni)

A titolo esemplificativo, ma non esaustivo, potrebbe essere realizzata una piattaforma di Digital Signage* che consenta un *broadcast* capillare delle informazioni turistiche verso l’utenza diffusa. In particolare l’applicazione che reggerà la piattaforma di Digital Signage consentirà la creazione di palinsesti profilati in funzione di criteri di pertinenza e di prossimità geografica, trasmessi attraverso *device* grafici dislocati sul territorio.

I locali di *info point* già ampiamente diffusi sul territorio potrebbero essere collegati in rete tra loro, in modo da offrire al turista una visibilità globale delle possibilità offerte dai territori di riferimento, a prescindere dalla localizzazione dell’*info point* che si sta consultando.

**Il Digital Signage è una forma di comunicazione di prossimità sul punto vendita o in spazi pubblici aperti o all'interno di edifici, anche nota in Italia come segnaletica digitale, videoposter o cartellonistica digitale, i cui contenuti vengono mostrati ai destinatari attraverso schermi elettronici o videoproiettori appositamente sistemati in luoghi pubblici.*

Le peculiarità del Digital Signage sono sostanzialmente:

- *la possibilità di poter modificare i contenuti in maniera dinamica*
- *l’obiettivo di far ricevere un messaggio in un luogo specifico in un tempo specifico.*

Le caratteristiche di questa forma pubblicitaria offrono un maggior rapporto qualità/prezzo rispetto all’investimento in tradizionali cartelloni stampati in caso di un suo utilizzo in ambito pubblicitario e la sua malleabilità permette di trasformare in pochi istanti uno spazio pubblicitario in diverse applicazioni.

Saranno utilizzate le più moderne tecnologie per la creazione di servizi di informazione al turista (es: *contact center*, audio guide multilingue, portali telematici anche a tema, ecc.)

A titolo esemplificativo è prevista la creazione di un *contact center* multicanale (call center, sito internet, servizi su *mobilephone*) sia per la fase informativa delle opportunità turistiche sia per la fase dispositiva (prenotazione, acquisto) dei servizi sia turistici che di mobilità.

Saranno implementate nuove tecnologie (tecnologie digitali per accesso ai siti culturali, uso di *smartphone* per richiesta servizi turistici, audio guida dei siti scaricabile su I.POD, *cards* multiuso, videoconferenze, ricostruzioni virtuali dei siti di interesse, offerte di servizi a portata di mouse, ecc.)

Sarà reso disponibile un servizio su *smartphone* (piattaforme Apple e Android) per la fruizione di informazioni turistiche (anche con le tecniche di *augmented reality*) e per l’acquisto di particolari servizi sia turistici che di mobilità.

E’ previsto l’adeguamento e lo sviluppo degli standard qualitativi per la fruizione dell’offerta turistica (accessibilità a tutti verso i siti di interesse mediante l’utilizzo di moderne tecnologie, reti di trasporto integrate, ecc). Sarà promossa una cooperazione con gli operatori locali: aziende pubbliche di mobilità e trasporti, cooperative taxi del territorio e, laddove possibile società di *car sharin*, potrebbero consentire la progettazione di particolari innovativi servizi di mobilità personali quali shuttle, taxi collettivo, bus di quartiere, auto condivisa, ecc.

Sono ipotizzati interventi di qualificazione e riqualificazione delle risorse professionali (es. formazione online, formazione di aula, formazione *on the job*, ecc.)

Sono previsti strumenti di supporto, affiancamento e formazione, indirizzati al personale che, a valle del progetto, dovrà occuparsi della gestione e manutenzione del sistema implementato, in particolare per quanto riguarda i contenuti. A tal fine potrà essere realizzata:

- manualistica disponibile in formato digitale in un’apposita intranet dedicata agli operatori che includa *guideline* sull’utilizzo degli strumenti implementati e messi a disposizione, nonché *best practice* per l’utilizzo delle piattaforme e la gestione dei contenuti.
- implementazione di un *help desk* dedicato agli operatori accessibile via web per il training on the job.

Sono previste, inoltre, spese per risorse umane assegnate con atto formale alla realizzazione del progetto.

La compartecipazione finanziaria è stimata in 700.000 Euro in capo agli enti riuniti in convenzione, salvo eventuali altre risorse che dovessero essere messe a disposizione da terzi. Ogni ente, in caso di ammissione ai benefici del programma proposto, conferirà un formale incarico al proprio personale da dedicare al progetto.

□ Altro

1.7 Obiettivi del progetto e risultati attesi

Di seguito vengono riportati quelli che sono i tre obiettivi principali del progetto “NAVIGARE L’APPENNINO E I TERRITORI DEL CENTRO ITALIA”:

1.7.1 Autonomia dell’utente-turista

Il Progetto si pone come obiettivo fondamentale quello di rendere autonomo l’utente e potenziale turista nel processo di configurazione della propria esperienza di viaggio, valutando l’intera offerta turistica locale opportunamente categorizzata e visualizzata, dalla selezione della meta iniziale fino all’acquisto del pacchetto totalmente personalizzato. Gli obiettivi della presente ipotesi progettuale potranno anche essere conseguiti integrando di volta in volta, in base alle opportunità contingenti, sistemi esistenti acquisiti in licenza d’uso.

Rendere l’utente-turista vero protagonista dell’esperienza di viaggio, attraverso una scelta consapevole della meta turistica, prima ancora che il viaggio effettivamente inizi, è una delle principali aspirazioni della presente ipotesi progettuale, fondata sulla convinzione che la piena consapevolezza del turista che sceglie l’esperienza desiderata è la miglior garanzia per una sostenibilità a medio-lungo termine, che si affermi non solo in termini economici, ma anche culturali, ambientali e sociali.

1.7.2 Incremento dei flussi turistici

Nell’aspettativa del team di progetto, questa elevata capacità di differenziare e personalizzare l’offerta turistica, anche nei fondamentali dettagli logistici, in particolare quelli relativi alla mobilità verso e sul territorio, può ampliare notevolmente l’appeal del territorio presso il pubblico e il mercato turistico di riferimento e agevolare l’incremento dei flussi turistici in *incoming*.

Pertanto si punta ad incrementare il flusso turistico in entrata sul territorio di pertinenza del progetto e a favorirne la mobilità interna per massimizzare la fruizione dell’offerta turistica locale.

1.7.3 Miglioramento complessivo della fruibilità del territorio

A tal proposito, va sottolineato come uno dei principi ispiratori del presente progetto sia fondato sul connubio fra turismo e mobilità interna. La consapevolezza dell’eterogeneità del fenomeno turistico che porta ormai a parlare di *turismi*, piuttosto che di turismo tout court, impone di fornire all’utente-turista un secondo livello di autonomia, successivo a quello della configurazione della propria esperienza turistica (cfr. punto 1): quello della mobilità sul territorio. La possibilità di disporre, infatti, di strumenti di mobilità flessibili, addirittura personalizzabili in un itinerario/percorso fruitivo auto-costruito, consentirà al turista di migliorare notevolmente la qualità percepita dell’esperienza e al territorio di veder massimizzata l’affluenza alle proprie eccellenze, proprio in virtù di una mobilità accresciuta. In un’epoca in cui anche il mercato turistico si sta riconfigurando in funzione delle evoluzioni tecnologiche che portano a parlare di strati informativi che si sovrappongono alla realtà in una logica di *realtà aumentata*, si intende qui declinare queste nuove possibilità offerte dalle tecnologie infomobili (*smartphone* e *device* abilitanti in *primis*) anche nel senso di una *mobilità aumentata*.

1.8 Modalità e strumenti per la prosecuzione del progetto nelle fasi successive alla sua realizzazione

La sostenibilità di Progetto si basa sui seguenti presupposti:

2. E’ previsto lo sviluppo di un CMS (*Content Management System*) che metta in grado i singoli Enti di aggiornare e gestire i contenuti di propria esclusiva competenza, con un accesso profilato. Parallelamente, saranno resi disponibili *online*, attraverso canali riservati (*intranet*, *e-learning*, strumenti di gestione documentale), strumenti di assistenza e affiancamento (*help-desk* dedicato) nonché materiali di formazione all’uso degli strumenti implementati e per la corretta pubblicazione/divulgazione di contenuti attraverso il web, destinati al personale degli Enti che saranno incaricati dell’aggiornamento dei contenuti turistico-informativi. Dal punto di vista tecnico-tecnologico, la piattaforma web prevederà un modulo per la gestione dell’anagrafica utenti, che consenta la gestione delle informazioni degli operatori autorizzati e i relativi diritti di accesso e profilatura dei contenuti (primo livello di navigazione). Pertanto potrà essere implementato, laddove ritenuto funzionale, con adeguate modalità di garanzia del servizio, una modalità gestoria in base alla quale gli utenti-amministratori potranno conferire diritti di accesso e/o modifica e/o moderazione e/o pubblicazione dei contenuti ai singoli operatori in virtù del rispettivo livello gerarchico.

3. I servizi erogati agli utenti/cittadini/turisti attraverso le piattaforme web implementate, si sosterranno autonomamente, mediante commercializzazione diretta all'utenza; in sostanza si potrà richiedere agli operatori turistici o comunque a tutte quelle realtà che hanno interessi verso il turismo una piccola *fee* per la presenza della propria attività sulla piattaforma, da utilizzare per il mantenimento della stessa.

Il coinvolgimento dell'Università di Urbino "Carlo Bo", quantomeno nella fase di pianificazione e di coordinamento delle attività relative all'aggiornamento dei contenuti, è un elemento centrale in quanto l'Università potrebbe contribuire a stimolare e supportare con le proprie competenze le PPAA partner del progetto, per quanto concerne la produzione e la pubblicazione in rete di contenuti informativi sul territorio di competenza, in funzione del conseguimento della continuità di servizio. Nel caso di specie, pertanto, il soggetto gestore aggiudicatario del servizio avrà facoltà di coinvolgere operatori dislocati nel territorio realizzando in tal modo un network diffusa di soggetti che alimentano il portale Internet.

SEZIONE 2. PIANO OPERATIVO

2.1 Descrizione analitica delle azioni

Si premette che le azioni vengono suddivise nelle seguenti tre macrovoci principali: Portale Internet, Multicanalità, Comunicazione.

Azioni relative al Portale Internet

Azione n. 1 – TRAVEL PLANNER

Modalità di attuazione:

L'idea fondante dell'intero progetto e di questa azione in particolare è quella di rendere l'utente-turista autonomo nella (i) agevole individuazione delle peculiarità storico-culturali, eno-gastronomiche e paesaggistiche dei territori, sia da parte dei potenziali utenti nazionali che da quelli internazionali, (ii) agevolare la pianificazione e l'acquisto dell'esperienza turistica soprattutto mediante canali online, (iii) nella incentivazione di un'offerta turistico-ricettiva moderna, in linea con quella dei Paesi maggiormente competitivi a livello dell'Unione Europea.

Su questo cardine si fonda l'aspettativa di incrementare l'effettiva fruizione delle eccellenze turistiche del territorio. Pertanto gli step progettuali che si intende implementare sono i seguenti:

- 1.1 Verrà reso disponibile all'utenza uno strumento web (portale Internet) per avere una chiara visione della completa offerta turistica del territorio, al fine di selezionare le proposte di interesse in maniera autonoma fino a configurare un vero e proprio pacchetto turistico completamente personalizzato e auto-realizzato, per visualizzare il proprio Travel Plan, stamparlo, condividerlo con altri utenti, procedere all'acquisto del pacchetto con strumenti di pagamento integrati.
- 1.2 Verranno coinvolti gli operatori dell'offerta turistica locale, affinché condividano e pubblicino nella piattaforma la rispettiva offerta commerciale, alimentando le possibilità di scelta per l'utente finale.
- 1.3 Sarà implementato uno strumento di gestione degli accessi in funzione del profilo dell'utente, ad esempio: turista, operatore dell'offerta, gestore contenuti, ecc.
- 1.4 Verrà implementato un sistema di pagamento online centralizzato o individualizzato per ciascun operatore/fornitore del servizio funzionale all'acquisto dei vari prodotti/servizi.
- 1.5 L'attività di coordinamento e controllo in merito alle modalità attuative previste per la presente Azione sarà garantita, durante la fase di *start up*, da un Project Manager supportato dal team di gestione del Progetto.

NOTA: Laddove esistano efficaci sistemi aperti (integrabili agevolmente senza particolari oneri) funzionali alle finalità del progetto è da prediligere un'attività di integrazione con il portale Internet piuttosto che lo sviluppo di piattaforme o applicativi ex novo.

Risultati (output): realizzazione di un portale Internet funzionale all'azione di marketing territoriale indicata nel progetto, integrato con configuratori online di pacchetti turistici personalizzati (Travel Planner).

Azione n. 2 – CONTENUTI

Come riportato in premessa i contenuti (che saranno poi resi fruibili, principalmente, attraverso il portale Internet) rappresentano l'elemento centrale del Progetto, l'elemento motivante il turista viaggiatore nelle sue scelte. Occorre pertanto prevedere un Team Redazionale (con adeguate competenze) che non si limiti alla raccolta, selezione e pubblicazione delle informazioni ma che sia in grado di elaborare contenuti (ovviamente multimediali) suggestivi per il target e in grado di valorizzare le tante peculiarità (anche quelle ritenute minori) che contribuiscono alla costruzione dell'identità del territorio.

Modalità di attuazione:

- 3.1 Il Team Redazionale, con il coordinamento del Project Manager, elaborerà un Piano editoriale per i differenti canali/strumenti e a partire da esso costruirà i contenuti necessari per l'implementazione nella fase di *start up*.
- 3.2 Successivamente le singole amministrazioni locali potrebbero gestire direttamente i contenuti informativi relativi al proprio territorio mentre la struttura redazionale, calibrata secondo i contributi che perverranno (o meno) dalle singole amministrazioni, potrebbe continuare la propria azione di controllo e coordinamento al fine di evitare una comunicazione asimmetrica (rispetto alle tematiche dell'area geografica ricompresa nel progetto), incoerente (nei messaggi e nella caratterizzazione identitaria), disomogenea (nella forma e nella sostanza). I contenuti saranno realizzati in italiano e in inglese, almeno nella parte informativa principale.
- 3.3 I contenuti "promo-informativi" e pubblicitari relativi agli operatori del territorio interessati ad ottenere visibilità per la propria attività/servizi/prodotti saranno gestiti dal soggetto che si occuperà della gestione del portale.
- 3.1 Verranno stabiliti protocolli di intesa con le Forze dell'Ordine locali per attivare regolari bollettini informativi di polizia turistica, in particolare:
 - In occasione di eventi pubblici e manifestazioni, per segnalare informazioni di natura logistica (accessibilità, parcheggi etc.),
 - Segnalare deviazioni stradali e indicazioni di viabilità alternativa, anche corredate di eventuali mappe stradali,
 - Segnalare ordinanze della Autorità Locali, in particolare quelle di potenziale interesse per i turisti.

Per implementare questa azione si prevede la costituzione di un team multidisciplinare. Il Team tuttavia sarà indirizzato strategicamente dal Project Manager in quanto caratterizzato da comprovata esperienza nel marketing territoriale, capacità di analisi dei fenomeni che influenzano e determinano le moderne dinamiche dei flussi turistici a livello nazionale ed internazionale quale presupposto essenziale per la valorizzazione dei territori locali, specializzazione (acclarata) nel supporto e nella gestione integrata di policy economico-istituzionali quale fattore centrale, tra l'altro, per l'implementazione del progetto in linea con gli obiettivi indicati dai partner istituzionali nella fase di condivisione degli obiettivi e di definizione strategica del medesimo.

Risultati (output): coordinamento strategico, gestione dei contenuti del portale Internet e promozione dell'offerta turistica presso la potenziale utenza nazionale e internazionale al fine di migliorare l'attrattività del territorio e la fruizione delle eccellenze turistiche (tra cui quelle storico-culturali, paesaggistiche, eno-gastronomiche).

Azione n. 3 – MOBILITÀ

Modalità di attuazione: Verrà messa a disposizione degli utenti un'area web del portale Internet volta ad evidenziare e favorire la fruizione di un insieme di servizi di trasporto mirati a coprire necessità di una comunità locale che insiste in un territorio vastissimo, il quale peraltro, in funzione della stagionalità, viene incrementato da flussi turistici consistenti.

In particolare i servizi e gli strumenti web a supporto saranno divisi in numerose aree, a mero titolo esemplificativo richiamate di seguito:

3.1 Trasporto Locale: è la sezione che indica, per qualunque origine e qualunque destinazione, le migliori soluzioni di viaggio utilizzando la rete del servizio pubblico locale ottenuta combinando le offerte di tutti i vettori presenti sul territorio. La ricchezza di informazioni in termini di fermate, orari di passaggio (programmati o in tempo reale per

spostamenti immediati) e tariffe, ne faranno il sistema più efficace per avere informazioni su come muoversi nel modo più economico ed ecologico. In particolare, sarà promossa, in analogia al protocollo d'intesa sottoscritto tra **Enel Distribuzione, Regione Umbria e tredici comuni**, l'adozione di una mobilità ecosostenibile, coinvolgendo Enel Distribuzione che ha già siglato accordi di collaborazione con enti locali, e con aziende, e mette a disposizione degli enti coinvolti le proprie competenze nello sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative per un uso efficiente dell'energia, impegnandosi insieme agli enti locali a dotare il territorio di infrastrutture per la ricarica dei veicoli elettrici. I **Comuni** potranno supportare il progetto con **importanti incentivi** quali l'accesso libero alla zona ZTL, il "Car sharing", il "Bike sharing", il "Car rental" e le navette elettriche per i turisti, la consegna merci a zero emissioni nel centro storico e i parcheggi gratuiti per i mezzi elettrici.

3.2 Interregionale: aggiuntivamente a quanto promosso a livello locale, con valenza anche a livello interregionale, sarà promosso presso società specializzate del settore (quali Enjoy-Eni, Car2Go, ecc.), se interessate, l'istituzione di un servizio di "Car sharing" di collegamento con aeroporti, porti, importanti stazioni ferroviarie servite da treni veloci al fine di favorire una mobilità aggiuntiva, ecologica, indipendente, molto apprezzata soprattutto dal turismo internazionale. Si potranno inoltre sviluppare accordi di servizio di autonoleggio (Herz, AVIS, Europcar, ecc.) volti a favorire la mobilità tra territori dell'area vasta ricompresa nel Progetto e tra queste e le città della costa ed i principali punti di interscambio (ferrovie, porti, aeroporti, ecc). Inoltre, potrà essere messo a disposizione dell'utente in collaborazione con le Autolinee di trasporto extraurbano un servizio online che combina l'offerta dei più importanti operatori di viaggi nazionali ed internazionali a lunga percorrenza in autobus; il sistema indicherà in modo veloce ed intuitivo i collegamenti diretti, o con più cambi, tra diverse città/provincie italiane con le principali corrispondenze internazionali. L'utente, dopo aver consultato, anche su mappa, l'itinerario di viaggio e le fermate di partenza, eventuali cambi e fermate di arrivo, potrebbe prenotare e acquistare il biglietto scegliendo anche il posto a bordo.

3.3 Tour, viaggi organizzati, escursioni: una sezione del portale Internet ospiterà viaggi organizzati, escursioni, tour proposti nel territorio dai vari *tour operator*. I viaggi saranno proposti secondo indici ragionati che aiutano l'utente a individuare quelli che più incontrano le sue esigenze. Anche in questo caso è offerta la consultazione di itinerari su mappa, orari e costi, con la possibilità di prenotazione ed acquisto del servizio (solo per utenti della community). Sarà promosso un servizio di *bike sharing* sul modello "Euro Bike Sharing" (www.bikesharing.it), "BikeMi" (www.bikemi.com) o "C'entro in Bici" realizzato dal Comune di Pesaro quale strumento di mobilità sostenibile integrandolo, dove possibile, con il trasporto pubblico locale (trasporto intermodale). Il servizio consentirà di potenziare l'utilizzo delle biciclette condivise per i viaggi di prossimità dove il mezzo pubblico non arriva o non può arrivare. Potrebbe essere, quindi, una possibile soluzione al problema dell' "ultimo chilometro", cioè quel tratto di percorso che separa la fermata del mezzo pubblico alla destinazione finale dell'utente creando infrastrutture dedicate (piste ciclabili). Inoltre, si prevede di attivare un sistema di *bike sharing* "diffuso-integrato", sviluppando un sistema a livello interregionale data la peculiarità del progetto, con la messa in rete di piste ciclabili, nodi di interscambio, punti di manutenzione (officine specializzate), aree di sosta, etc., prevedendo l'utilizzo di biciclette a pedalata assistita e bici tradizionali /mountain-bike. Si precisa, tra l'altro, che il cluster "bike" è stato inserito anche nelle strategie degli strumenti di programmazione europea/regionali.

3.5 Bus di quartiere: il bus di quartiere, come noto, è un'innovativa forma di trasporto collettivo per brevi spostamenti verso punti attrattori/generatori di traffico locale (parcheggi, stazioni ferroviarie, ambulatori e poliambulatori, uffici pubblici, supermercati, centri ricreativi, sportivi, ecc.); le corse di servizio saranno create sulla base della effettiva domanda degli utenti. Nelle aree visualizzate su mappa, caratterizzate da una rete di fermate molto fitta (distanza entro i 100-200 m per ridurre al massimo gli spostamenti a piedi), l'utente potrà prenotare uno spostamento specificando partenza, arrivo (il sistema propone le fermate più vicine) e orario richiesto. Il sistema calcolerà la migliore soluzione possibile, compatibilmente con le richieste precedenti e il rispetto delle finestre temporali richieste dagli altri utenti, con una tolleranza massima di 15 minuti, comunque parametrizzabile. Non solo gli utenti della *community* potranno prenotare e pagare il servizio: la tariffa potrà variare in base al numero di passeggeri, ovvero più passeggeri sono a bordo e più si riduce il costo del biglietto.

3.6 Navetta: Il servizio navetta nasce per collegare punti generatori/attrattori di traffico primario (aeroporti, porti, stazioni ferroviarie principali, centri commerciali, outlet center, poli ospedalieri, eventi, spettacoli, ecc.), e si differenzia dal bus di quartiere perché ha una programmazione delle corse con degli orari di partenza o arrivo prefissati, che normalmente sono vincolati agli orari di servizio dei punti attrattori (voli aerei, treni, etc.). In questa sezione verranno pubblicati i servizi navetta previsti sul territorio ed indicizzati per luogo oggetto di servizio, con indicazione di informazioni aggiuntive (ad esempio, per un aeroporto il tabellone orari di partenze e arrivi, per un cinema multisala il programma spettacoli, ecc.) e che consentano di individuare e scegliere un orario di interesse dell'utente. Il sistema calcolerà la soluzione di viaggio che in genere prevede anche il prelievo o rilascio dell'utente al suo domicilio, caratteristica che farà del servizio una soluzione ai problemi di traffico e parcheggio. La tariffa varierà in base al numero di passeggeri, ovvero più passeggeri sono a bordo e più si riduce il costo del biglietto.

3.7 Taxi: gestore promuoverà la realizzazione di una innovativa centrale radio taxi, con la caratteristica assolutamente vantaggiosa per l'utente di proporre tariffe trasparenti totalmente note a priori in funzione di origine, destinazione e ora del viaggio, passeggeri e bagagli da trasportare. Questa caratteristica consentirebbe la prenotazione e il pagamento anticipato del servizio, non solo per utenti registrati alla *community*.

3.8 Eventi e Spettacoli: è la sezione che pubblicherà gli eventi sul territorio (spettacoli, congressi e convegni, sagre, concerti, manifestazioni fieristiche, riti religiosi, etc.) anche connettendosi direttamente ai portali turistici istituzionali.

La caratteristica assolutamente innovativa e unica è quella che consente di arricchire le informazioni sull'evento anche con la consultazione, in maniera semplice e veloce, di tutte le modalità di trasporto disponibili per raggiungere il luogo dell'evento di interesse: trasporto pubblico, tour organizzato, navetta e taxi.

NOTA: Laddove esistano sistemi per servizi smart aperti e già diffusi online (ad esempio il mycicero.it) potrà essere verificata la fattibilità di un'attività di integrazione con simili piattaforme piuttosto che lo sviluppo di servizi ex novo.

Risultati (output): portale web per informare in maniera completa ed integrata gli utenti potenziali dei servizi e agevolare la fruizione dei servizi medesimi di mobilità; *contact point* o *call center* gestiti direttamente dagli operatori specializzati fornitori dei servizi.

Azione n. 4 – SITO WEB E PIATTAFORMA COLLABORATIVA

Modalità di attuazione: questo modulo prevede la progettazione e lo sviluppo di un portale Internet basato su sistema di Content Management ovvero su altro sistema moderno e maggiormente funzionale, aggiornabile in modo diretto e immediato senza necessità di particolari competenze tecniche specifiche.

Caratteristiche e funzionalità della soluzione vengono di seguito richiamate a titolo meramente indicativo e non esaustivo (poiché potrebbero subire modifiche/integrazioni in fase di realizzazione sulla base delle opportunità delineate dal soggetto gestore tenuto conto delle più moderne tecnologie al momento disponibili):

- personalizzazione grafica di tutti i moduli secondo progetto,
- strutturazione in aree tematiche e in relativi sottomenù di navigazione,
- strutturazione delle informazioni in liste formate da immagine di anteprima, titolo del contenuto e abstract descrittivo, link a scheda di dettaglio completa,
- strutturazione scheda di dettaglio contenuto completa in titolo, sottotitolo, testo esteso formattabile, immagini ingrandibili, file allegati, link ipertestuali,
- funzione di ridimensionamento automatico delle immagini caricate dal proprio pc,
- gestione del contenuto in *homepage*,
- feed rss per la distribuzione contenuti,
- news automatiche in home page,
- modulo fotogallery e videogallery (abbinato a canale youtube) per la gestione di contenuti di tipo multimediale,
- modulo contatti per la registrazione dei contatti e creazione di apposito database consultabile online ed esportabile in formato MS Excel per eventuali azioni di marketing (newsletter),
- modulo gestione utenti, per la registrazione di utenti per l'accesso alla gestione del portale (funzione di autenticazione), compreso modulo di workflow per gestire il processo di caricamento contenuti e approvazione alla pubblicazione, secondo il ruolo assegnato, realizzando così la struttura collaborativa di redazione diffusa,
- modulo mappe e georeferenziazione, per la collocazione in mappa dei contenuti e collegamento alle schede di dettaglio (basato su tecnologia Google Maps),
- modulo sentieristica: la Comunità Montana capofila, ha curato con particolare attenzione negli ultimi anni la manutenzione e la catalogazione del patrimonio sentieristico locale, con l'obiettivo di valorizzare il turismo escursionistico e ambientale. Pertanto parte delle attività svolte nel passato, ed in particolare l'implementazione di uno strumento web per la mappatura dei sentieri, verranno integrate nel presente progetto e portate a compimento, in modo tale che l'utente finale sia in grado di fruire via web l'intera schedatura dei sentieri e la relativa visualizzazione su mappa dettagliata, incrementando ulteriormente il tasso di fruibilità del territorio dal punto di vista turistico,
- modulo eventi e relativo calendario, per la creazione di schede evento complete (testi, immagini, *file* allegati) e relativa collocazione su calendario consultabile online,
- sviluppo funzionalità di integrazione con piattaforme social (display della community, possibilità di aggiungere al proprio profilo come preferito, display della bacheca della pagina Facebook, ecc),
- ottimizzazione SEO per favorire l'indicizzazione sui principali motori di ricerca,
- intranet riservata agli amministratori di sistema, protetta da username e password, per la gestione del sito.

Risultati (output): portale Internet funzionale al conseguimento degli obiettivi del progetto, con predisposizione di strumenti di cooperazione e redazione distribuita.

Azioni relative alla MULTICANALITÀ

Azione n. 5 – DIGITAL SIGNAGE

Modalità di attuazione: questo modulo prevede l'utilizzo (in open source) di un'applicazione di infomobilità che utilizza strumenti grafici dislocati nel territorio per visualizzare agli utenti informazioni sui servizi di mobilità, informazioni sugli eventi, contenuti pubblicitari e informazioni di pubblica utilità; tutte le informazioni potranno essere contestualizzate alla posizione geografica del device utilizzato per la visualizzazione. Verranno utilizzati *device* moderni e appropriati per le finalità del Progetto. A titolo esemplificativo potrebbe essere realizzata, laddove necessaria, un'applicazione web per la gestione e la pubblicazione delle informazioni, costruendo il palinsesto e permettendo di definire il contenuto specifico per tipologia. Caratteristiche e funzionalità della soluzione:

- classificazione dei device utilizzati per modello, posizione, dislocazione geografica,
- classificazione e definizione dei layout di presentazione delle informazioni sui device
- definizione delle tipologie di contenuto da associare ad ogni tipologia di layout grafici
- associazione dei contenuti ai vari layout definiti e all'area geografica di pertinenza
- definizione e pubblicazione della playlist per tipologia di device e per area geografica
- applicazione sul device che gestisce la messa in onda dei contenuti e registra le informazioni per la certificazione dell'avvenuta pubblicazione

NOTA: Laddove esistano sistemi aperti già diffusi è da prediligere un'attività di integrazione con dette piattaforme piuttosto che lo sviluppo di piattaforme ex novo.

Risultati (output): portale Internet per la definizione, stratificazione e la gestione dei contenuti e del palinsesto. Applicazione per la pubblicazione delle informazioni sul *device* grafico.

Azione n. 6 – MOBILE

Modalità di attuazione: l'incremento costante ed esponenziale dell'utilizzo di cellulari ed apparati mobili *smartphone*, con monitor di grandezza adeguata e funzionalità *touch screen*, richiede che il sistema promuova adeguate soluzioni tecnologiche anche per questo canale di comunicazione/ interazione con gli utenti. In particolare ci si propone di promuovere l'utilizzo di un'applicazione che metta a disposizione degli utenti delle funzionalità principalmente informative, legate alla posizione geografica, attraverso l'utilizzo del GPS normalmente installato su questi apparati. Le funzionalità che potrebbero essere messe a disposizione, a titolo indicativo, potrebbero essere:

- info sulle fermate: relativamente alla posizione dell'utente, il sistema fornisce l'elenco delle fermate del trasporto pubblico locale e dei servizi bus di quartiere e navetta più vicine; sarà in grado di visualizzare anche la direzione polare utilizzando funzionalità di *augmented reality*; di queste fermate sarà in grado di dare informazioni complete sugli orari di passaggio pianificati e su eventuali anticipi / ritardi. Inoltre sarà in grado di visualizzare su mappa i punti relativi alla posizione attuale dell'utente.
- *travel planner*: altra funzionalità che potrebbe essere resa disposizione è connessa al portale web della *community*, di poter avere informazioni su come muoversi con i mezzi pubblici da un punto ad un altro del territorio, selezionandoli in maniera semplice o dalla mappa o dall'elenco delle fermate sopra descritte.
- servizi di mobilità alternativa (*Car sharing*, *Bike sharing*, ecc.).

Risultati (output): individuazione e promozione dell'applicazione di strumenti applicativi per ambienti mobile *smartphone* su piattaforma IOS (iPhone) ed Android.

Azione n. 7 – SOCIAL MEDIA

Modalità di attuazione: la diffusione anche in Italia delle piattaforme di *social networking* impone l'inclusione di questi canali nelle attività di *web marketing* e di promozione/condivisione dei contenuti del progetto in rete.

La progressione del numero di utenti Facebook, ad esempio, impressiona per le sue dimensioni. Nato nel 2004 nell'ambiente di Harvard, si è poi diffuso fra diverse università statunitensi, per poi arrivare alle grandi masse superando ormai i 750 milioni di utenti in tutto il mondo. Alla fine del 2010 erano 250 milioni in più rispetto all'anno precedente.

Gli iscritti italiani a Facebook erano 200 mila a gennaio 2008; oltre i 20 milioni alla data odierna.

Tuttavia si vuole qui valorizzare al massimo le potenzialità dei social media, in particolare le funzionalità più recenti rese disponibili proprio da Facebook, per intercettare non solo l'interesse degli utenti, ma anche potenziali turisti interessati all'acquisto dei prodotti/servizi messi sul mercato attraverso gli strumenti di Travel Planning.

L'idea guida è quella di implementare gli stessi strumenti di consultazione e vendita all'interno del popolare social network per agevolare l'utente nei processi di fruizione e acquisto, senza necessariamente doversi spostare sul sito ufficiale di progetto, ma rimanendo all'interno di un ambiente a lui familiare e che già conosce.

In fase operativa, saranno assolutamente valutati tutti i canali più popolari e diffusi del web 2.0. Non solo Facebook, che resta comunque un cardine della strategia di social media marketing e delle azioni di viral marketing, ma anche Twitter, i social network a vocazione turistica come TripAdvisor, i social network emergenti, in particolare quelli che

concernono la geolocalizzazione dell'utente in virtù della diffusione della tecnologia mobile, come Foursquare, Gowalla e lo stesso Facebook Places, i social network sperimentali che stanno emergendo attualmente e che meritano attenzione nonostante non siano ancora patrimonio condiviso delle masse di utenti, come Google+ (Google Plus). Tutto ciò con l'obiettivo non solo di fornire una visibilità la più ampia possibile, al progetto e alle sue declinazioni web-oriented, ma soprattutto di consentire agli utenti, nei luoghi virtuali che frequentano abitualmente e a cui sono familiari, una efficace fruizione dei contenuti del presente progetto ed all'occorrenza una efficace visualizzazione, selezione e fruizione dei servizi erogati.

Quella che segue è una visualizzazione approssimativa, ma verosimile, di quello che potrebbe essere l'ambiente di navigazione del social network con l'integrazione degli strumenti di Travel Planning della piattaforma progettuale.

Risultati (output): in questo caso gli output consistono:

- c) nella creazione di account ufficiali sui principali social media per divulgare efficacemente contenuti strategici all'utenza interessata ed instaurare con l'utenza relazioni produttive e finalizzate al miglioramento progressivo del progetto stesso,
- d) nella personalizzazione avanzata con applicazioni sviluppate ad hoc per le pagine Facebook che consentano agli utenti-turisti di interagire con le funzionalità strategiche della piattaforma (e-commerce, travel planning) senza uscire dal social network.

Azioni relative alla COMUNICAZIONE

Al fine di garantire coerenza ed univocità tra il racconto, l'identità narrata e l'immagine del progetto e del territorio, si ritiene opportuno che il Team Redazionale e il Team di comunicazione operino in maniera integrata e coordinata.

Azione n. 8 – IMMAGINE COORDINATA

Modalità di attuazione: prerequisito per tutte le successive attività di promozione presso l'utenza finale è lo sviluppo di uno studio di immagine coordinata che definisca non solo la “*brand identity*” del Progetto in funzione dei valori semantici e simbolici connessi alla fruizione turistica dei territori coinvolti ma, auspicabilmente, anche la caratterizzazione dei territori ricompresi nell'area relativa. Da questo studio, deriveranno gli strumenti grafico-simbolici e visuali per rappresentare l'identità territoriale attraverso i diversi strumenti e canali ipotizzati nel presente progetto.

Per implementare questa azione verrà definito un Team creativo comprendente: grafici, web designer, esperti di comunicazione, copywriter e media planner.

Quella che segue è una visualizzazione approssimativa, ma realistica, di quello che potrebbe essere un “*brand*” caratterizzante l'area vasta ricompresa nel Progetto.



Risultato (output): studio grafico-visuale dell'immagine coordinata, set di comunicazione, applicazioni ai diversi supporti.

Azione n. 9 – SPAZI E SUPPORTI PUBBLICITARI

Modalità di attuazione: dal progetto di immagine coordinata deriveranno gli applicativi per i vari supporti (intestati, affissioni, brochure, *sticker*, ecc.) che verranno definiti in fase di progetto operativo. Parallelamente la campagna pubblicitaria di progetto cercherà di coinvolgere i media locali più pervasivi, in particolare le radio e i giornali localizzati e attivi nel territorio, anche per veicolare contenuti informativi e promo-informativi.

Per integrare la comunicazione e la promozione online con le analoghe attività offline e su supporti tradizionali, verrà predisposto un circuito di segnaletica basata su tecnologia **QR code*** che consenta agli utenti dotati di *device* mobili (smartphone, device ottici abilitati, tablet, etc.) di ottenere contenuti informativi turistici sui punti di interesse segnalati. L'attività di coordinamento e controllo in merito alle modalità attuative previste per la presente Azione sarà garantita, durante la fase di *startup*, dal team di gestione del Progetto.

Risultati (output): visibilità del portale Internet e dei suoi contenuti strategici, integrazione fra attività di web marketing e attività svolte su canali di promozione tradizionali.

**Un Codice QR (in inglese QR Code) è un codice a barre bidimensionale (o codice 2D) a matrice, composto da moduli neri disposti all'interno di uno schema di forma quadrata. Viene impiegato per memorizzare informazioni generalmente destinate ad essere lette tramite un telefono cellulare o uno smartphone. In un solo crittogramma sono contenuti 7.089 caratteri numerici e 4.296 alfanumerici. Il nome QR è l'abbreviazione dell'inglese quick response (risposta rapida), in virtù del fatto che il codice fu sviluppato per permettere una rapida decodifica del suo contenuto*

Azione n. 10 – WEBMARKETING

Modalità di attuazione: la strategia di *web marketing* si concentrerà essenzialmente sulle seguenti attività:

10.5 Campagna di Posizionamento Organico (*Search Engine Optimization*) per *keyword* strategiche, finalizzate ad ottenere quote di visibilità consistenti e stabili dai principali motori di ricerca. Un adeguato posizionamento sui motori di ricerca, alla base di una strategia di web marketing efficace, normalmente costituisce un vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti. Dopo una fondamentale analisi preliminare del settore in cui si inserisce il Portale da promuovere e degli obiettivi che ci si pone, sarà possibile, infatti:

- conoscere il mercato di riferimento,
- valutare le geografie di riferimento (percepire poi su quali motori operare)
- avere conoscenze sul target (gli utenti)

La realizzazione di una campagna di posizionamento verrà quindi strutturata in fasi ben precise, quali:

- la definizione del set di *keyword*, previa ricerca sulle aree linguistico-semantiche utilizzate dal target di riferimento
- sviluppo di contenuti pertinenti e ottimizzati
- strategia di segnalazione, *link popularity* e gestione di fattori off-site
- reporting periodico dei risultati
- strategia di manutenzione e incremento progressivo dei livelli di visibilità e di traffico.

10.6 Campagna di Social Media Marketing, finalizzata a costruire una community fidelizzata e attenta i temi proposti, bacino di utenza naturale per le piattaforme web implementate, sia per la fruizione di informazioni che per l'acquisto di servizi. Al momento attuale, appare strategico strutturare una presenza del progetto e delle sue utilità su Facebook, attraverso una pagina ufficiale, che incorpori e/o reinvii gli utenti alle applicazioni e funzionalità cardine del progetto (in particolare il Travel Planner). Tuttavia in fase di sviluppo verrà effettuata una pre-analisi per valutare eventuali alternativi e/o integrazioni attraverso altri social network, anche emergenti. Abbiamo già citato sopra, ad esempio, i social network a vocazione turistica come TripAdvisor, i location based social network come Foursquare e Facebook Places, e lo stesso Google Plus che è stato lanciato in queste settimane con risultati interessanti in termini di parco utenti già acquisito e di potenziale di crescita, nonché di impatto sulla visibilità complessiva nel motore di ricerca di riferimento. La strategia di Social Media Marketing, data la natura in continua evoluzione delle piattaforme di social networking, potrà necessariamente essere modificata in fase operativa e adattata alla circostanze tecniche e di trend del momento per perseguire gli obiettivi del progetto, in particolare per quanto concerne la scelta del/dei Social Network da utilizzare.

10.7 Campagna PPC (Pay-Per-Click) su motori di ricerca e social network, finalizzata ad ottenere da subito quote di visibilità, in particolar nelle prime fasi di attività delle piattaforme web, in cui è più difficile ottenere da altri canali utenza in quantità significative e in tempi rapidi. In questo caso i circuiti che verranno utilizzati sono Google Adwords e Facebook Ads.

10.8 Web Analytics: per monitorare il comportamento dell'utenza e massimizzare progressivamente di conseguenza il raggiungimento di risultati, verrà implementata una o più istanze della popolare piattaforma Google Analytics, personalizzate ad hoc per il progetto in modo tale da fornire dati utili per un'effettiva attività di supporto decisionale. In particolare verranno implementati filtri e reportistiche customizzate per monitorare l'efficacia delle singole campagne attivate in termini di traffico generato e conversioni ottenute.

Risultati (output): visibilità complessiva dei servizi presso gli utenti web interessati al turismo sul territorio di riferimento.

Si segnala infine che a suo tempo la Regione Marche, attraverso l'Assessorato al Turismo, pur non aderendo formalmente al Progetto, aveva assicurato un forte sostegno allo stesso perché rientrava pienamente nelle linee programmatiche regionali in materia di turismo.

2.2 Gantt di progetto

SCHEDULAZIONE Azioni				2016				2017				2018 e segg. Prosecuzione autonoma dell'iniziativa			
Codifica	Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim.	IV Trim	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
1	TRAVEL PLANNER	01/06/2016	30/09/2017		X	X	X	X	X	X					
2	CONTENUTI	01/06/2016	31/01/2017		X	X	X	X	X	X					
3	MOBILITÀ	01/06/2016	30/09/2017		X	X	X	X	X	X					
4	SITO WEB E PIATTAFORMA COLLABORATIVA	01/06/2016	30/09/2017		X	X	X	X	X	X					
5	DIGITAL SIGNAGE	01/06/2016	30/09/2017					X	X	X					
6	MOBILE	01/07/2017	30/09/2017							X					
7	SOCIAL MEDIA	01/08/2016	30/09/2017				X	X	X	X					
8	IMMAGINE COORDINATA	01/06/2016	30/09/2016			X	X	X	X						
9	SPAZI E SUPPORTI PUBBLICITARI	01/06/2016	30/09/2017				X	X	X	X					
10	WEBMARKETING	01/06/2016	30/09/2017				X	X	X	X					

- **Allegato 3 - DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE**

(su carta intestata dell'impresa e sottoscritta e siglata in ogni pagina dal legale rappresentante).

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE

(Art. 46 DPR 445 del 28 dicembre 2000)

Il/la sottoscritto _____, nato/a a _____
Prov. _____
il ____/____/____, residente a _____ (Prov) _____, in Via _____
n. _____, nella sua qualità di _____
della _____ ditta _____

in risposta al Bando di gara aperta, ai sensi dell'art. 60, del D.Lgs. n. 50/2016, approvata dall' UNIONE MONTANA ALTA VALLE DEL METAURO in data 14/07/2016, per l'affidamento dei servizi inerenti il Progetto **"NAVIGARE L'APPENNINO E I TERRITORI DEL CENTRO ITALIA"**. (PROGETTO PER IL POTENZIAMENTO ED IL SOSTEGNO DELLA REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI SERVIZI INNOVATIVI IN FAVORE DELL'UTENZA TURISTICA, COFINANZIATO DAL MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITA' CULTURALI E DEL TURISMO – SETTORE TURISMO DPCM 21.10.2013) - **"Azioni N.ri 2-5-9-10"**

DICHIARA

- la qualità di legale rappresentante dell'Impresa e l'idoneità dei suoi poteri per la sottoscrizione della documentazione di gara;
- gli elementi del certificato di iscrizione al Registro delle Imprese presso la C.C.I.A.A. o altro Registro professionale o commerciale, e nello specifico:
 - numero: _____; provincia di iscrizione e data di iscrizione: _____;
 - esatta denominazione o ragione sociale: _____;
 - forma giuridica: _____; durata (se stabilita): _____;
 - capitale sociale: _____;
 - nomi e dati anagrafici dei rappresentanti legali e degli altri soggetti con poteri di rappresentanza: _____;
 - nomi e dati anagrafici dei soci delle società in nome collettivo, o dei soci accomandatari per le società in accomandita semplice: _____;
 - oggetto sociale: _____;
- l'assenza di procedure concorsuali negli ultimi 5 anni
- di aver preso esatta cognizione della natura del servizio e di tutte le circostanze generali e particolari che possono influire sulla sua esecuzione;
- di avere preso visione e di accettare integralmente il bando di gara e di aver preso visione ed accettare senza condizione o riserva alcuna, tutte le norme e disposizioni contenute nel Capitolato Tecnico (Allegato 1) e di sottoscrivere per accettazione e di obbligarsi all'osservanza di tutte le disposizioni, nessuna esclusa, da essi previste;
- di accettare i termini di validità dell'offerta, non inferiori a 180 giorni solari dalla scadenza del termine per la presentazione delle offerte fissato dal presente bando di gara;

- di aver letto e di essere a conoscenza dell'estratto del Piano esecutivo delle iniziative progettuali di cui al D.M. del 13 dicembre 2010 e di accettarlo integralmente;
- di essere a conoscenza delle prescrizioni, dei requisiti di ammissibilità e dei motivi di esclusione previsti dal bando di gara, accettandoli esplicitamente, integralmente ed incondizionatamente, impegnandosi altresì a produrre tutta la documentazione che sarà richiesta dalla Stazione Appaltante a riprova del possesso dei requisiti necessari per assumere l'appalto di cui trattasi;
- di non trovarsi in alcuna delle cause di esclusione alla partecipazione alle gare previste dal D. Lgs. 50/2016 all'art.80;

B) dichiarazione in ordine ai requisiti di carattere generale

1. che con riferimento **all'art.8, del Bando di Gara** l'*Impresa* non si trova in alcuna delle situazioni di esclusione dalla partecipazione alla gara **di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016** e, in particolare:

- a) che l'*Impresa* non si trova in stato di fallimento, di liquidazione coatta, di concordato preventivo, salvo il caso di cui all'art. 186-bis del R.D. 16/03/1942, n. 267, e che non è in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni;
- b) che nei propri confronti e nei confronti (*barrare/eliminare le opzioni che non si riferiscono alla propria situazione aziendale*):
 - (*eventuale*) del/i procuratore/i che sottoscrive/ono la presente dichiarazione e/o ulteriore documentazione per la presente procedura;
 - del titolare e del direttore tecnico, ove presente (*se si tratta di impresa individuale*);
 - dei soci e del direttore tecnico, ove presente (*se si tratta di società in nome collettivo*);
 - dei soci accomandatari e del direttore tecnico, ove presente (*se si tratta di società in accomandita semplice*);
 - degli amministratori muniti di potere di rappresentanza e del direttore tecnico, ove presente, del socio unico persona fisica o del socio di maggioranza persona fisica in caso di società con meno di quattro soci (*se si tratta di altro tipo di società o consorzio*);

e segnatamente i Signori [*indicare le generalità dei soggetti ai quali si riferisce la dichiarazione sottostante*]:

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

_____;

non è pendente alcun procedimento per l'applicazione di una delle misure di prevenzione di cui all'articolo 3 della legge 27 dicembre 1956, n. 1423 o di una delle cause ostative previste dall'articolo 10 della legge 31 maggio 1965, n. 575;

- c) che nei propri confronti e nei confronti (*barrare/eliminare le opzioni che non si riferiscono alla propria situazione aziendale*):
 - (*eventuale*) del/i procuratore/i che sottoscrive/ono la presente dichiarazione e/o ulteriore documentazione per la presente procedura;
 - del titolare e del direttore tecnico, ove presente (*se si tratta di impresa individuale*);
 - dei soci e del direttore tecnico, ove presente (*se si tratta di società in nome collettivo*);
 - dei soci accomandatari e del direttore tecnico, ove presente (*se si tratta di società in accomandita semplice*);
 - degli amministratori muniti di potere di rappresentanza e del direttore tecnico, ove presente, del socio unico persona fisica o del socio di maggioranza persona fisica in caso di società con meno di quattro soci (*se si tratta di altro tipo di società o consorzio*);

e segnatamente i Signori *[indicare le generalità nonché eventuali condanne dei soggetti ai quali si riferisce la dichiarazione sottostante]*:

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

nonché nei confronti dei soggetti che siano cessati dalla carica societaria nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara, e segnatamente i Signori *(è necessario indicare anche le generalità ed eventuali condanne delle persone di cui sopra e di coloro che siano cessati dalla carica nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara)*

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

Sig. _____, nato a _____, il _____, residente in _____,
codice fiscale _____, carica _____;

non è stata pronunciata condanna con sentenza passata in giudicato, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'art. 444 c.p.p., per reati gravi in danno dello Stato o della Comunità che incidono sulla moralità professionale e che, nei confronti dei medesimi soggetti di cui sopra, non è stata pronunciata condanna con sentenza passata in giudicato per uno o più reati di partecipazione a un'organizzazione criminale, corruzione, frode, riciclaggio, quali definiti dagli atti comunitari citati all'articolo 45, paragrafo 1, direttiva CE 2004/18;

(si rammenta che:

- occorre indicare tutti i provvedimenti di condanna passati in giudicato compresi quelli per cui si sia beneficiato della non menzione, riferiti a qualsivoglia fattispecie di reato, fatti salvi esclusivamente i casi di depenalizzazione ed estinzione del reato (quest'ultima dichiarata dal giudice dell'esecuzione) dopo la condanna stessa, di condanne revocate, di quelle per le quali è intervenuta la riabilitazione pronunciata dal Tribunale di sorveglianza;
- *l'esclusione e il divieto operano se la sentenza o il decreto sono stati emessi nei confronti dei soggetti interessati. In ogni caso l'esclusione e il divieto operano anche nei confronti dei soggetti cessati dalla carica nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara, qualora l'impresa non dimostri che vi sia stata completa ed effettiva dissociazione della condotta penalmente sanzionata;*
- *l'esclusione ed il divieto in ogni caso non operano quando il reato è stato depenalizzato ovvero quando è intervenuta la riabilitazione ovvero quando il reato è stato dichiarato estinto dopo la condanna ovvero in caso di revoca della condanna medesima);*

(eventuale nel caso in cui non sia stato compilato il precedente punto di cui alla lettera c) con riferimento ai soggetti cessati)

che non ci sono soggetti cessati dalla carica societaria nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara;

- d) che l'Impresa, nell'anno antecedente alla pubblicazione del bando di gara, non ha violato il divieto di intestazione fiduciaria posto dall'art. 17 della legge del 19 marzo 1990, n. 55 e, comunque, di aver rimosso ogni violazione nel caso di eventuali accertamenti definitivi precedenti l'ultimo anno;

- e) che l'*Impresa* non ha commesso gravi violazioni, debitamente accertate, alle norme in materia di sicurezza ed ad ogni altro obbligo derivante dai rapporti di lavoro, risultanti dai dati in possesso dell'Osservatorio;
- f) che l'*Impresa* non ha commesso grave negligenza o malafede nell'esecuzione delle prestazioni affidate da GAL Montefeltro Leader o che non ha commesso un errore grave nell'esercizio della propria attività professionale;
- g) che l'*Impresa* non ha commesso violazioni gravi, ai sensi dell'art. 48 *bis* commi 1 e 2 *bis* del DPR n. 602/1973, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse, secondo la legislazione italiana o quella dello Stato in cui è stabilita. Tale situazione di regolarità può essere verificata dal competente Ufficio dell'Agenzia delle Entrate di _____;
- h) che nei confronti dell'*Impresa* non risulta l'iscrizione al casellario informatico dell'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici per aver presentato falsa dichiarazione o falsa documentazione in merito a requisiti e condizioni rilevanti per la partecipazione a procedure di gara e per l'affidamento dei subappalti;
- i) che l'*Impresa* non ha commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, alle norme in materia di contributi previdenziali ed assistenziali, secondo la legislazione italiana o dello Stato in cui è stabilita;
- j) che l'*Impresa* ha un numero di dipendenti, computabile ai sensi dell'art. 4 della legge n. 68/1999, pari a _____ unità iscritti a libro matricola e *(compilare/contrassegnare il/i campo/i di pertinenza e barrare o eliminare le opzioni che non si riferiscono alla propria situazione aziendale)*:
- ☐ è in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili di cui alla legge n. 68/1999 e la relativa certificazione potrà essere richiesta al competente Ufficio Provinciale del lavoro di _____, ovvero
- ☐ non è soggetta a tali norme;
- k) che nei confronti dell'*Impresa* non è stata applicata alcuna sanzione interdittiva di cui all'art. 9, comma 2, lettera a e/o c), del D.Lgs. n. 231/2001 o altra sanzione che comporti il divieto di contrarre con la Pubblica Amministrazione, compresi i provvedimenti interdittivi di cui all'articolo 36 bis comma 1, del DL 223/2006, convertito con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248;
- l) *(eliminare o barrare se non applicabile)* che i soggetti di cui alla precedente lett. b) pur essendo stati vittime dei reati previsti e puniti dagli articoli 317 e 629 del codice penale aggravati ai sensi dell'articolo 7 del decreto-legge 13 maggio 1991, n. 152, convertito, con modificazioni, dalla legge 12 luglio 1991, n. 203, non hanno ommesso di denunciare i fatti all'autorità giudiziaria, salvo che ricorrano i casi previsti dall'articolo 4, primo comma, della legge 24 novembre 1981, n. 689; *(La circostanza di cui sopra deve emergere dagli indizi a base della richiesta di rinvio a giudizio formulata nei confronti dell'imputato nell'anno antecedente alla pubblicazione del bando di gara e deve essere comunicata, unitamente alle generalità del soggetto che ha ommesso la predetta denuncia, dal Procuratore della Repubblica procedente all'Autorità di cui all'articolo 6 D.Lgs. n. 163/2006, la quale cura la pubblicazione della comunicazione sul sito dell'Osservatorio)*;
- m) che l'*Impresa* *(compilare il/i campo/i di pertinenza e barrare o eliminare le opzioni che non si riferiscono alla propria situazione aziendale)*:
- ☐ dichiara di non trovarsi in alcuna situazione di controllo di cui all'articolo 2359 del codice civile con alcun soggetto, e di aver formulato l'offerta autonomamente;
- ovvero, in alternativa
- ☐ dichiara di non essere a conoscenza della partecipazione alla presente procedura di soggetti che si trovano, rispetto all'*Impresa* medesima, in una delle situazione di controllo di cui all'articolo 2359 del codice civile, e di aver formulato l'offerta autonomamente;
- ovvero, in alternativa

☐ dichiara di essere a conoscenza della partecipazione alla presente procedura di soggetti (indicare i soggetti _____) che si trovano, rispetto all'*Impresa* medesima, in una delle situazione di controllo di cui all'articolo 2359 del codice civile, e di aver formulato l'offerta autonomamente;

2. che, ai sensi di quanto previsto all'art. 48, comma 7, del D.Lgs. n. 50/2016, con riferimento alla presente gara, l'*Impresa* non ha presentato domanda di partecipazione in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio, ovvero singolarmente e quale componente di un raggruppamento di imprese o consorzio;
3. che con riferimento agli oneri, vincoli e divieti vigenti in materia di tutela della concorrenza e del mercato, ivi inclusi quelli di cui agli articoli 81 e ss. del Trattato CE e agli articoli 2 e ss. della Legge n. 287/1990, questa *Impresa*:
 - con riferimento alla presente procedura non ha in corso né ha praticato intese e/o pratiche restrittive della concorrenza e del mercato vietate ai sensi della normativa applicabile e che, comunque, l'offerta/documentazione è stata predisposta nel pieno rispetto di tale normativa,
 - è consapevole che l'eventuale realizzazione nella presente gara di pratiche e/o intese restrittive della concorrenza e del mercato vietate ai sensi della normativa applicabile, sarà valutata dall'Unione Montana Alta Valle del Metauro nell'ambito delle successive procedure di gara indette, al fine della motivata esclusione dalla partecipazione nelle stesse procedure, ai sensi della normativa vigente;
 - di non aver commesso violazioni gravi, ovvero quelle ostative al rilascio del DURC ai sensi dell'articolo 2, comma 2, della Legge 22 novembre 2002, n. 266;
 - di essere in possesso dei requisiti di ordine generale e professionale richiesti dal bando di gara;
 - di aver praticato il prezzo di gara e quello offerto pienamente remunerativi e tali da consentire l'offerta presentata;
 - di autorizzare il trattamento dei dati personali, ai sensi del D. Lgs. 196/2003 per la presente procedura e per le finalità connesse alle attività dell'Unione Montana Alta Valle del Metauro;
 - di impegnarsi a garantire, in caso di aggiudicazione dell'appalto, l'applicazione nei confronti dei lavoratori dipendenti occupati nelle prestazioni del servizio condizioni contrattuali, normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi nazionali di lavoro e dagli accordi integrativi territoriali sottoscritti dalle organizzazioni imprenditoriali e dei lavoratori maggiormente rappresentative, nonché a rispettarne le norme previste dalla legge;
 - in caso di aggiudicazione dell'appalto, di obbligarsi, nel rispetto delle disposizioni normative previste dal combinato disposto dall'articolo 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modificazioni, ad indicare un numero di conto corrente bancario dedicato, anche se in via non esclusiva, a tutte le operazioni relative al presente appalto, nonché i nominativi dei soggetti che hanno accesso a tale conto.

(Luogo e data)

Il dichiarante¹

¹ Allega copia fotostatica del documento di identità in corso di validità

Allegato 4 - MODELLO OFFERTA ECONOMICA

(su carta intestata dell'impresa e sottoscritta e siglata in ogni pagina dal legale rappresentante).

Spett.le

UNIONE MONTANA ALTA VALLE DEL METAURO

Via A. Manzoni, 25

61049 Urbania (PU)

Progetto **“NAGIGARE L'APPENNINO E I TERRITORI DEL CENTRO ITALIA”**. (PROGETTO PER IL POTENZIAMENTO ED IL SOSTEGNO DELLA REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI SERVIZI INNOVATIVI IN FAVORE DELL'UTENZA TURISTICA, COFINANZIATO DAL MINISTERO DEI BENI E DELLE ATTIVITA' CULTURALI E DEL TURISMO – SETTORE TURISMO DPCM 21.10.2013). – **“Azioni n.ri 2-5-9-10”**

OFFERTA ECONOMICA

Il sottoscritto _____
legale rappresentante della Ditta _____
con sede in _____, via _____ offre un ribasso,
pari al %, (_____ per cento) e, pertanto, offre l'espletamento del Servizio per un importo complessivo di Euro
(IVA ESCLUSA) _____ (cifre) _____ (lettere)
Aliquota IVA _____
per l'intera durata del Servizio in oggetto.

Il costo degli oneri di sicurezza interni aziendali sono di €. _____

La presente offerta è valida e irrevocabile per un periodo non inferiore a 180 (centottanta) giorni decorrenti dalla data fissata quale termine ultimo per la presentazione delle offerte.

Il sottoscritto dichiara, altresì, di aver preso visione degli atti relativi alla gara in oggetto, con particolare riguardo al Capitolato Tecnico, che è accettato in tutte le sue parti, di aver valutato tutte le circostanze che possono influire sulla determinazione dei prezzi e delle condizioni contrattuali e di avere giudicato il prezzo remunerativo in relazione all'offerta presentata e che l'offerta presentata tiene conto degli oneri previsti dalle leggi vigenti in materia di assicurazioni sociali e previdenziali.

(Luogo e data)

Il Legale rappresentante²
(timbro e firma)

² Si allega copia fotostatica di un documento di identità in corso di validità

- Allegato 5 - DICHIARAZIONE DI CONFERMA DELLA CAPACITÀ ECONOMICO-FINANZIARIA E TECNICO-PROFESSIONALE

(su carta intestata dell'impresa e sottoscritta e siglata in ogni pagina dal legale rappresentante).

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE

(Art. 46 DPR 445 del 28 dicembre 2000)

Il/la sottoscritto _____, nato/a a _____
Prov. _____ il ____/____/_____,
residente a _____ (Prov) _____, in Via _____
n. _____, nella sua qualità di _____
della ditta _____,
_____.

DICHIARA

di confermare la capacità tecnico-professionale relativa al Progetto **“NAVIGARE L'APPENNINO E I TERRITORI DEL CENTRO ITALIA – AZIONI N. 2-5-9-10”**, di confermare la capacità economico – finanziaria attestata in sede partecipazione alla manifestazione di interesse, vale a dire dichiara:

- a) il possesso dei requisiti di ordine generale e di idoneità previsti dagli art. 80 e 83 del D. Lgs. 50/2016. In caso di Raggruppamenti temporanei di imprese (RTI) sia costituiti che costituendi, la dichiarazione deve essere prodotta singolarmente da tutti i soggetti raggruppati o raggruppandi, ovvero sia da tutte le imprese consorziate esecutrici che dal Consorzio.
- b) l'apertura della attività da almeno tre anni finanziari conclusi.
- c) consolidata esperienza di attività nel settore del presente appalto, da documentare mediante l'elenco dettagliato con indicazione degli importi, delle date e dei destinatari, pubblici e privati, dei servizi stessi. In particolare, aver realizzato negli ultimi tre anni, almeno tre progetti significativi attinenti l'oggetto del presente appalto di cui:
 - tutti gli incarichi/progetti indicati dovranno essere assimilabili alle Azioni del presente bando di gara;
 - almeno un progetto di importo pari o superiore a 200.000,00 € (al netto di IVA).
- d) che, con riferimento a quanto specificamente richiesto nel bando di gara all'articolo 8, paragrafo 8) punto c), l'elenco dei principali servizi prestati negli ultimi tre anni e attinenti alla tipologia di quelli oggetto della lettera sopra indicata è il seguente;

tipologia progetto	descrizione della prestazione	importo	periodo di espletamento	destinatario ³

³ Indicare per esteso la denominazione del soggetto destinatario della prestazione, precisando se trattasi di soggetto pubblico o privato.

--	--	--	--	--

e) di disporre nel proprio organico o individuare a tal scopo, delle figure professionali, richieste nel bando di gara all'articolo 8, paragrafo 8) punto d), da adibire allo svolgimento dei servizi, in possesso dei requisiti professionali sotto specificati:

Figura professionale	Nominativi	Titoli professionali
N. 1 Coordinatore/responsabile del gruppo di lavoro, esperto nelle attività oggetto delle Azioni del presente bando		
Figure professionali altamente qualificate/esperte nelle attività previste dal presente bando	1 .. 2... 3... 4... 5... ...	
N.1 Esperto con conoscenza avanzata dell'inglese, nonché con conoscenza di eventuali altre lingue straniere		

f) di essere a conoscenza che la stazione appaltante si riserva il diritto di procedere d'ufficio a verifiche, anche a campione, in ordine alla veridicità delle dichiarazioni;

g) di essere consapevole che l'accertamento della non veridicità del contenuto della presente dichiarazione, comporterà la propria esclusione dalla procedura per la quale è rilasciata, o, se risultato aggiudicatario, la decadenza dalla medesima e la facoltà per la stazione appaltante di escutere la garanzia presentata a corredo dell'offerta;

h) di essere consapevole, inoltre, che, qualora la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione fosse accertata dopo la stipula del contratto, questo potrà essere risolto di diritto dalla stazione appaltante ai sensi dell'art. 1456 codice civile.

(Luogo e data)

IL DICHIARANTE⁴

⁴ La dichiarazione deve essere corredata da fotocopia, non autenticata, di valido documento di identità del sottoscrittore.