COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA CITTA'

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2014-162.0.0.-43

L'anno 2014 il giorno 16 del mese di Maggio 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 L'ATTUAZIONE DI UN PERCORSO DI LAVORO FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI AZIONI TATTICHE AL FINE DI MIGLIORARE E MANTENERE UNA BUONA DESTINATION REPUTATION DELLA DESTINAZIONE TURISTICA GENOVA.

Adottata il 16/05/2014
Esecutiva dal 09/06/2014

16/05/2014	TORRE CESARE

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA CITTA'

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2014-162.0.0.-43

OGGETTO: IMPEGNO DI SPESA PER L'ATTUAZIONE DI UN PERCORSO DI LAVORO FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI AZIONI TATTICHE AL FINE DI MIGLIORARE E MANTENERE UNA BUONA DESTINATION REPUTATION DELLA DESTINAZIONE TURISTICA 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 da coloro che visitano la destinazione e condivise attraverso il web prima, dopo e durante l'esperienza di viaggio*";

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

- 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 Strategic 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).

Pertanto la fase successiva del progetto, riguarda la realizzazione e l'attuazione delle azioni tattiche di Destination Reputation.Tale percorso verrà realizzato attraverso la gestione di tutte le attività di PR online e Social Media Marketing, necessarie nel primo periodo del progetto; un'assistenza da back office allo staff Genova, anche in forma presenziale, tramite social media, ed i normali canali di telecomunicazione per offrire un servizio informativo veloce, pratico e vicino al turista;

Visto il preventivo presentato dalla Omnia.COM nel quale viene richiesto, per la realizzazione dei servizi di cui al precedente paragrafo, un importo pari ad € 36.600,00 (IVA al 22% inclusa), ritenuto congruo;

Il compenso dovrà essere liquidato con un primo acconto pari al 30% dell'intera somma, pari ad € 10.980,00 (IVA al 22% inclusa), alla sottoscrizione del contratto, mentre il saldo della restante somma dovrà essere erogato a fine attività;

Per la realizzazione di tali attività, si prevedono 6 mesi, che decorreranno dalla data del primo incontro con la Direzione Comunicazione del Comune di Genova;

Ritenuto, per quanto sopra espresso, di assegnare il servizio oggetto del presente provvedimento alla Omnia.COM Srl, società che in questo settore ha fornito servizi con professionalità e competenza, raggiungendo risultati 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;

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

Visto il decreto del Ministro dell'Interno del 29/4/2014, pubblicato sulla G.U. n. 99 del 30/4/2014, che ha ulteriormente differito al 31 luglio 2014 il termine per la deliberazione del bilancio di previsione 2014 degli enti locali;

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 DIRIGENTE

DETERMINA

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

1) di affidare, sulla base dell'art. 57 comma 2 lettera b) del D. Lgls. N. 163/2006, alla Omnia.COM Srl (cod. benf. 53783) (RIF CIG ZEFOF388C6) la realizzazione delle azioni tattiche di Destination Reputation, ovvero di azioni operative di gestione, assistenza e sviluppo del progetto per migliorare e mantenere una buona destination reputation della destinazione turistica Genova, per un importo di € 36.600,00 (IVA al 22% inclusa) ritenuto congruo;

2) di impegnare l'importo di € 36.600,00 (IVA al 22% inclusa) al capitolo che verrà iscritto a Bilancio 2014 in corrispondenza dell'attuale capitolo 1377 "Servizi di promozione della città" – (PdC 1.3.3.2.4.) – Missione /Prg 7, cod. SIOPE 1337 a favore della Omnia.COM Srl (**imp.2014.7281**);

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. con le seguenti modalità: acconto del 30% dell'importo globale, alla sottoscrizione del contratto, per un importo di € 10.980,00 (IVA inclusa) - saldo della restante somma, a fine attività, per un importo di € 25.620,00 (IVA inclusa);

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 29/4/2014, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 99 del 30/4/2014.

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.-43
AD OGGETTO
IMPEGNO DI SPESA PER L'ATTUAZIONE DI UN PERCORSO DI LAVORO FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI AZIONI TATTICHE AL FINE DI MIGLIORARE E MANTENERE UNA BUONA DESTINATION REPUTATION DELLA DESTINAZIONE TURISTICA 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

BENF 53783

CIG ZEF0F3&C6

/Omnia.COM

Omnia.COM s.r.l.

Sede legale
e operativa
Viale Umbria 54
20135 Milano
t. +39 02 40741411
f. + 39 0431 520696

Sede operativa
Via Rocca 22
33053 Latisana (UD)
t. +39 0431 520388
f. +39 0431 520696
Sede certificata
ISO 9001:2008

info@omniacom.net
PEC: legal@pec.omniacom.net

p.iva/c.f./Numero Iscrizione
Registro Imprese MI 10041360156
Cap. soc. 10.500,00 Euro i.v.

TÜV SÜD ISO 9001

COMUNE DI GENOVA
DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA
14 MAG 2014
Prot. n° PG 12014 154126

Spett.le
Comune di Genova
Via Garibaldi 9
16124 Genova (GE)

Trasmessa via PEC
comunegenova@postemailcertificata.it

Milano, 12 maggio 2014

Oggetto: offerta per l'attuazione delle azioni tattiche di Destination Reputation

Facendo seguito alla cortese richiesta ed ai successivi colloqui di chiarimento, siamo con la presente a dettagliare la nostra migliore offerta per il servizio in oggetto.

Nello specifico Omnia.com propone di realizzare un percorso di lavoro finalizzato all'attuazione delle azioni tattiche operative successive all'analisi della destination reputation della Città di Genova realizzata.

Contenuti del servizio

Le azioni tattiche che Omnia.com realizzerà in seguito alla conclusione della parte di analisi sono qui indicate:

- Gestione di tutte le attività di PR online e Social Media Marketing necessarie nel primo periodo di avvio del progetto.
- Assistenza da back office allo staff di Genova tramite mail, telefono, Skype o altro.
- Assistenza presenziale allo staff di Genova.
- Servizi di sviluppo di un sistema di accoglienza 2.0 tramite social media per offrire un servizio informativo veloce, pratico e vicino al turista.
- Formazione come da schema a seguire:

Social Media corso operativo (due giornate)
Facebook e Twitter a 360° perché e come usarli
Impostazioni delle pagine Facebook e Twitter
Applicazioni: quali usare
Tecniche per aumentare i fan/follower
Strumenti di monitoraggio e valutazione
Esercitazioni pratiche
Copywriting & PR Online (una giornata)
Creazione, selezione e gestione dei contenuti: tipologia, linguaggio, diffusione
Video & Immagini: il futuro è visual
Blog & Blogger: strategia, tipologie, linguaggio
Storytelling turistico: modelli di successo
Studio ed analisi casi pratici
Influencer, engagement, buzz (una giornata)

Ai sensi dell'art 13 d.lgs 196/2003 il titolare del trattamento dati è Omnia.COM srl nella persona del legale rappresentante; l'informativa privacy è consultabile sul sito http://web.omniacom.net/privacy/informativa.htm

/Omnia.COM

Omnia.COM s.r.l.

Sede legale
e operativa
Viale Umbria 54
20135 Milano
t. +39 02 40741411
f. + 39 0431 520696

Sede operativa
Via Rocca 22
33053 Latisana (UD)
t. +39 0431 520388
f. +39 0431 520696
Sede certificata
ISO 9001:2008

info@omniacom.net
PEC: legal@pec.omniacom.net

p.iva/c.f./Numero Iscrizione
Registro Imprese MI 10041360156
Cap. soc. 10.500,00 Euro i.v.

Gestione delle raccomandazioni: generare fiducia, motivare, incentivare, gestire
Influencer, evangelist & advocat: i nuovi alleati delle destinazioni
Creare community e reti di contatto
Idee virali: creare, lanciare e incentivarne la diffusione
Studio ed analisi casi pratici

Modalità di realizzazione

L'attività sopra descritta ed il presente preventivo comprendono:

- Gestione da back office per sei mesi.
- Contatto continuativo con la committenza per via telefonica, mail o Skype.
- 4 giornate formative in aula realizzate utilizzando slide, esempi pratici, esercitazioni e prevedendo momenti di confronto tra i partecipanti e i formatori.
- Presenza di un account presso la sede in cui opera il social media team di Genova per due giornate nell'arco dei sei mesi.
- Attivazione e promozione dei servizi di accoglienza 2.0 in fase di start up e gestione del servizio da back office per sei mesi.

Ai sensi dell'art.18 dlgs. 163/2006 e ss.mm.ii. i servizi che intendiamo subappaltare sono: Social Media corso operativo e gestione/formazione PR Online, Copywriting, Social Media Marketing.

Tempistiche di realizzazione

La realizzazione delle attività sopra elencate coprirà un periodo di 6 mesi decorrenti a partire dalla data del primo incontro con la committenza. Le giornate presenziali saranno definite e fissate in accordo con la committenza.

Compenso

Il compenso previsto per la realizzazione delle attività proposte è pari a Euro 30.000,00 (trentamila) esclusa IVA. Le spese di trasferta del personale sono incluse nella presente offerta.

Modalità di pagamento

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

In attesa in Vostro cortese riscontro, cogliamo l'occasione per porgere i nostri migliori saluti.

Omnia.COM srl
Il legale rappresentante
Lorenzo Giannoccaro

OMNIA.COM srl
Viale Umbria, 54
20135 MILANO (MI)
P.IVA/C.F. 10041360156

Per accettazione (timbro e firma)

_____

Ai sensi dell'art 13 d.lgs 196/2003 il titolare del trattamento dati è Omnia.COM srl nella persona del legale rappresentante; l'informativa privacy è consultabile sul sito http://web.omniacom.net/privacy/informativa.htm