



COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE MARKETING TERRITORIALE, PROMOZIONE DELLA CITTA',  
ATTIVITA' CULTURALI

**DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2019-197.0.0.-19**

L'anno 2019 il giorno 19 del mese di Febbraio il sottoscritto Torre Cesare in qualità di dirigente di Direzione Marketing Territoriale, Promozione Della Città, Attività Culturali, ha adottato la Determinazione Dirigenziale di seguito riportata.

OGGETTO: INDIZIONE DI UNA RICERCA DI OFFERTA (RDO) APERTA SUL MEPA DI CONSIP AI FINI DELL’AFFIDAMENTO AI SENSI DELL’ART. 36 COMMA 2 LETT B) DEL D.LGS. N. 50/2016 SUL MEPA DI CONSIP PER IL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA E DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITAL PER PROMUOVERE IL BRAND E LA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA IN ITALIA E ALL’ESTERO - IMPORTO DI SPESA EURO 221.000,00 - OLTRE IVA AL 22% – CIG 77958456CE – N. GARA 7339828.

Adottata il 19/02/2019  
Esecutiva dal 25/02/2019

19/02/2019	TORRE CESARE
------------	--------------

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE MARKETING TERRITORIALE,  
PROMOZIONE DELLA CITTA',  
ATTIVITA' CULTURALI

**DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2019-197.0.0.-19**

OGGETTO: INDIZIONE DI UNA RICERCA DI OFFERTA (RDO) APERTA SUL MEPA DI CONSIP AI FINI DELL’AFFIDAMENTO AI SENSI DELL’ART. 36 COMMA 2 LETT B) DEL D.LGS. N. 50/2016 SUL MEPA DI CONSIP PER IL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA E DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITAL PER PROMUOVERE IL BRAND E LA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA IN ITALIA E ALL’ESTERO - IMPORTO DI SPESA EURO 221.000,00 - OLTRE IVA AL 22% – CIG 77958456CE – N. GARA 7339828.

IL DIRIGENTE RESPONSABILE

**Visti:**

- il T.U. sull’ordinamento degli EE.LL. approvato con D.Lgs. n. 267 del 18.08.2000;
- gli artt. 77 e 80 del vigente Statuto del Comune di Genova;
- la legge 7 agosto 1990 n. 241;
- il D.Lgs. n. 30.03.2001 n. 165 relativo alle norme generali sull’ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche ed in particolare l’art. 4;
- il Decreto Legislativo n. 118 del 2011;
- la L. 98/2013;
- il D.Lgs n. 50/2016 e s.m.i.;
- la Deliberazione di Giunta Comunale n. 404 del 12/11/2009 regolante l’utilizzo del mercato elettronico di cui al D.P.R. N. 101/2002 per gli acquisti di beni e servizi di importo inferiore alla soglia comunitaria;
- il Regolamento a disciplina dell’attività contrattuale del Comune di Genova;
- la nota prot. n. 316239/2013 della Direzione Ragioneria in merito alle misure organizzative generali di Ente e finalizzate alla riduzione dei tempi di pagamento;
- la Delibera di Consiglio Comunale n. 7 del 29 gennaio 2019 con la quale sono stati approvati i documenti previsionali e programmatici per il triennio 2019/2021;
- la Deliberazione di Giunta Comunale n. 30 I.E. del 14.2.2019 con la quale è stato approvato il Piano Esecutivo di Gestione 2019//2021;
- le Linee Guida Anac n. 4 di attuazione del Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 aggiornate al Decreto Legislativo 19 aprile 2017, n. 56 con Delibera del Consiglio n. 206 del 1 marzo 2018;

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

Accertato che i pagamenti conseguenti al presente provvedimento sono compatibili con i relativi stanziamenti di cassa del bilancio e con le regole della finanza pubblica;

**Rilevato che** la Civica Amministrazione intende proseguire l'attività di comunicazione finalizzata al posizionamento della città e alla promozione della destinazione turistica, lavorando sia sul mercato nazionale sia sul mercato estero e sulla "brand visibility" ed è fortemente impegnata nell'impostazione di una strategia di marketing territoriale incentrata sulla realizzazione di eventi strategici per la città al fine di promuoverne il territorio e il suo asset – management;

**Ritenuto quindi** di procedere alla realizzazione di un servizio di progettazione strategica e di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova in Italia e all'estero per un importo di Euro 221.000,00, oltre IVA;

**Rilevato che** non risulta attiva alcuna convenzione stipulata dalla Consip Spa per la tipologia richiesta cui aderire, mentre esiste sul MePA di Consip l'Iniziativa "Servizi" - Categoria "Servizi di informazione, comunicazione, marketing" – Sottocategoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato", corrispondente alle necessità predette, quindi, da utilizzare per la scelta dell'affidatario;

**Ritenuto pertanto**, previo espletamento di una procedura negoziata attraverso una RDO aperta da pubblicarsi sul portale MePA di Consip s.p.a. alla quale qualsiasi operatore economico abilitato sul MePA possa partecipare, di procedere all'affidamento, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera b, del servizio in oggetto;

**Preso atto che:**

- trattandosi di un'unica categoria merceologica e della necessità di fruire di economie di scala non si è ritenuto opportuno il frazionamento in più lotti;
- si procederà all'aggiudicazione anche nel caso di una sola offerta valida;
- trattandosi di servizio, in assenza di interferenze, non si ravvisa la necessità di redigere il DUVRI e la relativa quantificazione degli oneri per la sicurezza;

**Valutato:**

- di stabilire che la RdO aperta e l'esecuzione del servizio siano disciplinate dal documento "*Condizioni particolari relative al servizio di progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova in Italia e all'estero nell'anno 2019*" e il "*Capitolato tecnico – Brief per la realizzazione per la progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova nell'anno 2019*";
- che i suddetti documenti costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- di definire l'importo al netto dell'IVA posto a base di gara in Euro 221.000,00;
- di assegnare il servizio ai sensi dell'art. 95 del Codice dei Contratti sulla base dell'offerta economicamente più vantaggiosa;

**Rilevato altresì che:**

- l'art. 1, comma 67 della legge 266/2005 dispone che l'Autorità per la Vigilanza sui Contratti Pubblici di Lavori, Servizi e Forniture (AVCP) in oggi ANAC ai fini della copertura dei costi relativi al proprio funzionamento, determina annualmente l'ammontare delle contribuzio-

ni dovute dai soggetti, pubblici e privati, sottoposti alla propria vigilanza, nonché le relative modalità di riscossione;

- secondo quanto stabilito dall'ANAC che con deliberazione del 20 dicembre 2017 n. 1300 deve essere corrisposto all'ANAC medesima il contributo di Euro 225,00;

**Dato atto che**, ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. n. 50/2016, è individuato quale RUP della procedura in oggetto il Direttore della Direzione Marketing Territoriale, Promozione della Città, Attività Culturali Dott. Cesare Torre;

**Dato atto** che il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto dell'informativa sul trattamento dei dati personali (art. 13 Regolamento U.E. n. 679/2016);

## DETERMINA

- 1) di approvare tutto quanto esposto in premessa;
- 2) di dare atto che non risulta attiva alcuna convenzione stipulata dalla Consip Spa per la tipologia richiesta cui aderire, mentre esiste sul MePA di Consip l'Iniziativa "Servizi" - Categoria "Servizi di informazione, comunicazione, marketing" – Sottocategoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato" corrispondente alle necessità predette, quindi, da utilizzare per la scelta dell'affidatario;
- 3) di indire sulla piattaforma MePA di Consip, per le motivazioni di cui in premessa, apposita Procedura Negoziata da espletarsi attraverso una RdO Aperta da aggiudicarsi utilizzando il criterio dell'offerta economica più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 36 comma 2 lettera b) D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., del valore di Euro 221.000,00 oltre Iva 22%, per il servizio di progettazione strategica e di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova in Italia e all'estero – CIG 77958456CE – N. GARA 7339828;
- 4) di prendere atto che, ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. n. 50/2016, è individuato quale RUP della procedura in oggetto il Direttore della Direzione Marketing Territoriale, Promozione della Città, Attività Culturali Dott. Cesare Torre;
- 5) di stabilire che la RdO aperta e l'esecuzione del servizio siano disciplinate dal documento "*Condizioni particolari relative al servizio di progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova in Italia e all'estero nell'anno 2019*" e il "*Capitolato tecnico – Brief per la realizzazione per la progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova nell'anno 2019*", che risultano parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- 6) di assegnare il servizio ai sensi dell'art. 95 del Codice dei Contratti sulla base dell'offerta economicamente più vantaggiosa;
- 7) di procedere all'aggiudicazione anche nel caso di una sola offerta valida;

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

- 8) di prenotare a Bilancio 2019 la somma complessiva di Euro 269.620,00, Iva 22% inclusa al cap. 1377 “Servizi di Promozione della Città” pdc 1.3.2.2.999 cdc 3950 – **(Imp. 2019. 6029)**;
- 9) di demandare a successivo provvedimento l’aggiudicazione della presente gara;
- 10) di dare atto che:
- la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti dell’art. 6 della Legge n. 122/2010 in quanto è da considerarsi a tutti gli effetti relativa ad azioni di marketing per la promozione turistica e della città finalizzate allo sviluppo economico e, pertanto, non soggetta ai vincoli imposti dal Decreto 78, convertito in legge 122/2010, in quanto tipologie di spese non contemplate dalla manovra stessa;
  - che il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto dell’informativa sul trattamento dei dati personali (art. 13 Regolamento U.E. n. 679/2016);
  - è stata verificata l’insussistenza di situazioni di conflitto di interesse ai sensi dell’art. 42 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell’art. 6 bis della legge n. 241/90.

Il Dirigente  
Dott. Cesare Torre



COMUNE DI GENOVA

ALLEGATO ALLA DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2019-197.0.0.-19  
AD OGGETTO

INDIZIONE DI UNA RICERCA DI OFFERTA (RDO) APERTA SUL MEPA DI CONSIP AI FINI DELL’AFFIDAMENTO AI SENSI DELL’ART. 36 COMMA 2 LETT B) DEL D.LGS. N. 50/2016 SUL MEPA DI CONSIP PER IL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA E DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITAL PER PROMUOVERE IL BRAND E LA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA IN ITALIA E ALL’ESTERO - IMPORTO DI SPESA EURO 221.000,00 - OLTRE IVA AL 22% – CIG 77958456CE – N. GARA 7339828.

**Ai sensi dell’articolo 6, comma 2, del Regolamento di Contabilità e per gli effetti di legge, si appone visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria**

Il Responsabile del Servizio Finanziario  
[Dott.ssa Magda Marchese]

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

## **CAPITOLATO TECNICO - BRIEF PER LA REALIZZAZIONE DI UN SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA E DI UN PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITAL PER PROMUOVERE IL BRAND E LA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA NELL'ANNO 2019.**

### **Premessa e scenario**

Nel 2019 il Comune di Genova intende sviluppare una comunicazione strategica e integrata, al fine di promuovere il brand e la destinazione turistica Genova in Italia e all'estero, sulla base del presente brief.

Per quanto riguarda i dati sull'affluenza turistica, come si evidenzia dalla tabella in appendice A, arrivi e presenze registravano un andamento positivo fino al crollo del Ponte Morandi. Dopo tale data, i mesi di settembre e ottobre, hanno registrato una diminuzione mentre il mese di novembre ha registrato un +7,52% negli arrivi e un +10,08% nelle presenze. Va tuttavia fatto presente che a novembre, mentre i flussi nazionali hanno registrato una ripresa rispetto al mese di agosto, i mercati esteri di prossimità come Francia, Germania, Svizzera e Paesi Bassi hanno registrato numeri negativi. Una possibile interpretazione potrebbe essere che hanno sofferto i mercati che maggiormente raggiungono Genova via macchina. Il Regno Unito registra un +18,30% negli arrivi ma un -6,93% nelle presenze. Per l'Italia, i principali flussi turistici provengono dalla Lombardia, il Piemonte, il Veneto, Emilia Romagna, Toscana e Roma.

E' necessario tenere in considerazione anche città collegate da voli diretti come Bari, Catania, Napoli e Palermo e i voli aerei in ambito europeo ed extraeuropeo.

Genova è inoltre collegata con diverse città europee: per la situazione aggiornata, si rimanda alla consultazione della tabella allegata in appendice B fornita dall'Aeroporto di Genova e al sito [www.airport.genova.it](http://www.airport.genova.it)

Gli stranieri hanno scelto la destinazione Genova prevalentemente nella stagione primavera-estiva, in concomitanza con i periodi feriali tradizionali di ogni singolo paese, mentre gli italiani sono distribuiti anche nelle altre stagioni dell'anno.





Le campagne digital hanno dimostrato negli anni la loro efficacia nel raggiungere un target qualificato e nell'ottimizzare il budget investito. Nel 2018 sono state realizzate campagne digital in Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Svizzera, Paesi Bassi. E' stata altresì realizzata una campagna digital di crisis management rivolta agli stessi mercati sopra indicati, a seguito del crollo del Ponte Morandi.

Alle campagne digital, si aggiunge un'attività molto intensa di ufficio stampa (educational tematici con giornalisti italiani ed esteri, accoglienza di giornalisti individuali e troupe televisive) e un'attenta social media strategy sviluppata sui profili owned (piani redazionali, immagini, video, contest etc.) per migliorare la percezione della destinazione e l'engagement. Sono stati realizzati anche nel 2018 quattro influencer trip individuati per segmenti, mercati, target.

Il logo **Genova More Than This** incorpora in sé l'identità e i valori della città. Attraverso il progetto europeo URBACT Interactive Cities è stato sviluppato uno storytelling di Genova attraverso i social media con il coinvolgimento di cittadini e turisti.

## **Obiettivi del piano di comunicazione**

- a) Promuovere Genova come meta turistica, in Italia e nei mercati esteri obiettivo;
- b) Promuovere il Brand Genova: tratti distintivi e reputazione;
- c) Valorizzare l'attrattività turistica della città in relazione alle risorse e all'offerta:
  - arte, storia, cultura, Patrimonio Unesco;
  - mare, paesaggio e attività outdoor;
  - enogastronomia, con particolare riferimento ai segmenti di mercato e target strategici, in particolare il city break;
- d) Aumentare la visibilità della città al fine di rafforzare l'attrattività della destinazione turistica;
- e) Favorire un elevato traffico verso [visitgenoa.it](http://visitgenoa.it), portale della destinazione Genova;



- f) Promuovere la destinazione in relazione ai periodi di punta delle vacanze nei mercati di riferimento;
- g) Promuovere la destinazione al fine di favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici;

Il piano di comunicazione dovrà favorire l'obiettivo generale di aumentare la durata media dei soggiorni a Genova.

### **Mercati obiettivo della comunicazione**

Mercati europei di priorità 1: Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi, Svizzera.

### **Servizio richiesto**

Alle agenzie concorrenti è richiesta la **progettazione strategica e la realizzazione di un piano di comunicazione digitale** in grado di raggiungere gli obiettivi prefissati nei mercati sopra indicati; la pianificazione di campagne digital multicanale in Italia e nei mercati esteri sopra indicati da realizzare nell'anno 2019 fino a febbraio 2020, la specifica identificazione del mix dei canali di contatto ritenuti più efficaci (es. search, display, social media marketing, etc.) in relazione a segmenti e target; l'allocazione del budget per ogni singolo mercato e ogni singola campagna. L'acquisto degli spazi sui canali digital relativi alla pianificazione multicanale proposta sono interamente a carico dell'agenzia aggiudicataria.

La **pianificazione digitale multicanale** dovrà ulteriormente esplicitare l'allocazione del budget per ogni singolo mercato e per i singoli canali e la definizione dei KPI rilevanti di campagna, il segmento e il target raggiunto, il cronoprogramma delle singole campagne. Per il canale Display, si richiede esclusivamente l'utilizzo di piattaforme in modalità Programmatic.

Ai concorrenti è richiesto di articolare la proposta tecnica indicando:

- A) Progettazione strategica del piano di comunicazione digitale, l'allocazione del budget per singoli mercati, il cronoprogramma generale al fine del raggiungimento

degli obiettivi di comunicazione.

La progettazione strategica dovrà sviluppare anche una social media strategy mirata per la gestione editoriale organica dei canali di promozione della destinazione FB visitgenoa e IG genovamorethanthis, coordinata con la progettazione strategica (e la pianificazione multicanale delle campagne) proposta dall'aggiudicatario. La pianificazione editoriale organica conseguente sarà curata del Comune di Genova.

**B) Pianificazione multicanale della campagne digital per ogni mercato obiettivo, come di seguito indicato:**

- cronoprogramma della campagna nel singolo mercato;
- pianificazione multicanale delle azioni previste per ogni singola campagna per ciascun mercato, quote di budget destinato per la pianificazione dei singoli canali di contatto ritenuti più performanti; profilazione dei target e risultati raggiungibili;
- piattaforme utilizzate per la pianificazione e la gestione delle campagne, tools utilizzati per i monitoraggi;
- tools utilizzati per l'analisi e la reportistica dei risultati ottenuti;

Si richiede, inoltre, di indicare il volume di comunicazione complessivo, derivante dalla pianificazione multicanale delle singole campagne nei mercati obiettivo.

Vengono di seguito indicati i KPI di interesse, che le agenzie dovranno indicare per dare la stima della reach di pubblico profilato raggiungibile e delineata e i risultati raggiungibili in termini di Brand Awareness.

Video	Copertura, CPV, CPCV
Display Prospecting	Copertura, Impression, CPM (x1000 impression)
Display Retargeting	Click, CPC, CTR
Campagne sui social	Copertura, visite al sito, interazioni
Campagne Search	Click, CPC, CTR
Brand Awareness	Brand Lift o Brand Queries Increment

**N.B.: Note di svolgimento del servizio**

All'aggiudicatario verrà richiesta la realizzazione di campagne di comunicazione digital multicanale in Italia e nei mercati esteri obiettivo proposte. Durante lo svolgimento delle

campagne, dovranno essere forniti report quindicinali, mensili e conclusivi sull'andamento delle campagne stesse con l'indicazione dei risultati e sintetica nota interpretativa delle performance. Su richiesta del Comune, sono richiesti comunicati che sintetizzino i risultati ottenuti per gli organi di stampa e/o gli organi di controllo del Comune di Genova. Trattandosi di comunicazione turistica, l'agenzia aggiudicataria dovrà fornire report e comunicati sull'andamento delle campagne, anche nei periodi festivi, ivi compreso il periodo di ferragosto, della Pasqua, dei ponti e del periodo natalizio da intendersi fino al 24 dicembre e dal 27 dicembre al 31 gennaio, dal 2 gennaio al 5 gennaio.

Per tutti i canali utilizzati nelle campagne proposte, verrà richiesto l'accesso alle piattaforme in modalità lettura.

Il committente potrà comunque richiedere modifiche in corso d'opera alla proposta dell'agenzia sulla base di sopravvenute necessità ovvero dell'andamento delle campagne stesse.

C) Proposta di un'ideazione creativa efficace multilingue in relazione agli obiettivi di comunicazione indicati alla voce "Obiettivi della comunicazione" e al marketing digitale, da declinare nei formati più performanti che si renderanno necessari all'attuazione della pianificazione multicanale proposta dall'aggiudicatario; andranno pertanto realizzati banner multilingue e multisoggetto in .html5 e in tutti i formati indicati nella pianificazione multicanale delle singole campagne programmate, annunci testuali con copy efficaci nelle lingue dei mercati di riferimento delle campagne, declinazioni creative per azioni di Native Advertising. Ogni costo di ideazione creativa, declinazioni creative, produzione degli esecutivi digitali multilingua nei diversi formati destinati ai canali previsti dalla pianificazione proposta sono a carico dell'aggiudicatario.

Su richiesta del Committente, comprensivo nel budget indicato nel presente bando di gara, saranno ulteriormente richieste declinazioni dell'ideazione creativa multilingue digitale anche per la comunicazione offline; i costi di produzione degli esecutivi offline saranno oggetto di contrattazione ulteriore tra il Committente e l'aggiudicatario.

**N.B.:** In tutti i materiali di comunicazione prodotti dovrà essere inserito il logo Genova More Than This, ponendo particolare attenzione a valorizzare efficacemente il brand della città.

Per poter valutare adeguatamente l'efficacia della proposta creativa, si richiede di fornire

su MEPA una cartella compressa contenente i file o altra modalità consentita dalla piattaforma, per poter visualizzare a schermo esemplificazioni di banner nei formati animati.

La proposta creativa dovrà contenere anche una proposta di book fotografico delle immagini necessarie alla realizzazione delle campagne; l'aggiudicatario dovrà realizzare interamente il book fotografico funzionale per l'attuazione delle campagne proposte. Le fotografie saranno inoltre utilizzate dal Comune di Genova per la comunicazione sui canali social owned e, in generale, a fini promozionali. Saranno citati i credits degli autori delle fotografie.

Per meglio valutare la qualità e l'efficacia della proposta creativa nel suo insieme, si richiede anche l'invio di un book fotografico realizzato per servizi già svolti per campagne di promozione turistica in passato, al fine di poter comprendere la tecnica fotografica utilizzata e lo stile del fotografo e poterne saggiare l'efficacia per il successo delle campagne che si andranno a realizzare.

D) Indicazione del Team con le rispettive professionalità destinato alla progettazione, coordinamento e realizzazione del progetto.

## **Target e segmenti di mercato**

I target e i segmenti di mercato da raggiungere sono:

- Amanti dei viaggi e, in particolare, dei *city break* (arte, cultura, mare)
- Famiglie
- Millenials
- Active senior
- Turismo outdoor
- Turismo enogastronomico

## Timing delle campagne digital

Nella proposta, le agenzie dovranno indicare il periodo e la durata delle campagne che verranno realizzate nei diversi mercati, per intercettare il pubblico nel cosiddetto “momento della verità”, ossia quando viene maturata la scelta della meta del prossimo viaggio.

A tal fine, sarà necessaria un’attenta analisi strategica preliminare dei periodi in cui si spostano i turisti/visitatori dei diversi mercati obiettivo e le campagne potranno essere lanciate in periodi differenti e avere durate differenti nei diversi mercati.

Per quanto riguarda la destinazione Genova, si conferma che storicamente gli stranieri sono più numerosi nei mesi estivi mentre gli italiani si distribuiscono abbastanza uniformemente in tutti i mesi dell’anno e fanno registrare numeri positivi anche nei mesi autunnali fino al ponte dell’Immacolata.

Dovranno essere altresì previste campagne di mantenimento per tenere viva l’attenzione del pubblico, anche quando le campagne principali non saranno attive.

## La finalità della comunicazione

Le campagne di comunicazione, e in particolare il concept creativo, dovranno avere la capacità di “raccontare il territorio” evidenziando gli elementi di autenticità, caratterizzazione e differenziazione della destinazione Genova; si suggerisce una coerenza con il concept **Genova More Than This** del brand Genova.

La Call to action dovrà essere improntata a favorire l’accesso al sito [visitgenoa.it](http://visitgenoa.it), attraverso cui gli utenti potranno acquisire contenuti più ampi e approfonditi sulla destinazione turistica e l’offerta della città; dovrà essere favorito l’engagement del pubblico verso la destinazione Genova.

L’impostazione degli obiettivi delle singole campagne nei diversi canali dovrà essere rivolta a migliorare Brand Awareness della destinazione.



Sono a stati realizzati video professionali nel 2018, che verranno messi a disposizione dell'agenzia aggiudicataria.

Come già indicato precedentemente, al fine di assicurare l'efficacia dei messaggi di comunicazione nei mercati di riferimento e ai target, l'agenzia vincitrice dovrà elaborare tutti gli annunci testuali per i media/canali pianificati (ivi compreso il contenuto testuale dei banner che rientrano nell'ambito della creatività, inclusa nel presente bando) in **tutte le lingue** in cui verranno sviluppate le campagne: francese, tedesco, inglese, olandese, italiano. Ciò comporterà la prestazione di un servizio di copywriting multilingua di buona qualità sia per l'efficacia dei messaggi creativi ai target su ogni singolo mercato, sia per la declinazione dei messaggi in relazione all'efficacia dei canali/strumenti pianificati.

Potranno costituire eccezione i testi elaborati per le micro-campagne su Facebook in Italia, che, in quanto legati a una conoscenza più profonda del territorio, potranno essere elaborati dal Committente; in questi casi, verrà comunque richiesto un servizio di supervisione per garantire la congruenza con la linea comunicativa di tutte le campagne.

## **Main Key-messages**

Di seguito i principali punti di forza di Genova relativamente alla destinazione e all'offerta turistica (risorse e offerta) e al relativo posizionamento nel mercato turistico, al fine di orientare verso la costruzione di key messages capaci di raggiungere efficacemente i target di riferimento:

- Città con un **patrimonio storico-artistico rilevante**, come **i Palazzi dei Rolli e le Strade Nuove patrimonio Unesco**, che ha ancora mantenuto la propria **autenticità** e non è inflazionata e mercificata dal turismo di massa.
- Genova possiede il **centro storico** medievale più grande d' Europa. Il suo glorioso passato rivive nei caratteristici "caruggi" che sfociano in graziose piazzette soleggiate, lontane dal traffico cittadino; lo sguardo si leva per ammirare le case addossate le une alle

altre, inframezzate da torri, chiese ed edicole votive, in un suggestivo labirinto di stili architettonici e culture differenti. Nelle sere dei weekend, i locali del centro storico si riempiono di giovani, che danno vita alla Movida genovese.

- L' **Acquario di Genova** può vantare la maggiore varietà di ecosistemi in Europa: 70 vasche, 15.000 animali di oltre 400 specie. Il **nuovo Padiglione Cetacei**, opera unica a firma di Renzo Piano, permette di far ammirare da vicino i delfini, grazie ad una straordinaria parete vetrata e a un suggestivo tunnel subacqueo.

- Il **Porto Antico** rappresenta un moderno modello di waterfront, ridisegnato anch'esso dal noto architetto Renzo Piano. E' un'area completamente pedonale affacciata sul mare con negozi, bar e ristoranti e perfino una sede di Eataly. Oltre all'Acquario, l'area ospita anche il Galata Museo del Mare con il sottomarino Nazario Sauro, la Città dei Bambini e dei Ragazzi, la Biosfera e il Bigo, ascensore panoramico, una scenografica pista di pattinaggio sul ghiaccio con vista mare e un galeone dei pirati. Durante l'anno, questa grande piazza sul Mediterraneo si anima di eventi dei generi più diversi; d'estate, il Porto Antico Estatespettacolo, offre l'opportunità di godere di buona musica e spettacoli in una cornice veramente suggestiva sul mare.

- A pochi passi dal centro, **Boccadasse** è un incantevole borgo con casette color pastello che si specchiano sull'acqua. Al tramonto, il borgo si anima con il via vai nei ristoranti e trattorie sul mare, le persone che si gustano un gelato (anche d'inverno, grazie al clima mite), le minuscole gallerie d'arte che espongono le loro opere al pubblico.

-**Nervi**, con la sua passeggiata panoramica a picco sul mare, i suoi parchi e i musei, il vivace porticciolo, le verdi colline retrostanti, percorsi, visite guidate e laboratori esperienziali e sport acquatici regala paesaggi mozzafiato e momenti di relax che rigenerano corpo e spirito.

- **Il clima è generalmente mite**, quindi è piacevole stare all'aperto in tutti i periodi dell'anno. Genova offre un' ampia scelta anche per le **attività outdoor**: è possibile fare il giro del porto in battello, lanciarsi all' **avvistamento dei delfini nel Santuario dei Cetacei** o fare un'**escursione in barca a vela**. Per gli appassionati di trekking, si organizzano escursioni guidate al Parco urbano delle Mura e ai Forti di Genova. Numerosi



sono i parchi cittadini, dove potersi rilassare, passeggiare, giocare all'aria aperta con i propri bambini e spesso poter godere di panorami mozzafiato. Villa Pallavicini a Pegli, che riaprirà in primavera, offre un itinerario affascinante en plein-air tra vere e proprie opere d'arte, riportate recentemente al loro antico splendore. D'estate, è possibile anche abbinare una giornata di mare in spiaggia alla visita della città, senza contare la vicinanza alle località più belle e caratteristiche delle Riviere.

- **Genova è una città verticale**, stretta tra i monti e il mare: offre quindi molte prospettive da cui poter essere ammirata: dalle alture, arrampicandosi su per le tipiche "creuze" o salendo con gli ascensori e le funicolari, da **Spianata Castelletto** che prende con lo sguardo tutto il centro storico e il Porto Antico, o dal mare, facendo un giro in battello nel porto di Genova.

- Genova è una città assai legata alla tradizione: nel suo centro storico si trovano numerose **botteghe storiche** in attività da almeno 70 anni (ma in molti casi fino a 200), collocate in edifici antichi, nel tessuto del centro storico, con architetture, arredi, attrezzature e documenti d'epoca: pasticcerie, confetterie, sartorie, tripperie e molte altre. Per preservare questo enorme patrimonio è stato istituito un "Albo delle botteghe storiche", che comprende 39 botteghe.

- Genova ha **22 musei** che spaziano dall'arte e storia all'etnografia e scienze naturali. **Palazzo Ducale**, spazio culturale della città, ospita mostre di pregio nel campo della pittura e della fotografia. I molti **teatri di Genova** offrono un'ampia scelta di spettacoli per trascorrere piacevolmente le serate. Il **Teatro Carlo Felice** offre una programmazione che spazia dall'opera, ai concerti di musica sinfonica e al balletto.

- Il **pesto** o la **focaccia** connotano fortemente l'identità della città. In particolare, **il pesto al mortaio è candidato a diventare Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità Unesco**; altrettanto rilevante è l'offerta culinaria con i piatti della tradizione genovese e ligure.

Genova offre un'intensa vita culturale, festival, rassegne, spettacoli, mostre ed eventi legati alla nautica.

Per approfondimenti, si suggerisce di consultare il portale di promozione della destinazione Genova [www.visitgenoa.it](http://www.visitgenoa.it); si possono trovare maggiori informazioni anche

riguardo l'offerta e i prodotti turistici, come ad esempio tour guidati in vendita (per comodità indichiamo alcuni link [www.visitgenoa.it/offerte](http://www.visitgenoa.it/offerte) [www.visitgenoa.it/escursioni](http://www.visitgenoa.it/escursioni) [www.visitgenoa.it/attivita-esperienze](http://www.visitgenoa.it/attivita-esperienze))

## Budget

Il budget allocato per il “Servizio di progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital”, specificamente dettagliato nelle attività di servizio richieste nelle precedenti voci del presente “Capitolato tecnico – brief” è pari a **221.000,00 Euro (iva esclusa)**.

Il Comune di Genova si riserva di cambiare la suddivisione proposta dall'agenzia vincitrice sui diversi mercati esteri, in relazione alla situazione del mercato nel momento in cui prenderanno avvio le campagne ovvero in base all'andamento delle campagne stesse e alle performance di comunicazione.

## APPENDICE A. DATI SU AFFLUENZA TURISTICA.



### REGIONE LIGURIA

Settore Politiche Turistiche

### Osservatorio Turistico Regionale

#### GENOVA

In Provincia di GE

Mese	Provenienza	ARRIVI			PRESENZE		
		2017	2018	Diff %	2017	2018	Diff %
Gennaio	Italiani	29.232	32.159	10,01%	65.450	67.363	2,92%



COMUNE DI GENOVA

	Stranieri	14.818	16.019	8,11%	33.414	33.764	1,05%
<b>Tot.</b>		<b>44.050</b>	<b>48.178</b>	<b>9,37%</b>	<b>98.864</b>	<b>101.127</b>	<b>2,29%</b>
Febbraio	Italiani	29.931	30.948	3,40%	64.273	64.060	-0,33%
	Stranieri	14.864	17.675	18,91%	32.779	38.483	17,40%
<b>Tot.</b>		<b>44.795</b>	<b>48.623</b>	<b>8,55%</b>	<b>97.052</b>	<b>102.543</b>	<b>5,66%</b>
Marzo	Italiani	35.851	38.926	8,58%	79.847	78.745	-1,38%
	Stranieri	20.104	26.105	29,85%	44.979	55.254	22,84%
<b>Tot.</b>		<b>55.955</b>	<b>65.031</b>	<b>16,22%</b>	<b>124.826</b>	<b>133.999</b>	<b>7,35%</b>
Aprile	Italiani	46.354	47.810	3,14%	98.426	98.063	-0,37%
	Stranieri	41.446	39.888	-3,76%	80.871	82.386	1,87%
<b>Tot.</b>		<b>87.800</b>	<b>87.698</b>	<b>-0,12%</b>	<b>179.297</b>	<b>180.449</b>	<b>0,64%</b>
Maggio	Italiani	37.035	41.021	10,76%	82.198	86.105	4,75%
	Stranieri	39.231	47.653	21,47%	81.073	93.201	14,96%
<b>Tot.</b>		<b>76.266</b>	<b>88.674</b>	<b>16,27%</b>	<b>163.271</b>	<b>179.306</b>	<b>9,82%</b>
Giugno	Italiani	37.389	39.280	5,06%	85.445	83.234	-2,59%
	Stranieri	44.786	50.316	12,35%	87.386	97.372	11,43%
<b>Tot.</b>		<b>82.175</b>	<b>89.596</b>	<b>9,03%</b>	<b>172.831</b>	<b>180.606</b>	<b>4,50%</b>
Luglio	Italiani	36.222	38.639	6,67%	86.006	90.333	5,03%
	Stranieri	69.274	72.117	4,10%	127.860	134.519	5,21%
<b>Tot.</b>		<b>105.496</b>	<b>110.756</b>	<b>4,99%</b>	<b>213.866</b>	<b>224.852</b>	<b>5,14%</b>
Agosto	Italiani	33.743	34.065	0,95%	84.455	82.603	-2,19%
	Stranieri	74.713	75.202	0,65%	142.850	142.764	-0,06%
<b>Tot.</b>		<b>108.456</b>	<b>109.267</b>	<b>0,75%</b>	<b>227.305</b>	<b>225.367</b>	<b>-0,85%</b>
Settembre	Italiani	36.614	36.813	0,54%	83.016	83.652	0,77%
	Stranieri	49.245	45.108	-8,40%	97.167	93.043	-4,24%
<b>Tot.</b>		<b>85.859</b>	<b>81.921</b>	<b>-4,59%</b>	<b>180.183</b>	<b>176.695</b>	<b>-1,94%</b>
Ottobre	Italiani	36.107	35.246	-2,38%	80.822	81.278	0,56%
	Stranieri	40.086	36.065	-10,03%	81.715	72.267	-11,56%
<b>Tot.</b>		<b>76.193</b>	<b>71.311</b>	<b>-6,41%</b>	<b>162.537</b>	<b>153.545</b>	<b>-5,53%</b>
Novembre	Italiani	34.085	36.498	7,08%	76.469	85.781	12,18%
	Stranieri	22.219	24.038	8,19%	48.399	51.675	6,77%
<b>Tot.</b>		<b>56.304</b>	<b>60.536</b>	<b>7,52%</b>	<b>124.868</b>	<b>137.456</b>	<b>10,08%</b>
	Italiani Somma	392.563	411.405	4,80%	886.407	901.217	1,67%
	Stranieri Somma	430.786	450.186	4,50%	858.493	894.728	4,22%
<b>Totale complessivo</b>		<b>823.349</b>	<b>861.591</b>	<b>4,64%</b>	<b>1.744.900</b>	<b>1.795.945</b>	<b>2,93%</b>

## APPENDICE B.

### COLLEGAMENTI AEREI (AGGIORNATO AL 18.12.2018)



	CITTÁ	COMPAGNIA AEREA	PERIODO	N. VOLI	OPERATIVO da:
<b><u>Regno Unito</u></b>	Manchester	EasyJet	Estivo	<b>3 voli</b> /settimana	Dal 31 marzo
	Bristol	EasyJet	Estivo	<b>2 voli</b> /settimana	Dal 2 aprile
	Londra LTN	EasyJet	Annuale	<b>2 voli</b> /settimana	Dal 2 aprile
	Londra GTW	British Airways	Annuale	Giornaliero	
	Londra STN	Ryan Air	Annuale	Giornaliero (escluso domenica)	
<b><u>Danimarca</u></b>	Copenaghen	SAS Airlines	Estivo	<b>2 voli</b> /settimana	Dal 13 aprile
<b><u>Russia</u></b>	Mosca	S7 Airlines	Estivo	<b>fino a 3 voli</b> a settimana	Dal 26 aprile
	Kiev	Ernest	Annuale	<b>2 voli</b> /settimana	Dal 23 marzo
<b><u>Grecia</u></b>	Santorini	Volotea	Estivo	<b>1 volo</b> /settimana	Dal 5 giugno
	Mykonos	Volotea	Estivo	<b>1 volo</b> /settimana	Dal 4 giugno
	Atene	Volotea	Estivo	<b>2 voli</b> /settimana	Dal 31 maggio
	Corfù	Volotea	Estivo	<b>1 volo</b> /settimana	Dal 4 giugno



<b><u>Albania</u></b>	Tirana	Blu Express	Annuale	fino a 4 voli a sett.	
<b><u>Italia</u></b>	Brindisi	Volotea	Estivo	2 voli/settimana	Dal 2 giugno
	Napoli	Volotea	Annuale	Giornaliero (2 arrivi al lunedì, merc. giov.)	
	Bari	Ryan Air	Annuale	4 voli/settimana	
	Roma	Alitalia	Annuale	fino a 6 voli al giorno (da lun a dom)	
	Catania	Volotea	Annuale	Giornaliero	
	Pantelleria	Volotea	Stagionale	1 volo a settimana	Dal 15 giugno
	Lampedusa	Volotea	Estivo	1 volo/settimana	Dal 1° giugno
	Cagliari	Volotea	Estivo	3 voli/settimana	
	Olbia	Volotea	Estivo	Giornaliero	Dal 26 maggio
	Alghero	Volotea	Estivo	2 voli/settimana	Dal 1° giugno
	Palermo	Volotea	Annuale	4 voli a sett.	
	Lamezia Terme	Volotea	Stagionale	2 voli/settimana	



<b>Spagna</b>	Madrid	Volotea	Estivo	1 volo/settimana	Dal 19 aprile
	Malaga	Volotea	Estivo	1 volo/settimana	Dal 5 giugno
	Ibiza	Volotea	Estivo	1 volo/settimana	Dal 23 maggio
	Maiorca	Volotea	Estivo	1 volo/settimana	Dal 2 giugno
	Minorca	Volotea	Estivo	1 volo/settimana	Dal 15 giugno
	Barcellona	Vueling	Estivo + dicembre	fino a 3 voli a sett.	
<b>Germania</b>	Francoforte	Lufthansa	Annuale	Giornaliero (2 arrivi al sabato)	
	Monaco	Lufthansa	Annuale	Giornaliero (2 arrivi al giorno; 3 arrivi in estate)	
	Berlino	EasyJet	Stagionale	2 voli/settimana (gio-dom)	Dal 31/03
	Düsseldorf	Eurowings		1 volo/settimana	Dal 13/4
<b>Paesi Bassi</b>	Amsterdam	KLM	Annuale	giornaliero	
	Amsterdam	Easyjet	Estivo	2 voli/sett.	Dal 25/6 al 9/10



<b>Francia</b>	Parigi CDG	AirFrance	Annuale	<b>fino a 3 voli al giorno</b> (da lun a dom)	
<b>Malta</b>	Malta	Volotea	Estivo	<b>1 volo/settimana</b>	Dal 5 giugno





**COMUNE DI GENOVA**  
**DIREZIONE MARKETING TERRITORIALE, PROMOZIONE DELLA CITTA',**  
**ATTIVITA' CULTURALI**

**UFFICIO COMUNICAZIONE DI MARKETING, DIGITAL-SOCIAL-MEDIA STRATEGY,**  
**SVILUPPO DEL BRAND GENOVA**

**CONDIZIONI PARTICOLARI RELATIVE AL SERVIZIO**  
**DI PROGETTAZIONE STRATEGICA E REALIZZAZIONE DI UN**  
**PIANO DI COMUNICAZIONE DIGITAL PER PROMUOVERE IL**  
**BRAND E LA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA IN ITALIA E**  
**ALL'ESTERO NELL'ANNO 2019**

**CIG 77958456CE**

**Premessa**

Nel 2019 il Comune di Genova intende sviluppare una comunicazione strategica e integrata, al fine di promuovere il brand e la destinazione turistica Genova, in Italia e all'estero, sulla base del "Capitolato tecnico-brief 2019" allegato.

**Responsabile del Procedimento (RUP):** dott. Cesare Torre – Direttore della Direzione Marketing Territoriale, Promozione della Città, Attività culturali del Comune di Genova.

**Informazioni e chiarimenti:** Direzione Marketing Territoriale, Promozione della Città, Attività Culturali - Via Garibaldi 9 - Genova 16124 - Dott.ssa Marisa Gardella email: [mgardella@comune.genova.it](mailto:mgardella@comune.genova.it) - Dott.ssa Daniela Manzato email: [dmanzato@comune.genova.it](mailto:dmanzato@comune.genova.it) .

Tutte le richieste di chiarimento potranno essere proposte entro un termine massimo di tre giorni antecedenti la data di scadenza della presentazione delle offerte, sul portale degli acquisti in rete delle PA (MePA). Le risposte saranno inoltrate, qualora abbiano rilevanza generale, a tutte le imprese invitate alla gara.

## **Art. 1 – Oggetto dell' appalto e PASSOE**

Il presente appalto ha per oggetto un servizio di progettazione strategica e la realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand e la destinazione turistica Genova in Italia e all'estero, nell'anno 2019.

Il presente appalto è stato strutturato su un unico lotto trattandosi di un'unica prestazione declinata in vari step tra loro interconnessi.

Per agevolare la formulazione della Proposta da parte delle imprese partecipanti, la presente RDO è stata predisposta sullo specifico bando del MePA di Consip.

NB: Le ditte partecipanti dovranno allegare in procedura il PASSOE di cui all'art.2, comma 3.2, delibera ANAC n. 157 del 17 febbraio 2016 relativo al concorrente.

Il PASSOE dovrà essere prodotto da tutte le singole imprese facenti parte di un R.T.I. o di un consorzio (costituendi o già costituiti) e da tutte le imprese per le quali il Consorzio concorre (nel caso di Consorzio di cooperative e di Consorzi stabili).

## **Art. 2 – Importo dell' appalto e durata del contratto**

Il presente appalto viene aggiudicato mediante procedura aperta, ai sensi dell'articolo 60 del D. Lgs. n. 50/2016.

L'importo complessivo dell'appalto ammonta a € **221.000 (iva esclusa)**.

Il corrispettivo contrattuale sarà quello risultante dalla quota relativa alle attività di pianificazione e realizzazione delle campagne, la quota per l' ideazione creativa, book fotografico, produzione di tutti gli esecutivi che si renderanno necessari per la realizzazione delle campagne proposte e la quota relativa al fee d'agenzia, in ragione del ribasso offerto. Detto importo remunera l'aggiudicatario per tutti gli oneri sostenuti e da sostenere, per tutte le attività che dovrà porre in essere in adempimento del servizio.

Oneri della sicurezza non soggetti a ribasso d'asta, pari ad euro 0, trattandosi di lavoro intellettuale.

Trattandosi di servizi di natura intellettuale, non vi è obbligo di indicare il costo della manodopera, ex art. 95 comma 10 Codice appalti.

Si evidenzia che l'aggiudicatario, qualora necessario, dovrà farsi carico di anticipare il budget per la realizzazione delle campagne digital relative al servizio richiesto.

Il rapporto contrattuale avrà durata dalla data indicata nel provvedimento di aggiudicazione fino al completamento di tutte le prestazioni previste, che dovrà avvenire, comunque, entro e non oltre il 31 marzo 2020.

L'importo contrattuale potrà essere aumentato o ridotto nel limite del 20% d'obbligo, senza alcuna pretesa da parte della ditta aggiudicataria ai sensi dell'art. 106 comma 12 del D.Lgs. n. 50/2016 e/o, sulla base di oggettive e motivate esigenze di servizio, l'affidatario si riserva la facoltà, di affidare all'aggiudicatario nuove prestazioni analoghe a quelle di cui alla presente procedura.

Si applicherà il meccanismo di scissione dei pagamenti (Split Payment).

### **Art. 3 – Condizioni di partecipazione**

Le imprese concorrenti possono partecipare, ai sensi dell'art.45, comma 2 lettere d) ed e) del D.Lgs. 50/2016, oltre che singolarmente, in raggruppamento temporaneo di imprese in costituendo consorzio ordinario di concorrenti di cui all'art. 2602 del codice civile anche in forma di società ai sensi dell'art. 2615 ter del codice civile, con l'osservanza della disciplina di cui all'art. 48 del Predetto D. Lgs. 50/2016.

I concorrenti per essere ammessi alla presente gara, oltre ad essere in possesso dei requisiti generali di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016, dovranno possedere i seguenti requisiti:

a) iscrizione, per attività inerenti le prestazioni oggetto della gara, al Registro delle Imprese (Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura) o in uno dei registri professionali o commerciali dello Stato di residenza (*In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione il presente requisito dovrà essere posseduto da ciascuna impresa partecipante*);

b) realizzazione di almeno due progetti di comunicazione online e offline e di campagne di web marketing nella promozione di destinazioni turistiche per un importo di almeno euro 150.000 ciascuno, nel triennio 2016-2017-2018 (*In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione il presente requisito dovrà essere posseduto cumulativamente dal*

*raggruppamento, coerentemente con le rispettive quote di esecuzione, purchè la mandataria lo posseda in parte prevalente, al fine di garantire le capacità tecniche per l'assolvimento del servizio);*

c) realizzazione di almeno un concept creativo e declinazione grafica per campagne digital multicanale di promozione di destinazioni turistiche, a livello nazionale e/o internazionale, curate nel triennio 2016-2017-2018 (*In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione il presente requisito dovrà essere posseduto da almeno un'impresa partecipante*);

d) capacità di sostenere il progetto dal punto di vista finanziario e imprenditoriale, viene richiesto un fatturato globale non inferiore ad Euro 400.000,00 nel triennio 2016-2017-2018 (*In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione il presente requisito dovrà essere posseduto cumulativamente dal raggruppamento, coerentemente con le rispettive quote di esecuzione, purchè la mandataria lo posseda in parte prevalente, al fine di garantire le capacità tecniche per l'assolvimento del servizio*);

L'offerta congiunta dovrà essere sottoscritta, da tutte le Imprese che fanno parte del costituendo raggruppamento o del costituendo consorzio ordinario di concorrenti.

Inoltre dovranno, a pena di esclusione, presentare la seguente documentazione:

1) **DGUE** da riprodurre singolarmente per ogni impresa, debitamente compilato e sottoscritto in originale.

2) **DICHIARAZIONE INTEGRATIVA DGUE**, come da art. 83 comma 9 del D.Lgs. n. 50/2016, per tutti i soci se trattasi di società in nome collettivo, tutti i soci accomandatari se trattasi di società in accomandita semplice, i membri del consiglio d'amministrazione cui sia stata conferita la legale rappresentanza, di direzione o di vigilanza o i soggetti muniti di poteri di direzione o di controllo ed il socio unico persona fisica ovvero il socio di maggioranza in caso di società con meno di 4 soci se trattasi di altro tipo di società o consorzio, nonché da tutti i direttori tecnici o preposti o responsabili tecnici.

**In alternativa** il legale rappresentante sottoscrittore dell'offerta potrà effettuare, qualora ne abbia piena conoscenza, le dichiarazioni sostitutive di cui sopra ai sensi dell'art. 47 comma 2 del DPR 445/2000 per conto degli altri soggetti obbligati e precedentemente elencati.

Si evidenzia che la documentazione comprovante il possesso dei requisiti di carattere generale e di carattere professionale, tecnico-qualitativo ed economico finanziario per la partecipazione alla gara è acquisita, fino all'entrata in vigore del decreto di cui all'art. 81 comma 2 del codice, presso la Banca dati nazionale dei contratti pubblici e che la presente Amministrazione verificherà il possesso dei requisiti sopra indicati attraverso il sistema AVCPass, reso disponibile da AVCP con la suddetta delibera attuativa.

Conseguentemente tutti i soggetti interessati a partecipare alla presente procedura devono obbligatoriamente registrarsi al sistema AVCPass accedendo all'apposito link sul portale dell'Autorità secondo le istruzioni ivi contenute, nonché acquisire il "PASSOE" di cui sopra.

I concorrenti dovranno allegare in procedura debitamente compilato e firmato digitalmente il DGUE e il documento "dichiarazioni integrative DGUE".

Di seguito la documentazione che dovrà essere caricata dai concorrenti nel sistema AVCPass, a comprova del possesso dei requisiti richiesti:

- 1) relativamente al requisito di carattere professione relativo al punto a), copia dell'iscrizione al Registro delle Imprese (Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura) per attività inerenti le prestazioni oggetto della gara o iscrizione in uno dei registri professionali o commerciali dello Stato di residenza;
- 2) relativamente al requisito tecnico-qualitativo relativo al punto b) delle condizioni di partecipazione, è richiesta copia dei due progetti di comunicazione online e offline e di campagne di web marketing nella promozione di destinazioni turistiche effettuati nel triennio 2016-2017-2018, con indicazione dei relativi importi o in alternativa certificati di buon esito del/i committente/i con indicazione degli importi erogati;
- 3) relativamente al requisito tecnico-qualitativo relativo al punto c) delle condizioni di partecipazione, è richiesta copia del concept creativo e declinazione grafica realizzati per almeno una campagna digital per la promozione di destinazioni turistiche nel triennio 2016-2017-2018, a livello nazionale e/o internazionale, realizzato o, in alternativa, certificato di buon esito del/i committente/i;

- 4) relativamente al requisito economico/finanziario relativo al punto d) delle condizioni di partecipazione, è richiesta copia dei bilanci o altra documentazione idonea a comprovare il possesso del requisito del fatturato globale.

E' fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in forma individuale e contemporaneamente in forma associata (RTI, consorzi) ovvero di partecipare in più di un RTI o consorzio, pena l'esclusione dalla gara dell'impresa medesima e dei RTI o Consorzi nei quali l'impresa partecipa.

Saranno altresì esclusi dalla gara i concorrenti per i quali si accerti, a seguito di specifica istruttoria, che le relative offerte sono imputabili ad un unico centro decisionale, sulla base di univoci elementi.

#### **Art. 4 – Modalità di aggiudicazione**

L'aggiudicazione avverrà ai sensi dell'art. 95 comma 3 del D. Lgs. 50/16 con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità prezzo e secondo il metodo aggregativo compensatore sulla base dei seguenti criteri di valutazione ed alla ponderazione attribuita a ognuno di essi:

<b>CRITERI</b>	<b>PUNTEGGIO MASSIMO</b>
A - Elemento ECONOMICO	<b>10</b>
B - Elementi TECNICI	<b>90</b>
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>

#### **ELEMENTO TECNICO-QUALITATIVO**

Per formulare l'offerta tecnica l'impresa concorrente dovrà redigere una relazione tecnico – valutativa, in lingua italiana, sviluppandola secondo i punti A), B), C), D) del paragrafo “Servizio richiesto” del Capitolato tecnico-brief 2019.

I punteggi saranno attribuiti secondo le modalità che seguono.

La Commissione procederà all'esame delle offerte dei concorrenti secondo i seguenti criteri:

1

<b>Progettazione strategica</b>	La commissione attribuirà il punteggio sull'efficacia della strategia nel suo insieme, per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, in relazione alle peculiarità specifiche dei target audience e dei mercati di riferimento. <b>Max punti 20</b>
---------------------------------	--

2

<b>Pianificazione multicanale delle campagne digital</b>	La commissione valuterà il volume di comunicazione, l'efficacia del mix di canali di contatto proposti per il raggiungimento dei target profilati, mettendo a confronto i KPI indicati nelle diverse proposte dalle agenzie concorrenti. <b>Max punti 30</b>
--	---

3

<b>Ideazione creativa</b>	La commissione attribuirà il punteggio sulla qualità, originalità ed efficacia della proposta creativa per il raggiungimento di comunicazione. <b>Max punti 30</b>
---------------------------	--

4

<b>Gruppo Lavoro</b>	La commissione esaminerà i curricula dei componenti il gruppo di lavoro messo a disposizione per la realizzazione del progetto, tenendo in considerazione le specifiche professionalità e le esperienze maturate nel settore specifico. <b>Max punti 10</b>
----------------------	---

Per la valutazione dell'elemento tecnico i coefficienti saranno determinati attraverso la media dei coefficienti stessi, variabili fra 0 e 1, attribuiti dai singoli commissari, a seguito di valutazione individuale di ogni item.

Una volta individuate le medie provvisorie per ogni item di valutazione si

procederà a trasformare la media dei coefficienti attribuiti ad ogni offerta da parte di tutti i commissari in coefficienti definitivi, riportando a 1 la media più alta e riproponendo a tale media massima le medie provvisorie prima calcolate. La stessa operazione verrà successivamente effettuata per ogni singolo criterio complessivo

L'attribuzione dei punteggi discrezionali relativi alle singole voci verrà fatta attribuendo punteggi espressi in valori decimali secondo le seguenti indicazioni:

Ottimo 1

Adeguito da 0,8 a 0,9

Discreto. 0,7

Sufficiente 0,6

Non sufficiente da 0,4 a 0,5

Scarso da 0,2 a 0,3

Inadeguato da 0 a 0,1

**N.B. Saranno ammessi alla valutazione dell'offerta economica solo i concorrenti che avranno ottenuto almeno 50 punti su 90 disponibili nella valutazione dell'offerta tecnica.**

### **ELEMENTO ECONOMICO**

Il concorrente dovrà indicare nell'**offerta economica** l'importo offerto rispetto al prezzo a base d'asta pari ad euro 221.000 (iva esclusa).

Le ditte partecipanti dovranno formulare l'offerta economica indicando, in cifre e in lettere, l'importo offerto.

In caso di discordanza fra le cifre e le lettere sarà tenuta valida l'offerta espressa in lettere.

Non sarà ammessa alcuna offerta pari o superiore all'importo a base d'asta di euro 221.000.

Non saranno ritenute ammissibili offerte contenenti riserve o condizioni.

L'offerta economica dovrà essere sottoscritta dal legale rappresentante o procuratore della Ditta partecipante munito di idonei poteri, o da tutti i legali rappresentanti o procuratori in caso di R.T.I costituendo ed essere espressa in lingua italiana. Qualora la documentazione venisse sottoscritta da persona

diversa dal titolare o rappresentante legale, dovrà essere allegata la procura speciale che abilita il firmatario alla presentazione di quanto richiesto.

Il prezzo offerto si intende accettato dalla Ditta aggiudicataria in base ai calcoli di sua convenienza a tutto suo rischio e quindi deve intendersi assolutamente invariabile per tutta la durata contrattuale.

L'offerta dovrà avere la validità di 180 giorni dalla data di scadenza del termine della sua presentazione.

L'offerta economica deve inoltre contenere la dichiarazione relativa alla quota parte del servizio che si intende eventualmente subappaltare a terzi ai sensi dell'art. 105 D.Lgs. n. 50/2016.

Con il solo fatto della presentazione dell'offerta si intendono accettati da parte dei concorrenti tutti gli oneri, atti e condizioni del capitolato d'Oneri.

Si procederà all'attribuzione del punteggio economico tenuto conto che all'offerta migliore, ovvero a quella che avrà offerto il minor prezzo posto a base di gara, verranno attribuiti 10 punti mentre per le altre offerte si procederà all'attribuzione del punteggio applicando la seguente formula:

$$PE_{max} \times \frac{BA-P}{BA-P_{min}}$$

dove:

PE<sub>max</sub>: massimo punteggio attribuibile

BA: prezzo a base d'asta

P: prezzo offerto dal concorrente

P<sub>min</sub>: prezzo più basso tra quelli offerti in gara

Si procederà all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta, se ritenuta idonea dalla Commissione.

In caso di offerte che conseguano il medesimo punteggio finale complessivo, l'aggiudicazione sarà effettuata nei confronti del concorrente che avrà conseguito il punteggio più alto nella valutazione dell'offerta tecnica, in caso di ulteriore parità, si procederà all'aggiudicazione per sorteggio.

L'Amministrazione Comunale si riserva di non assegnare il servizio oggetto del presente capitolato nell'ipotesi in cui nessuna offerta corrispondesse ai criteri stabiliti.

## **Art.5 - Svolgimento della procedura di gara**

L'esame e la valutazione delle offerte verranno affidati ad apposita Commissione di gara, che verrà costituita successivamente alla scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte.

La valutazione delle offerte tecniche sarà effettuata sul portale del MePA dalla suddetta commissione giudicatrice, nominata con specifico provvedimento secondo quanto disposto dall'art. 77 del codice nonché in ottemperanza a quanto deliberato dalla Giunta Comunale del Comune di Genova con proprio atto n. 20 del 23/02/2017.

Il Presidente sarà scelto tra i dirigenti dell'Ente in considerazione del curriculum e del settore di competenza.

La Commissione giudicatrice è responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche.

La comunicazione delle sedute pubbliche successive alla prima avverrà mediante apposita nota trasmessa mediante posta certificata.

Alle sedute pubbliche potranno presenziare i rappresentanti delle imprese concorrenti, (legali rappresentanti, procuratori, delegati) muniti di idoneo documento comprovante la legittimazione ad agire in nome e per conto delle società partecipanti alla gara e debitamente identificati.

Le offerte tecniche verranno esaminate in seduta riservata dalla Commissione giudicatrice, al fine dell'attribuzione dei punteggi secondo i criteri di valutazione precedentemente disposti.

Conclusa la fase di valutazione delle offerte tecniche la Commissione giudicatrice provvederà all'apertura delle buste virtuali contenenti le offerte economiche e all'attribuzione dei relativi punteggi, all'individuazione della graduatoria finale, sommando i punteggi relativi all'offerta tecnica e a quella economica di ogni concorrente ammesso, e all'individuazione del migliore offerente.

Ai sensi dell'art. 97 comma 3 del codice, qualora l'offerta risultante prima in graduatoria risultasse anormalmente bassa, verrà sottoposta a verifica di anomalia.

La verifica di congruità verrà effettuata in ossequio a quanto disposto dall'art. 97 comma 5 del codice. Qualora le giustificazioni presentate non fossero esaustrive, prima di procedere all'esclusione dell'offerente, si provvederà a convocar-

lo per iscritto per un contraddittorio, indicando puntualmente di fornire le giustificazioni e precisazioni ritenute necessarie. In tale sede il concorrente dovrà produrre adeguata relazione con gli allegati necessari che, per ciascuno dei punti contestati, fornisca le giustificazioni ed i chiarimenti richiesti, e comunque ogni elemento utile per la dimostrazione della congruità dell'offerta, a tal fine il concorrente potrà avvalersi durante il contraddittorio della presenza di uno o più consulenti di parte esperti in materia.

Qualora continuassero a sussistere, secondo valutazione debitamente motivata dalla presente Amministrazione, elementi di non congruità dell'offerta, si procederà all'invalidazione della stessa e si aggiudicherà il servizio all'agenzia che segue in graduatoria; qualora tale offerta risultasse anch'essa anomala, verrà seguita la medesima procedura di verifica congruità.

Una volta identificata la prima offerta valida, come sopra disposto, la presente Amministrazione procederà all'aggiudicazione della RdO utilizzando le funzionalità disponibili all'interno del Mercato Elettronico della PA (MEPA).

La Commissione motiverà con apposito verbale la scelta del vincitore e approverà la graduatoria.

#### **Art. 6 - Modalità dell'esecuzione del servizio.**

Il servizio consiste nella progettazione strategica e la realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand Genova e la destinazione turistica nell'anno 2019.

L'assegnatario dovrà svolgere il servizio nel rispetto delle presenti "condizioni particolari" e del "Capitolato tecnico-brief 2019".

#### **Art. 7 - Termine di consegna delle offerte**

Le offerte dovranno pervenire entro il termine perentorio delle **ore 12.00 del giorno 29 marzo 2019.**

**Non saranno ammesse le offerte pervenute successivamente al predetto termine**

#### **Art. 8 - Esclusioni dalla gara**

Verranno esclusi i candidati o i concorrenti in caso di mancato adempimento alle prescrizioni previste dal D.Lgs. n. 50/2016 e da altre disposizioni di legge vigenti, nonché nei casi di incertezza assoluta sul contenuto o sulla provenienza

dell'offerta, per difetto di sottoscrizione o altri elementi essenziali.

### **Art. 9 - DUVRI**

Si evidenzia che in base alla Legge 3 agosto 2007 n. 123 e alla Determinazione n. 3 del 5 marzo 2008 dell'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici di lavori, servizi e forniture la C.A. ritiene, in relazione al presente appalto, di non dover redigere il Documento unico di valutazione dei rischi da interferenza (DUVRI) ai fini e ai sensi dei commi 3-3bis- 3ter dell'art. 7 del D.Lgs. 626/94 come modificato dal D.Lgs 81/08 e s.m.i.

### **Art. 10 – Cauzione definitiva**

L'Impresa risultata aggiudicataria in via definitiva della fornitura, secondo quanto stabilito all'art. 103 del D.Lgs. 50/2016 e successivi aggiornamenti, dovrà prestare una cauzione definitiva a garanzia dell'assolvimento di tutte le obbligazioni ad essa derivanti dalle presenti Condizioni particolari.

La cauzione definitiva dovrà essere pari al 10% (dieci per cento) dell'importo contrattuale. In caso di aggiudicazione con ribasso d'asta superiore al 10%, la garanzia fideiussoria da corrispondere sarà aumentata di tanti punti percentuali quanti sono quelli eccedenti il 10% (dieci per cento); ove il ribasso sia superiore al 20% (venti per cento), l'aumento è di due punti percentuali per ogni punto di ribasso superiore al 20% (venti per cento). La cauzione potrà inoltre essere ridotta ai sensi di quanto previsto dall'art.93 c.7 espressamente richiamato dall'art. 103 c.1.

La cauzione resterà vincolata per tutta la durata del contratto a copertura degli oneri per il mancato, incompleto o inesatto adempimento delle obbligazioni contrattuali e sarà svincolata, previo accertamento dell'integrale e regolare esecuzione della fornitura, secondo quanto previsto all'art.103, comma 1, dell'anzidetto decreto legislativo. La cauzione definitiva potrà essere costituita con le seguenti modalità:

- fideiussione bancaria o polizza assicurativa rilasciata, rispettivamente, da Imprese esercenti l'attività bancaria prevista dal D.P.R. n. 635/1956 o da Imprese di assicurazione autorizzate al ramo cauzioni ai sensi del D.P.R. N. 449/1959. La cauzione prestata sotto forma di fideiussione bancaria o polizza assicurativa dovrà prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della

preventiva escussione del debitore principale e la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957 - comma 2 del codice civile, nonché l'operatività della garanzia entro quindici giorni a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.

La mancata costituzione della garanzia entro 35 giorni dalla comunicazione dell'aggiudicazione definitiva determina la revoca dell'affidamento e la conseguente aggiudicazione del servizio al concorrente che segue nella graduatoria.

La cauzione definitiva dovrà avere durata pari a quelle del relativo contratto.

La cauzione definitiva deve permanere nella misura prevista dall'art.103 comma 5 del D.to L.vo 50/2016 sopra richiamato fino alla data di emissione dell'attestato di buon esito o di regolare esecuzione.

La cauzione viene prestata a garanzia dell'adempimento di tutte le obbligazioni del contratto e del risarcimento dei danni derivanti dall'eventuale inadempimento delle obbligazioni stesse, nonché a garanzia del rimborso delle somme pagate in più all'appaltatore rispetto alle risultanze della liquidazione finale, salva comunque il risarcimento del maggior danno.

La stazione appaltante ha il diritto di valersi della cauzione per l'eventuale maggiore spesa sostenuta per l'esecuzione del servizio, nel caso di risoluzione del contratto disposta in danno dell'appaltatore; ha inoltre il diritto di valersi della cauzione per provvedere al pagamento di quanto dovuto dall'appaltatore per le inadempienze derivanti dalla inosservanza di norme e prescrizioni dei contratti collettivi, delle leggi e dei regolamenti sulla tutela, protezione, assicurazione, assistenza e sicurezza fisica dei lavoratori.

La stazione appaltante può richiedere all'appaltatore la reintegrazione della cauzione ove questa sia venuta meno in tutto o in parte ; in caso di inottemperanza, la reintegrazione si effettua a valere sui ratei di prezzo da corrispondere all'appaltatore.

La garanzia definitiva è progressivamente svincolata a misura dell'avanzamento dell'esecuzione, nel limite massimo dell'80 per cento dell'iniziale importo garantito. L'ammontare residuo della cauzione definitiva permarrà fino alla data di emissione del certificato di collaudo provvisorio o del certificato di regolare esecuzione.

In caso di raggruppamenti temporanei le garanzie fideiussorie e le garanzie assicurative sono presentate, su mandato irrevocabile, dalla mandataria in nome e per conto di tutti i concorrenti ferma restando la responsabilità solidale tra le imprese.

#### **Art. 11 - Obblighi ed oneri a carico della ditta aggiudicataria**

L'Aggiudicatario dovrà garantire il corretto svolgimento del servizio e assumere tutti i necessari accorgimenti per espletare gli stessi nel rispetto delle indicazioni riportate nelle presenti "condizioni particolari", nel "Capitolato tecnico-brief 2019" e secondo i termini e le modalità contenute nell'offerta presentata.

L'Aggiudicatario:

- è obbligato ad applicare integralmente, a favore dei propri dipendenti, tutte le norme contenute nel contratto nazionale di lavoro e negli accordi integrativi, territoriali ed aziendali e per il settore di attività e per la località dove sono eseguite le prestazioni;

- si impegna a trasmettere al Comune di Genova, prima dell'inizio delle attività, la documentazione di avvenuta denuncia agli Enti Previdenziali, ove necessario, Assicurativi ed Antinfortunistici;

- è altresì obbligato a rispettare tutte le norme in materia retributiva, contributiva, previdenziale, assistenziale, assicurativa, sanitaria, di solidarietà paritetica, previste per i dipendenti dalla vigente normativa, nonché quelle connesse al rispetto delle disposizioni in materia di sicurezza e protezione dei lavoratori introdotte dal D.Lgs. 81/9.4.2008;

- assume l'obbligo di tenere indenne in ogni tempo l'Amministrazione da tutte le rivendicazioni, responsabilità, perdite, danni, costi, risarcimenti e quant'altro chiunque possa avanzare e/o pretendere per la presunta violazione di diritti d'Autore, marchi di fabbrica, brevetti e simili, italiani o stranieri, derivanti dall'espletamento dei servizi;

- assumerà a sue spese la difesa contro tale azione e terrà a suo carico gli oneri eventualmente conseguiti nei confronti del terzo attore;

- è tenuto alla riservatezza ed al segreto d'ufficio. Le notizie comunque venute a conoscenza del personale dell'aggiudicatario, non devono essere comunicate o divulgate a terzi, né possono essere utilizzate da parte della medesima, o da parte di chiunque collabori alla sua attività, per fini diversi da quelli contemplati nel presente atto;

L'Aggiudicatario e l'Amministrazione si impegnano a darsi reciprocamente immediata notizia di qualsiasi azione o questione di terzi di cui siano venute a conoscenza relativamente a quanto sopra.

L'Amministrazione Comunale è esonerata e dovrà essere ritenuta indenne da ogni responsabilità relativa ad eventuali incidenti e responsabilità civili verso terzi derivanti dall'espletamento dell'incarico affidato ed in genere per tutti i danni per i quali potrebbe essere chiamata a rispondere, restando a totale ed esclusivo carico della ditta aggiudicataria ogni e qualsiasi responsabilità al

riguardo.

Per ogni inadempimento rispetto agli obblighi di cui al presente articolo, accertato dagli Enti competenti e per il quale verrà richiesto il pagamento, il Comune di Genova effettuerà trattenute su qualsiasi credito maturato a favore dell'appaltatore per l'espletamento dei servizi.

### **Art. 12 - Verifiche e controlli**

Qualora dal controllo sulle prestazioni effettuate da parte della presente Amministrazione, dovessero risultare delle difformità rispetto a quanto disposto nelle presenti Condizioni particolari, l'aggiudicatario dovrà provvedere ad eliminare le disfunzioni rilevate nei termini indicati nella formale contestazione effettuata, pena l'applicazione delle penalità di cui al successivo articolo.

L'aggiudicatario, durante lo svolgimento delle attività previste, dovrà tener conto di osservazioni, chiarimenti, suggerimenti e richieste, formulate dall'Amministrazione e, all'occorrenza, apportare le necessarie integrazioni, senza che ciò possa comportare di norma aumento dei prezzi stabiliti per l'espletamento dell'incarico conferito.

### **Art.13 - Inadempienze e penalità**

L'Amministrazione Comunale effettuerà, mediante il proprio personale, controlli ed accertamenti sulla corretta prestazione del servizio.

In caso di mancato rispetto degli obblighi contrattuali, l'aggiudicatario potrà incorrere nel pagamento di una penale graduata in rapporto alla gravità della mancata prestazione. In particolare, nel caso di ritardi o scostamenti rispetto alla tempistica definita nell'Offerta Tecnica, ovvero diversamente concordata con il committente, imputabili all'aggiudicatario, sarà applicata nei confronti di quest'ultimo una penale giornaliera compresa lo 0,3 per mille e l'1 per mille dell'ammontare netto contrattuale da determinare in relazione all'entità delle conseguenze legate al ritardo.

Nell'ipotesi in cui i risultati delle campagne non raggiungano i KPI stimati nel piano presentato, verrà applicata una penale proporzionale al mancato risultato.

L'applicazione della penale sarà preceduta da formale contestazione, rispetto alla quale l'aggiudicatario avrà la facoltà di presentare le proprie controdeduzioni entro e non oltre dieci giorni dalla notifica della contestazione stessa.

L'Aggiudicatario non sarà peraltro ritenuto responsabile per il mancato o tardivo adempimento delle obbligazioni derivanti dal contratto qualora detto adempimento o tardivo adempimento sia dovuto direttamente od indirettamente a causa di forza maggiore.

L'importo complessivo delle penali irrogate ai sensi dei commi precedenti non può superare il 10 per cento dell'importo contrattuale.

Qualora oggettivi inadempimenti alle condizioni contrattuali giustifichino le ripetute applicazioni delle suddette penali oltre tale limite, trova applicazione quanto previsto in materia di risoluzione del contratto.

In applicazione di quanto previsto dalla lettera c) del punto 4.1. delle Linee Guida n.6 di attuazione del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii., la presente Amministrazione comunicherà tempestivamente all'ANAC, ai fini dell'iscrizione nel Casellario Informatico di cui all'art. 213, comma 10, del predetto Decreto, i provvedimenti di applicazione delle penali di importo superiore, singolarmente o cumulativamente con riferimento al medesimo contratto, all'1% dell'importo del contratto.

#### **Art. 14 – Risoluzione del contratto.**

Per il ripetersi di gravi inadempienze, previe le contestazioni del caso, potrà farsi luogo alla risoluzione anticipata del contratto senza che alcun indennizzo sia dovuto alla ditta salvo ed impregiudicato, invece, qualsiasi ulteriore diritto che il Comune possa vantare nei confronti della ditta stessa.

Si procederà inoltre alla risoluzione del contratto:

a) per manifesta inosservanza delle norme previste dalla legge sulla sicurezza nel lavoro e dai contratti nazionali di lavoro, comprese quelle relative al comportamento omissivo degli stessi operatori. In tal caso la risoluzione del contratto decorrerà dal giorno indicato nel provvedimento specifico.

b) qualora il contratto abbia subito una modifica sostanziale che avrebbe richiesto una nuova procedura di appalto ai sensi dell'art. 106 del D.Lgs. n. 50/2016;

c) qualora, con riferimento alle modificazioni di cui al predetto art. 106 comma 1 lettere b) e c), siano state superate le soglie di cui al comma 7 del predetto articolo ovvero, qualora con riferimento alle modificazioni di cui all'art. 106 comma 2) del predetto articolo siano state superate le soglie di cui al medesimo comma 2, lettere a) e b);

d) qualora l'aggiudicatario si sia trovato, al momento dell'aggiudicazione

dell'appalto, in una delle situazioni di cui all'art. 80 comma 1 D.Lgs. n. 50/2016;

e) qualora l'appalto non avesse dovuto essere stato aggiudicato in considerazione di una grave violazione degli obblighi derivanti dai trattati, come riconosciuto dalla Corte di Giustizia dell'unione Europea in un procedimento ai sensi dell'art. 258 TFUE, o di una sentenza passata in giudicato;

f) qualora nei confronti dell'appaltatore sia intervenuto un provvedimento definitivo che disponga l'applicazione di una o più misure di prevenzione di cui al codice delle leggi antimafia e delle relative misure di prevenzione, ovvero sia intervenuta sentenza di condanna passata in giudicato per i reati di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016;

g) in caso di falsa dichiarazione o contraffazione di documenti nel corso dell'esecuzione delle prestazioni

h) in caso di transazioni di cui al presente appalto non eseguite avvalendosi di Istituti Bancari o della società Poste italiane Spa, o degli altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità dell'operazione, ai sensi del comma 9bis dell'art. 3 della Legge n.136/2010

Il contratto sarà altresì risolto in caso di esito interdittivo delle informative antimafia emesse dalla Prefettura per l'aggiudicatario provvisorio o il contraente, qualora emerga l'impiego di manodopera con modalità irregolari o il ricorso a forme di intermediazione abusiva per il reclutamento della stessa, in caso di inosservanza degli impegni di comunicazione alla Prefettura di ogni illecita richiesta di danaro, prestazione o altra utilità nonché offerta di protezione o ogni illecita interferenza avanzata prima della gara e/o dell'affidamento ovvero nel corso dell'esecuzione dei lavori nei confronti di un proprio rappresentante, agente o dipendente, delle imprese subappaltatrici e di ogni altro soggetto che intervenga a qualsiasi titolo nella realizzazione dell'intervento e di cui lo stesso venga a conoscenza.

Nelle ipotesi di cui al paragrafo precedente il contratto sarà risolto di diritto con effetto immediato a seguito della dichiarazione del Comune, in forma di lettera raccomandata, di volersi avvalere della clausola risolutiva.

La risoluzione del contratto non pregiudica in ogni caso il diritto del Comune al risarcimento dei danni subiti a causa dell'inadempimento.

### **Art. 15. Esecuzione in danno**

Nel caso in cui la Ditta aggiudicataria ometta di eseguire, anche parzialmente, le prestazioni di cui alle presenti condizioni entro i termini stabiliti,

l'Amministrazione potrà ordinare ad altra ditta – senza alcuna formalità – l'esecuzione parziale o totale di quanto omesso dall'aggiudicatario, al quale saranno addebitati i relativi costi ed i danni, anche d'immagine, eventualmente derivati al Comune.

Per la rifusione dei danni l'Amministrazione potrà rivalersi, mediante trattenute, sugli eventuali crediti dell'appaltatore.

### **Art. 16 - Fattura, liquidazione e pagamento.**

La ditta aggiudicataria dovrà emettere fattura elettronica nel formato Fattura PA, tramite il Sistema di Interscambio, come da L. n. 244/2007 , art. 1, commi da 209 a 213 e D.M. 3 aprile 2013, n. 55, intestata a Comune di Genova- Direzione Marketing Territoriale, Promozione della Città, Attività Culturali - via Garibaldi 9 - 16124 Genova indicando il seguente CODICE UNICO: E 4390 W.

Oltre a detto Codice Univoco ogni fattura dovrà contenere il codice CIG, tutti i dati previsti dall'art. 21 D.P.R. n. 633/1972 (compresa l'indicazione separata di imponibile, aliquota Iva, imposta totale ecc) inserendo l'annotazione obbligatoria "scissione dei pagamenti" e la descrizione delle prestazioni.

La mancata annotazione di quanto sopra determinerà l'irregolarità della fattura che verrà scartata dal sistema e potrà comportare sanzioni nei confronti di entrambi i soggetti (il Comune che, avendo ricevuto la fattura senza la corretta annotazione, non provveda a richiedere la regolarizzazione al fornitore, è responsabile in solido con quest'ultimo).

Per la liquidazione della fattura si applica il meccanismo del c.d. "split payment" che prevede per gli Enti Pubblici l'obbligo di versare all'Erario l'Iva esposta in fattura dal fornitore, al quale verrà corrisposto soltanto l'imponibile.

La liquidazione della fattura è subordinata:

- all'attestazione di regolarità contributiva (DURC) che il Comune richiederà direttamente agli enti competenti o che potrà essere volontariamente inviata dalla ditta assegnataria insieme alla fattura;

- all'attestazione di regolare esecuzione del servizio trasmessa dalle Direzioni/Settori utenti.

L'irregolarità del suddetto D.U.R.C. rappresenta causa ostativa all'emissione del certificato di pagamento e comporta la sospensione dei termini per il pagamento.

In caso di mancato pagamento del subappaltatore, ossia in caso di mancata esibizione delle fatture quietanzate da parte dell'affidatario, la stazione appaltante sospende il successivo pagamento in favore dell'appaltatore medesimo.

Il pagamento della fattura, completa di tutti i dati necessari, avverrà entro 30 giorni decorrenti dalla data di accettazione della stessa sulla piattaforma, con le modalità previste dalle vigenti disposizioni di legge.

Analogamente l'Amministrazione non sarà responsabile di eventuali ritardi nell'emissione del DURC da parte degli istituti competenti.

Nel caso di pagamenti di importo superiore a 5.000 euro, il Comune, prima di effettuare il pagamento a favore del beneficiario, effettuerà una specifica verifica ai sensi di quanto disposto dall'art. 4 del D.M.E.e F. n. 40 del 18 gennaio 2008 presso Agenzia delle entrate per la Riscossione, competente alle verifiche ispettive di controllo

### **Art.17 - Subappalto**

Il subappalto è ammissibile nei limiti ed alle condizioni disciplinate all'art. 105 del D.Lgs. 50/2016 e l'eventuale ricorso a tale istituto dovrà essere dichiarato in sede di presentazione della documentazione di gara.

Le imprese partecipanti devono dichiarare in sede d'offerta la parte di prestazione che intendono eventualmente subappaltare a terzi nel rispetto dei limiti di legge e disposti dall'art. 105, comma 2 del D.Lgs. n°50/2016.

L'accettazione del subappalto è subordinata alla verifica dei requisiti di capacità tecnica, nonché a quelli di ordine generale di cui all'art. 80 del D.Lgs. 50/2016 e a quant'altro stabilito dall'art. 105 del D.Lgs. n. 50/2016

### **Art. 18 - Divieto di cessione del contratto.**

E' vietata la cessione totale o parziale del contratto. Se questo si verificherà, l'Amministrazione dichiarerà risolto il contratto per colpa dell'appaltatore, salvo

ogni diritto di ripetere ogni eventuale maggiore danno dipendente da tale azione.

### **Art. 19 - Cessione del credito**

E' consentita la cessione del credito, purchè sia preventivamente notificata alla Civica Amministrazione e dalla stessa accettata.

### **Art. 20 - Spese di bollo a carico ditta aggiudicataria**

Si rende noto che con l'emanazione della risoluzione 96/e del 16 dicembre 2013 l'Agenzia delle Entrate ha ritenuto dovuta l'imposto di bollo del valore di 16,00 euro anche sul documento di stipula del contratto sottoscritto digitalmente per le procedure di gara indette sul MEPA. Pertanto la ditta aggiudicataria prima della stipula del contratto in forma digitale dovrà inviare a mezzo posta alla Direzione Marketing Territoriale, Promozione della città, Attività Culturali una marca da bollo del valore di Euro 16,00, oltre al modulo relativo alla tracciabilità dei pagamenti debitamente compilato con l'indicazione dei conti correnti su cui verranno incassate le fatture.

### **Art. 20 – Privacy**

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. 196/03, si informa che i dati forniti dai partecipanti nel procedimento di gara saranno oggetto di trattamento, da parte del Comune di Genova, nell'ambito delle norme vigenti, esclusivamente per le finalità connesse alla gara e per l'eventuale successiva stipula e gestione dei contratti conseguenti all'aggiudicazione dell'appalto.

### **Art. 21 - Comunicazioni**

Ai sensi dell'art. 76, comma 6 del Codice, i concorrenti sono tenuti ad indicare, in sede di offerta, l'indirizzo PEC o, solo per i concorrenti aventi sede in altri Stati membri, l'indirizzo di posta elettronica, da utilizzare ai fini delle comunicazioni di cui all'art. 76, comma 5, del Codice.

Tutte le comunicazioni tra la presente amministrazione e operatori economici in merito alla gara si intendono validamente ed efficacemente effettuate qualora rese attraverso il portale del MePA e/o all'indirizzo PEC marketing.comge@postecert.it all'indirizzo indicato dai concorrenti nella documentazione di gara.

Eventuali modifiche dell'indirizzo PEC/posta elettronica o problemi temporanei nell'utilizzo di tali forme di comunicazione, dovranno essere tempestivamente segnalate alla stazione appaltante; diversamente la medesima declina ogni

responsabilità per il tardivo o mancato recapito delle comunicazioni.

In caso di raggruppamenti temporanei, GEIE, aggregazioni di imprese di rete o consorzi ordinari, anche se non ancora costituiti formalmente, la comunicazione recapitata al mandatario si intende validamente resa a tutti gli operatori economici raggruppati, aggregati o consorziati.

In caso di consorzi di cui all'art. 45, comma 2, lett. b e c del Codice, la comunicazione recapitata al consorzio si intende validamente resa a tutte le consorziate.

In caso di avvalimento, la comunicazione recapitata all'offerente si intende validamente resa a tutti gli operatori economici ausiliari.

In caso di subappalto, la comunicazione recapitata all'offerente si intende validamente resa a tutti i subappaltatori indicati.

### **Art. 22 - Foro competente.**

Tutte le controversie che dovessero sorgere tra le Parti, dall'interpretazione, esecuzione, scioglimento del contratto e del sotteso rapporto giuridico con esso dedotto, saranno devolute alla competente Autorità Giudiziaria - Foro esclusivo di Genova.

### **Art. 23 - Rinvio al altre norme**

Per quanto non espressamente previsto nelle presenti Condizioni particolari, valgono, in quanto compatibili, le norme del Regolamento a disciplina dell'attività contrattuale del Comune di Genova e, in quanto applicabili, le norme del Codice Civile.

IL DIRETTORE  
(Dott. Cesare Torre)  
*(documento firmato digitalmente)*