



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 2024 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.**

**CPV 75112100-5 - CUP G99I24000050002**

# **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 2024 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 2024 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 2024, 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 2024 e devono essere erogati entro lo stesso anno, quindi entro il 31/12/2024.

## **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 10/10/2023 (verbali prot. gen. n. 36309/2023 e n. 36310/2023), dopo essere stato presentato alla Consulta provinciale del Turismo di Modena il 18/09/2023 (verbale prot. gen. n. 33980/2023).

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. 37 del 25/10/2023 e con Atto del Presidente n. 193 del 26/10/2023.

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. 326 adottata nella seduta del 26/02/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2024 e assegnato le risorse economiche necessarie.

Il Programma si sviluppa in accordo con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022-2024 approvate con DGR n. 1618/2021 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 del programma 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 2023, ed individua i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena (Cultura, Outdoor Active&Slow, Food&Wine, Special Interest - Motori), con l'indicazione dei gruppi di lavoro come modalità di armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione, individuando altresì le linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali ed i mercati obiettivo e componendo la matrice "mercati target, ambiti territoriali, linee di prodotto" rispetto alla quale declinare le azioni di promo-commercializzazione.

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.

Tra le azioni figurano in particolare la promozione dell'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, mediante attività per far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori, i press trip, le attività di web advertising e social media marketing, la progettazione e la realizzazione di materiali promo-commerciali e informativi, la creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-

Modena, le azioni promozionali attraverso le eccellenze, la partecipazione a fiere e workshop, attraverso iniziative prevalentemente rivolte agli operatori di settore (B2B), sia leisure che business, ma anche al pubblico finale (B2C), l'organizzazione di Fam trip, l'utilizzo di un sistema di E-commerce compatibile e interoperabile per l'ampliamento della rete di distribuzione, la promozione eventi del territorio, la collaborazione con GDS e Direct marketing sport e outdoor.

#### **1.4. - Il Progetto per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2024**

##### **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 2022 ha registrato un incremento degli arrivi del 96% rispetto al 2021. Tuttavia, il numero di turisti risulta in calo se confrontato al 2019 (-11%).

La medesima dinamica si riflette anche nei pernottamenti: le presenze 2022 superano quelle del 2021 del 68% ma segnano un -4% rispetto al periodo pre-pandemico. L'andamento mensile del 2022 registra un incremento a partire dal mese di aprile con valori sempre prossimi o superiori al 2019 fino alla fine dell'anno.

Quanto alle tendenze del 2023 il I semestre 2023 registra un incremento delle presenze turistiche tale da superare i livelli del 2019 (+15%) in particolare afferente ai mercati di prossimità, a cui si aggiunge il ritorno dei turisti britannici, insieme ai turisti statunitensi che consolidano il turismo di lungo raggio.

Il territorio modenese segue dinamiche proprie con un tessuto di attrazione turistica che vede il capoluogo hub di un contesto provinciale policentrico, nella ricerca di equilibrio tra il turismo d'affari e i flussi legati al turismo leisure.

Nel territorio modenese si rileva quindi 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.

I cammini continuano a riscuotere grande successo, specialmente la Via Vandelli.

E così le ciclovie, gli altri tracciati percorribili in bicicletta e più in generale le bike experience suscitano un interesse crescente grazie alla diffusione delle e-bike con un conseguente allargamento di pubblico.

La promozione delle iniziative locali risulta un'azione efficace e propedeutica a porre le basi per il futuro sviluppo di prodotti turistici. Il consolidamento della rete di operatori e la cooperazione pubblico-privata, infatti, traducono l'evento locale in opportunità di concretizzazione del prodotto turistico e i residenti, che vi partecipano in veste di turisti di prossimità, promuovono le esperienze vissute, ampliandone la risonanza.

Di seguito si elencano i fenomeni di cui tenere conto per la programmazione strategica 2024.

- **Ambasciatori:** promuovere il territorio come la terra in cui sono nati e/o hanno trascorso una parte significativa della loro vita personaggi noti e amati non solo a livello nazionale, come il grande Luciano Pavarotti, consente di posizionare la destinazione in modo distintivo rispetto al target di riferimento.

- **UNESCO:** Il Territorio Turistico Bologna-Modena può vantare emergenze storico-architettoniche ascritte al patrimonio UNESCO (il complesso monumentale costituito dalla Cattedrale, dalla Torre Civica e dalla Piazza Grande di Modena), così come il riconoscimento come Città creativa UNESCO (Modena per le Media arts) e, infine, dell'area MAB UNESCO, che comprende una parte del territorio modenese.

Svariate iniziative, che si sono concretizzate nel 2023, hanno visto il superamento dei confini amministrativi per una maggiore soddisfazione del turista:

- Progetto Reno Lavino Samoggia-Terre di Castelli
- Ciclovia del Sole
- Guercino

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;
- Outdoor Active&Slow - Cicloturismo e trekking; Opportunità offerte dai comprensori del Cimone e del Corno alle Scale;
- Food&Wine -Visite alle aziende, alle aree di produzioni tipiche, ai musei del gusto con degustazioni; Scuole di cucina, show-cooking e incontri professionali.
- Special Interest - Motori Visite ai luoghi dei motori; Valorizzazione degli autodromi (Imola e Marzaglia) in chiave turistica; Soggiorni tecnici, incentive e team building; 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 e mercati internazionali di medio-lungo raggio (punto 1.6 del Programma).

Le attività previste di diretta competenza della Provincia di Modena (paragrafo 2.3 del Programma), al fine della messa a sistema delle linee di prodotto identificate in relazione ai mercati di riferimento, di cui sopra, sono elencate di seguito:

- **(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) messi a disposizione da parte dell'Ente;

- (**press trip**) raggiungere il target di riferimento attraverso spazi di carattere redazionale e pubblicitario, favorendo la promozione dell'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena;

- (**press trip**) organizzazione, in autonomia o in sinergia con altri soggetti pubblici o privati, di circa n. 30 press trip rivolti a giornalisti italiani o stranieri legati ai prodotti identificati;

- (**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 commercializzazione del territorio B2C e B2B (visitmodena.it o altro sito messo a disposizione dall'Ente e canali del DMO) 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; attività di sviluppo di contenuti e funzionalità di visitmodena.it o sito messo a disposizione dall'Ente;

- (**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**) realizzazione di materiali comuni quali layout per stand fieristici, brochure di presentazione ed eventuali altri supporti al fine della creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena, proseguendo il lavoro di armonizzazione dell'immagine coordinata di Modena con il brand territoriale;

- (**azioni promozionali attraverso le eccellenze**) attività promo-commerciali mercato americano;

- (**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, in collaborazione con il Consorzio degli Impianti e operatori del territorio;

- (**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 circa n. 5 fam trip per operatori italiani o stranieri con specializzazioni in turismo leisure e/o MICE, 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 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**) 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).

### 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 2024, comprensivi di IVA, sono di seguito elencati:

ATTIVITÀ	Nazionale	Internazionale	totale
Press trip	€ 15.000,00	€ 35.000,00	€ 50.000,00
Piano digitale	€ 55.000,00	€ 10.000,00	€ 65.000,00
Supporti di comunicazione	€ 25.000,00	€ 15.000,00	€ 40.000,00
Branding	€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 30.000,00
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 40.000,00
Fiere e Workshop	€ 15.000,00	€ 70.000,00	€ 85.000,00
Fam trip	€ 10.000,00	€ 25.000,00	€ 35.000,00
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 7.500,00	€ 7.500,00	€ 15.000,00
Promozione eventi del territorio	€ 30.000,00	€ 10.000,00	€ 40.000,00
Direct marketing sport e outdoor	€ 12.000,00	€ 3.000,00	€ 15.000,00
<b><u>Totale azioni Servizi di Promozione e Marketing Turistico</u></b>	<b><u>€ 204.500,00</u></b>	<b><u>€ 210.500,00</u></b>	<b><u>€ 415.000,00</u></b>
Spese generali	€ 25.000,00	€ 0,00	€ 25.000,00
TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024	€ 229.500,00	€ 210.500,00	€ 440.000,00

ATTIVITÀ	Modenese	Area vasta	totale
Press trip	€ 45.000,00	€ 5.000,00	€ 50.000,00
Piano digitale	€ 60.000,00	€ 5.000,00	€ 65.000,00
Supporti di comunicazione	€ 30.000,00	€ 10.000,00	€ 40.000,00
Branding	€ 15.000,00	€ 15.000,00	€ 30.000,00
Azioni promozionali attraverso le eccellenze	€ 25.000,00	€ 15.000,00	€ 40.000,00
Fiere e Workshop	€ 42.500,00	€ 42.500,00	€ 85.000,00
Fam trip	€ 25.000,00	€ 10.000,00	€ 35.000,00
E-commerce e fruibilità del prodotto	€ 13.000,00	€ 2.000,00	€ 15.000,00
Promozione eventi del territorio	€ 30.000,00	€ 10.000,00	€ 40.000,00
Direct marketing sport e outdoor	€ 10.000,00	€ 5.000,00	€ 15.000,00
<b><u>Totale azioni Servizi di Promozione e Marketing Turistico</u></b>	<b><u>€ 295.500,00</u></b>	<b><u>€ 119.500,00</u></b>	<b><u>€ 415.000,00</u></b>
Spese generali	€ 22.000,00	€ 3.000,00	€ 25.000,00
TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024	€ 317.500,00	€ 122.500,00	€ 440.000,00

## **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 2020-2021-2022, 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 2024 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;
- svolgere l'analisi dei dati ed effettuare il monitoraggio a supporto della gestione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2024;

· fornire supporto agli uffici della Provincia nella predisposizione del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2025 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 della DMO.

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 2024 e con la pianificazione che si andrà a sviluppare per gli anni successivi.

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 2024, 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 2024 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:

#### ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Il Concorrente deve illustrare le caratteristiche della struttura operativa adibita all'attuazione del servizio in appalto, in termini di:

- organizzazione;
- professionalità impiegate e organico del personale;
- dotazione di canali web e social con descrizione delle relative performance;

#### CURRICULUM AZIENDALE

- Il Concorrente deve illustrare gli 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 MANEGEMENT

- Il Concorrente deve illustrare gli elementi di qualità complessiva delle strategie e delle azioni, d'innovatività della proposta progettuale, nonché di coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze);

## GESTIONE SOCIAL NETWORK

- Il Concorrente deve illustrare la strategia di comunicazione turistica attraverso il portale web e i social networks messi a disposizione dall'Ente aggiornati quotidianamente in applicazione del piano di comunicazione e di immagine coordinata del Territorio turistico Bologna-Modena gestione di profili social network, a sostegno delle attività di promozione e marketing turistico oggetto del servizio ed in collaborazione con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento;

### SUPPORTO ESTERNO

- Il Concorrente deve illustrare gli elementi di supporto alla strutturazione ed al coordinamento del sistema delle Redazioni Locali SITUR (Sistema informazione turistica regionale, Emilia-Romagna) operanti in provincia di Modena e al coordinamento del sistema delle strutture di informazione ed accoglienza turistica (IAT) operanti in Provincia di Modena;

### SVILUPPO APPENNINO E/O PIANURA

- Il Concorrente deve illustrare gli elementi strategico operativo di sviluppo turistico dell'appennino e/o della pianura modenese in rapporto di sinergia e coordinamento con gli enti locali e con le analoghe misure di sviluppo attivate nel versante Bolognese.

## 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 2024.

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 31/12/2024, in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste dal Programma 2024 di cui al punto 1.4.

Lo svolgimento della prestazione dei servizi si inserisce pertanto nell'annualità 2024.

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 2025**, 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 2024 ed al 31 ottobre 2024.

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

- 30% al 31 agosto 2024 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 30% al 30 novembre 2024 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 40% al 28 febbraio 2025 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

#### **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	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE	10	1.1	organizzazione	3
			1.2	professionalità impiegate e organico del personale	4
			1.3	dotazione di canali web e social con descrizione delle relative performance	3
2	CURRICULUM AZIENDALE	45	2.1	esperienza pregressa da almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna;	10
			2.2	sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), come risultante da visura	5

				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;	
			2.3	collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento	15
			2.4	realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite finanziamenti della Regione Emilia Romagna	15
3	MARKETING e MANGEMENTE	15	3.1	Qualità complessiva delle strategie e delle azioni	5
			3.2	Innovatività della proposta progettuale	5
			3.3	Capacità di coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze)	5
4	GESTIONE SOCIAL NETWORK	5	4	strategia di comunicazione turistica attraverso il portale web e i social networks messi a disposizione da parte dell'Ente	5
5	SUPPORTO ESTERNO	10	5.1	supporto alla strutturazione ed al coordinamento del sistema delle Redazioni Locali SITUR (Sistema informazione turistica regionale, Emilia Romagna) operanti in provincia di Modena	5
			5.2	progetto di supporto al coordinamento del sistema delle strutture di informazione ed accoglienza turistica	5
6	SVILUPPO APPENNINO e/o PIANURA	15	6.1	piano strategico operativo di sviluppo turistico dell'Appennino e/o della pianura modenese	10
			6.2	sinergia e coordinamento con le analoghe misure di sviluppo attivate nel versante Bolognese ed in coerenza con il Programma 2024	5
Totale		100			

## 5. - MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il soggetto attuatore dovrà attenersi alle previsioni del progetto di attuazione del PPCT 2024 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](http://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 2024 approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 37 del 25/10/2023 e con Atto del Presidente n. 193 del 26/10/2023, successivamente approvato con delibera della Giunta Regionale n. 326 del 26/02/2024;
- All. B - relazione di determinazione dell'importo a base d'asta.