



COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE MARKETING TERRITORIALE E PROMOZIONE DELLA CITTÀ

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2020-197.0.0.-20

L'anno 2020 il giorno 24 del mese di Febbraio il sottoscritto Torre Cesare in qualità di dirigente di Direzione Marketing Territoriale e Promozione Della Città, ha adottato la Determinazione Dirigenziale di seguito riportata.

OGGETTO INDIZIONE DI PROCEDURA NEGOZIATA SUL MEPA DI CONSIP AI SENSI DELL'ART. 36, COMMA 2, LETTERA B) DEL D.LGS. 50/2016 E SS.MM.II. PER L'ASSEGNAZIONE DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA CHE COMPRENDA UN PIANO DI COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE PER PROMUOVERE IL BRAND E L'OFFERTA TURISTICA DELLA DESTINAZIONE GENOVA IN ITALIA E ALL'ESTERO NELL'ANNO 2020/2021. IMPORTO EURO 180.000,00 (IVA 22% ESCLUSA) – CIG 8224073FB8

Adottata il 24/02/2020
Esecutiva dal 24/02/2020

24/02/2020

TORRE CESARE

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE MARKETING TERRITORIALE E PROMOZIONE DELLA CITTÀ

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2020-197.0.0.-20

OGGETTO INDIZIONE DI PROCEDURA NEGOZIATA SUL MEPA DI CONSIP AI SENSI DELL'ART. 36, COMMA 2, LETTERA B) DEL D.LGS. 50/2016 E SS.MM.II. PER L'ASSEGNAZIONE DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA CHE COMPRENDA UN PIANO DI COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE PER PROMUOVERE IL BRAND E L'OFFERTA TURISTICA DELLA DESTINAZIONE GENOVA IN ITALIA E ALL'ESTERO NELL'ANNO 2020/2021. IMPORTO EURO 180.000,00 (IVA 22% ESCLUSA) – CIG 8224073FB8

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 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 deliberazione del Consiglio Comunale n. 7 del 24.01.2019 con la quale sono stati approvati i Documenti Previsionali e Programmatici 2019/2021;
- la deliberazione della Giunta Comunale n. 30 del 14/02/2019, immediatamente eseguibile, ad oggetto: "Piano Esecutivo di Gestione 2019/2021";

Premesso che:

- nel 2020/2021 il Comune di Genova intende acquisire un servizio di progettazione strategica, comprensivo di un piano di comunicazione online e offline, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione e promuovere l'offerta turistica di Genova, in Italia e nei mercati esteri selezionati.

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

ti, sulla base del “Capitolato tecnico-brief 2020” allegato;

- è necessario individuare presumibilmente per il periodo marzo 2020 – marzo 2021, fatto salvo l’ esaurimento dell’importo prima della scadenza, un operatore economico cui affidare la fornitura/il servizio di che trattasi;

- quantificata sulla base dell’andamento degli anni pregressi e sulla base degli stanziamenti che si prevede siano disponibili a bilancio in Euro 180.000,00, oltre Euro 39.600,00 per Iva 22% per un totale di Euro 219.600,00 la spesa necessaria;

Ritenuto pertanto necessario indire una procedura negoziata sulla piattaforma Me.Pa. di Consip ai sensi dell’art. 36 comma 2 lett. b) del D.Lgs. n. 50/2016 per un importo a base di gara pari ad Euro 180.000,00, oltre Euro 39.600,00 per Iva 22% per un totale di Euro 219.600,00, la somma totale delle necessità di un servizio di progettazione strategica, comprensivo di un piano di comunicazione online e offline, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione e promuovere l’offerta turistica di Genova, in Italia e nei mercati esteri selezionati, sulla base del “Capitolato tecnico-brief 2020” stabilendo che:

- la presente procedura non sia frazionabile in lotti al fine di fruire delle economie di scala

- le modalità di espletamento della procedura e di gestione del conseguente contratto siano regolate dalle Condizioni Particolari del servizio costituenti parti integranti del presente provvedimento;

- l’assegnazione sia effettuata, ai sensi dell’art. 95 comma 3 lett. a) del D.Lgs. n. 50/2016, a favore della ditta che avrà presentato l’offerta economicamente più vantaggiosa sulla base dei criteri di valutazione stabiliti nelle Condizioni particolari del servizio;

- venga pubblicata sul Mepa Consip la presente procedura come gara aperta a tutti gli operatori, compresi quelli che, pur non essendo ancora abilitati allo specifico bando del Mepa di Consip, avendo nell’oggetto sociale la tipologia del servizio in oggetto, possano abilitarsi e quindi presentare offerta, al fine di rispettare pienamente i principi previsti dal Codice degli appalti e dalle Linee guida n. 4;

- si procederà all’aggiudicazione anche nel caso di una sola offerta valida;

- è stato individuato il Rup nella persona di Marisa Gardella, che dovrà rendere le dichiarazioni di assenza di conflitto di interessi ai sensi dell’art. 6 bis della legge n. 241/90 alla data di scadenza della gara aperta;

Preso atto che il presente provvedimento è stato assunto nel rispetto della normativa a tutela dei dati personali;

DETERMINA

1) **di indire** per le motivazioni di cui in premessa, una procedura negoziata sulla piattaforma Me.Pa. di Consip ai sensi dell’art. 36 comma 2 lett. b) del D.Lgs. n. 50/2016 per un importo a base di gara pari ad Euro 180.000,00, oltre Euro 39.600,00 per Iva 22% per un totale di Euro 219.600,00, la somma totale delle necessità di un servizio di progettazione strategica, comprensivo di un piano di

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

comunicazione online e offline, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione e promuovere l'offerta turistica di Genova, in Italia e nei mercati esteri selezionati, sulla base del "Capitolato tecnico-brief 2020", presumibilmente per il periodo marzo 2020 – marzo 2021, fatto salvo l'esaurimento dell'importo prima della scadenza del contratto;

2) di prendere atto che:

- la presente procedura non è frazionabile in lotti al fine di fruire delle economie di scala;
 - le modalità di espletamento della procedura e di gestione del conseguente contratto sono regolate dal documento "Condizioni Particolari del servizio" costituente parti integrante del presente provvedimento e che pertanto si approva congiuntamente a tutti gli altri documenti di gara;
 - l'assegnazione sarà effettuata, ai sensi dell'art. 95 comma 3 lett. a) del D.Lgs. n. 50/2016 a favore della ditta che avrà presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa sulla base dei criteri di valutazione stabiliti nelle Condizioni particolari del servizio;
 - venga pubblicata sul Mepa Consip la presente procedura come gara aperta a tutti gli operatori, compresi quelli che, pur non essendo ancora abilitati allo specifico bando del Mepa di Consip, avendo nell'oggetto sociale la tipologia del servizio in oggetto, possano abilitarsi e quindi presentare offerta, al fine di rispettare pienamente i principi previsti dal Codice degli appalti e dalle Linee guida n. 4;
 - si procederà all'aggiudicazione anche nel caso di una sola offerta valida;
 - è stato individuato il Rup nella persona di Marisa Gardella, che dovrà rendere le dichiarazioni di assenza di conflitto di interessi ai sensi dell'art. 6 bis della legge n. 241/90 alla data di scadenza della gara aperta
- 4) di demandare a successivo provvedimento l'assegnazione del servizio in oggetto e il relativo impegno di spesa;
- 5) di dare atto che il presente provvedimento è stato assunto nel rispetto della normativa a tutela dei dati personali.

Il Dirigente
Dott. Cesare Torre

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



RELAZIONE DEL RUP

AVVIO DI UNA PROCEDURA NEGOZIATA INERENTE LA FORNITURA DI UN SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA CHE COMPRENDA UN PIANO DI COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE PER PROMUOVERE IL BRAND E L'OFFERTA TURISTICA DELLA DESTINAZIONE GENOVA IN ITALIA E ALL'ESTERO NELL'ANNO 2020/2021.

Nel 2020/2021 il Comune di Genova intende sviluppare una comunicazione strategica e integrata, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione Genova e promuovere l'offerta turistica della città in Italia e su alcuni mercati esteri selezionati.

Gli obiettivi strategici generali di promozione turistica indicati nel piano marketing 2020 mirano ad aumentare gli arrivi e i pernottamenti, italiani e stranieri, consolidare i flussi turistici italiani in primavera, autunno e nel periodo delle festività natalizie e i flussi stranieri in primavera, estate e durante i periodi di pausa e festività nei paesi di origine, nonché attirare visitatori stranieri nei periodi di bassa stagione (gennaio e febbraio).

Gli obiettivi del piano di comunicazione richiesto sono:

- a) Aumentare la visibilità e notorietà del Brand della destinazione turistica Genova.
- b) Implementare l' Awareness su Genova come destinazione turistica da parte dei target di riferimento.
- c) Promuovere l'offerta turistica di Genova, valorizzando le sue risorse (patrimonio storico-artistico, centro storico e Patrimonio Unesco, mare, enogastronomia) e il city break anche con offerte promozionali.
- d) Definire la *USP (Unique Selling Proposition)* di Genova rispetto ad altre destinazioni, mettendo in evidenza gli elementi di differenziazione e unicità che possono motivare la scelta di venire a Genova piuttosto che in un'altra città italiana e/o europea.

- e) Promuovere la destinazione nei periodi in cui il target, nei diversi mercati di riferimento, sceglie la meta del viaggio,

Il servizio richiesto comprende la progettazione strategica, il piano di comunicazione con il cronoprogramma delle campagne online e offline e l'ideazione creativa, comprensiva di tutti gli adattamenti per i formati dei canali digital e/o materiali di comunicazione offline, Landing Page, copy efficaci in tutte le lingue parlate nei mercati di riferimento e book fotografico delle immagini necessarie per le campagne.

I mercati obiettivo sono l'Italia, la Francia, la Germania e il Regno Unito (priorità 1), seguiti da Svizzera, Paesi Bassi e Svezia (priorità 2).

I target e i segmenti di mercato da raggiungere sono gli amanti dei viaggi e, in particolare, dei *city break*, famiglie, millenials, active senior.

Il valore dell'appalto viene stimato in **euro 180.000** (iva esclusa) e sarà interamente soggetto a ribasso di gara.

Trattandosi di servizio di natura intellettuale, non vi è obbligo di indicare il costo della manodopera, ex art. 95 c. 10 del codice degli appalti.

Il piano di comunicazione dovrà avere una durata annuale e una copertura temporale da inizio maggio 2020 al 31 marzo 2021, così suddivisi € 130909 sul bilancio 2020 per il 2020 e € 49.091 per il bilancio 2021.

La spesa verrà imputata al capitolo di bilancio 1377 del centro di costo 3950.

Per la definizione dell'importo a base d'asta sono stati presi come parametro di riferimento gli importi offerti in precedenti analoghe procedure di gara nell'anno 2017, 2018 e 2019.

Inoltre l'esperienza pluriennale acquisita dall' Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy nella realizzazione di campagne digital e offline fa ritenere che il valore stimato dell'appalto sia congruo, tenuto conto che nel capitolato tecnico viene lasciata la libertà alle agenzie di elaborare il media mix ritenuto più efficace. Saranno pertanto le agenzie concorrenti a proporre i canali online e i mezzi offline ritenuti non solo più efficaci ma anche sostenibili dal budget messo a gara.

Si evidenzia che in base alla legge n. 123 del 3 agosto 2007 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 di Interferenza (DUVRI) ai fini e ai sensi dei commi 3-3bis-3ter del art. 7 del D.Lgs. 626/94 come modificato dal D.Lgs. 81/08 e s.m.i.

Trattandosi di lavoro intellettuale, gli oneri per la sicurezza, non soggetti a ribasso di gara, sono pari a 0, così come non vi sono costi per la sicurezza da interferenze, non soggetti a ribasso.

L'importo offerto dall' aggiudicatario remunererà pertanto i costi per l'acquisto degli spazi sui canali online e mezzi/materiali offline, come da media mix proposto nel piano di comunicazione, il management fee, i costi della piattaforma per il tracking delle campagne digital in programmatic e tutti i costi inerenti la creatività delle campagne.

La procedura verrà svolta attraverso l'apertura di una RDO (Richiesta di Offerta), APERTA, sul portale MePA di Consip e verrà a tal proposito predisposto un specifico bando di gara. Si tratterà pertanto di una procedura negoziata.

Pur trovandosi nella necessità di programmare al più presto le campagne digital e offline da maggio 2020 a marzo 2021, non si ravvisano motivazioni di estrema urgenza, così come altre circostanze previste dall'art 63 del codice dei contratti, tali da poter giustificare l'indizione di una procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara.

E' stata verificata la non presenza di convenzioni Consip per l'appalto in oggetto.

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

Trattandosi di una procedura di gara "aperta", non verrà effettuata alcuna selezione sui fornitori da invitare. In tal modo, potranno partecipare tutte le agenzie in possesso dei requisiti di partecipazione indicati nelle Condizioni particolari inerenti al bando di gara pubblicate su MePA, ivi compresa l'agenzia aggiudicataria uscente, la quale ha svolto un servizio analogo per il 2019 in modo più che soddisfacente per il committente, sia per i risultati conseguiti in termini di numeri superiori allo stimato sia per la puntualità e accuratezza dei report di analisi.

Il criterio di aggiudicazione sarà quello dell' Offerta Economicamente più Vantaggiosa (OEPV), poiché, come si evince dai parametri di valutazione indicati all'art. 4 – Modalità di aggiudicazione delle Condizioni particolari che verranno pubblicate sul Mepa, la componente qualitativa è assolutamente predominante rispetto all'elemento prezzo.

Le offerte dovranno pervenire entro un termine di 3 settimane (giorni festivi compresi) dalla pubblicazione della RDO sul portale Mepa.

Vista la non estrema ma relativa urgenza, illustrata poco sopra, nel procedere all'esecuzione del contratto, una volta individuato l'aggiudicatario di gara non verrà applicato lo *stand still*, come previsto dall'art. 32 del Codice dei contratti per acquisti effettuati attraverso il mercato elettronico.

Poiché il contratto conterrà delle clausole apposite per la specifica tipologia di appalto, non si utilizzerà il contratto standard messo a disposizione dalla piattaforma MePA ma verrà redatto un contratto "ad hoc" da parte della Stazione Appaltante, con tutte le clausole e i termini necessari, che verrà comunque recapitato alla controparte per la debita sottoscrizione attraverso il portale MePA.

Documenti allegati:

1. Condizioni particolari
2. Capitolato tecnico – brief.



COMUNE DI GENOVA

CAPITOLATO TECNICO – BRIEF PER LA REALIZZAZIONE DI UN SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA CHE COMPRENDA UN PIANO DI COMUNICAZIONE PER PROMUOVERE IL BRAND E L’OFFERTA TURISTICA DELLA DESTINAZIONE GENOVA ONLINE E OFFLINE, IN ITALIA E ALL’ESTERO, NELL’ANNO 2020/2021.

Premessa e scenario

Nell’ anno 2020/2021 il Comune di Genova intende sviluppare una comunicazione strategica e integrata, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione Genova e promuovere l’offerta turistica della città in Italia e su alcuni mercati esteri selezionati.

Per quanto riguarda l’affluenza turistica, come si evidenzia dalle tabelle in appendice A che riportano i dati dell’ Osservatorio Turistico Regionale, gli arrivi del 2019, aggiornati al mese di novembre, confermano il trend di crescita degli anni precedenti, nonostante il danno di immagine subito a seguito del crollo del Ponte Morandi (878.939 arrivi; +2,00% rispetto al 2018); le presenze si mantengono stabili rispetto all’anno precedente (1.788.656 dato assoluto presenze, - 0,42% rispetto al 2018).

I visitatori italiani rappresentano il primo mercato di riferimento per Genova (dato assoluto presenze: 891.565; circa il 50% delle presenze totali), seguiti dai francesi (92.646 presenze), tedeschi (75.104 presenze), russi (59.355 presenze) e inglesi (58.681 presenze). Il mercato francese ha risentito maggiormente delle notizie negative circolate sulla difficoltà dei collegamenti dopo il crollo del Ponte Morandi (-21,04% rispetto al 2018), mentre il mercato tedesco sembra aver recuperato i primi mesi di flessione del 2019 (+2,16% rispetto all’anno precedente).

Per quanto riguarda i flussi italiani, gli arrivi più consistenti provengono da Lombardia, Lazio (Roma) e Piemonte, seguiti da Veneto, Campania, Toscana, Emilia Romagna e Sicilia.

È importante notare che i visitatori italiani si distribuiscono in modo costante in tutti i mesi dell’anno, ad eccezione dei mesi di gennaio-febbraio, considerati di bassa stagione; gli stranieri concentrano le loro visite nel periodo primaverile ed estivo e in concomitanza dei periodi di pausa e festività dei rispettivi paesi di origine.



COMUNE DI GENOVA

Secondo un'analisi sulla Destination Reputation è emerso che nei mercati esteri Genova è considerata come una *Urban Destination a 360 gradi*, i cui ingredienti principali sono il centro storico e il suo patrimonio architettonico, i paesaggi di mare e l'enogastronomia.

Poiché Genova viene scelta soprattutto come **meta di city break**, occorrerà lavorare per contrastare la percezione che la città sia difficilmente raggiungibile, a causa anche delle recenti criticità sulla viabilità e sui collegamenti autostradali. L'aeroporto di Genova, sebbene non sia un hub internazionale vista la sua posizione su mare che non consente ulteriori ampliamenti, anche in ottica di una giusta salvaguardia della sostenibilità del territorio, ha lavorato in questi anni e tuttora per aumentare il numero di voli e destinazioni collegate. Sono garantiti collegamenti aerei diretti con le principali città italiane del sud Italia e con Roma e con alcune importanti città europee. A tal proposito si rimanda alla consultazione della tabella allegata in appendice B fornita dall'Aeroporto di Genova e al sito www.airport.genova.it.

Va inoltre sottolineato che i collegamenti ferroviari sono sempre stati regolari e che nel 2020 è prevista l'inaugurazione di una nuova linea ferroviaria diretta tra Genova e Zurigo. **Genova è dunque raggiungibile con poche ore di macchina, di treno oppure di aereo.**

La promozione della destinazione Genova, in Italia e sui mercati esteri, è stata realizzata negli ultimi anni grazie alla **costante pianificazione di campagne digital**, efficaci nel raggiungere un target qualificato, nel cosiddetto "momento della verità", in cui viene maturata la scelta della prossima meta di viaggio. Il digital permette inoltre di raggiungere una pluralità di mercati a fronte di un budget contenuto. Tuttavia in alcuni mercati, come Svizzera e Paesi Bassi, le campagne digital hanno accusato delle difficoltà nel raggiungere il bacino di pubblico stimato in fase di programmazione.

Oltre alle campagne digital, per l'Italia è stata portata avanti un'intensa attività di ufficio stampa, così come per il mercato inglese e francese (grazie alla collaborazione con Enit Parigi): sono stati organizzati negli anni diversi educational tematici e l'accoglienza di giornalisti individuali e troupe televisive. Nel 2020, oltre agli uffici stampa italiano e inglese, un terzo ufficio stampa opererà in Francia, Germania, Svizzera e Paesi Bassi.



COMUNE DI GENOVA

Nel 2019 sono stati realizzati 4 influencer tour tematici con iger e blogger francesi, tedeschi e olandesi. Anche nel 2020 verrà realizzato un programma di influencer trip per influencers esteri.

Oltre a presidiare i profili owned della destinazione (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) per aumentare sempre di più l'engagement del pubblico italiano si prevede anche un programma di post sponsorizzati su tematiche e in momenti diversi e verrà ulteriormente implementato l'inserimento nel piano editoriale di post in lingua inglese per raggiungere gli utenti esteri.

In tutti i materiali di comunicazione della destinazione Genova, al logo **Genova More Than This** che incorpora in sé l'identità e i valori della città, da settembre 2019 viene affiancato il logo **The Ocean Race Genova The Grand Finale 2021 – 22**, che testimonia l'impegno della città a conquistare una maggiore visibilità nel panorama mondiale.

Obiettivi del piano di comunicazione

Gli obiettivi strategici generali di promozione turistica indicati nel piano marketing 2020, attualmente in fase di approvazione, mirano ad aumentare gli arrivi e i pernottamenti, italiani e stranieri: in particolare incrementare i flussi turistici italiani in primavera, autunno e nel periodo delle festività natalizie e i flussi stranieri in primavera, estate, durante i periodi di pausa e festività nei paesi di origine, nonché nei periodi di bassa stagione (gennaio e febbraio).

Gli obiettivi del piano di comunicazione sono:

- a) Aumentare la visibilità e notorietà del Brand della destinazione turistica Genova.
- b) Implementare l'Awareness su Genova come destinazione turistica da parte dei target di riferimento.
- c) Promuovere l'offerta turistica di Genova, valorizzando le sue risorse (patrimonio storico-artistico, centro storico e Patrimonio Unesco, mare, enogastronomia) e il city break anche con offerte promozionali.



Comune di Genova | Direzione Marketing Territoriale e
Promozione della Città | Via Garibaldi, 9 – Palazzo Galli
16124 Genova
Tel 010 5572850 – dmanzato@comune.genova.it





COMUNE DI GENOVA

- d) Definire la USP (*Unique Selling Proposition*) di Genova rispetto ad altre destinazioni, mettendo in evidenza gli elementi di differenziazione e unicità che possono motivare la scelta di venire a Genova piuttosto che in un'altra città italiana e/o europea.
- e) Promuovere la destinazione nei periodi in cui, nei diversi mercati di riferimento, i potenziali turisti scelgono la meta del viaggio.

Mercati target del piano di comunicazione

- Mercati di priorità 1:
Italia
Francia
Germania
Regno Unito
- Mercati di priorità 2:
Svizzera
Paesi Bassi
Svezia

Servizio richiesto

Alle agenzie concorrenti è richiesta la **progettazione strategica e la realizzazione di un piano di comunicazione** in grado di raggiungere gli obiettivi prefissati nei mercati di riferimento, utilizzando il mix ritenuto più efficace tra canali online e mezzi offline nei diversi mercati e un concept creativo efficace nelle lingue parlate nei diversi paesi. Il piano di comunicazione dovrà avere una copertura temporale da inizio maggio 2020 al 31 marzo 2021, con periodi di maggiore intensità e periodi di mantenimento, per garantire la visibilità della destinazione anche quando non sono on air le campagne principali.



COMUNE DI GENOVA

Ai concorrenti è richiesto di articolare la proposta come da punti A), B) e C), indicati qui di seguito:

A) La Progettazione strategica e il piano di comunicazione.

La progettazione strategica dovrà contenere l'analisi delle opportunità sui mercati di riferimento in relazione al comportamento del target di riferimento (per es. lo studio sui periodi in cui viaggiano gli italiani, i francesi, i tedeschi, gli inglesi, gli olandesi e gli svedesi). Il piano di comunicazione dovrà indicare il cronoprogramma delle campagne per ciascun mercato, il relativo budget dedicato, il media mix proposto per ciascun mercato e i relativi modelli di attribuzione e/o correlazione utilizzati per misurare l'efficacia delle campagne. Occorrerà inoltre indicare il volume di comunicazione complessivo derivante dalla pianificazione multicanale online e offline, la piattaforma di tracking utilizzata per il programmatic, il budget media investito (esclusi il management fee e i costi delle piattaforme di tracking) e la stima dei risultati raggiungibili per ciascun canale/mezzo, utilizzando i KPI indicati di seguito, in relazione agli obiettivi perseguiti dai singoli canali, scelti dall'agenzia:

Video	Views, Copertura, CPV, CPCV
Display Prospecting	Copertura, Impression, CPM (x1000 impression), Click, Accessi al sito
Display Retargeting	Click, CPC, CTR, Accessi al sito
Campagne sui social	Copertura, Accessi al sito, Interazioni
Campagne Search	Click, CPC, CTR
Native Advertising	Click, Accessi al sito
TV	Reach potenziale in target, Opportunity to see, GRP
Radio	Dati di ascolto, reach potenziale in target
Stampa	Tiratura. Diffusione, Reach potenziale in target
OOH (Out of Home)	Opportunity to see, Reach potenziale in target

Per quanto riguarda i KPI dei mezzi offline, si dovranno indicare i dati ufficiali forniti dagli editori/concessionarie e/o organismi di certificazione esterni ufficiali.



COMUNE DI GENOVA

L'acquisto degli spazi e dei mezzi per la realizzazione delle campagne saranno interamente a carico dell'agenzia aggiudicataria.

B) L'ideazione creativa, efficace multilingue e multisoggetto, in relazione agli obiettivi strategici e di comunicazione del piano di comunicazione, da declinare in **tutti i formati più performanti, online e offline, che si renderanno necessari** all'attuazione della pianificazione proposta dall'aggiudicatario. Nel caso venga previsto il Display Prospecting, i banner, multilingue e multisoggetto, dovranno essere in .html5. Tutti gli annunci testuali dovranno essere elaborati a cura dell'agenzia aggiudicataria e dovranno avere **copy efficaci nelle lingue dei mercati di riferimento delle campagne**. Nel caso venga proposto il Native Advertising, in fase di realizzazione dovranno essere indicate le tematiche/argomenti ritenuti di maggior interesse per il pubblico di riferimento. Inoltre si dovrà fornire dei suggerimenti al committente per la creazione di nuovi contenuti sul portale visitgenoa.it, a cui gli annunci di Native Advertising possano puntare.

La proposta creativa dovrà essere perfezionata con una presentazione di Landing Page strutturata, estremamente flessibile e diversificabile in base alle diverse lingue e ai diversi flight di campagna, da integrarsi all'interno del portale visitgenoa.it, in grado di migliorare le performance stesse delle campagne in termini di tempi di permanenza sul sito.

Ogni costo di ideazione creativa, declinazioni creative e produzione degli esecutivi digitali e offline, multilingua e multisoggetto, nei diversi formati destinati ai canali/mezzi previsti dalla pianificazione proposta, produzione delle Landing Page sono a carico dell'aggiudicatario. La fornitura della Landing Page è da intendersi inclusa nel servizio di creatività.

N.B.: In tutti i materiali di comunicazione prodotti dovranno essere inseriti il loghi "Genova More Than This" e "The Ocean Race Genova The Grand Finale 2021 - 22", ponendo particolare attenzione a valorizzare efficacemente tali loghi che esprimono il brand della città.



COMUNE DI GENOVA

Per poter valutare adeguatamente l'efficacia della proposta creativa, si richiede di inserire su MEPA una cartella compressa, contenente delle esemplificazioni della creatività proposta nei formati previsti dalla pianificazione. A parità di qualità di creatività proposta in termini di efficacia, verrà attribuito un punteggio superiore per la maggior cura posta nelle esemplificazioni (per es. l'inserimento delle animazioni per i banner).

L'aggiudicatario dovrà realizzare il book fotografico e/o procurarsi attraverso l'acquisto su banche immagini, le foto necessarie e più idonee all'attuazione delle campagne proposte, nelle diverse stagioni o periodi dell'anno. Le fotografie del book fotografico diverranno di proprietà del Comune di Genova e potranno essere utilizzate, libere da qualsiasi vincolo, per la comunicazione sui canali social owned e, in generale, a fini promozionali. Saranno comunque citati i credits degli autori delle fotografie.

A tal fine il concept creativo dovrà contenere anche un "rationale" sulla tecnica fotografica/stile delle immagini fotografiche che si andranno a realizzare.

Sempre per meglio ponderare la qualità e l'efficacia del book fotografico che si andrà a realizzare, si richiede di inserire nella cartella compressa nominata pocanzi anche un book fotografico realizzato per servizi già svolti, inerente campagne di promozione turistica/territoriale.

Nel caso la pianificazione preveda l'utilizzo di video, il committente metterà a disposizione dell'aggiudicatario i video di promozione turistica realizzati nel 2017/2018/2019, che dovranno, salvo rare eccezioni, essere utilizzati per intero, senza frammentazioni.

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



COMUNE DI GENOVA

Note sulle modalità di svolgimento del servizio

Report periodici.

Durante lo svolgimento delle campagne digital e offline, dovranno essere forniti report quindicinali, mensili e conclusivi sull'andamento delle campagne stesse con l'indicazione dei risultati e sintetica nota interpretativa sulle performance registrate per le campagne digital. Su richiesta del Comune, dovranno essere preparati 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 il contatto di una o più persone reperibili, in grado di fornire report e comunicati sull'andamento delle campagne, anche all'indomani di festività, ivi compreso Ferragosto, Natale e Capodanno. Nel report finale, dovranno essere inseriti i giustificativi delle campagne, sia online che offline.

Accesso alle piattaforme.

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

Modifiche in corso d'opera.

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

Il Comune di Genova si riserva inoltre, comunicandolo con il debito anticipo e non superando comunque la quota indicata dall'agenzia per la pianificazione media, di cambiare la suddivisione del budget per mercati e/o flight di campagne, in relazione alla situazione contingente del mercato nel momento in cui dovranno prendere avvio le campagne, ovvero in base all'andamento delle campagne stesse e alle performance di comunicazione.



COMUNE DI GENOVA

Target e segmenti di mercato

I target e i segmenti di mercato da raggiungere sono:

- Amanti dei viaggi e, in particolare, dei *city break* (focus: centro storico Unesco, mare, enogastronomia)
- Famiglie
- Millenials
- Active senior

Timing delle campagne digital

Nella proposta, le agenzie dovranno indicare il periodo e la durata dei flight delle Main Campaign 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.

Sulla base dell’analisi strategica compiuta dall’aggiudicatario sui periodi e comportamenti legati ai viaggi nei singoli mercati, le campagne potranno essere lanciate in periodi e avere durate differenti nei diversi mercati.

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

Stile della comunicazione

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



COMUNE DI GENOVA

La Call to action dovrà essere improntata a favorire l'accesso e la permanenza sul sito 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.

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 in **tutte le lingue** in cui verranno sviluppate le campagne: italiano, francese, tedesco, inglese, olandese, svedese. 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.

Main Key-messages

Di seguito i principali punti di forza della destinazione Genova più frequentemente indicati dai turisti o ricorrenti nelle indagini di Destination Reputation:

- **Patrimonio storico-artistico** rilevante (**Palazzi dei Rolli e le Strade Nuove patrimonio Unesco**).
- **Centro storico** di appeal, sia dal punto di vista architettonico-urbanistico che per la sua vitalità e il suo essere luogo di incontro di culture differenti.
- **Acquario di Genova** (maggiore varietà di ecosistemi in Europa e **nuovo Padiglione Cetacei**, opera unica a firma di Renzo Piano).
- **Porto Antico**, moderno modello di waterfront ridisegnato anch'esso dal noto architetto Renzo Piano.
- **Borghi sul mare**: Boccadasse, Nervi con i suoi parchi, la passeggiata a picco sul mare e i suoi musei, Pegli con il parco di Villa Pallavicini.



COMUNE DI GENOVA

- **Il clima generalmente mite** e quindi possibilità di girare all'aperto in tutti i periodi dell'anno.
- **Attività outdoor legate al mare:** il giro del porto in battello, avvistamento dei delfini nel Santuario dei Cetacei, escursioni in barca a vela.
- **Genova città verticale**, stretta tra il mare e i monti: ascensori, funicolari e le tipiche "creuze". La terrazza panoramica di Spianata Castelletto e i Forti.
- **39 Botteghe storiche** in attività da almeno 70 anni (ma in molti casi fino a 200).
- **22 musei** che spaziano dall'arte e storia all'etnografia e scienze naturali.
- **Palazzo Ducale e le sue mostre di pregio** nel campo della pittura e della fotografia.
- L'ampia scelta dei **teatri di Genova**, tra cui spicca il **Teatro Carlo Felice** per l'opera, i concerti di musica sinfonica e il balletto.
- **La gastronomia genovese**, caratterizzata fortemente dal pesto e la focaccia.
- **Intensa vita culturale:** festival, rassegne, spettacoli, mostre.
- **Il Salone Nautico Internazionale**, organizzato tutti gli anni a settembre.

Per approfondimenti sugli eventi organizzati in città e maggiori informazioni riguardo l'offerta e i prodotti turistici, si suggerisce di consultare il portale di promozione della destinazione Genova www.visitgenoa.it;



COMUNE DI GENOVA

Budget

Il budget allocato per il “Servizio di progettazione strategica che comprenda un piano di comunicazione per promuovere il brand e l’offerta turistica della destinazione Genova online e offline, in Italia e all’estero, nel 2020/2021”, specificamente dettagliato nel paragrafo servizio richiesto del presente “Capitolato tecnico – brief 2020” è pari a **180.000,00 Euro (iva esclusa)**.

APPENDICE A.

Arrivi e presenze gennaio / novembre 2019 suddivisi per provenienze.

APPENDICE B.

Collegamenti aerei (aggiornato al 30.01.2020)



COMUNE DI GENOVA
DIREZIONE MARKETING TERRITORIALE E PROMOZIONE DELLA CITTA',
UFFICIO COMUNICAZIONE DI MARKETING, DIGITAL-SOCIAL-MEDIA STRATEGY,
SVILUPPO DEL BRAND GENOVA

CONDIZIONI PARTICOLARI RELATIVE ALLA FORNITURA DI UN SERVIZIO DI PROGETTAZIONE STRATEGICA CHE COMPRENDA UN PIANO DI COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE PER PROMUOVERE IL BRAND E L'OFFERTA TURISTICA DELLA DESTINAZIONE GENOVA IN ITALIA E ALL'ESTERO NELL'ANNO 2020/2021.

CIG 8224073FB8

Premessa

Nel 2020/2021 il Comune di Genova intende acquisire un servizio di progettazione strategica, comprensivo di un piano di comunicazione online e offline, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione e promuovere l'offerta turistica di Genova, in Italia e nei mercati esteri selezionati, sulla base del "Capitolato tecnico-brief 2020" allegato.

Responsabile del Procedimento (RUP): dott.ssa Marisa Gardella – Funzionario Responsabile dell' Ufficio Comunicazione di Marketing – Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova.

Richieste di chiarimento: 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) e/o tramite PEC all'indirizzo comunegenova@postemailcertificata.it, riportando nell'oggetto l'intestazione del presente bando, nonché ai seguenti indirizzi di posta elettronica: mgardella@comune.genova.it, tsuman@comune.genova.it, dmanzato@comune.genova.it.

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, comprensivo di un piano di comunicazione online e offline, al fine di potenziare la brand awareness della destinazione e promuovere l'offerta turistica di Genova, in Italia e nei mercati esteri selezionati.

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 € **180.000 (iva esclusa)**.

Il corrispettivo contrattuale sarà quello risultante dalla quota relativa alle attività di pianificazione e realizzazione delle campagne, l'ideazione creativa, il book fotografico, la produzione di tutti gli esecutivi digitali e offline che si renderanno necessari per la realizzazione delle campagne proposte e il 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 il 31 marzo 2021.

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 progetti di comunicazione digital e offline e di campagne di web marketing di promozione turistica-territoriale nei mercati esteri, a favore di soggetti pubblici o privati, per un importo minimo di euro 150.000 complessivi, nel triennio 2017-2018-2019 (*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 con pianificazione nazionale/internazionale di promozione turistica-territoriale, a favore di soggetti pubblici o privati, realizzato nel triennio 2017-2018-2019 (*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, con un fatturato globale non inferiore ad Euro 400.000,00 nel triennio 2017-2018-2019 (*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*);

e) regolare iscrizione in corso di validità al portale Mepa.

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, debitamente compilata e firmata:

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; tale dichiarazione dovrà essere presentata 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.

La documentazione comprovante il possesso dei requisiti di carattere professionale, tecnico-qualitativo ed economico finanziario per la partecipazione alla gara dovrà essere inviata, contestualmente all'invio della proposta, del DGUE, della dichiarazione integrativa Dgue e dell'informativa sui dati personali, tramite il portale MePA.

Di seguito la documentazione che dovrà essere inviata dai concorrenti a comprova del possesso dei requisiti richiesti:

- 1) relativamente al requisito di carattere professione relativo al punto a) delle condizioni di partecipazione, 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, copia dei progetti di comunicazione online e offline e di campagne di web marketing nei mercati esteri di promozione turistica-territoriale, a favore di soggetti pubblici o privati, per un importo minimo di euro 150.000 complessivi, effettuati nel triennio 2017-2018-2019, con indicazione dei relativi importi o, in alternativa, certificati di regolare esecuzione da parte del/i committente/i con l'indicazione dettagliata del servizio prestato e degli importi erogati;
- 3) relativamente al requisito tecnico-qualitativo relativo al punto c) delle condizioni di partecipazione, copia del concept creativo e declinazione grafica per campagne digital con pianificazione nazionale/internazionale di promozione turistica-territoriale, a favore di soggetti pubblici o privati, realizzato nel triennio 2017-2018 o, in alternativa, certificato di regolare esecuzione da parte del/i committenti con indicazione dettagliata del servizio prestato e dell'importo erogato;
- 4) relativamente al requisito economico/finanziario relativo al punto d) delle condizioni di partecipazione, copia dei bilanci o altra documentazione idonea a comprovare il possesso del requisito del fatturato globale.

Attraverso il sistema AVCpass verranno invece effettuati i controlli circa l'assenza di motivi di esclusione dalle gara di appalto, contenuti nell'art. 80 del d.Lgs. 50/2016. 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.

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:

CRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
A - Elemento ECONOMICO	10
B - Elementi TECNICI	90
TOTALE	100

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) del paragrafo “Servizio richiesto” del Capitolato tecnico-brief 2020.

I punteggi saranno attribuiti secondo le modalità che seguono.

1

Progettazione strategica	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. Max punti 20
---------------------------------	--

2

Pianificazione multicanale online e offline delle campagne	La commissione valuterà il volume di comunicazione e l'efficacia del media mix proposto per il raggiungimento dei target profilati. Max punti 30
---	--

3

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

4

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

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 riproporzionando 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 180.000 (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 180.000.

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_{max}: massimo punteggio attribuibile

BA: prezzo a base d'asta

P: prezzo offerto dal concorrente

P_{min}: 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 e secondo le disposizioni della Delibera di Giunta Comunale 20/2017.

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 esauritive, prima di procedere all'esclusione dell'offerente, si provvederà a convocarlo 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 fornitura della progettazione strategica e di un piano di comunicazione online e offline per promuovere il brand e l'offerta turistica della destinazione Genova, in Italia e all'estero, nell'anno 2020.

L'assegnatario dovrà svolgere il servizio nel rispetto delle presenti "condizioni particolari" e del "Capitolato tecnico-brief 2020".

Art. 7 - Termine di consegna delle offerte

Le offerte dovranno pervenire entro il termine perentorio delle **ore 18.00 del giorno 10 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 Civica Amministrazione 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. Lgs. 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 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 2020" 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 e 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 risultati stimati indicati 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 o 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, preve 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 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.

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 e Promozione della Città - 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 e Promozione della città 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. 21 – Privacy

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento Generale UE 2019/679 GDPR, 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. 22 - 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 indicato dai concorrenti nella documentazione di gara e all'indirizzo PEC comunegenova@postemailcertificata.it (riportando per intero il titolo del suddetto bando di gara e indicando i destinatari della comunicazione nelle persone della dott.ssa Marisa Gardella, dott.ssa Tiziana Suman e dott.ssa Daniela Manzato), inviando copia della comunicazione inoltrata via PEC anche agli indirizzi di posta elettronica mgardella@comune.genova.it, tsuman@comune.genova.it, dmanzato@comune.genova.it.

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. 23 - 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. 24 - 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.