GARA
per affidamento servizi di comunicazione e marketing territoriale del progetto THEMIS
finanziato nell'ambito del Programma INTERREG VA GREECE-ITALY 2014/2020
CUP B99B17000090006
CIG 7968607E82

CAPITOLATO TECNICO

1)Introduzione

In linea con le strategie di sviluppo regionali e con gli obiettivi tematici del Programma INTERREG V-A Grecia-Italia 2014-2020, l'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Meridionale ha coordinato la presentazione a finanziamento e la contrattazione finanziaria del progetto di cooperazione territoriale chiamato THEMIS.

Il progetto è finalizzato a sostenere lo sviluppo dei porti minori al fine di svilupparne le attività, e indirizzare il traffico marittimo, in particolare crocieristico, verso territori ancora poco sfruttati turisticamente rafforzando, contemporaneamente, le connessioni con i porti principali.

Il traffico crocieristico attuale, infatti, è caratterizzato dalla presenza di grandi navi da crociere che, per ragioni logistiche, possono toccare solo porti che dispongano di banchine e fondali proporzionati. Quindi, da un lato questo tipo di turismo si concentra solo in alcune zone e, dall'altro, i porti periferici e più piccoli rimangono sotto utilizzati. Ciò ha evidenti conseguenze anche sulla concentrazione dell'indotto produttivo e terziario delle zone retro-portuali e delle destinazioni turistiche più lontane dai grandi porti. I risultati attesi sono quindi nuove rotte, nuove o più forti aziende di servizi di trasporto e di servizi portuali e turistici.

Il progetto THEMIS, il cui avvio è stato formalizzato con la Determina del Presidente n.234/2017, prevede che tale obiettivo generale venga raggiunto, tra le altre attività, anche attraverso la creazione di una serie di itinerari turistici collegati a nuove crociere su piccole navi di lusso.

Si vuole includere nello sviluppo del settore crocieristico anche territori sino ad ora non coperti dallo stesso tentando di ampliare l'offerta turistica del territorio tagliandola sulle aspettative dei turisti ed, in particolare sulle risultanti di un'analisi della domanda prevista dal progetto e condotta dalla CCIAA.

Per la riuscita dell'iniziativa si ritiene fondamentale la predisposizione e la realizzazione di un efficace piano di comunicazione, con tutti i suoi strumenti attuativi, nonché il coinvolgimento dei territori e delle loro imprese del settore turistico e del suo indotto.

A tal fine, già nel progetto approvato, sono previste attività specifiche di comunicazione ed è ipotizzato il coinvolgimento diretto, in qualità di enti attuatori, di alcune delle municipalità sedi dei porti dell'AdSP MAM ovvero i Comuni di Bari, di Brindisi, di Barletta, di Manfredonia e di Monopoli con il compito di attuare una campagna di marketing territoriale per promuovere il brand Themis collegandolo alle peculiarità locali e coinvolgendo le imprese del loro territorio

Dall'avvio del progetto sono stati organizzati diversi incontri per strutturare la fase esecutiva delle attività, tuttavia solo i Comuni di Brindisi, Barletta e Monopoli hanno aderito alla convenzione proposta.

Avendo l'AdSP MAM l'obbligo di realizzare le attività in tutti i comuni, si ritiene che le attività, in primis proposte per la realizzazione diretta da parte dei Comuni di Bari e Manfredonia, possano essere realizzate da un soggetto terzo che tuttavia garantisca il coinvolgimento strategico dei singoli enti nello svolgimento delle stesse.

2)Caratteristiche dei servizi oggetto di gara

Tutto ciò premesso le attività che si intende affidare riguardano la realizzazione dei deliverable indicati nel progetto approvato, in particolare nel WP2 "piano di comunicazione", "eventi", "visual identity e disseminazione", nel WP3 "analisi e studi" e "diversificazione dell'offerta turistica", nel WP4 "Progetti pilota" e nel WP6 "attività esterne all'area di programma per il consolidamento dei risultati di progetto".

Le attività di progetto, con relativi budget omnicomprensivi previsti in ottemperanza ai vigenti Regolamenti Comunitari e di Programma, sono:

a) WP 2.1.1 € 10.080,00 (al lordo di IVA):
   1. redazione del piano di comunicazione del progetto volto ad individuare le migliori strategie di comunicazione a seconda dei target group più rilevanti, al fine di garantire la migliore disseminazione dei risultati del progetto nonché la sua sostenibilità al termine delle attività progettuali;
   2. servizi di supporto alla gestione redazionale ed amministrativa delle comunicazioni obbligatorie e non, collegate al progetto;
   3. servizi di supporto alla gestione dei rapporti con il Joint Secretariat, responsabile della comunicazione del Programma Interreg VA Greece-Italy 2014/2020;

b) WP. 2.1.2 € 8.750,00 (al lordo di IVA):
   1. Organizzazione e gestione dell'evento finale;

c) WP.2.1.3 realizzazione dell'identità grafica coordinata del progetto € 3.000,00 (al lordo di IVA):
   1. creazione del common brand (logo e payoff) del progetto e dei suoi itinerari turistici;
   2. creazione del sito web dinamico che verrà collegato ai siti istituzionali dei partner,
   3. creazione della visual identity dell'immagine grafica dei documenti progettuali, template di comunicazione del progetto;
   4. predisposizione dei contenuti e delle comunicazioni da divulgare in italiano ed in inglese;
   5. predisposizione dei layout grafici di:
      - di una mappa interattiva che verrà divulgata sia in supporto informatico che cartaceo, con QRcode (la cui stampa non è inclusa in questa procedura);
      - dei cartelloni 6x3 che verranno affissi in ciascun comune sede di porto partner (Bari, Brindisi, Barletta, Manfredonia, Monopoli, Gallipoli, Paxos, Corfù);

d) WP 2.1.3 produzione dei tools di comunicazione - € 4.000,00(al lordo di IVA): -stampa del materiale promozionale e divulgativo (poster, brochure, pieghevoli e manifesti);

e) WP 2.1.3 creazione del sito web di progetto: € 3.000,00 (al lordo di IVA);

f) WP 3.1.1 servizi di supporto al coordinamento delle attività di comunicazione del WP3.1.3 che verranno realizzate sia dall'ADSP MAM che dai comuni soggetti attuatori € 2.600,00 (al lordo di IVA);

g) WP 4.1.2 Video promozionale € 36.000,00 (al lordo di IVA);

h) WP 6.1.2 design e produzione del materiale di comunicazione per la diffusione dei risultati di progetto al SEATRADE di Miami del 2020 € 3.000,00 (al lordo di IVA);

i) WP 3.1.3 Diversificazione dell'offerta turistica € 99.980,00 (al lordo di IVA) per la realizzazione delle seguenti attività per i territori dei Comuni di Bari e Manfredonia:
   1. l'individuazione dei temi tipici/punti di interesse del territorio e preparazione di contenuti fotografici e informativi di una guida turistica del territorio in tre lingue italiano, greco ed inglese (con specifica preparazione di contenuti descrittivi dei punti di interesse che saranno collegati al QRcode);
   2. inserimento sul sito web di ciascun Comune di una pagina riportante la mappa di cui al punto precedente e con link ai siti di riferimento del progetto, in tre lingue italiano, greco ed inglese;
   3. traduzione del materiale prodotto (inglese, greco);
   4. composizione grafica e cartaceo della mappa con testi, fotografie, codici QRcode (il layout grafico di base sarà fornito dall'ente appaltante);
   5. stampa della guida turistica locale minimo n. 2.000 per ogni lingua per ogni comune;
   6. 6x3 cartellone pubblicitario da posizionare immediatamente fuori da entrambi i porti in maniera permanente (alternativamente n. 6 cartelloni per 14 giorni per entrambe le città);
   7. organizzazione su ogni territorio comunale di almeno 1 incontro con aziende locali per la promozione di itinerari e nuove linee per almeno 20 persone ognuno.

2.1)Il piano di comunicazione

In particolare il Piano di Comunicazione dovrà prevedere una strategia di comunicazione interna (tra i partner e, tra questi, e le Autorità sovraordinate) e una strategia di comunicazione esterna, verso il pubblico, sia delle attività di progetto in senso stretto che dei risultati del progetto, intendendo per questi le nuove tratte di crociere di lusso e gli itinerari turistici ad esse collegate. I target individuati sono:

- Partner di progetto e loro stakeholder diretti;
- Autorità di Gestione, Joint Secretariat, Regione Puglia, Commissione Europea;
- Settore turistico delle piccole crociere di lusso e indotto a terra;
- Turisti e cittadini.

Il Piano dovrà identificare la migliore strategia di comunicazione, a seconda dei target group più rilevanti, al fine di garantire un'ottima disseminazione dei risultati del progetto prevedendo strumenti e modalità per l'interazione con i media per mezzo di aggiornamenti sul sito web e comunicati stampa rivolti a riviste di settore e a riviste/quotidiani territoriali (cartacei ed on line); realizzazione dell'identità grafica coordinata di progetto, creazione del sito, realizzazione del materiale promozionale e divulgativo (poster obbligatori, brochure, manifesti, gadget); supporto all'organizzazione degli eventi finali a Bari e a Paxos garantendo la massima partecipazione dei target pubblici e privati; supporto alla gestione delle attività di marketing territoriale che dovranno essere svolte dai Comuni individuati come enti attuatori e, in mancanza, dalla stessa Autorità di Sistema Portuale, così come previste dal WP3 di progetto.

L'obiettivo della comunicazione sarà quello di far convergere sul progetto THEMIS il settore dell'offerta di servizi turistici (attraverso gli itinerari), il settore dell'offerta crocieristica di lusso ed i potenziali clienti tenendo presente che il livello da cui parte tale comunicazione è di tipo istituzionale e non di mercato.

Comunicazioni con i media

- Almeno 10 comunicati stampa in italiano e inglese;
- Almeno 1 cartella (1.500 battute) in italiano e inglese da inviare ai media specializzati;
- Diffusione e condivisione di news sulle pagine social collegate, principalmente gli account e le community del programma

Il sito Web

E' immaginato come un sito dinamico sul quale consultare le sezioni:

- Descrittiva del progetto, dall'origine alla realizzazione, in ottemperanza alla normativa nazionale e comunitaria nonché ai regolamenti vigenti;
- Specializzata sugli itinerari turistici: in questa sezione dovranno essere consultabili le mappe interattive e le info sugli itinerari con i collegamenti a tutte le informazioni necessarie per la più agile fruizione degli stessi.

E' richiesta la manutenzione e la gestione dello stesso per tutta la durata del progetto.
Il sito dovrà essere raggiungibile attraverso i siti di ciascun partner di progetto, ma sarà parte del sito della committente; inoltre, non dovrà comportare costi di gestione post progetto.
Il sito dovrà essere in tre lingue (italiano, inglese e greco) e dovrà essere collegato ai siti istituzionali dei partner di progetto.

Il materiale divulgativo

Dovrà comprendere tutto ciò che è considerato obbligatorio dalla normativa e regolamenti vigenti ed essere prodotto per tutti i partner di progetto; la configurazione minima è di due poster per partner, un roll-up (vele) per i partner che devono organizzare meeting, quindi LB, PB3, PB4 e PB5, e 100 cartelline/penne/gadget per partner, 500 flyer/brochure per partner (in inglese con traduzione in italiano o greco a seconda del partner destinatario).
Parte fondamentale del materiale è costituita dalla messaggistica/visibility da apporre sulle strutture realizzate nei porti che dovranno riportare l'immagine comune del progetto (common brand) e il logo del partner che ha realizzato l'infrastruttura. Potranno essere dei pannelli o delle realizzazioni di altra

natura che potranno essere concordate nei particolari con il committente e approvate dalla partnership di progetto. Il numero minimo di questa messaggistica da produrre è di n.5 (per i porti dell'AdSP MAM), agli altri porti partner sarà fornito il progetto grafico personalizzato.
Dovrà, inoltre, essere prodotto del materiale divulgativo (gadget e brochure) destinato alla divulgazione dei risultati del progetto Themis durante la partecipazione alla fiera denominata SEATRADE che si terrà a Miami presumibilmente a marzo del 2020. Tale materiale dovrà comprendere come configurazione minima n.1000 pubblicazioni in inglese e n.1000 gadget.

L'evento finale del progetto
Sarà da organizzare a Bari nel periodo finale di progetto, presumibilmente Aprile 2020 a meno di eventuale proroga del progetto stesso. Dovrà essere conforme all'agenda che verrà concordata dalla partnership che prevedrà presumibilmente un evento aperto al pubblico ed alla stampa con interventi istituzionali e tecnici di alto livello ed una sessione di meeting interpartenariale finale dove, a cura dei partner, verranno sicuramente descritte le ultime incombenze amministrative necessarie alla chiusura del progetto. L'organizzazione potrà prevedere affitto della sala ove necessario, attrezzatura tecnica audio video e traduzione simultanea greco italiano inglese, welcome coffee, lunch (per circa 100 persone) diffusione degli inviti, almeno n.2 redazionali su riviste specializzate, diffusione su quotidiani locali, anche on line. L'evento potrà essere organizzato su due mezze giornate che potranno essere svolte in un unico giorno o in due giorni consecutivi. L'elenco delle attività previste è solo indicativo.

2.2)Il coordinamento delle attività di comunicazione-WP3.1.3

Il progetto Themis nel WP 3.1.3., prevede azioni di marketing territoriale che verranno condotte direttamente dal comune di Gallipoli, partner di progetto, dai comuni attuatori che hanno firmato una convenzione con l'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Meridionale (Brindisi, Barletta e Monopoli) e direttamente dal LB per i Comuni di Bari e Manfredonia.

Le attività che dovranno essere realizzate in ciascun territorio riguardano:

a. L'implementazione della strategia di comunicazione: scelta dei temi/punti di interesse del territorio per la creazione di itinerari turistici, fotografie degli stessi e redazione dei contenuti, in più lingue (italiano, greco, inglese e lingua del gruppo target del pacchetto turistico).
b. La creazione di una pagina web dedicata che verrà inserita nel sito web del progetto e in quello di ogni comune di riferimento.
c. La preparazione e la stampa della guida turistica: mappa del territorio con Qrcode sui punti di interesse che farà riferimento direttamente alla pagina web di cui sopra
d. L'organizzazione su ogni territorio comunale di eventi di divulgazione verso le imprese ed i cittadini

Si richiede che tali attività vengano coordinate in maniera che siano realizzate in tempo e in maniera utile alla realizzazione della strategia di comunicazione del progetto intero.

2.3)Video promozionale-WP.4.1.2

L'oggetto del video promozionale dovrà essere incentrato sul progetto THEMIS finanziato dal programma INTERREG V-A GREECE ITALY 2014-2020, sugli itinerari turistici creati e sui territori che sono coinvolti dagli stessi sia in Puglia che a Corfù e Paxos.

Si richiede che la durata dello stesso sia utilizzabile per la messa in onda su canali tematici sia come breve documentario che come spot, in una versione tagliata dello stesso. La lingua di base sarà l'inglese con sottotitoli in italiano e in greco.

Sarà cura del contraente prendere i contatti e ottenere gli eventuali permessi necessari per poter effettuare le riprese nonché reperire tutte le autorizzazioni necessarie affinché queste possano essere liberamente utilizzate e divulgate.

2.4)Diversificazione dell'offerta turistica-WP 3.1.3

Per ciascun "punto di interesse" individuato il contraente dovrà fornire almeno tre fotografie adatte a rappresentare visivamente e valorizzare quanto descritto. Dovrà fornire fotografie originali e professionali, avendo cura in particolare di evitare o eliminare ogni eventuale elemento di disturbo.

Sarà cura del contraente prendere i contatti e ottenere gli eventuali permessi necessari per poter effettuare le fotografie nonché reperire tutte le autorizzazioni necessarie affinché le fotografie possano essere liberamente utilizzate e divulgate su qualsiasi supporto. Tali autorizzazioni dovranno essere consegnate al committente unitamente al materiale fotografico.

Ciascuna foto dovrà essere fornita in tre risoluzioni, di cui una adatta alla stampa di alta qualità, una ottimizzata per la pubblicazione su web e una di qualità intermedia.

Tutte le immagini e le elaborazioni grafiche fornite su ogni supporto dovranno garantire il rispetto dell'identità visiva del Comune cui si riferiscono e dovranno essere coerenti con le indicazioni di stile comunicativo date dal project manager o suo delegato e ovvero con la strategia di comunicazione proposta ed approvata.

Per ciascun "punto di interesse" il contraente dovrà produrre un testo descrittivo, dal taglio divulgativo, accattivante ed emozionale nel tono, che riepiloghi le informazioni più significative o utili a promuovere e valorizzare i luoghi in questione. Ciascun testo deve consistere in una cartella con un numero di circa 2.000 battute. Tali testi dovranno essere resi disponibili in italiano, greco e inglese. Ciascun testo dovrà essere fornito in formato .rtf e in formato .pdf accessibile.

L'aggiudicatario fornirà un QRcode per ogni punto di interesse individuato.

La guida dovrà avere indicativamente:

- un numero minimo di 35 e massimo di 45 pagine, comprendente mappe, testi e foto;
- grammatura: per la copertina circa 200gr per le pagine interne circa 80gr.

Si chiede al concorrente anche la stampa di 3.000 copie della guida per ogni territorio comunale.

Il concorrente dovrà realizzare il file multimediale della guida con le seguenti caratteristiche:

- utilizzabile dal sito del Comune ed ottimizzato per WEB, impaginato in modo da permettere la stampa ai diversi utenti anche con semplici stampanti domestiche;
- predisposto per essere pubblicato su piattaforme on-line tali da poter caricare il documento e visualizzare realisticamente (es. Slideshare, ISSUU, SCRIBD, Calameo).

Inoltre al concorrente si richiede di proporre:

- il Layout ed i testi per la realizzazione di una sezione del sito WEB del Comune dedicata a questo progetto, con un testo introduttivo e Link da cui poter scaricare i relativi approfondimenti ed informazioni con l'indicazione dell'indirizzo WEB; sarà cura dell'aggiudicatario concordare con le singole amministrazioni comunali la pubblicazione della pagina sul loro sito istituzionale.

- un set di banner o file immagini per la pubblicizzazione nei social network e testi efficaci per i post sui social (n. 1 per Facebook e n. 1 per Twitter);

Tutte le immagini e le elaborazioni grafiche fornite su ogni supporto dovranno garantire il rispetto dell'identità visiva del Comune di riferimento e saranno definite con il coordinamento del project manager di THEMIS o suo delegato.

Il concorrente avrà facoltà di proporre eventuali ulteriori materiali per la promozione volti a supportare ed integrare quanto già richiesto dal progetto (come ad esempio: gadget, magliette, ombrellini, stuoie per il mare, dispositivi per biciclette).

Per una maggiore visibilità del progetto si prevede un'operazione di promozione e di marketing territoriale organizzando almeno un momento pubblico di incontro con cittadini e imprese. A tal fine l'aggiudicatario dovrà mettere a disposizione una presentazione video della bozza della guida.

Al concorrente è lasciata facoltà di organizzare altri incontri informativi con le imprese al fine di promuovere la partecipazione alla manifestazione di interesse per la creazione degli itinerari turistici ed ai corsi di formazione conseguenti che verranno organizzati dalla CCIAA di Bari.

Tutti i materiali richiesti dagli atti di gara, realizzati e forniti (sotto forma di testi, file e immagini) saranno di proprietà dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Meridionale che potrà liberamente continuare a utilizzarli totalmente o parzialmente anche rielaborandoli o modificandoli e concederne l'uso a terzi, senza alcun vincolo e senza limiti di tempo; e dovranno essere realizzati dall'aggiudicatario in ottemperanza ai regolamenti comunitari in materia di comunicazione delle attività finanziate dai fondi ed, in particolare, dal Manuale di comunicazione del programma Interreg VA Greece-Italy 2014/2020 reperibile sul sito ufficiale del programma www.greece-italy.eu .

Tutti i contenuti prodotti dovranno corrispondere a quanto richiesto dagli atti di gara: il committente potrà richiedere modifiche nel caso in cui quanto realizzato non rispondesse alle caratteristiche descritte.

Le attività di comunicazione saranno a disposizione dell'intero partenariato di progetto e dovranno essere approvate dallo stesso dietro la guida dell'Autorità di Sistema Portuale del Mare Adriatico Meridionale che ne è il capofila; le attività di marketing territoriale dovranno essere coordinate con i comuni di Gallipoli, Brindisi, Barletta e Monopoli che svolgeranno in autonomia le medesime attività.

Tutte le attività oggetto della presente procedura dovranno essere concordate con il project manager del progetto o suo delegato.

3)Indicazioni e disposizioni per la stesura dei documenti inerenti alla sicurezza di cui all'art.26 comma 3 del d.lgs. 81/2008

L'importo degli oneri per la sicurezza per rischi interferenziali è pari a zero. L'operatore deve indicare nell'offerta economica i propri costi della manodopera e gli oneri aziendali concernenti l'adempimento delle disposizioni in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. La stazione appaltante, relativamente ai costi della manodopera, prima dell'aggiudicazione procederà a verificare il rispetto di quanto previsto all'articolo 97, comma 5, lettera d) del d.lgs 50/2016.

In applicazione dell'art. 23 comma3, del d.lgs 81/08 ed in considerazione del campo di applicazione della presente procedura selettiva, essendo la stessa di natura intellettuale e di fornitura di materiali e attrezzatura, non si ritiene necessaria la redazione del DUVRI.

4)Obblighi derivanti dal rapporto di lavoro

Il Fornitore si obbliga ad ottemperare a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro, ivi compresi quelli in tema di igiene e sicurezza, in materia previdenziale e infortunistica, assumendo a proprio carico tutti i relativi oneri. In particolare, il Fornitore si impegna a rispettare nell'esecuzione delle obbligazioni derivanti dal presente capitolato le disposizioni di cui al D.Lgs. 9 aprile 2008 n. 81.

Il Fornitore si obbliga altresì ad applicare, nei confronti dei propri dipendenti occupati nelle attività contrattuali, le condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi ed integrativi di lavoro applicabili alla data di stipula del contratto alla categoria e nelle località di svolgimento delle attività, nonché le condizioni risultanti da successive modifiche ed integrazioni, anche tenuto conto di quanto previsto all'art. 95, comma 10 e all'art. 97 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i..

Il Fornitore si obbliga, altresì, fatto in ogni caso salvo il trattamento di miglior favore per il dipendente, a continuare ad applicare i suindicati contratti collettivi anche dopo la loro scadenza e fino alla loro sostituzione.

Gli obblighi relativi ai contratti collettivi nazionali di lavoro di cui ai commi precedenti vincolano il Fornitore anche nel caso in cui questi non aderisca alle associazioni stipulanti o receda da esse, per tutto il periodo di validità del contratto.

L'aggiudicatario dovrà assicurare il servizio utilizzando almeno n. 3 unità di personale qualificato.

5)Determinazione degli importi per l'acquisizione dei servizi

Gli importi delle attività poste a bando sono indicati nel progetto approvato dalla Autorità di Gestione del Programma Interreg VA Greece Italy 2014/2020 allegato alla Determina del Presidente n.234 del 19/12/2017 di presa d'atto dell'avvenuto finanziamento, avvio delle attività e di apertura del capitolo di bilancio (U213/20 art.21)

Si riporta di seguito il prospetto economico degli oneri complessivi necessari per l'acquisizione dei servizi e data di consegna prevista. Il valore delle attività oggetto di questa procedura è fissato in €139.533,22 al netto di IVA con al seguente ripartizione per WP di progetto:

SERVIZI	THEMIS	
	Importo lordo	al netto di IVA
WP 2.1.1	10.080,00 €	8.262,30 €
WP 2.1.2	8.570,50 €	7.025,00 €
WP 2.1.3	3.000,00 €	2.459,02 €
WP 2.1.3	4.000,00 €	3.278,69 €
WP 2.1.3	3.000,00 €	2.459,02 €
WP 3.1.1	2.600,00 €	2.131,15 €
WP 4.1.2	36.000,00 €	29.508,20 €
WP 6.1.2	3.000,00 €	2.459,02 €
WP 3.1.3	99.980,00 €	81.950,82 €
TOTALE THEMIS	**170.230,50 €**	**139.533,22 €**

Le attività dovranno essere eseguite secondo i seguenti cronoprogramma e terminate entro e non oltre il termine previsto dall'application form, attualmente fissato per il 30/05/2020; eventuali proroghe dell'incarico saranno giustificate solo da proroghe autorizzate dalla Autorità di Gestione del Programma Interreg V Greece Italy 2014/2020, e comunque non potranno costituire titolo per il soggetto incaricato di richiesta di maggiori compensi di qualsiasi natura.

attività	Settembre 2019	Ottobre 2019	Novembre 2019	Dicembre 2019	Gennaio 2020	Febbraio 2020	Marzo 2020	Aprile 2020	Maggio 2020
WP 2.1.1									
WP. 2.1.2									
WP.2.1.3 visual identity									
WP 2.1.3 tools									
WP 2.1.3 web site									
WP 3.1.1									
WP 4.1.2									
WP 6.1.2									

WP 3.1.3 Diversificazione dell'offerta turistica

attività	Settembre 2019	Ottobre 2019	Novembre 2019	Dicembre 2019	Gennaio 2020	Febbraio 2020	Marzo 2020
1. punti di interesse e contenuti							
2. sito web							
3. traduzione							
4. composizione grafica guida							
5. stampa							
6. cartellonistica							
7. incontro							

6)Criteri premiali da applicare alla valutazione delle offerte in sede di gara

Le offerte dovranno contenere a pena di esclusione l'esposizione dei servizi e dei materiali offerti, con l'indicazione e la descrizione degli specifici elementi oggetto di valutazione, in coerenza con i criteri e sub criteri di valutazione tecnica previsti dalla stazione appaltante, fermo restando che tutti i prodotti/servizi proposti dovranno rispettare, pena l'esclusione, le caratteristiche minime indicate nel capitolato tecnico, ove previste.

Si raccomanda di elaborare un'offerta tecnica contenuta entro un ragionevole e sintetico numero di pagine valorizzando in tal senso un principio di concentrazione sottolineando, altresì, che tale principio rappresenta solo un'indicazione ai concorrenti e non costituirà causa di esclusione dalla gara né di valutazione.

L'offerta tecnica dovrà fare riferimento alle attività così come riportate nel Capitolato tecnico indicativamente proponendo quanto sotto riportato, oltre a quanto indicato nel testo del disciplinare in materia di "Criteri di Aggiudicazione"

1. originalità delle proposte: sull'identità visiva del brand, sulle strategie di, sulla composizione del video, sulla creazione delle mappe e sui metodi di implementazione delle indicazioni strategiche di marketing;

2. proposte di realizzazione di Communication plan e metodologia e attività di coinvolgimento delle imprese e della cittadinanza locali;
3. originalità delle proposte grafiche e qualità tecniche di stampa per i materiali divulgativi, per i gadget e per le pubblicazioni tecniche;
4. proposte di svolgimento eventi previsti;
5. proposte di svolgimento assistenza e coordinamento delle attività di comunicazione;
6. sostenibilità nel tempo delle iniziative.

Criteri di valutazione

L'affidamento del servizio avverrà mediante il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 95, comma 2, del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 da valutarsi, da parte di una Commissione Giudicatrice, sulla base dei criteri di valutazione di seguito descritti e con l'attribuzione dei punteggi relativi espressi in centesimi:

A)<u>OFFERTA TECNICA</u>: max 70 punti

CRITERI DI VALUTAZIONE	PONDERAZIONE (punteggio massimo)
1. **originalità delle proposte sull'identità visiva del brand, sulle strategie di comunicazione/campagna social e sulla composizione del video sull'identità visiva del brand, sulle strategie di, sulla composizione del video, sulla creazione delle mappe e sui metodi di implementazione delle indicazioni strategiche di marketing:** sarà valutato il grado di originalità delle realizzazioni previste e delle azioni divulgative.	5
2. **proposte di realizzazione di communication plan e metodologia e attività di coinvolgimento delle imprese e della cittadinanza locali**: sarà valutata la metodologia di comunicazione e gli impatti previsti nonché l'approccio verso l'azienda e l'accompagnamento della stessa alla partecipazione alle attività previste per la creazione degli itinerari	10
3. **originalità delle proposte grafiche e qualità tecniche di stampa per i materiali divulgativi, per i gadget e per le pubblicazioni tecniche**: sarà valutato il grado di originalità delle proposte in relazione alla usabilità, fruibilità, estetica, qualità e sostenibilità ambientale	5
4. **proposte di svolgimento eventi previsti**: sarà valutata la qualità organizzativa, le proposte di catering, di divulgazione e tipologia di relatori	10
5. proposte di svolgimento assistenza e coordinamento delle attività di comunicazione: sarà valutato il numero del personale messo a disposizione e il suo curriculum	10

10

6. **sostenibilità nel tempo delle iniziative**: sarà data importanza ad attività e prodotti che siano pensati per durare e/o far sentire i propri effetti sino dopo la chiusura del progetto in particolare per quel che riguarda la gestione delle mappe informatizzate	10
OFFERTA MIGLIORATIVA **(con oneri a carico dell'aggiudicatario)** Saranno valutate le qualità dei servizi proposti. Le proposte dovranno essere dettagliatamente descritte e dovranno riportare la tempistica di realizzazione.	20

Non saranno valutate le proposte senza cronoprogramma

La determinazione del punteggio relativo alle offerte tecniche avverrà utilizzando il metodo aggregativo-compensatore, a cui si rinvia, sulla base della seguente formula:

C(a) = Σn [Wi * V(a)i]

dove:

C(a) = indice di valutazione dell'offerta (a);
n = numero totale dei requisiti;
Wi = peso o punteggio attribuito al requisito (i);
V(a)i = coefficiente della prestazione dell'offerta (a) rispetto al requisito (i) variabile tra zero e uno;
Σn = sommatoria.

Metodologia di attribuzione degli elementi tecnici (linee guida ANAC n.2): attribuzione discrezionale di un coefficiente (da moltiplicare poi per il punteggio massimo attribuibile in relazione al criterio) variabile tra 0 e 1 da parte di ciascun componente della commissione di valutazione.

B)<u>OFFERTA ECONOMICA</u>: max 30 punti

Il punteggio massimo è attribuito all'offerta che presenta il massimo ribasso percentuale da applicare all'importo posto a base di gara (escluso IVA).

Alle altre offerte è attribuito un minor punteggio determinato dalla formula:

Pi = 30 x (Ri/Rmax)

dove:

Pi = Punteggio attribuito al concorrente i-esimo;
Ri = Ribasso percentuale offerto dal concorrente i-esimo;

Rmax = Ribasso percentuale dell'offerta più conveniente.

7)<u>Indicazione di altre circostanze che potrebbero determinare la modifica delle condizioni negoziali durante il periodo di validità, fermo restando il divieto di modifica sostanziale</u>.

Il contratto avrà durata dalla firma del contratto sino al 30/05/2020 e l'ultima fattura a saldo dovrà pervenire entro e non oltre tale data o comunque entro e non oltre il termine del progetto THEMIS.

L'avvio dei servizi deve essere fatto con urgenza per permettere la realizzazione delle altre attività del progetto che sono da queste strettamente dipendenti.

Il fornitore dovrà costituire, preliminarmente alla sottoscrizione del contratto di appalto, polizza una garanzia definitiva ai sensi dell'art.103 del D.Lgs.n.50/2016.

8)<u>Soggetti amme ammessi alla gara e condizioni di partecipazione</u>

Gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata, secondo le disposizioni dell'art. 45 del Codice, purché in possesso dei requisiti prescritti dai successivi articoli.

Ai soggetti costituiti in forma associata si applicano le disposizioni di cui agli artt. 47 e 48 del Codice.

È vietato ai concorrenti di partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti o aggregazione di imprese aderenti al contratto di rete (nel prosieguo, aggregazione di imprese di rete).

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti, di partecipare anche in forma individuale.

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in aggregazione di imprese di rete, di partecipare anche in forma individuale. Le imprese retiste non partecipanti alla gara possono presentare offerta, per la medesima gara, in forma singola o associata. I consorzi di cui all'articolo 45, comma 2, lettere b) e c) del Codice sono tenuti ad indicare, in sede di offerta, per quali consorziati il consorzio concorre; a questi ultimi è vietato partecipare, in qualsiasi altra forma, alla presente gara. In caso di violazione sono esclusi dalla gara sia il consorzio sia il consorziato; in caso di inosservanza di tale divieto si applica l'articolo 353 del codice penale.

Nel caso di consorzi di cui all'articolo 45, comma 2, lettere b) e c) del Codice, le consorziate designate dal consorzio per l'esecuzione del contratto non possono, a loro volta, a cascata, indicare un altro soggetto per l'esecuzione. Le aggregazioni tra imprese aderenti al contratto di rete di cui all'art. 45, comma 2 lett. f) del Codice, rispettano la disciplina prevista per i raggruppamenti temporanei di imprese in quanto compatibile. In particolare: 12 a) nel caso in cui la rete sia dotata di organo comune con potere di rappresentanza e soggettività giuridica (cd. rete - soggetto), l'aggregazione di imprese di rete partecipa a mezzo dell'organo comune, che assumerà il ruolo della mandataria, qualora in possesso dei relativi requisiti. L'organo comune potrà indicare anche solo alcune tra le imprese retiste per la partecipazione alla gara ma dovrà obbligatoriamente far parte di queste; b) nel caso in cui la rete

sia dotata di organo comune con potere di rappresentanza ma priva di soggettività giuridica (cd. rete-contratto), l'aggregazione di imprese di rete partecipa a mezzo dell'organo comune, che assumerà il ruolo della mandataria, qualora in possesso dei requisiti previsti per la mandataria e qualora il contratto di rete rechi mandato allo stesso a presentare domanda di partecipazione o offerta per determinate tipologie di procedure di gara. L'organo comune potrà indicare anche solo alcune tra le imprese retiste per la partecipazione alla gara ma dovrà obbligatoriamente far parte di queste; c) nel caso in cui la rete sia dotata di organo comune privo di potere di rappresentanza ovvero sia sprovvista di organo comune, oppure se l'organo comune è privo dei requisiti di qualificazione, l'aggregazione di imprese di rete partecipa nella forma del raggruppamento costituito o costituendo, con applicazione integrale delle relative regole (cfr. Determinazione ANAC n. 3 del 23 aprile 2013). Per tutte le tipologie di rete, la partecipazione congiunta alle gare deve risultare individuata nel contratto di rete come uno degli scopi strategici inclusi nel programma comune, mentre la durata dello stesso dovrà essere commisurata ai tempi di realizzazione dell'appalto (cfr. Determinazione ANAC n. 3 del 23 aprile 2013). Il ruolo di mandante/mandataria di un raggruppamento temporaneo di imprese può essere assunto anche da un consorzio di cui all'art. 45, comma 1, lett. b), c) ovvero da una subassociazione, nelle forme di un RTI o consorzio ordinario costituito oppure di un'aggregazioni di imprese di rete. A tal fine, se la rete è dotata di organo comune con potere di rappresentanza (con o senza soggettività giuridica), tale organo assumerà la veste di mandataria della sub-associazione; se, invece, la rete è dotata di organo comune privo del potere di rappresentanza o è sprovvista di organo comune, il ruolo di mandataria della sub-associazione è conferito dalle imprese retiste partecipanti alla gara, mediante mandato ai sensi dell'art. 48 comma 12 del Codice, dando evidenza della ripartizione delle quote di partecipazione. Ai sensi dell'art. 186-bis, comma 6 del R.D. 16 marzo 1942, n. 267, l'impresa in concordato preventivo con continuità aziendale può concorrere anche riunita in RTI purché non rivesta la qualità di mandataria e sempre che le altre imprese aderenti al RTI non siano assoggettate ad una procedura concorsuale.

Requisiti generali

Sono esclusi dalla gara gli operatori economici per i quali sussistono cause di esclusione di cui all'art. 80 del Codice.

Sono comunque esclusi gli operatori economici che abbiano affidato incarichi in violazione dell'art. 53, comma 16-ter, del d.lgs. del 2001 n. 165.

Gli operatori economici aventi sede, residenza o domicilio nei paesi inseriti nelle c.d. black list di cui al decreto del Ministro delle finanze del 4 maggio 1999 e al decreto del Ministro dell'economia e delle finanze del 21 novembre 2001 devono, pena l'esclusione dalla gara, essere in possesso, dell'autorizzazione in corso di validità rilasciata ai sensi del d.m. 14 dicembre 2010 del Ministero dell'economia e delle finanze ai sensi (art. 37 del d.l. 3 maggio 2010 n. 78 conv. in l. 122/2010) oppure della domanda di autorizzazione presentata ai sensi dell'art. 1 comma 3 del DM 14 dicembre 2010. La mancata accettazione delle clausole contenute nel protocollo di legalità/patto di integrità costituisce causa di esclusione dalla gara, ai sensi dell'art. 1, comma 17 della l. 190/2012.

Requisiti speciali e mezzi di prova

I concorrenti, a pena di esclusione, devono essere in possesso dei requisiti previsti nei commi seguenti. I documenti richiesti agli operatori economici ai fini della dimostrazione dei requisiti devono essere trasmessi mediante AVCpass in conformità alla delibera ANAC n. 157 del 17 febbraio 2016 [ai sensi degli articoli 81, commi 1 e 2, nonché 216, comma 13 del Codice, le stazioni appaltanti e gli

operatori economici utilizzano la banca dati AVCPass istituita presso ANAC per la comprova dei requisiti]. Ai sensi dell'art. 59, comma 4, lett. b) del Codice, sono inammissibili le offerte prive della qualificazione richiesta dal presente disciplinare.

Requisiti di idoneità

Iscrizione nel registro tenuto dalla Camera di commercio industria, artigianato e agricoltura oppure nel registro delle commissioni provinciali per l'artigianato per attività coerenti con quelle oggetto della presente procedura di gara. Il concorrente non stabilito in Italia ma in altro Stato Membro o in uno dei Paesi di cui all'art. 83, comma 3 del Codice, presenta dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello Stato nel quale è stabilito. Per la comprova del requisito la stazione appaltante acquisisce d'ufficio i documenti in possesso di pubbliche amministrazioni, previa indicazione, da parte dell'operatore economico, degli elementi indispensabili per il reperimento delle informazioni o dei dati richiesti.

Requisiti di capacità economica e finanziaria

Il concorrente, a pena di esclusione, deve aver conseguito negli ultimi tre anni chiusi antecedenti la data di scadenza per la presentazione delle offerte, un fatturato complessivo, IVA esclusa, non inferiore a € 139.533,22 (euro centotrentanovemilacinquecentotrentatre/22). Tale requisito è richiesto in quanto ritenuto indispensabile alla dimostrazione del possesso, in capo al concorrente, della capacità di far fronte alle occorrenze di anticipazione della spesa funzionale all'assolvimento dei compiti in via di affidamento, con particolare riferimento agli oneri di personale .

La comprova del requisito è fornita, ai sensi dell'art. 86, comma 4 e all. XVII parte I, del Codice: -per le società di capitali mediante i bilanci approvati alla data di pubblicazione del bando; - per gli operatori economici costituiti in forma d'impresa individuale ovvero di società di persone mediante il Modello Unico o la Dichiarazione IVA. Ove le informazioni sui fatturati non siano disponibili, per le imprese che abbiano iniziato l'attività da meno di tre anni, i requisiti di fatturato devono essere rapportati al periodo di attività. Ai sensi dell'art. 86, comma 4, del Codice l'operatore economico, che per fondati motivi non è in grado di presentare le referenze richieste può provare la propria capacità economica e finanziaria mediante un qualsiasi altro documento considerato idoneo dalla stazione appaltante.

Capacità tecnico professionale

Il concorrente, a pena di esclusione, per la fornitura di servizi oggetto della presente procedura, deve avere eseguito, nei 48 (quarantotto) mesi precedenti alla data di pubblicazione del bando (se in corso, vale la quota parte eseguita), servizi analoghi a quelli oggetto dell'appalto, ovvero servizi a corpo di comunicazione e marketing, produzione tools di comunicazione/editoria/ servizio stampa/ produzione di video per i progetti di cooperazione territoriale e/o internazionale finanziati dall'UE , per un importo almeno pari a € 66.00,00 (sessantaseimila).

La comprova del requisito, è fornita secondo le disposizioni di cui all'art. 86 e all'allegato XVII, parte II, del Codice.

In caso di servizi prestati a favore di pubbliche amministrazioni o enti pubblici mediante una delle seguenti modalità:

- originale o copia conforme dei certificati rilasciati dall'amministrazione/ente contraente, con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione. In caso di servizi prestati a favore di committenti privati, mediante una delle seguenti modalità:
- originale o copia autentica dei certificati rilasciati dal committente privato, con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione.

AUTORITA' DI SISTEMA PORTUALE DEL MARE ADRIATICO MERIDIONALE

P.le Cristoforo Colombo 1, 70122 Bari
P.IVA.08032850722 Fattura PA UFL8IJ
www.adspmam.it - protocollo@adspmam.it
pec protocollo@pec.adspmam.it

BARI
P.le C. Colombo 1, 70122
tel +39 080 5788511
fax +39 080 5245449

BRINDISI
P.zza V. Emanuele II 7, 72100
tel +39 0831 562649
fax +39 0831 562225

MANFREDONIA
L.mare Nazario Sauro 18, 71043
tel +39 0884 538547
fax +39 0884 515635

BARLETTA
Via C. Colombo, 76121
tel +39 0883 531479
fax +39 0883 345547

MONOPOLI
Molo di Tramontana 70043
tel +39 080 9376645
fax +39 080 9376663