COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA CITTA'

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2014-162.0.0.-11

L'anno 2014 il giorno 17 del mese di Febbraio il sottoscritto Torre Cesare in qualita' di dirigente di Direzione Comunicazione e Promozione della Citta', ha adottato la Determinazione Dirigenziale di seguito riportata.

OGGETTO: IMPEGNO DI SPESA PER LA REALIZZAZIONE DI UN DOCUMENTO CONTENENTE LE STRATEGIE PER MIGLIORARE E MANTENERE UNA BUONA DESTINATION REPUTATION DELLA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA (DESTINATION REPUTATION STRATEGIC PLAN DI GENOVA).

Adottata il 17/02/2014
Esecutiva dal 13/03/2014

17/02/2014	TORRE CESARE

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA CITTA'

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2014-162.0.0.-11

OGGETTO: IMPEGNO DI SPESA PER LA REALIZZAZIONE DI UN DOCUMENTO CONTENENTE LE STRATEGIE PER MIGLIORARE E MANTENERE UNA BUONA DESTINATION REPUTATION DELLA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA (DESTINATION REPUTATION STRATEGIC PLAN DI GENOVA).

IL DIRIGENTE RESPONSABILE

Visto l'art.107 del Decreto Legislativo n. 267/2000, commi 1 e 2;

Premesso che:

- negli ultimi anni turismo e web sono stati in simbiosi: molto spesso i viaggi nascono a da un input ricevuto dalla rete, che sia un'immagine su un travel blog o su facebook, che sia il commento di un amico entusiasta di una vacanza, che sia un check su Tripadvisor e, con la stessa frequenza, il viaggio viene messo in rete, con le foto postate sul proprio profilo Instagram o sulla pagina facebook, corredate da commenti e dettagli sulla vacanza, o con la recensione lasciata su Tripadvisor, che vuole essere una critica o un consiglio ai futuri visitatori della meta scelta;

- le motivazioni del forte impatto del web sul turismo vanno ricercate proprio nella condivisione online delle esperienze di viaggio dei turisti – prima, durante e dopo la vacanza – capaci di generare reti di passaparola digitale che risultano determinanti nella costruzione della reputazione di una destinazione;

- i commenti, i feedback, le opinioni, i pareri e qualsiasi traccia il turista lascia sul web contribuiscono a creare, consolidare la reputazione di un albergo, di un ristorante, di una spiaggia, della cultura locale, dei trasporti e così via e il tutto contribuisce a creare l'immagine della destinazione;

- una sempre maggiore percentuale di turisti considera come principale fonte informativa nella pianificazione di viaggio le opinioni di altri viaggiatori e, pertanto, la reputazione di una destinazione è il frutto di quello che i turisti raccontano: si parla appunto di destination reputation, cioè la "considerazione e la credibilità di un dato territorio costituita dall'insieme di tutte le informazioni generate

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

da coloro che visitano la destinazione e condivise attraverso il web prima, dopo e durante l'esperienza di viaggio";

- conoscere, quindi, la reputation di una destinazione diventa una informazione indispensabile sia per gli operatori turistici nella pianificazione dello sviluppo strategico della propria impresa e del territorio, sia per i viaggiatori nel processo di programmazione della loro vacanza;

Evidenziato che, attraverso innovative tecniche di data integration, analisi semantica e business intelligence, è possibile analizzare la grande mole di fonti informative legate ai commenti, giudizi e valutazioni degli utenti relativi alla qualità di servizi e risorse turistiche, e in generale delle destinazioni;

Rilevato che:

- la Civica Amministrazione intende attivare un percorso di lavoro finalizzato alla realizzazione di un documento contenente le strategie per migliorare e mantenere una buona destination reputation della destinazione turistica Genova;

- il Destination Reputation Strategioc Plan di Genova dovrà comprendere l'analisi della reputazione online della destinazione Genova (analisi qualitativa e quantitativa dei contenuti testuali, visuali, sociali su base tematica in tutti i tipi di canali in lingua italiana, inglese, francese e russa), l'individuazione degli obiettivi strategici (SWOT analysis e gerarchizzazione), l'indicazione della strategia di gestione della reputazione di Genova online (analisi dei competitor, definizione strategia generale e strategie e tattiche specifiche, linee di intervento) e , infine, Il Social Media Plan (mix di strumenti da utilizzare, individuazione social media team ideale, modalità di gestione, programmazione editoriale di massima, linee guida per campagne speciali e modalità di reputation crisis management);

Visto il preventivo presentato dalla Four Tourism Srl nel quale viene richiesto, per la realizzazione dei servizi di cui ai precedenti paragrafi, un importo pari ad € 48.190,00 (IVA al 22% inclusa), ritenuto congruo;

Ritenuto, per quanto sopra espresso, di assegnare il servizio oggetto del presente provvedimento alla Four Tourism Srl, che ha già fornito analoghi servizi con professionalità e competenza, raggiungendo risultati del tutto soddisfacenti;

Dato atto che la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti 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;

Dato atto che trattasi di spesa obbligatoria, la cui mancata effettuazione comporta danno economico/finanziario a carico delle civiche finanze;

Accertato che il pagamento conseguente al presente provvedimento è compatibile con il relativo stanziamento del bilancio e con le regole di finanza pubblica;

Vista la deliberazione di Giunta Comunale n. 2014-23 ad oggetto "Adozione di linee di indirizzo per la promozione della città, anno 2014, e contestuale approvazione del piano di marketing e comunicazione e priorità relative all'utilizzo delle risorse derivanti dall'imposta di soggiorno" si dava mandato alla scrivente di realizzare entro la primavera e inizio estate 2014 – nelle more dell'approvazione del bilancio 2014 – le azioni urgenti del Piano di Marketing e Comunicazione 2014, volte a salvaguardare la stagione turistica estiva e di conseguenza l'equilibrio economico del comparto, per un importo stimabile intorno ai 425.000,00 euro impegnabili entro fine febbraio 2014;

Visto l'art. 163 c. 3 e c.1 del D.Lgs. n. 267/2000;

Visto il decreto del Ministro dell'Interno del 13.2.2014 pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 43 del 21.2.2014 con il quale è stato differito al 30.4.2014 il termine per l'approvazione dei documenti previsionali per l'esercizio 2014 e autorizzato automaticamente la proroga dell'esercizio provvisorio;

Visti:

- gli artt. 3 e 6 della Delibera C.C. n°26/2008 avente ad oggetto "Approvazione regolamento per le acquisizioni in economia di beni e servizi del Comune di Genova";

- l'art. 183 - comma 3 del D.Lgs. 267/2000;

- gli artt. 42 - comma 4 - 46 del vigente Regolamento di Contabilità;

- gli artt. 77 e 80 dello Statuto del Comune di Genova;

IL DIRETTORE
DETERMINA

1) di affidare, sulla base dell'art. 57 comma 2 lettera b) del D. Lgls. N. 163/2006, alla Four Tourism Srl (cod. benf. 53740) (RIF. CIG.Z1E0DDADC6) la realizzazione del Destination Reputation Strategic Plan di Genova, ovvero di un documento contenente le strategie per migliorare e mantenere una buona destination reputation della destinazione turistica Genova, per un importo di € 48.190,00 (IVA al 22% inclusa) ritenuto congruo;

2) di impegnare l'importo di € 48.190,00 (IVA al 22% inclusa) al capitolo che verrà iscrotto a Bilancio 2014 in corrispondenza dell'attuale capitolo 1377 "Servizi di pro-

mozione della città“ – (PdC 1.3.3.2.4.) – Missione /Prg 7, cod. SIOPE 1337 a favore della Four Tourism Srl (**imp.2014.6141**);

3) di dare atto che trattasi di spesa obbligatoria, la cui mancata effettuazione comporta danno economico/finanziario a carico delle civiche finanze;

4) di dare atto che il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto della normativa sulla tutela dei dati personali;

5) di demandare alla Direzione Comunicazione e Promozione della Città la diretta liquidazione della spesa mediante emissione di richiesta di mandato Mod. M1/Rag.;

6) di dare atto che la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti della Legge n. 122/2010 in quanto è da considerarsi a tutti gli effetti relativa ad azioni istituzionali 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;

7) di dare atto che gli impegni sono stati assunti nei limiti dell'art. 163, c.1 del D.Lgs n. 267/2000, con riferimento all'arco temporale di operatività dell'esercizio provvisorio, ai sensi della proroga disposta dal decreto del Ministero dell'Interno del 13.2.2014, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 43 del 21.2.2014.

IL DIRETTORE
Direzione Comunicazione e Promozione della Città

dott. Cesare Torre

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

COMUNE DI GENOVA

ALLEGATO ALLA DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2014-162.0.0.-11
AD OGGETTO
IMPEGNO DI SPESA PER LA REALIZZAZIONE DI UN DOCUMENTO CONTENENTE LE STRATEGIE PER MIGLIORARE E MANTENERE UNA BUONA DESTINATION REPUTATION DELLA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA (DESTINATION REPUTATION STRATEGIC PLAN DI GENOVA).

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 151 comma 4 del D.Lgs. 267/2000 si appone visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria, nei limiti di cui alla Circolare F.L. 25/97 del Ministero dell'Interno.

Sottoscritto digitalmente dal
Responsabile del Servizio Finanziario
Dott. Giovanni Librici

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

Prot. n. 46485
del 14/2/2014

FOURTOURISM
Idee ed opportunità per il turismo

Four Tourism s.r.l.
C.so Cinè, 21 10152 Torino
Tel.+39 011 4407078
P. Iva 09931770011

Comune di Genova
Via Garibaldi 9
16124 Genova (GE)

Torino, 30 gennaio 2014

Oggetto: Rif. Prev. 05/2014

CIG Z1EØDDADC6

Facendo seguito alla cortese richiesta siamo con la presente a dettagliare la nostra migliore proposta come segue.

Preventivo per la redazione del Destination Reputation Strategic Plan

L'attività propone di realizzare un percorso di lavoro finalizzato alla realizzazione di un documento contenente le strategie per il Comune di Genova per migliorare e mantenere una buona destination reputation della destinazione turistica Genova.

1. Contenuti del Piano

Il Destination Reputation Strategioc Plan di Genova redatto da Four Tourism Srl comprenderà l'analisi della reputazione online della destinazione Genova (analisi qualitativa e quantitativa dei contenuti testuali, visuali, sociali su base tematica in tutti i tipi di canali in lingua italiana, inglese, francese e russa), l'individuazione degli obiettivi strategici (SWOT analysis e gerarchizzazione), l'indicazione della strategia di gestione della reputazione di Genova online (analisi dei competitor, definizione strategia generale e strategie e tattiche specifiche, linee di intervento) e , infine, Il Social Media Plan (mix di strumenti da utilizzare, individuazione social media team ideale, modalità di gestione, programmazione editoriale di massima, linee guida per campagne speciali e modalità di reputation crisis management).

2. Modalità di realizzazione

2.1. Modalità di realizzazione

L'attività sopra descritta ed il presente preventivo comprendono:

- Attività di analisi, ricerca, elaborazione e redazione delle analisi e del documento in tutte le sue parti, realizzate da back office da personale dedicato altamente formato;
- 3 giornate presenziali di un account per la realizzazione delle seguenti attività in accordo con la committenza:
  - Primo incontro con la committenza
  - Incontro di condivisione dei risultati e delle strategie ipotizzate

- Incontro di presentazione conclusiva del progetto
- Contatto e interfaccia continuativo con la committenza via telefono, mail e Skype.

2. 2. Tempistiche di realizzazione

La realizzazione delle attività sopra elencate coprirà un periodo di 60 giorni decorrenti a partire dalla data del primo incontro con la committenza. Le giornate presenziali saranno definite e fissate in accordo con la committenza.

2.3. Output

La realizzazione delle attività sopra elencate porterà alla redazione di un unico documento organico che sarà consegnato alla committenza in una copia cartacea e una copia digitale (PDF). Sarà fornito alla committenza su richiesta un eventuale Executive Summary dell'intero lavoro per la presentazione pubblica dello stesso.
Al fine di garantire la corretta esecuzione del Piano oggetto del presente preventivo, Four Tourism Srl si propone di supportare la committenza rispondendo alle esigenze di coordinamento delle attività di formazione e start up, valutando i piani di formazione necessari e le professionalità utili al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

3. Compenso

Il compenso previsto per la realizzazione delle attività proposte è pari a EURO 39.500,00 esclusa IVA. Le spese di trasferta del personale Four Tourism Srl sono incluse nella presente offerta.

4. Modalità di pagamento

- Acconto del 30% (oltre IVA) del valore totale dell'incarico alla sottoscrizione del contratto;
- Saldo a fine attività.

5. Referente operativo

Four Tourism Srl indica quale responsabile del progetto Josep Ejarque, e quale referente operativa Flavia Fagotto.

In attesa di ricevere gentile riscontro, cogliamo l'occasione per porgere i nostri più sinceri saluti.

BrunoBertero
Amministratore Delegato

Per accettazione (timbro e firma)

Four Tourism s.r.l.
C.so Ciriè, 21 10152 Torino
Tel +39 011 4407078 - P. Iva 09931770011