



Provincia di Modena

GARA COMUNITARIA A PROCEDURA APERTA

PROGETTO COSTITUENTE CAPITOLATO PRESTAZIONALE – RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA PER L’AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL’ATTUAZIONE DI ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA PREVISTE DAL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2023 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.

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

1.1. - Oggetto del servizio e Stazione Appaltante

Il presente documento descrive, ai sensi dell'art. 23, comma 15 del D.Lgs. n. 50/2016, l'appalto che la Provincia di Modena promuove ai fini dell'acquisizione di servizi finalizzati allo svolgimento di azioni di promozione e marketing turistico di competenza dell'ente stesso e previste nell'ambito del Programma di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2023.

La Provincia di Modena si costituirà Stazione Appaltante nell'espletamento della procedura aperta (disciplinata dal D.lgs. n. 50/2016) volta all'individuazione di n. 1 impresa specializzata in servizi di promozione e marketing turistico, alla quale affidare la funzione di supporto organizzativo ed operativo ai fini della realizzazione delle attività di cui sopra, con riferimento al Programma di cui al punto 1.4. e secondo modalità ed obiettivi indicati di seguito.

L'azione inerente il presente progetto coincide con le attività attribuite alla Provincia di Modena all'interno del Programma di Promo-commercializzazione 2023 di cui sopra, per un ammontare complessivo di spesa stimato in € 440.000,00, come riportato nel budget dello stesso Programma.

La gestione ed il supporto alle attività, indicate nel budget del programma per una spesa prevista di € 25.000,00, non rientrano nel servizio oggetto dell'appalto, il cui valore è pari complessivamente a € 415.000,00.

1.2. Tempi di realizzazione del servizio

I servizi oggetto dell'appalto sono riferiti all'anno 2023 e si devono erogare entro lo stesso anno.

1.3. - Contesto giuridico e istituzionale

L'art. 12bis della L.R. 4/2016 introduce la possibilità, per la Città metropolitana - Destinazione Turistica di Bologna e per la Provincia di Modena, di attuare congiuntamente i progetti di marketing e promozione turistica ed il programma turistico di promozione locale previsti dalla stessa legge, qualora ritenuto strategico da tali Enti in funzione della valorizzazione del Territorio Turistico formato dalla somma dei due rispettivi territori.

La Provincia di Modena, con Atto del Presidente n. 148 del 28/09/2021, come successivamente modificato con Atto n. 153 del 07/10/2021, ha aderito al Territorio turistico Bologna-Modena ed approvato contestualmente i Regolamenti per il funzionamento degli organismi rappresentati dal Tavolo di concertazione e dalla Cabina di Regia del territorio turistico Bologna-Modena, in accordo con la Città metropolitana di Bologna.

Con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana (Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e Atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021), si è concluso l'iter che ha condotto all'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Ai sensi del comma 1 dell'art. 12bis della L.R. 4/2016, la valorizzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena comporta in particolare che:

- a) i progetti di marketing e promozione turistica e il Programma turistico di promozione locale della Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica ricomprendono le azioni di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena, contraddistinte da un'unitaria immagine coordinata che faccia riferimento al complessivo territorio di riferimento;
- b) i progetti di marketing e promozione turistica e il Programma turistico di promozione locale di cui alla lettera a) sono proposti dal Tavolo di Concertazione del Territorio Turistico Bologna-Modena, condivisi con la Cabina di Regia del Territorio Turistico Bologna-Modena, approvati dagli organi competenti della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena, e vengono trasmessi alla Regione con le modalità previste dalla Giunta regionale.

La Regione Emilia-Romagna ha stabilito modalità e procedure per l'attuazione degli interventi di promo-commercializzazione turistica mediante DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017) ed in particolare al cap. 3 dell'allegato 1.

Sulla base del quadro di riferimento normativo sopra richiamato, la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena sono chiamate ad elaborare un programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna- Modena, a partire dall'individuazione delle azioni che afferiscono ai temi trasversali che interessano l'intero territorio turistico di Bologna e Modena. Per ogni linea di azione, il programma prevede le risorse necessarie al suo sviluppo, indicando l'Ente (Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica o Provincia di Modena) individuato per la sua attuazione.

Il programma presentato alla Regione unitariamente dai due Enti indica quindi espressamente, sulla base di quanto sopra, le percentuali di budget previsionale a carico rispettivamente della Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e della Provincia di Modena, in corrispondenza delle quali viene poi assegnata dalla Regione la corrispondente quota di contributo.

Nell'autunno del 2022 il Territorio Turistico Bologna-Modena si è dotato di un nuovo logo e naming ufficiale unitario rappresentativo del complessivo territorio di riferimento.

1.4. - Il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2023

Il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena è stato approvato dalla Provincia di Modena con Atto del Presidente della Provincia di Modena n. 186 del 28/10/2022, trasmesso per approvazione alla Regione Emilia-Romagna con Prot. n. 37326 in pari data, unitamente alla richiesta di finanziamento ai sensi dell'art. 7, comma 2, lett. b., della L.R. n. 4/2016, insieme alla Città metropolitana e quindi in forma di proposta unitaria del Territorio turistico Bologna-Modena, ed approvato con delibera della Giunta Regionale n. 130 del 30/1/2023, recante l'assegnazione delle risorse necessarie.

Il Programma per l'anno 2023 individua le linee strategiche di medio periodo, a partire da un'analisi del quadro congiunturale e degli scenari nei quali si colloca l'economia turistica dell'intero territorio Bologna-Modena, dalle quali discendono scelte di posizionamento sui mercati in linea con le tendenze in atto e con l'evoluzione della domanda, che si traducono in strategie e azioni specifiche.

Il programma è articolato a partire dai principali prodotti trasversali (linee di prodotto identificate, di cui al paragrafo 1.5 del Bando) che caratterizzano l'intero sistema, rappresentati in particolare da motor valley, enogastronomia, turismo outdoor (aree verdi, cammini, ciclovie, etc.) e turismo culturale, dai quali consegue l'azione di promo-commercializzazione organizzata per linee di prodotto e attività declinate in ambiti specifici.

Tra le azioni figurano in particolare la promozione in contesti internazionali, quali fiere di settore, visite per operatori specializzati (FAM trip) e per la stampa specializzata (press trip), oltre allo sviluppo dell'e-commerce dell'offerta turistica ed altre azioni incentrate sul coordinamento tra operatori turistici.

È inoltre previsto il rafforzamento di iniziative e tendenze in atto, tra le quali rientrano l'avvio di un progetto di promozione turistica dell'area collinare centrale del territorio Bologna-Modena e il progetto di valorizzazione turisticoculturale della storia del ducato Estense delle province di Modena e Ferrara.

Il budget del programma è strutturato per attività e con riferimento all'ente al quale è assegnata la relativa realizzazione, in una logica progettuale sviluppata ad un primo livello tramite interventi trasversali e che interessano l'intero territorio di area vasta del programma, declinati in un secondo livello da attività mirate e volte a valorizzare aree di prodotto turistico che interessano direttamente specifici ambiti locali.

Le linee di prodotto identificate, di cui al paragrafo 1.5 del Programma, da declinarsi dalla pianura all'Appennino con offerte diversificate per target e mercati, ponendo particolare attenzione su quelle che distinguono il territorio, sono di seguito sintetizzate:

- City Break;
- Cultura;
- Outdoor Active&Slow;
- Natura e benessere;
- Food&Wine;
- Special interest – Motori;

- Sport;
- MICE.

Le attività di promo-commercializzazione di diretta competenza della Provincia di Modena, indicate nel Programma al paragrafo 2.3, sono di seguito sintetizzate:

- **(sito web e social)** attività di awareness e positioning degli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitazione dell'esperienza d'acquisto e fruizione dei consumatori (purchase), anche mediante il raccordo ed il coordinamento con le due redazioni locali (Modena e pianura, Appennino), al fine di favorire una comunicazione che rispetti le specificità dei territori nell'ambito di una comunicazione coordinata ed efficace e collabora alla gestione dei canali social (facebook, instagram principalmente);
- **(press trip)** organizzazione, in autonomia o in sinergia con altri soggetti pubblici o privati, di n. 20 press trip rivolti a giornalisti italiani o stranieri legati ai prodotti identificati;
- **(press trip)** con riferimento alla linea di prodotto Motor Valley, organizzazione di n. 3 inserzioni pubblicitarie o publiredazionali collegati a press tour su riviste di auto d'epoca o legate al mondo dei motori/sport;
- **(press trip)** svolgimento di azioni di supporto rivolte agli operatori dei media digitali e tradizionali, di cui almeno 2 declinati sui temi trasversali che caratterizzano l'area vasta;
- **(piano digitale)** svolgimento di attività di web advertising e social media marketing orientate alla promozione del territorio attraverso il posizionamento dei siti istituzionali e di promo-commercializzazione del territorio B2C e B2B (visitmodena.it e modenatur.it) e al dialogo con i viaggiatori attraverso i canali social, con particolare attenzione alla promozione del catalogo esperienze prenotabili online sul target B2C italiano ed estero che coinvolgerà tutte le linee di prodotto sopra identificate e alla promozione di offerte speciali attive in alcuni periodi;
- **(supporti di comunicazione)** progettazione e realizzazione di materiali promo-commerciali in formato digitale e/o cartaceo, da utilizzare a supporto di partecipazione a fiere, workshop, eventi finalizzati ad agevolare il visitatore nell'organizzazione del proprio viaggio e/o l'operatore nel proporre l'area turistica vasta come meta dei viaggi dei propri clienti;
- **(supporti di comunicazione)** progettazione e realizzazione di materiali promo-commerciali e informativi in formato digitale e/o cartaceo, da utilizzare per informare i viaggiatori sulle opportunità offerte dal territorio durante il soggiorno per favorire una maggiore fruibilità di eventi ed esperienze;
- **(branding)** interventi di armonizzazione dell'immagine coordinata della Provincia di Modena e del suo territorio, sviluppata nel corso degli anni passati, con il neonato brand territoriale del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- **(azioni promozionali attraverso le eccellenze)** attività promo-commerciali sul Nord America, in un'ottica di valorizzazione delle eccellenze d'arte, sapori, motori e musica del territorio rivolte al mercato intermediato;
- **(azioni promozionali attraverso le eccellenze)** collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali relative a iniziative di loro programmazione su città europee;
- **(azioni promozionali attraverso le eccellenze)** organizzazione di iniziative Montagna/Mare per promuovere l'accezione «bianco» della linea di prodotto Outdoor Active&Slow presso i pubblici di riferimento a livello nazionale;
- **(azioni promozionali attraverso le eccellenze)** attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione su tutto il territorio provinciale (cene in vigna, in campi di lavanda, uliveti, acetaie, aziende agricole) presentate anche in forma di rassegna / calendario eventi in collaborazione con ristoratori, catering ed aziende agricole del territorio;
- **(azioni promozionali attraverso le eccellenze)** attività di analisi e valutazione su nuove potenzialità turistiche legate ai settori produttivi con particolare riferimento al settore della moda e dell'artigianato;
- **(fiere e workshop)** progettazione e partecipazione agli eventi di settore nell'ambito dell'elenco esemplificativo di cui al Programma (che potrà essere modificato nei casi indicati dal Programma medesimo), anche progettati ed organizzati dalla Città metropolitana di Bologna, in maniera coordinata con

APT Servizi e con ENIT affinché la pluralità dei brand sia gestita al meglio nei confronti dei target cui è diretta, soprattutto a livello internazionale;

- (**fam trip**) organizzazione, in autonomia o in sinergia con altri soggetti pubblici o privati, di n. 8 fam trip per operatori italiani o stranieri con specializzazioni in turismo leisure e/o MICE, di cui almeno 3 sulle tematiche di interesse del Territorio Turistico, garantendo i servizi di accoglienza e di carattere logistico-organizzativo necessari alla riuscita dell'iniziativa e, quando possibile, identificando date che possano valorizzare anche gli eventi ricorrenti proposti dal territorio in ottica di arricchimento dell'offerta turistica;

- (**E-commerce e fruibilità turistica**) adozione di un sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna, per rendere accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento, esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e della rete degli uffici IAT-R regionali;

- (**E-commerce e fruibilità turistica**) sviluppo del sistema di gift card per incentivare anche l'acquisto slegato dalla data di effettuazione;

- (**E-commerce e fruibilità turistica**) incremento del numero e della varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione;

- (**E-commerce e fruibilità turistica**) predisposizione di linee guida che mireranno a costruire un'offerta sempre fruibile e facile da acquistare e aderente alle linee di prodotto, target e mercati identificati, al fine del coinvolgimento, della collaborazione, dell'adesione (nelle due modalità di "fornitore" o di "agente") all'e-commerce dei fornitori di esperienze e di proposte del territorio, dei proprietari o gestori di luoghi di interesse turistico, degli intermediari della domanda, per la costruzione di una rete di partner e affiliati che possano ulteriormente amplificare la portata commerciale dello strumento;

- (**collaborazione con gds e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi**) distribuzione di materiale promozionale e organizzazione di presentazioni all'interno dei punti vendita focalizzati sul target sportivo in generale e sul prodotto neve in particolare e legati ai punti vendita della grande distribuzione sportiva;

- (**collaborazione con gds e direct marketing su associazioni sportive per camp estivi**) attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor Active&Slow e sport nella sua accezione «verde», supportando le associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale;

- (**promozione eventi del territorio**) attività di promozione e commercializzazione rivolta a supportare gli organizzatori di eventi e fiere del territorio (appuntamenti con referenti, studio strategie promocommerciale, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze e soggiorno, azioni promozionali B2C).

Il download del documento è accessibile al seguente link:

<https://www.provincia.modena.it/temi-e-funzioni/cultura-e-turismo/territorio-turistico-bologna-modena/programma-di-promo-commercializzazione-turistica-p-p-c-t/>

La realizzazione delle suddette attività richiede che anche il versante modenese del Territorio turistico in oggetto sia dotato di una funzione di Destination Management Organization (DMO) a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico.

1.5. – Dinamiche del comparto turistico nell'area di riferimento

Lo scenario turistico post-pandemico ha evidenziato nel corso del 2022 una netta ripresa dei flussi turistici: nonostante la componente turistica nazionale risulti ancora prevalente, si registra un recupero del turismo internazionale rispetto ai livelli del 2019, con tendenza dei turisti a rimanere più a lungo nella destinazione (il trend si registra non solo per i turisti internazionali, ma anche per il turismo domestico).

Risulta infatti estremamente positivo l'andamento turistico della provincia di Modena nel primo semestre 2022, con un incremento tendenziale degli arrivi pari al +100,57% rispetto all'anno precedente e dei pernottamenti pari al +71,69% rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda il territorio modenese, nel 2023 un obiettivo primario sarà quindi continuare sul percorso di messa a sistema delle linee di prodotto identificate al paragrafo 1.5 del Programma attraverso le azioni di promo-commercializzazione di cui al paragrafo 2.3 del medesimo Programma.

Le linee di prodotto saranno declinate dalla pianura all'Appennino con offerte diversificate per target e mercati, ponendo particolare attenzione su quelle che distinguono il territorio, riconoscendo le esperienze locali più autentiche ed intense, mantenendo un punto di vista congiunto sul paniere dell'offerta della destinazione, per evitare di promuovere ogni elemento in modo disgiunto.

1.6. - Obiettivi del servizio

La Provincia di Modena intende affidare ad un partner specializzato le attività di promo-commercializzazione previste dal Programma di cui al punto 1.4. ed individuate come di competenza dello stesso ente, sopra sintetizzate e meglio descritte nel paragrafo 2.3 del Programma, ai fini della messa a sistema delle linee di prodotto di cui al paragrafo 1.5 del medesimo Programma.

L'impresa assegnataria del servizio dovrà pertanto svolgere una funzione di Destination Management Organization (DMO) per la promozione del sistema turistico che opera nell'area della provincia di Modena.

La gestione ed il supporto alle attività, indicate nel budget del programma per una spesa prevista di € 25.000,00, non rientrano nel servizio richiesto.

All'impresa assegnataria è richiesta la capacità di valorizzare i fattori di competitività che distinguono la destinazione turistica rappresentata dal territorio, sia nella fase di organizzazione e configurazione del prodotto, sia nella fase di promozione e offerta sui mercati.

La strategia individuata dal Programma nell'attuale congiuntura economica del settore è improntata a sostenere il processo di ripresa, consolidando un'offerta organizzata, accogliente e focalizzata sulla generazione di prodotti ed esperienze configurati in rapporto alle nuove tendenze del mercato. In particolare, l'obiettivo di rassicurare e generare fiducia nel visitatore rappresenta uno dei fattori chiave della strategia complessiva; pertanto assume importanza crescente la capacità di utilizzare e sviluppare in modo performante i sistemi digitali innovativi ed un coinvolgimento sempre più ampio degli operatori nell'ecosistema digitale delle DMO territoriali.

La realizzazione delle attività, nell'espletamento della funzione di DMO territoriale, dovrà attenersi strettamente alle modalità di intervento riportate nel Programma e quindi in costante e diretta collaborazione con la corrispettiva DMO operante nel versante bolognese del Territorio turistico Bologna-Modena.

L'impresa dovrà assumere altresì il compito di coordinare efficacemente il sistema degli operatori del turismo e dei comparti ad esso connessi (commercio, artigianato, pubblici esercizi, etc.), orientandolo verso gli obiettivi definiti e svolgendo funzioni di marketing e management del sistema turistico in termini di attrazione dei visitatori ed accrescimento della competitività.

L'azione della DMO territoriale per il cui svolgimento si intende affidare il servizio è inserita nell'assetto organizzativo del Territorio turistico Bologna-Modena, descritto nella Premessa del Programma.

La DMO incaricata dovrà tenere conto degli orientamenti e delle indicazioni adottate dalla Governance del Territorio turistico Bologna-Modena, e quindi interagire ove necessario con i rispettivi organismi (vd. Premessa del Programma).

2. ONERI DI SICUREZZA

In riferimento alla tipologia del sistema di servizi da appaltare, si precisa che gli oneri di sicurezza, nel caso di specie, sono pari a zero, considerato che il servizio posto a gara ha ad oggetto prevalentemente prestazioni di natura intellettuale.

3. CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO RICHIESTO

3.1. Imprese ammesse a partecipare al bando di selezione – Requisiti generali

Sono ammessi a partecipare alla gara gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, sia in forma singola che associata, secondo le disposizioni dell'art. 45 del Codice degli appalti, purché in possesso dei requisiti prescritti dal disciplinare di gara. Le condizioni di ammissibilità dell'impresa devono comunque prevedere che la medesima sia attiva e non si trovi in stato di fallimento, liquidazione coatta, liquidazione volontaria, concordato preventivo (ad eccezione del concordato preventivo con continuità aziendale per il quale sia già stato adottato il decreto di omologazione previsto dall'art. 160 e ss. della Legge fallimentare) ed ogni altra procedura concorsuale prevista dalla legge fallimentare e da altre leggi speciali, né abbia in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni nei propri confronti.

3.2 Criteri di selezione dell'operatore economico

Per partecipare alla gara, i concorrenti devono essere in possesso dei seguenti requisiti:

3.2.1. Requisiti di idoneità

1. essere iscritta nel Registro delle Ditte della CCIAA competente, nella categoria pertinente; ovvero, in caso di sede in Stato membro dell'UE diverso dall'Italia, iscrizione in analogo registro dello Stato di appartenenza;
2. detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio, regolarmente pubblicata nel B.U.R. della Regione Emilia-Romagna;
3. svolgere attività continuativa da almeno 3 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna;
4. avere almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Città metropolitana di Bologna e Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena, il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto;
5. mettere a disposizione del servizio oggetto dell'appalto di una dotazione di personale composta anche da un livello dirigenziale e due unità di livello quadro, queste ultime con conoscenza fluente almeno della lingua inglese ed esperienza elevata sui principali strumenti informatici, telematici e social media.

3.2.2. Requisiti di capacità economica e finanziaria

1. avere realizzato un fatturato specifico medio annuo nel settore di attività oggetto dell'appalto, riferito agli ultimi tre esercizi relativi agli anni 2020-2021-2022 non inferiore a € 400.000 IVA esclusa.
2. avere copertura assicurativa in corso di validità contro i rischi professionali di importo pari ad almeno € 3.000.000 o eventuale impegno ad adeguare il valore della polizza nel caso in cui il valore attuale fosse inferiore al valore dell'appalto.

3.3 Offerta tecnica

L'aggiudicatario dovrà:

- articolare nel dettaglio ed attuare il Programma annuale di promo-commercializzazione turistica 2023 di cui al punto 1.4 (<https://www.provincia.modena.it/temi-e-funzioni/cultura-e-turismo/territorio-turistico-bologna-modena/programma-di-promo-commercializzazione-turistica-p-p-c-t/>), con riferimento alle attività indicate nel paragrafo 1.5 e nel paragrafo 2.3 dello stesso Programma e secondo criteri ed obiettivi descritti al precedente punto 1.6. del presente documento;
- contribuire attivamente alla progettazione nel corso del 2023 del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2024, in collaborazione con gli operatori dell'area territoriale di riferimento, secondo la metodologia e l'iter previsti dalla normativa regionale in vigore ed in accordo con le indicazioni degli organismi del Territorio turistico Bologna-Modena e della Provincia di Modena.

Tali prestazioni dovranno essere rese anche tramite la previsione di strategie e di azioni per lo sviluppo di nuove opportunità di mercato, da definire e realizzarsi in sintonia con il Programma annuale di promo-commercializzazione turistica 2023 e con la pianificazione che si andrà a sviluppare per gli anni successivi.

L'offerta tecnica deve contenere i seguenti elementi:

- progetto di declinazione operativa delle attività di promo-commercializzazione previste dal Programma di cui al punto 1.4. (<https://www.provincia.modena.it/temi-e-funzioni/cultura-e-turismo/territorio-turistico-bologna-modena/programma-di-promo-commercializzazione-turistica-p-p-c-t/>), descritte nel paragrafo 2.3 con riferimento alle linee di prodotto indicate nel paragrafo 1.5 dello stesso Programma;
- articolazione delle attività in crono-programma riferito all'anno 2023;
- caratteristiche della struttura operativa adibita all'attuazione del servizio in appalto, in termini di:
 - organizzazione territoriale;
 - professionalità impiegate e organico del personale;
 - dotazione di canali web e social con descrizione delle relative performance;
- curriculum dell'impresa con evidenziate in particolare le collaborazioni in atto con operatori turistici del territorio.

L'Offerta tecnica contiene una Relazione Tecnica nella quale sono illustrate le modalità di declinazione operativa delle attività di promo-commercializzazione oggetto dell'appalto di cui al paragrafo 1.4 e la descrizione dei servizi offerti.

3.4 - Offerta economica

Il quadro economico del progetto è composto come segue:

- importo totale posto a base di gara per l'intera durata dell'affidamento = **€ 340.164,00**, assoggettato a ribasso e comprensivo dei costi della manodopera stimati in **€ 252.902,20**;
- oneri della sicurezza = **€ 0,00**;
- IVA nella misura del 22% = **€ 74.836,00**
- Totale = **€ 415.000,00**.

La determinazione a contrattare indica i capitoli nei quali sono previsti gli accertamenti di entrata e le prenotazioni di impegno di spesa connessi alle relative coperture finanziarie sugli stanziamenti presenti nei capitoli di bilancio dell'Area Amministrativa della Provincia di Modena per l'esercizio 2023.

Il predetto ammontare trova parziale copertura derivante da cofinanziamento da Enti pubblici terzi: Regione Emilia Romagna per € 373.377,58, assegnato con atto di approvazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2023 con DGR n. 130 del 30 gennaio 2023.

3.5 – Durata del servizio e rendicontazione delle attività

Il sistema dei servizi oggetto dell'appalto ha durata annuale, in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste dal Programma 2023 di cui al punto 1.4. Lo svolgimento della prestazione dei servizi si inserisce pertanto nell'annualità 2023.

All'impresa affidataria del servizio è richiesta la rendicontazione delle attività svolte tramite relazione conclusiva e conto economico consuntivo, contenente i costi corrispondenti ai moduli di attività realizzate, secondo le disposizioni che la Provincia di Modena fornirà in base a quanto previsto dalla DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017).

4. - MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEL SERVIZIO

L'appalto sarà affidato mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto dall'art. 95 del D.Lgs. n. 50/2016.

In ragione del livello di innovazione e della finalità di massimizzazione della qualità dei servizi da raggiungersi in un contesto di elevata complessità, caratterizzato dalla presenza di una molteplicità di attori

pubblici e privati e della necessità di un coordinamento al livello di territorio turistico interprovinciale, le caratteristiche tecniche dell'offerta e quindi la qualità della stessa è considerata prevalente rispetto al criterio fondato sull'economicità.

Sulla base di questo quadro l'offerta sarà valutata in relazione:

- alla qualità complessiva del progetto;
- alla percentuale di ribasso sull'importo netto a base di gara.

Il **punteggio massimo assegnabile** a ciascuna proposta è pari a:

- 90 p.ti per l'offerta tecnica

- 10 p.ti per quella economica.

Il progetto di lavoro e la relativa offerta saranno valutati con riferimento ai requisiti di cui al punto 3.3 in base a:

- Curriculum aziendale.
- Qualità e potenzialità delle attività previste con riferimento agli obiettivi del servizio di cui al punto 1.6. e rispetto alla coerenza con le strategie complessive del Programma di cui al punto 1.4.
- Qualità della professionalità del personale impiegato nella gestione delle attività.
- Strategia di comunicazione turistica attraverso il portale web e i social networks in applicazione del piano di comunicazione e di immagine coordinata del Territorio turistico Bologna-Modena.
- Eventuali collaborazioni già in corso con operatori del territorio turistico Bologna-Modena, inerenti e facilitanti le attività previste dal servizio;