



Provincia di Modena

GARA COMUNITARIA A PROCEDURA APERTA

PROGETTO COSTITUENTE CAPITOLATO SPECIALE – DISCIPLINARE TECNICO PRESTAZIONALE 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 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.

CPV 75112100-5 - G99I24001090002

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. 41 del D. Lgs. n. 36/2023, l'appalto che la Provincia di Modena promuove ai fini dell'acquisizione di servizi di promozione e marketing turistico finalizzati all'attuazione di attività di competenza della Provincia di Modena previste dal Programma di Promo-commercializzazione 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Provincia di Modena si costituirà Stazione Appaltante nell'espletamento della procedura aperta disciplinata dal D.lgs. n. 36/2023, 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 al presente progetto coincide con le attività di competenza della Provincia di Modena all'interno del Programma di Promo-commercializzazione 2025 di cui sopra, per un ammontare complessivo di spesa stimato in € 440.000,00, come riportato nel budget dello stesso Programma.

Le attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, 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.

Il servizio è unitario in quanto afferente all'attuazione del Programma di promo-commercializzazione 2025, in relazione alla quale sussiste la necessità di individuare un unico soggetto che ponga in essere tutte le attività del PPCT, in una logica integrata e trasversale, svolgendo un ruolo centrale di coordinamento, assicurando su più livelli l'analisi dei fattori economici, la progettazione delle azioni di promo-commercializzazione, i compiti operativi tipici di operatore incoming e gestore di siti turistici, assicurando la "regia unitaria" delle attività rivolte al territorio nel suo complesso.

Nel quadro sopra delineato l'appalto deve quindi necessariamente mantenere la sua unitarietà.

1.2. Tempi di realizzazione del servizio

I servizi oggetto dell'appalto sono riferiti all'anno 2025 e devono essere erogati entro lo stesso anno, quindi entro il 31/12/2025.

1.3. - Contesto giuridico e istituzionale

L'art. 12bis della L.R. 4/2016 ha introdotto la possibilità, per la Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica 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.

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), 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 hanno elaborato 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.

In conformità con l'iter previsto dalla sopra richiamata DGR n. 1372/2021, il Programma è stato discusso e licenziato dal Tavolo di Concertazione e dalla Cabina di Regia nelle rispettive sedute del 09/09/2024, come da verbali ed allegati acquisiti al prot. gen. n. 30994 e n. 30995 del 10/09/2024 e successiva rettifica acquisita al prot. gen. n. 31988 e n. 91989 del 18/09/2024, dopo essere stato presentato alla Consulta provinciale del Turismo di Modena nella seduta del 04/09/2024.

Condivisi i contenuti e le scelte strategiche del documento ed in funzione della gestione del budget previsionale, secondo quanto previsto dalla regolamentazione regionale di cui sopra, il documento programmatico è stato approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024 e con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024.

Il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena è stato quindi trasmesso per l'approvazione di competenza alla Regione Emilia-Romagna, unitamente alla richiesta di finanziamento ai sensi dell'art. 7, comma 2, lett. b., della L.R. n. 4/2016.

La Regione con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025 e assegnato le risorse economiche necessarie.

Il Programma si sviluppa in accordo con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027 approvate con DGR n. 1413/2024 e si fonda su azioni dell'area turistica vasta che, in linea con la DGR 1372/2021, vengono strutturate in base all'ente individuato per la loro attuazione e per la gestione delle risorse necessarie al loro sviluppo.

Il quadro di riferimento parte dall'analisi di contesto, mediante esame dei dati forniti dall'Ufficio Statistica della Regione Emilia-Romagna e delle tendenze e dei fenomeni che hanno caratterizzato il 2024.

Per il 2025 si rende opportuno un approccio differenziato alle strategie di promozione dal momento che il Territorio Turistico Bologna-Modena, pur nella sua unitarietà, presenta diversi livelli di sviluppo turistico sul territorio bolognese e su quello modenese: in particolare per il territorio modenese, a differenza di quello bolognese, si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che puntino all'aumento di pernottamenti nei weekend e nei mesi invernali e che favoriscano un'ampia diffusione dei pernottamenti sul territorio provinciale nei periodi di maggiore affluenza.

Il PPCT inoltre individua i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena (Cultura, Food&Wine, Outdoor Active&Slow, Special Interest - Motori), demandando l'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta all'attività coordinata delle due DMO territoriali, mediante il coinvolgimento di gruppi di lavoro quale opportunità per la partecipazione operativa dei privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

Il programma inoltre individua le linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali ed i mercati obiettivo, in tal modo definendo la matrice “mercati target, ambiti territoriali, linee di prodotto” rispetto alla quale vengono declinate le azioni di promo-commercializzazione.

Delle azioni di cui la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono enti attuatori attraverso le rispettive DMO territoriali, alcune hanno una vocazione di area turistica vasta Bologna-Modena, altre, invece, valorizzano le specificità che caratterizzano gli ambiti bolognese e modenese. Le azioni potranno essere rimodulate a fronte di fattori che incidano sull'industria turistica, per garantire la massimizzazione dell'efficacia e dell'efficienza delle medesime.

Il Programma individua quindi le azioni di promo-commercializzazione, da sviluppare con le risorse individuate in percentuali di budget previsionale a carico, rispettivamente, della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena e che potranno essere rimodulate una volta definite le risorse disponibili al loro sviluppo; ogni azione indica l'obiettivo perseguito.

1.4. - Il Progetto per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2025

1.4.1 Quadro di riferimento: Analisi del contesto - Dinamiche del comparto turistico - Tendenze - Temi trasversali - Gruppi di lavoro

Il Territorio Turistico Bologna-Modena durante il 2023 ha registrato un incremento degli arrivi del 16% rispetto al 2022 e del 4% rispetto al 2019. È possibile affermare che il 2023 segna la ripresa definitiva del turismo post-pandemico.

La medesima dinamica si riflette nei pernottamenti: le presenze del 2023 superano quelle del 2022 del 12% e mostrano un aumento del 9% rispetto al 2019, confermando il 2023 come un anno di recupero positivo post- pandemia.

Il I semestre 2024 del Territorio Turistico BO- MO segna un incremento del 4% rispetto al 2023.

La crescita è data dal medesimo incremento sia per la Città metropolitana di Bologna che per la Provincia di Modena.

Nei pernottamenti il I semestre 2024 delinea un incremento positivo rispetto all'anno precedente, ma diversificato per Città metropolitana di Bologna (+7%) e Provincia di Modena (+5%).

Il I semestre 2024 registra risultati positivi sia per l'Area metropolitana (+5% sul 2023) che per il Comune di Bologna (+4% sul 2023), quindi la crescita della Città metropolitana di Bologna risulta omogenea su tutto il territorio; anche per i pernottamenti, il I semestre 2024 registra risultati positivi sia per l'Area metropolitana (+5% sul 2023) che per il Comune (+8% sul 2023).

Con riferimento alla Provincia di Modena Il I semestre 2024 registra un trend di arrivi positivo con una crescita omogenea tra capoluogo e territorio provinciale. Si nota una buona performance nel mese di maggio. Gli arrivi nel capoluogo rappresentano il 41% degli arrivi totali nella provincia di Modena.

Il I semestre 2024 registra risultati positivi con una crescita delle presenze rispetto al 2023 del 5,5% per la Provincia di Modena complessivamente. Il capoluogo cresce del 4,5% e il territorio provinciale esclusa Modena del 6%. Le curve sono sovrapponibili con una significativa performance del mese di maggio. Si nota che la distribuzione dei flussi dei pernottamenti tra Capoluogo e resto del territorio provinciale consiste in un 37% su Modena, 63% provincia.

Alla luce dei dati, pur nella sua unitarietà, il Territorio Turistico Bologna-Modena presenta aree caratterizzate da diversi livelli di sviluppo turistico.

Si rende necessario un approccio differenziato delle strategie di promozione per ambiti territoriali, prevedendo un focus sull'organizzazione della destinazione e qualità dell'accoglienza nel Capoluogo bolognese e azioni di promo-commercializzazione mirate in area metropolitana.

Nel territorio modenese si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che possano "spingere" su un aumento di pernottamenti nei weekend e nei mesi invernali e che favoriscano un'ampia diffusione dei pernottamenti sul territorio provinciale nei periodi di maggiore affluenza.

La crescita nel territorio modenese pur condividendo mercati e target analoghi a quelli di Bologna, evidenzia dinamiche differenti. Il Comune di Modena registra circa il 40% degli arrivi totali nella provincia e il restante flusso turistico in pianura e pedecollina è distribuito in modo relativamente omogeneo, essendo frutto anche di un dialogo sistemico tra Modena e territorio.

In questa fase dello sviluppo occorre continuare a lavorare per costruire una immagine turistica forte di Modena in senso di brand che rappresenti tutto il territorio, con un approccio strategico che punti a comunicare e promuovere l'intero territorio modenese come una destinazione unica, capace di offrire esperienze diversificate, da un lato valorizzando i soggiorni nei weekend, in particolare per il mercato italiano, quando l'occupazione è inferiore rispetto ai giorni infrasettimanali sostenuti anche dal turismo d'affari e a stimolare una distribuzione degli eventi, quando compatibile, anche nei mesi invernali per rinforzare la destagionalizzazione.

Il contesto dell'Appennino modenese, presenta dinamiche e stagionalità specifiche che richiedono strategie ulteriormente specializzate. Qui, le attività di promo-commercializzazione dovranno concentrarsi sulla promozione del turismo attivo e sostenibile, puntando a far diventare l'Appennino una destinazione turistica per tutte le stagioni. L'obiettivo sarà quello di superare le limitazioni imposte dalla stagionalità, trasformando l'area in una meta appetibile per un turismo che duri tutto l'anno, sfruttando non solo l'offerta naturale e paesaggistica, ma anche eventi culturali e sportivi che possano attrarre un pubblico diversificato.

I principali temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena, individuati a integrazione delle linee di prodotto proprie dei singoli ambiti territoriali, sono:

- **Cultura** - Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto, in particolare, del Patrimonio Culturale Materiale (i Portici di Bologna, il complesso monumentale costituito dalla Cattedrale, dalla Torre Civica e dalla Piazza Grande di Modena) e Immateriale (le Media arts per Modena e la musica per Bologna) dell'UNESCO, così come dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (Lucio Dalla e Luciano Pavarotti), artistico (Giorgio Morandi e Guercino) e scientifico (Guglielmo Marconi) internazionale; «ambasciatori» che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione; nel 2025 ricorre il 700° anniversario della Battaglia di Zappolino, tema da cui potranno scaturire eventuali opportunità di collaborazione.
- **Food&Wine** - Visite alle aziende, alle aree di produzioni tipiche, ai musei del gusto con degustazioni, ma anche scuole di cucina, show-cooking e incontri professionali, che valorizzino la destinazione attraverso la cultura enogastronomica profondamente radicata nel territorio con le sue tradizioni e saperi; su questo tema trasversale insiste il progetto Weekend del gusto, che promuove l'offerta enogastronomica di qualità, caratterizzante la provincia di Modena e il territorio metropolitano di Bologna, con i prodotti tipici più conosciuti a livello internazionale e i relativi luoghi di produzione in uno scenario storico-artistico d'eccezione, con i castelli e le ville storiche.
- **Outdoor Active&Slow** - Bike experience su tracciati percorribili in bicicletta e su infrastrutture ciclistiche che vedono un superamento dei confini amministrativi sia di portata regionale (Ciclovía del Reno) che interregionale (Ciclovía del Sole);

Trekking su cammini di grande successo (Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Vandelli) e su percorsi turisticamente meno battuti. Si rileva che il 2025 è l'anno del Giubileo, evento che porterà ulteriore visibilità e attenzione a questo tema.

Opportunità offerte dai comprensori del Cimone e del Corno alle Scale e, più in generale, dall'area appenninica, affinché il territorio diventi una destinazione in grado di attrarre turisti 365 giorni l'anno;

- Special Interest - Visite ai luoghi dei motori e a quelli in cui personaggi noti e amati, non solo a livello nazionale, sono nati e vissuti, come Enzo Ferrari, o a cui sono stati particolarmente legati, come Ayrton Senna, posizionando la destinazione in modo distintivo rispetto al target di riferimento; valorizzazione degli autodromi (Imola e Marzaglia) in chiave turistica; soggiorni tecnici, incentive e team building, al fine di stimolare la commistione tra attività di stampo leisure e business nell'ambito dell'offerta rivolta al segmento MICE; manifestazioni ed eventi dedicati.

L'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta è demandata all'attività coordinata delle DMO territoriali, che operano quotidianamente in modo sinergico.

I gruppi di lavoro costituiscono l'opportunità di un coinvolgimento operativo dei partecipanti privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

1.4.2. Linee di prodotto identificate e Azioni di promo-commercializzazione

Di seguito vengono elencate le linee di prodotto identificate (paragrafo 1.5 del Programma di Promo-commercializzazione) in relazione alle quali il presente progetto si pone l'obiettivo primario di continuare sul percorso di messa a sistema, attraverso un processo di coinvolgimento della filiera di costruzione dell'offerta e del territorio, da declinarsi dalla pianura all'Appennino con offerte diversificate per target e mercati, ponendo particolare attenzione su quelle che distinguono il territorio:

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

I mercati di riferimento sono individuati nei seguenti: mercato nazionale, mercati internazionali di corto raggio - Germania, Regno Unito, Spagna, Francia, Paesi Scandinavi, Polonia, Paesi Bassi e Svizzera - e mercati internazionali di medio-lungo raggio - USA, Giappone, Corea, Brasile, Emirati Arabi (punto 1.6 del Programma).

Le azioni sono suddivise in 4 macroaree caratterizzate da obiettivi omogenei:

- azioni relative alla comunicazione, volte a veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C, a creare elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena, ad aumentare la visibilità e l'attrattiva del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale;
- azioni relative a ecosistema digitale e promozione, volte a far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori, a costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile, a favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale;
- azioni relative alla promo-commercializzazione in senso stretto, volte a mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti, a creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale, a incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a

mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione, a far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi (fam-trip), a raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni.

Le attività previste di diretta competenza della Provincia di Modena, al fine della messa a sistema delle linee di prodotto identificate in relazione ai mercati di riferimento, di cui sopra, sono elencate di seguito:

COMUNICAZIONE (paragrafo 2.6 e ss del Programma)

- Identità visiva e supporti di comunicazione: Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C. Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna- Modena
- Press, creator e influenzatori: 2. Press, Creator e influenzatori: Aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale

ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE (paragrafo 2.7 e ss del Programma)

- Siti web, canali social, newsletter: Far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori
- E-commerce: Costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile
- Campagne promozionali: Favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale

PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE (paragrafo 2.8 e ss del Programma)

- Sviluppo prodotti: Mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti
- Eventi di settore: Creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale
- Fam trip: Far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi
- Supporto eventi del territorio: incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione
- Direct Marketing sport e outdoor: raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni

1.4.3 Budget

Il budget del progetto tiene conto dei costi indicati nel Programma di promo-commercializzazione, strutturato per attività e mercati, 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 (con esclusione delle attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, in relazione alle quali è prevista la voce Spese Generali).

Ferma restando la priorità nell'allocazione delle risorse, le azioni potranno essere rimodulate alla luce delle effettive risorse disponibili al loro sviluppo.

Gli importi delle singole attività previste dal presente progetto per l'attuazione del PPCT 2025, comprensivi di IVA, sono di seguito elencati:

ATTIVITÀ	Totale	Nazionale	Internazionale
COMUNICAZIONE	€ 80.000,00	€ 35.000,00	€ 45.000,00
- identità visiva e supporti di comunicazione	€ 30.000,00		
- press, creator e influencer	€ 50.000,00		
ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE	€ 130.000,00	€ 95.000,00	€ 35.000,00
- siti web, canali social, newsletter	€ 20.000,00		
- e-commerce	€ 15.000,00		
- campagna promozionali	€ 95.000,00		
PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	€ 205.000,00	€ 59.500,00	€ 145.500,00
- sviluppo prodotti	€ 15.000,00		
- eventi di settore	€ 115.000,00		
- fam trip	€ 45.000,00		
- supporto eventi del territorio	€ 15.000,00		
direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00		
<u>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO</u>	<u>€ 415.000,00</u>	<u>€ 189.500,00</u>	<u>€ 225.500,00</u>
Spese generali	€ 25.000,00	€ 25.000,00	€ 0,00
TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024	€ 440.000,00	€ 214.500,00	€ 225.500,00

ATTIVITÀ	Totale	Modenese	Area vasta Territorio Turistico
COMUNICAZIONE	€ 80.000,00	€ 66.000,00	€ 14.000,00
- identità visiva e supporti di comunicazione	€ 30.000,00		
- press, creator e influencer	€ 50.000,00		
ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE	€ 130.000,00	€ 110.000,00	€ 20.000,00
- siti web, canali social, newsletter	€ 20.000,00		
- e-commerce	€ 15.000,00		
- campagna promozionali	€ 95.000,00		
PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE	€ 205.000,00	€ 130.000,00	€ 75.000,00
- sviluppo prodotti	€ 15.000,00		
- eventi di settore	€ 115.000,00		
- fam trip	€ 45.000,00		
- supporto eventi del territorio	€ 15.000,00		
direct marketing sport e outdoor	€ 15.000,00		

TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MAR- KETING TURISTICO	€ 415.000,00	€ 189.500,00	€ 225.500,00
Spese generali	€ 25.000,00	€ 22.000,00	€ 3.000,00
TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024	€ 440.000,00	€ 214.500,00	€ 225.500,00

1.5 - Obiettivi del servizio

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.

La Provincia di Modena intende affidare ad un partner specializzato le attività di promocommercializzazione previste dal presente progetto per l'attuazione del Programma di promocommercializzazione descritte al punto 1.4.

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

Le attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, non rientrano nel servizio oggetto dell'appalto.

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 progetto per l'attuazione del 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 sono pari a zero, considerato che il servizio posto a gara ha ad oggetto prevalentemente prestazioni di natura intellettuale, come da relazione di determinazione dell'importo a base d'asta.

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 Codice, purché in possesso dei requisiti prescritti dal disciplinare di gara.

3.2 Requisiti di ordine speciale

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

3.2.1. Requisiti di idoneità professionale

- Iscrizione nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane per attività pertinenti con quelle oggetto della presente procedura di gara;
- detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio.

3.2.2. Requisiti di capacità economica e finanziaria

- avere realizzato un fatturato globale nel settore di attività oggetto dell'appalto, riferito agli ultimi tre esercizi relativi agli anni 2021-2022-2023, non inferiore a € 800.000,00 IVA esclusa;
- avere copertura assicurativa in corso di validità contro i rischi professionali di importo pari ad almeno € 3.000.000,00 o eventuale impegno ad adeguare il valore della polizza nel caso in cui il valore attuale fosse inferiore al valore dell'appalto;

3.2.2. Requisiti di capacità tecnica e professionale

a) L'operatore deve mettere a disposizione del servizio oggetto dell'appalto una dotazione di personale composta come segue:

a.1) almeno 1 dipendente/collaboratore deve possedere i seguenti requisiti:

- avere l'abilitazione all'esercizio dell'attività di direttore tecnico di agenzia di viaggio e di turismo, in base della normativa vigente (Decreto Ministeriale 1432/2021 e relativi atti attuativi);
- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera;

a.2) almeno 1 ulteriore dipendente/collaboratore deve possedere il seguente requisito:

- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera.

3.3 Obblighi contrattuali - Offerta tecnica

L'aggiudicatario dovrà:

- eseguire il progetto per l'attuazione del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica 2025 di cui al punto 1.4, allegato al presente quale parte integrante, con riferimento alle attività indicate al medesimo punto 1.4 ed agli obiettivi descritti al precedente punto 1.5 del presente documento;
- prendere in carico e sviluppare a propria cura e spesa la landing page del Territorio Turistico;
- sviluppare un ulteriore prodotto trasversale del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- svolgere l'analisi dei dati ed effettuare il monitoraggio a supporto della gestione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2025;
- fornire supporto agli uffici della Provincia nella predisposizione del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2026 da parte degli stessi, 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, svolgendo l'analisi del contesto e predisponendo il quadro di riferimento sulla base delle indicazioni dell'ente su linee di prodotto identificate e mercati target, ai fini dell'individuazione, da parte dell'ente, delle azioni di promo-commercializzazione;
- relazionare all'Ente sullo svolgimento delle attività nei termini di cui al successivo punto 3.5 e comunque dietro richiesta dell'Ente medesimo, partecipando agli incontri, interni e/o con i rappresentanti dei territori, che l'Ente intenda organizzare ed in cui richieda la presenza dell'aggiudicatario.

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 2025 e con la pianificazione che si andrà a sviluppare per gli anni successivi.

In particolare si richiama la previsione di cui alla DGR n. 1372/2021 in forza della quale, poiché il Programma si rivolge sia al mercato italiano che al mercato estero, la spesa dovrà essere suddivisa per le rispettive quote e la quota per il mercato italiano dovrà essere maggiore rispetto a quella per il mercato estero.

L'offerta tecnica deve contenere, a pena di esclusione, i seguenti documenti:

a) Relazione tecnica delle attività di promo-commercializzazione previste dal Programma di cui al punto 1.4. del progetto, comprensiva di crono-programma riferito all'anno 2025, con le caratteristiche stabilite nel disciplinare di gara.

In particolare, la relazione contiene una proposta tecnico-organizzativa che individui nei dettagli le azioni di promo-commercializzazione nell'area territoriale di riferimento, in coerenza con gli obiettivi e le azioni previste dal PPCT 2025 ed illustri con riferimento alle azioni previste dal progetto le modalità di attuazione, evidenziando i seguenti elementi con riferimento ai criteri e sub-criteri di valutazione indicati nella tabella di cui al Disciplinare di gara:

CURRICULUM AZIENDALE

- elementi di-esperienza pregressa di almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna;
- sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come area territoriale corrispondente al territorio della 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 (inteso come sopra), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto;

- collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento;
- realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna;

MARKETING e MANAGEMENT

- punti di forza delle strategie e delle azioni e l'innovatività della proposta progettuale, nonché il coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze);

SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA

- elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi trasversali del Territorio Bologna Modena afferenti in particolare a Cultura, Food&wine e Outdoor Active&Slow, Motori;

SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (flussi di incoming dai mercati internazionali)

- azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promo-commercializzazione previste dal Programma;

SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO

- previsione di sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive, nonché illustrare le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici;

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

- caratteristiche della struttura operativa adibita all'attuazione del servizio in appalto, in termini di organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale.

3.4 - Offerta economica

Sulla base delle risultanze della relazione di determinazione dell'importo a base d'asta, allegata quale parte integrante del presente atto, il quadro economico del progetto è composto come segue:

- importo totale (prezzo fisso) per l'intera durata dell'affidamento = € 340.163,94, oltre IVA al 22%
- oneri della sicurezza = € 0,00;
- IVA nella misura del 22% = € 74.836,06
- **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 2025.

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 2024 con DGR n. 326 del 26/02/2024.

3.5 – Durata del servizio, rendicontazione delle attività, modalità di pagamento.

Il sistema dei servizi oggetto dell'appalto deve essere eseguito entro il 31/12/2025, in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste dal Programma 2025 di cui al punto 1.4.

Lo svolgimento della prestazione dei servizi si inserisce pertanto nell'annualità 2025.

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 seguenti disposizioni stabilite 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):

-relazione complessiva conclusiva delle attività realizzate in esecuzione del servizio e conto economico consuntivo, **entro e non oltre il 31 gennaio 2026**, considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 326 del 26/02/2024;

- relazioni parziali intermedie al 31 luglio 2025 ed al 31 ottobre 2025.

Il compenso sarà liquidato nelle seguenti tranches **a seguito di rendicontazione parziale delle attività**:

- 30% al 31 agosto 2025 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 30% al 30 novembre 2025 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 40% al 28 febbraio 2026 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

Si ribadisce il richiamo alla previsione di cui alla DGR n. 1372/2021 in forza della quale, poiché il Programma si rivolge sia al mercato italiano che al mercato estero, la spesa a rendicontazione dovrà essere suddivisa per le rispettive quote e la quota per il mercato italiano dovrà essere maggiore rispetto a quella per il mercato estero.

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 all'art. 108, comma 5, del D. Lgs. n. 36/2023, a prezzo fisso e sulla base dei criteri discrezionali indicati di seguito.

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-

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

- 100 punti per l'offerta tecnica

Il punteggio dell'offerta tecnica è attribuito sulla base dei criteri di valutazione elencati nella sottostante tabella con la relativa ripartizione dei punteggi.

Nella colonna identificata con la lettera D vengono indicati i "Punteggi discrezionali", vale a dire i punteggi il cui coefficiente è attribuito in ragione dell'esercizio della discrezionalità spettante alla commissione giudicatrice.

Tabella dei criteri discrezionali (D)-di valutazione dell'offerta tecnica

N°	CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX		SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI D MAX
1	CURRICULUM AZIENDALE	25	1.1	La commissione valuterà l'esperienza pregressa da almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna	5
			1.2	La commissione valuterà la previsione di una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (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 (Provincia di Modena), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto	5
			1.3	La commissione valuterà le collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento	10
			1.4	Verrà valutata la realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna	5
2	MARKETING e MANAGEMENT	20	2.1	La commissione valuterà i punti di forza delle strategie e delle azioni ed innovatività della proposta progettuale	10
			2.2	La commissione valuterà la capacità di coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze)	10

3	SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA	20	3	La commissione valuterà gli elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi CULTURA, FOOD&WINE, OUTDOOR ACTIVE & SLOW, MOTORI	20
4	SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	20	4	La commissione valuterà le azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promocommercializzazione previste dal Programma	20
5	SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO	10	5.1	La commissione valuterà lo sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive	5
			5.2	La commissione valuterà le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici	5
6	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	5	6	La commissione valuterà organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale	5
Totale		100			

5. - MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il soggetto attuatore dovrà attenersi alle previsioni del progetto di attuazione del PPCT 2025 ed alle Direttive che saranno impartite dalla Dirigente e responsabile del progetto, nonché dal funzionario dalla stessa incaricato.

Tutte le attività previste sul sito web visitmodena.it o altro messo a disposizione da parte dell'Ente e i social, pure messi a disposizione da parte dell'Ente, saranno concordate preventivamente e autorizzate dall'Ente proprietario.

6. - RECESSO

Il recesso dall'incarico, da parte dell'affidatario, nell'esecuzione delle attività richieste e descritte agli dal presente Disciplinare, salvo gravi e giustificati motivi, comporta la perdita del diritto a qualsiasi compenso, salvo l'eventuale rivalsa per la stazione appaltante per i danni provocati.

La stazione appaltante si riserva il diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento della sua durata, senza alcun obbligo risarcitorio e senza preavviso alcuno ex art. 2237 del Codice Civile.

Ai sensi dell'art. 123, comma 1, del D. Lgs n. 36/2023, la Stazione appaltante dovrà corrispondere all'affidatario il valore dei servizi eseguiti, oltre al decimo dell'importo dei servizi non eseguiti, calcolati secondo quanto previsto dall'art.11 dell'Allegato II.14 del citato D.lgs. n. 36/2023.

La disciplina puntuale delle conseguenze del recesso è stabilita nello schema di contratto.

7. ALLEGATI:

- All. A - PPCT 2025 approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024 e con Atto del Presidente Atto numero 117 del 10/10/2024, successivamente approvato con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024;

- All. B - relazione di determinazione dell'importo a base d'asta.