



PROT. N.

DIREZIONE MARKETING DELLA CITTA', TURISMO E RELAZIONI INTERNAZIONALI

**LETTERA D'INVITO GARA**

**OGGETTO**

Servizio di progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand Genova e la destinazione turistica nell'anno 2017

Nel 2017 il Comune di Genova intende sviluppare una comunicazione strategica e integrata, al fine di promuovere il brand Genova, l'attrattività turistica della destinazione e il posizionamento sui mercati turistici in Italia e all'estero, in particolare nel segmento del City Break, Città d'Arte, Family e Turismo Enogastronomico, sulla base del Brief allegato

**Responsabile del Procedimento:** dott. ssa Marisa Gardella -  
[mgardella@comune.genova.it](mailto:mgardella@comune.genova.it)

**Responsabile del sub - procedimento di gara:** dr. Alessio Canepa -  
[acanepa@comune.genova.it](mailto:acanepa@comune.genova.it)

**Informazioni e chiarimenti:** Direzione Stazione Unica Appaltante e Servizi Generali - Settore Stazione Unica Appaltante Acquisti - Via Garibaldi 9 - Genova 16124 Tel. 010557-2778 2785- Fax 0105572279 [segracquisti@comune.genova.it](mailto:segracquisti@comune.genova.it)

Tutte le richieste di chiarimento potranno essere proposte entro un termine massimo di tre giorni antecedenti la data di scadenza della presentazione delle offerte. Le risposte saranno inoltrate, qualora abbiano rilevanza generale, a tutte le imprese invitate alla gara.

**TIPO DI PROCEDURA**

Procedura negoziata ai sensi dell'art.36, comma 2 lettera b), del D.Lgs 50/2016 2016 per l'assegnazione del servizio di cui in oggetto.

Il servizio in oggetto, per il quale Codesta Ditta è invitata a presentare la propria migliore offerta, è meglio descritto nel successivo paragrafo "descrizione del servizio" e nell'allegato brief.

L'aggiudicazione avverrà ai sensi dell'art. 95, comma 3 lett. a), del D. Lgs. n. 50/16, secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla

base del miglior rapporto qualità/prezzo con le modalità indicate nel successivo paragrafo "Modalità di aggiudicazione".

## **IMPORTI E DURATA DELL'APPALTO**

L'importo complessivo dell'appalto ammonta ad € 196.721,31 (iva esclusa) così suddiviso:

€ **180.327,87** (iva esclusa) importo relativo all'investimento che sarà effettuato dal Comune di Genova per la realizzazione del progetto, **non soggetto a ribasso di gara**

€ **16.393,44** (iva esclusa) importo a base d'asta previsto per il fee d'agenzia.

Il corrispettivo contrattuale sarà quello risultante dall'offerta aggiudicata in ragione del ribasso offerto sul fee d'agenzia e remunera l'aggiudicatario per tutti gli oneri sostenuti e da sostenere, per tutte le attività che dovrà porre in essere in adempimento del servizio.

**Si evidenzia che l'aggiudicatario, qualora necessario, dovrà farsi carico di anticipare il budget per la realizzazione delle campagne digital del servizio richiesto e per l'organizzazione di eventi offline mirati alla generazione di contenuti online del servizio richiesto.**

Il contratto relativo al servizio predetto avrà durata annuale presumibilmente dal 01.04.2017 al 31.03.2018

Il contratto dovrà essere eseguito alle condizioni ed obblighi indicati nel paragrafo Descrizione del servizio, Responsabilità dell'aggiudicatario e nell'allegato Brief.

## **CODICE IDENTIFICATIVO GARA**

Il numero di C.I.G. (Codice identificativo gara) attribuito al presente appalto dalla procedura SIMOG (Sistema Informativo Monitoraggio Gare) attivata sul sito [www.avcp.it](http://www.avcp.it) : 69630277A6

## **DUVRI**

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

## **CONDIZIONI CONTRATTUALI**

Il servizio sarà regolato dai seguenti documenti:

- La presente lettera d'invito;
- Decreto Legislativo n. 50/2016

## DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

E' richiesta la realizzazione di un progetto comprendente la progettazione strategica e la realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand Genova e la destinazione turistica nell'anno 2017.

Sono richieste le seguenti attività:

a) realizzazione di campagne di comunicazione digital multicanale in Italia e nei mercati esteri di Francia, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi, Spagna e Svizzera sviluppate in particolare attraverso:

- campagne display su Google network, e i principali social media: Facebook e Instagram, Twitter (creatività ed esecutivi forniti dal committente)

- campagne KW adv su Google

- campagne Discovery e In stream su YouTube (materiale video fornito dal committente)

- eventuali azioni editoriali a supporto (native advertising)

- altre azioni sui social media e strumenti digital ritenuti efficaci

b) progettazione e organizzazione di eventi offline mirati alla generazione di contenuti online, anche attraverso il coinvolgimento di influencer, in particolare nei mercati di riferimento di Francia, Germania e Regno Unito (sono da intendersi esclusi dal budget del bando le spese di accoglienza di influencer, a carico del Committente e da concordarsi nei limiti delle disponibilità di bilancio);

Alle Agenzie è chiesto di articolare la proposta fornendo:

- Un progetto strategico organico, sviluppato per i punti a) e b) del paragrafo "Descrizione del Servizio"-

Per quanto attiene il punto a), si richiede il dettaglio di ogni singola campagna nei mercati esteri e nel mercato italiano, comprensivo di pianificazione delle azioni, della quota di budget impiegata e ipotesi d'acquisto media con indicazione della piattaforma di acquisizione GDN AdSense o DBM - Double click Bid Manager (con elencazione quantitativa e qualitativa dei siti che verranno utilizzati sia generalisti che specializzati, inclusi eventuali siti con tipologia di acquisto spazi per impression vendute, se ritenuti strategici), e l'indicazione dei tools che verranno utilizzati per la gestione/ottimizzazione della campagna; nella presentazione dei canali di contatto e volume della pianificazione media, è richiesto anche un'indicazione del valore medio del CTR e CPC. Per i mercati esteri, si richiede altresì di indicare la quota di budget che si intende impiegare per ogni singolo mercato, sulla base delle conoscenze

acquisite dalla stessa agenzia sulle potenzialità del singolo mercato in termini di efficacia della comunicazione e ottimizzazione dell'investimento.

- Stima dei risultati raggiungibili in relazione alle azioni e mezzi individuati, dettagliati rispettivamente per il punto a) e b) del servizio richiesto.
- L'indicazione del Team e relative competenze, che verrà messo a disposizione per la realizzazione del progetto;
- Eventuali altre certificazioni e tools utilizzati;

## **RESPONSABILITA' DELL'AGGIUDICATARIO**

L'Aggiudicatario dovrà garantire il corretto svolgimento dei servizi e assumere tutti i necessari accorgimenti per espletare gli stessi nel rispetto delle indicazioni riportate nella presente lettera d'invito, secondo i termini e le modalità contenute nell'offerta presentata.

**L'Agenzia aggiudicataria dovrà presentare dei report settimanali, mensili, finali e report che saranno richiesti dal committente mirati alla comunicazione alla stampa. Sono inoltre richiesti dei report periodici sull'andamento delle attività legate al punto b) del paragrafo "Servizio richiesto".**

L'Affidatario:

- 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.
- 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.
- assume l'obbligo di tenere indenne in ogni tempo l'Amministrazione da tutte le rivendicazioni, responsabilità, perdite, danni, costi, risarcimenti e quant'altro

chiunque possa avanzare e/o pretendere per la presunta violazione di diritti d'Autore, marchi di fabbrica, brevetti e simili, italiani o stranieri, derivanti dall'espletamento dei servizi

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

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

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

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

## **PENALI**

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 la committente, imputabili all'Agenzia aggiudicataria, sarà applicata nei confronti di quest'ultima una penale di € 500,00 al giorno.

Nell'ipotesi in cui il numero dei click effettivi sia inferiore al numero di quelli stimati nel piano presentato, si applicherà una penale, calcolata sul fee dell'Agenzia, in percentuale uguale 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 ritenuta responsabile per il mancato o tardivo adempimento delle obbligazioni derivanti dal contratto qualora detto adempimento o

tardivo adempimento sia dovuto direttamente od indirettamente a causa di forza maggiore.

## **RISOLUZIONE DEL CONTRATTO**

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

Si procederà inoltre alla risoluzione del contratto:

- a) per manifesta inosservanza delle norme previste dalla legge sulla sicurezza nel lavoro e dai contratti nazionali di lavoro, comprese quelle relative al comportamento omissivo degli stessi operatori. In tal caso la risoluzione del contratto decorrerà dal giorno indicato nel provvedimento specifico.
- b) qualora il contratto abbia subito una modifica sostanziale che avrebbe richiesto una nuova procedura di appalto ai sensi dell'art. 106 del D.Lgs. n. 50/2016;
- c) qualora, con riferimento alle modificazioni di cui al predetto art. 106 comma 1 lettere b) e c), siano state superate le soglie di cui al comma 7 del predetto articolo ovvero, qualora con riferimento alle modificazioni di cui all'art. 106 comma 2) del predetto articolo siano state superate le soglie di cui al medesimo comma 2, lettere a) e b);
- d) qualora l'aggiudicatario si sia trovato, al momento dell'aggiudicazione dell'appalto, in una delle situazioni di cui all'art. 80 comma 1 D.Lgs. n. 50/2016;
- e) qualora l'appalto non avesse dovuto essere stato aggiudicato in considerazione di una grave violazione degli obblighi derivanti dai trattati, come riconosciuto dalla Corte di Giustizia dell'unione Europea in un procedimento ai sensi dell'art. 258 TFUE, o di una sentenza passata in giudicato;
- f) qualora nei confronti dell'appaltatore sia intervenuto un provvedimento definitivo che disponga l'applicazione di una o più misure di prevenzione di cui al codice delle leggi antimafia e delle relative misure di prevenzione, ovvero sia intervenuta sentenza di condanna passata in giudicato per i reati di cui all'art. 80 del D.Lgs. n. 50/2016;
- g) in caso di falsa dichiarazione o contraffazione di documenti nel corso dell'esecuzione delle prestazioni
- h) in caso di transazioni di cui al presente appalto non eseguite avvalendosi di Istituti Bancari o della società Poste italiane Spa, o degli altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità dell'operazione, ai sensi del comma 9bis dell'art. 3 della Legge n.136/2010

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

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.

### **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 omissso 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.

### **MODALITÀ DI PAGAMENTO**

La ditta aggiudicataria dovrà emettere fatture elettroniche 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, intestate a Comune di Genova- Direzione Marketing della Città, Turismo e Relazioni Internazionali - 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 e il numero d'ordine SIB, 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 della dicitura "scissione dei pagamenti" 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 delle fatture 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 dai fornitori, ai quali verrà corrisposto soltanto l'imponibile.

La liquidazione delle fatture 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;

## REQUISITI DI AMMISSIONE

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:

1) essere iscritti, per attività inserenti le prestazioni oggetto di gara, al Registro delle Imprese (CCIAA) o in uno dei registri professionali o commerciali dello Stato di residenza se si tratta di uno stato dell'UE.

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione come sopra riportate il presente requisito dovrà essere posseduto da ciascuna impresa partecipante);*

2) aver realizzato progetti di comunicazione online e offline e di campagne di web marketing per un importo minimo di euro 200.000 nell'ultimo triennio

*(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);*

3) aver realizzato almeno 1 progetto di comunicazione nella promozione turistica e nel marketing territoriale, a livello nazionale e/o internazionale;

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione come sopra riportate il presente requisito dovrà essere posseduto almeno dalla mandataria);*

4) essere in possesso della certificazione agenzia Google Partner;

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione come sopra riportate il presente requisito dovrà essere posseduto almeno dalla mandataria);*

5) fatturato globale non inferiore ad Euro 400.000,00 nell'ultimo triennio, al fine di comprovare la capacità di sostenere il progetto dal punto di vista finanziario e imprenditoriale;

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione il presente requisito dovrà essere posseduto cumulativamente dal raggruppamento, coerentemente con le rispettive quote di esecuzione, purchè la mandataria lo posseda in parte prevalente, al fine di garantire le capacità tecniche per l'assolvimento del servizio);*

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

Inoltre dovranno, a pena di esclusione, fatto salvo quanto previsto dall'art. 83 comma 9 del D.Lgs. n. 50/2016, presentare la seguente documentazione:

1) **FAC SIMILE DICHIARAZIONI ALL. A)** alla presente lettera di invito, da riprodurre in carta semplice singolarmente per ogni impresa, debitamente compilato e sottoscritto in originale, inserendo tutti i dati e le dichiarazioni richieste, esplicitando, comunque, tutte le dichiarazioni previste nel medesimo salvo quelle indicate nel modulo come facoltative, fatto salvo quanto infra prescritto ai sensi dell'art. 83 comma 9 del D.Lgs. n. 50/20106. L'omessa scelta fra le opzioni proposte nello stesso fac – simile dichiarazioni per le voci A2) e A3) implica la mancanza delle dichiarazioni ad esse riferite.

**1A)** Le dichiarazioni di cui ai punti **A.1)** e **A.2)** secondo il **FAC SIMILE DICHIARAZIONI ALL. A BIS** allegato alla presente lettera d'invito dovranno essere rese, fatto salvo quanto infra prescritto ai sensi del predetto art. 83 comma 9 del D.Lgs. n. 50/2016, da 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.

In ottemperanza al disposto dell'art. 83 comma 9 del D. Lgs. 50/16 e s.m.i. si precisa che la mancanza, l'incompletezza e ogni altra irregolarità essenziale delle dichiarazioni sostitutive di cui al comma 2 di detto articolo obbligherà il concorrente che vi ha dato causa al pagamento, in favore della stazione appaltante, della sanzione pecuniaria stabilita in misura pari ad euro 196,00. In tal caso, la stazione appaltante assegnerà al concorrente un termine, non superiore a dieci giorni, perché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicandone il contenuto e i soggetti che le devono rendere. Nei casi di irregolarità non essenziali ovvero di mancanza o incompletezza di dichiarazioni non indispensabili, la stazione appaltante non ne richiederà la regolarizzazione, né applicherà alcuna sanzione. In caso di inutile decorso del termine di cui al secondo periodo il concorrente è escluso dalla gara.

#### CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

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.

#### PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA

In una **PRIMA BUSTA** debitamente sigillata sui lembi naturali di chiusura, con ceralacca o con striscia di carta incollata o nastro adesivo o con equivalenti strumenti idonei a garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni, con apposta la dicitura "Busta A-Documentazione amministrativa" e l'indicazione dell'oggetto della presente gara, si dovrà inserire a pena di esclusione:

- il facsimile dichiarazioni Allegati "A" e "A Bis" e copia fotostatica di un valido documento di identità del sottoscrittore;
  - la procura speciale in caso di dichiarazione resa da procuratore speciale;
- la documentazione richiesta in caso di RTI e CONSORZI, così come specificato in precedenza, qualora si verificano tali fattispecie.

l'attestazione comprovante il pagamento del contributo all'Autorità previsto dalla Delibera dell'A.N.A.C. n.163 del 22/12/2015, da effettuare, a pena d'esclusione, entro la data di scadenza per la presentazione delle offerte per un importo pari ad euro 20,00

Le istruzioni operative relative al pagamento della suddetta contribuzione sono pubblicate e consultabili al seguente indirizzo internet:  
<http://www.avcp.it/riscossioni.html>.

-il **PASSOE** di cui all'art.2 co.3.2, delibera n.111 del 20.12.2012 dell'ANAC.

Si evidenzia che la documentazione comprovante il possesso dei requisiti di carattere generale, tecnico organizzativo e economico finanziario per la partecipazione a gara è acquisita presso la Banca dati nazionale dei contratti pubblici e che la stazione appaltante verificherà il possesso dei requisiti sopra indicati esclusivamente attraverso il sistema AVCPass, reso disponibile da AVCP con la suddetta delibera attuativa, fatto salvo quanto previsto dal co.3 dell'art. 6bis del Codice dei Contratti.

La documentazione che la Stazione Appaltante andrà a verificare con il sistema Avcpass

1)relativamente al requisito tecnico di cui all'Allegato A) fac simile dichiarazioni lettera H) sarà costituita da una copia dei progetti di comunicazione online e offline e di campagne di web marketing effettuati nell'ultimo triennio con indicazione dei relativi importi o in alternativa certificati di buon esito del/i committente/i con indicazione dell'importo erogato

2) relativamente al requisito tecnico di cui all'Allegato A) fac simile dichiarazioni lettera I) sarà costituita da una copia del progetto di comunicazione nella promozione turistica e nel marketing territoriale, a livello nazionale e/o internazionale, realizzato ovvero, in alternativa, certificato di buon esito del/i committente/i

3) relativamente al requisito tecnico di cui all'Allegato A) fac simile dichiarazioni lettera L) dalla copia della certificazione agenzia Google Partner

4) relativamente al requisito economico/finanziario di cui all'Allegato A) fac simile dichiarazioni lettera M) da copia dei bilanci o da altra documentazione idonea a comprovare il possesso del requisito del fatturato globale

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

N.B. Il PASSOE dovrà essere prodotto da tutte le singole imprese facenti parte di un RTI o di un consorzio(costituendi o già costituito) e da tutte le imprese per le quali il Consorzio concorre.

In una **SECONDA BUSTA**, debitamente sigillata sui lembi naturali di chiusura, con ceralacca o con striscia di carta incollata o nastro adesivo o con equivalenti strumenti idonei a garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni, riportante la dicitura "**Busta B - Offerta TECNICA**" e l'indicazione dell'oggetto della presente gara si dovrà inserire, pena l'esclusione, il progetto tecnico redatto secondo quanto descritto nell'allegato Brief, debitamente sottoscritto dal legale rappresentante o dai rappresentanti in caso di RTI. In tale modulo dovranno essere forniti gli elementi atti a

descrivere il servizio offerto che costituiranno oggetto di valutazione sulla base dei criteri indicati al successivo paragrafo "Modalità di Aggiudicazione".

In una **TERZA BUSTA**, debitamente sigillata sui lembi naturali di chiusura, con ceralacca o con striscia di carta incollata o nastro adesivo o con equivalenti strumenti idonei a garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni, riportante la dicitura "**Busta C - Offerta Economica**" e l'indicazione dell'oggetto della presente gara, si dovrà inserire l'offerta economica come sotto specificato.

Le ditte partecipanti dovranno formulare l'offerta economica indicando, in cifre e in lettere, l'importo offerto per il fee d'agenzia.

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

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 ed essere espressa in lingua italiana, redatta in carta resa legale mediante apposizione di marca da bollo di € 16,00. 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 ai terzi ai sensi dell'art. 105 D.Lgs. n. 50/2016.

L'offerta dovrà avere la validità di 180 giorni.

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 precisa che le predette buste dovranno, a pena di esclusione, essere chiuse, sigillate con cera lacca o con striscia di carta incollata o nastro adesivo o con equivalenti strumenti idonei a garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni e siglate sui lembi di chiusura dal concorrente

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

**TERMINE E MODALITA' DI CONSEGNA DELLE OFFERTE**

Le tre buste, con la dicitura rispettivamente di "Busta A -Documentazione Amministrativa", "Busta B-Offerta Tecnica", "Busta C - Offerta Economica" dovranno poi essere inserite, pena l'esclusione, in un plico, debitamente sigillato sui lembi naturali di chiusura, con ceralacca o con striscia di carta incollata o nastro adesivo o con equivalenti strumenti idonei a garantire la sicurezza contro eventuali manomissioni, con su scritto "Gara PROT. N° 2017/ "Offerta per il Servizio di progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand Genova e la destinazione turistica nell'anno 2017" che dovrà pervenire al seguente recapito: "COMUNE DI GENOVA, Archivio Generale, Piazza Dante n.10, 16121 – GENOVA entro e non oltre le ore 12 del 01.03.2017

#### **SVOLGIMENTO DELLA PROCEDURA DI GARA**

In data 02.03.2017, alle ore 09.30 presso il Settore Stazione Unica Appaltante – Acquisti Via Garibaldi, 9 – 16124 – Genova si procederà, nel corso della prima seduta pubblica, alla verifica della documentazione amministrativa contenuta nella prima busta, all'ammissione o all'esclusione delle ditte partecipanti

La Commissione di gara costituita ai sensi dell'art. 77 del d.Lgs. 50/2016 e s.m.i., provvederà poi, sempre in seduta pubblica, ad aprire le offerte tecniche prendendo atto del relativo contenuto.

In particolare si precisa che la Commissione sarà composta da n . 3 membri, che saranno scelti, successivamente alla scadenza dei termini per la presentazione delle offerte, ai sensi dell'art. 77 del D.Lgs. n. 50/2016, sulla base della maggior esperienza nella materia oggetto dell'appalto.

Il Presidente della Commissione sarà individuato in base all'esperienza maturata ed alla qualifica dirigenziale posseduta.

La Commissione sarà responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche.

Le suddette offerte tecniche verranno valutate dalla commissione di gara in seduta riservata, sulla base dei criteri individuati al fine di attribuire il punteggio; al termine della valutazione e in seduta pubblica si procederà alla comunicazione degli esiti della valutazione, all'apertura delle offerte economiche, e all'individuazione della miglior offerta.

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

A tali sedute 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;

#### **ESCLUSIONI DALLA GARA**

La Stazione Appaltante esclude 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 ovvero in caso di non integrità del plico contenente l'offerta o la domanda di partecipazione o altre irregolarità relative alla chiusura dei plichi tali da far ritenere, secondo le circostanze concrete, che sia stato violato il principio di segretezza delle offerte.

#### MODALITA' 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	20
B - Elementi TECNICI	80
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>

La valutazione dell'elemento ECONOMICO avverrà sulla base della specificazione di cui alla successiva lettera "A".

La valutazione degli elementi TECNICO/QUALITATIVI avverrà sulla base delle specificazioni di seguito elencate sotto la lettera "B".

La valutazione dell'elemento ECONOMICO avverrà sulla base della specificazione di cui alla successiva lettera "A".

La valutazione degli elementi TECNICO/QUALITATIVI avverrà sulla base delle specificazioni di seguito elencate sotto la lettera "B", con il relativo grado di incidenza specificato a lato.

#### A - ELEMENTO ECONOMICO

Il concorrente dovrà indicare nell'offerta economica (vedi fac simile allegato) l'importo offerto rispetto al prezzo a base d'asta pari ad euro **16.393,44** (iva esclusa) relativo al fee d'agenzia a base di gara.

Non sarà ammessa alcuna offerta pari o superiore all'importo a base d'asta di euro **16.393,44**

Il punteggio sarà attribuito moltiplicando il punteggio massimo disponibile (20 punti) per il coefficiente calcolato secondo la seguente formula:

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

dove:

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

BA: prezzo a base d'asta

P: prezzo offerto dal concorrente

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

**N.B. Saranno ammessi alla valutazione dell'offerta economica solo i concorrenti che avranno ottenuto almeno 40 punti su 80 disponibili nella valutazione dell'offerta tecnica.**

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.

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

Per formulare l'offerta tecnica l'impresa concorrente dovrà redigere una relazione tecnico - valutativa, in lingua italiana che valorizzi quanto indicato nei rispettivi punti.

I punteggi saranno attribuiti secondo le modalità che seguono.

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

### **B.1**

--	--

<b>Progettazione strategica e pianificazione</b>	<b>Max punti 60</b>
--	---------------------

**B.1.1.**

<b>Strategia e Azioni</b>	La commissione valuterà particolarmente strategia, azioni individuate e modalità di pianificazione delle azioni e di suddivisione del budget nei diversi mercati per il raggiungimento dei risultati <b>Max punti 30</b>
---------------------------	--

**B.1.2.**

<b>Campagne digital multicanale</b>	La commissione valuterà particolarmente canali di contatto, volume della pianificazione e stima dei risultati raggiungibili attraverso le singole campagne digital multicanale: <b>Max punti 15</b>
-------------------------------------	---

**B.1.3.**

<b>Eventi offline</b>	La commissione valuterà particolarmente qualità ed efficacia della proposta del/degli evento/i offline, coerenza sinergica con il progetto strategico e valore potenziale relativamente all'aumento di visibilità della destinazione Genova <b>Max punti 15</b>
-----------------------	---

**B.2**

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

**B.3**

<b>Proposte migliorative</b>	La commissione esaminerà eventuali proposte migliorative per ottimizzare la progettazione strategica <b>Max punti 10</b>
------------------------------	--

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

Una volta individuate le medie provvisorie per ogni item di valutazione si procederà a trasformare la media dei coefficienti attribuiti ad ogni offerta da parte di tutti i commissari in coefficienti definitivi, riportando a 1 la media più alta e

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

L'esame e la valutazione delle offerte verranno affidate ad apposita Commissione di gara nominata con determinazione dirigenziale e costituita successivamente alla scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte.

La Commissione motiverà con apposito verbale la scelta del vincitore e approverà la graduatoria. La Commissione potrà indicare eventuali suggerimenti, modifiche e/o correzioni per la messa a punto del servizio richiesto.

**N.B. Saranno ammessi alla valutazione dell'offerta economica solo i concorrenti che avranno ottenuto almeno 40 punti su 80 disponibili nella valutazione dell'offerta tecnica.**

## **SUBAPPALTO**

Il subappalto è consentito con le modalità ed i limiti di cui all'art. 106 del D.Lgs. n. 50/2016

## **PRIVACY**

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

## **COMUNICAZIONI**

Tutte le comunicazioni e gli scambi di informazioni tra la Stazione Appaltante e i concorrenti inerenti la presente gara avverranno a discrezione dell'Amministrazione, a mezzo fax ovvero mediante posta certificata [acquisticomge@postecert.it](mailto:acquisticomge@postecert.it) e saranno da considerarsi sufficienti ai fini della piena conoscenza.

**ALLEGATI alla presente lettera d'Invito:**

1. Fac-simile Dichiarazioni Allegato A ed Allegato A BIS
2. Modello RTI
3. Modulo Offerta Economica
4. Brief

IL DIRIGENTE  
(Dott. Cesare Torre)  
(firmato digitalmente)

**FAC-SIMILE DICHIARAZIONI A (in carta semplice)**

**Stazione Unica Appaltante  
del Comune di GENOVA**

Il Sottoscritto \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ nella sua qualità di \_\_\_\_\_ e come tale in rappresentanza dell'impresa \_\_\_\_\_ con sede legale in \_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_ Sede operativa in \_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_ codice Fiscale e/o Partita I.V.A. \_\_\_\_\_ numero telefonico \_\_\_\_\_ e numero fax \_\_\_\_\_ indirizzo recapito corrispondenza \_\_\_\_\_ indirizzo e-mail \_\_\_\_\_

consocio della responsabilità che assume e delle sanzioni penali stabilite dal D.P.R. 445/2000 art. 76

**ATTESTA CHE**

**A.1)** nei propri confronti NON sussistono cause di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'art. 67 del D.Lgs. n. 159/2011 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'art. 84 comma 4 del medesimo Decreto.

**A.2) (obbligo di riportare una sola tra le due ipotesi oppure barrare quella di proprio interesse e compilare ove necessario):**

nei propri confronti NON è stata pronunciata sentenza definitiva o decreto penale di condanna divenuto irrevocabile o sentenza di applicazione della pena su richiesta ai sensi dell'art. 444 del codice di procedura penale, anche riferita a un suo subappaltatore nei casi di cui all'art. 105 comma 6 del codice per uno dei reati di cui all'art. 80 comma 1 lettere a), b), c) d), e), f) e g) del codice

(oppure)

pur trovandosi in una delle situazioni di cui al comma 1 in quanto condannato per il/i seguente/ireato/i:

.....  
.....  
ed avendo la/e sentenza/e definitiva/e imposto una pena detentiva non superiore a diciotto mesi, ovvero riconosciuto l'attenuante della collaborazione come definita per le singole fattispecie di reato, o al comma 5, indicare le specifiche fattispecie

.....  
.....  
abbia risarcito, o si sia impegnato a risarcire qualunque danno causato dal reato o dall'illecito, ed abbia adottato provvedimenti concreti di carattere tecnico, organizzativo e relativi al personale idonei a prevenire ulteriori reati o illeciti, così come risulta da seguenti mezzi di prova:  
.....

**A.3) (dichiarazione obbligatoria qualora esistano soggetti cessati nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara. In tal caso riportare una sola tra le due ipotesi oppure barrare quella di proprio interesse e compilare ove necessario)**

per quanto a propria diretta conoscenza nelle situazioni suddette non si trova neppure alcuno dei soggetti cessati dalla carica, che non sono stati in alcun modo reperiti, e che abbiano ricoperto funzioni di cui al comma 3 dell'art. 80 del codice nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara

(oppure)

l'Impresa, in presenza di soggetti cessati dalla carica che abbiano esercitato le funzioni di cui al comma 3 dell'art. 80 del codice nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara, e che abbiano riportato condanne ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 80 comma 1 del codice e per i quali non possa trovare applicazione il comma 7 dell'art. 80 del codice, si è completamente ed effettivamente dissociata dalla condotta penalmente sanzionata adottando i seguenti atti:

**B) - l'impresa non si trova in alcuna delle cause di esclusione dalla partecipazione alle procedure d'appalto elencate all'art. 80 del codice commi 4 e 5**

**C) l'assenza di sanzioni che comportino al momento di presentare offerta l'incapacità del legale rappresentante dell'impresa di contrattare con la pubblica amministrazione per aver emesso assegni bancari o postali senza autorizzazione o senza provvista, come risultante dall'Archivio degli assegni bancari e postali e delle carte di pagamento irregolari - di cui all'art. 10 bis della Legge 15/12/1990 n. 386 e s.m.i.;**

**D) (Attestazione aggiuntiva da rendersi in caso di CONSORZI di cui all'art. 45 comma 1 lett. b) e c) del codice**

**dichiara:**

- che in caso di aggiudicazione le prestazioni saranno eseguite dalla/e seguente/i Consorziata/e che NON partecipa/partecipano, pena l'esclusione, sia del consorzio che della/e consorziata/e, in alcuna altra forma al presente procedimento \_\_\_\_\_

- che le Società/Imprese Consorziato sono le seguenti: \_\_\_\_\_

**E (Attestazione aggiuntiva da rendersi pena l'esclusione in caso di AVVALIMENTO ex art. 89 del codice)**

- che intende qualificarsi alla presente gara, utilizzando i seguenti requisiti \_\_\_\_\_ relativi all'Impresa \_\_\_\_\_ ausiliaria \_\_\_\_\_  
(indicare nominativo impresa, \_\_\_\_\_ con sede legale in \_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_ codice \_\_\_\_\_)

Fiscale e/o Partita I.V.A. \_\_\_\_\_ numero telefonico \_\_\_\_\_ e numero fax  
PEC \_\_\_\_\_) la quale è in possesso dei requisiti generali di cui all'art. 80  
del codice e di essere a conoscenza che, se trattasi di avvalimento di titoli di studio o di esperienze  
professionali pertinenti forniti dall'impresa ausiliaria, l'avvalimento potrà operare solo nel caso in  
cui quest'ultima esegua direttamente le prestazioni per le quali svolge tale ruolo di ausiliaria.

F) che non sussiste alcuna delle ulteriori seguenti cause di esclusione dalle gare o dalla possibilità di  
contrarre con le pubbliche amministrazioni:

- nei confronti dell'impresa non è stata comminata l'esclusione dalle gare per due anni, per gravi  
comportamenti discriminatori (per motivi razziali, etnici, nazionali o religiosi) ai sensi dell'articolo  
44 comma 11 del D. Lgs. 25 luglio 1998, n. 286 ("Testo Unico delle disposizioni concernenti la  
disciplina dell'immigrazione e norme sulla condizione dello straniero");
- nei confronti dell'impresa non è stata comminata l'esclusione dalle gare fino a due anni, per gravi  
comportamenti discriminatori nell'accesso al lavoro, ai sensi dell'articolo 41 del D. Lgs. 11 aprile  
2006 n. 198 ("Codice delle pari opportunità tra uomo e donna");
- nei confronti dell'impresa non è stata comminata l'esclusione dalle gare fino a cinque anni per  
violazione dell'obbligo di applicare o di far applicare nei confronti dei lavoratori dipendenti  
condizioni non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro della categoria e della  
zona ai sensi dell'articolo 36 della legge 20 maggio 1970 n. 300 (Norme sulla tutela della libertà e  
dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sul  
collocamento");
- l'impresa non è incorsa nel divieto di contrarre con la Pubblica amministrazione per tre anni di cui  
al comma 16-ter dell'art. 53 del D. Lgs. 165/2001 (I dipendenti che, negli ultimi tre anni di servizio,  
hanno esercitato poteri autoritativi o negoziali per conto delle pubbliche amministrazioni di cui  
all'articolo 1, comma 2, non possono svolgere, nei tre anni successivi alla cessazione del rapporto di  
pubblico impiego, attività lavorativa o professionale presso i soggetti privati destinatari dell'attività  
della pubblica amministrazione svolta attraverso i medesimi poteri).

- (barrare una delle opzioni che seguono):

- di non avere, ai sensi di quanto disposto dall'art. 37 comma 1 del D.L. 78/2010 e s.m.i., così come  
modificato dalla legge di conversione n. 122/2010, sede, residenza o domicilio in Paesi così detti  
"black list", elencati nel Decreto del Ministero delle Finanze del 4/5/1999 e nel Decreto del  
Ministero dell'Economia e delle Finanze del 21/11/2001;

- di avere sede, residenza o domicilio in Paesi così detti "black list", ma di essere in possesso  
dell'autorizzazione ministeriale prevista dal citato art. 37.

- (barrare una delle opzioni che seguono):

- di non aver partecipato precedentemente alla preparazione della presente procedura di appalto;

- di aver partecipato precedentemente alla preparazione della presente procedura di appalto, ma che  
tale partecipazione non costituisce causa di alterazione della concorrenza, ed a tal fine, a comprova,  
dichiara quanto segue:.....

G) essere iscritti alla CCIAA di..... per le seguenti attività inerenti al  
servizio in oggetto.....

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione  
come sopra riportate il presente requisito dovrà essere posseduto da ciascuna  
impresa partecipante);*

H) aver realizzato progetti di comunicazione online e offline e di campagne di web marketing per un importo minimo di euro 200.000 nell'ultimo triennio

*(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 possedga in parte prevalente, al fine di garantire le capacità tecniche per l'assolvimento del servizio);*

D) aver realizzato almeno 1 progetto di comunicazione nella promozione turistica e nel marketing territoriale, a livello nazionale e/o internazionale;

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione come sopra riportate il presente requisito dovrà essere posseduto almeno dalla mandataria);*

L) essere in possesso della certificazione agenzia Google Partner;

*(In caso di Raggruppamento Temporaneo d'Imprese o altre forme di associazione come sopra riportate il presente requisito dovrà essere posseduto almeno dalla mandataria);*

M) fatturato globale non inferiore ad Euro 400.000,00 nell'ultimo triennio, al fine di comprovare la capacità di sostenere il progetto dal punto di vista finanziario e imprenditoriale;

*(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 possedga in parte prevalente, al fine di garantire le capacità tecniche per l'assolvimento del servizio);*

## DICHIARA INOLTRE

1) di aver preso esatta conoscenza di tutte le condizioni espresse nella lettera d'invito, nonché di tutte le circostanze generali che possono aver influito sulla determinazione del prezzo che si accetta, compresi gli oneri connessi alle disposizioni in materia di sicurezza, gli oneri derivanti dall'applicazione delle misure previste dal D.Lgs. 81/2008 e di aver esaminato gli stessi ;

2) che, in caso di aggiudicazione,

- o non intende procedere al subappalto oppure
- o intende affidare in subappalto, nei limiti di legge, le seguenti attività

3) di impegnarsi, in caso di aggiudicazione, a mettere a disposizione, per tutta la durata dell'appalto, un'officina nell'ambito del territorio del Comune di Genova\_

4) di aver provveduto SE TENUTI

- alla nomina del responsabile del servizio di prevenzione e protezione da comprovarsi successivamente mediante idonea documentazione;
- di aver proceduto alla nomina del medico competente nella persona del Dottor \_\_\_\_\_ e che lo stesso ha effettuato la sorveglianza sanitaria dei dipendenti dell'Impresa, ai sensi del Decreto Legislativo n. 81/2008 e s.m.i.
- di aver provveduto all'informazione ed alla formazione dei lavoratori in materia di igiene e sicurezza del lavoro ai del Decreto Legislativo n. 81/2008 e s.m.i., da comprovarsi successivamente mediante copia del relativo attestato
- di aver proceduto alla nomina dell'addetto alla prevenzione antincendio, ai sensi del D.M. 10 marzo 1998, e che lo stesso ha frequentato il relativo corso di formazione.

5) che l'ente eventualmente competente per il rilascio della certificazione di ottemperanza alla legge 12 marzo 1999 n. 68 e s.m.i., (lavoro disabili) è \_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_ tel. \_\_\_\_\_ e fax \_\_\_\_\_.

6) che il titolare, se si tratta di impresa individuale, il/i socio/i, in caso di società in nome collettivo, il/i socio/i accomandatario/i, in caso 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 rappresentanza, di direzione o di controllo, il socio unico, persona fisica, ovvero il socio di maggioranza in caso di società con meno di, quattro soci, se si tratta di altro tipo di società o consorzio è/sono:

Sig. \_\_\_\_\_ nella qualità di \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ Il \_\_\_\_\_ residente in \_\_\_\_\_

Sig. \_\_\_\_\_ nella qualità di \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ Il \_\_\_\_\_ residente in \_\_\_\_\_

- che la carica di direttore/i tecnico/i o preposto/i – responsabile/i tecnico/i è / sono.

Sig. \_\_\_\_\_ nella qualità di \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ Il \_\_\_\_\_ residente in \_\_\_\_\_

Sig. \_\_\_\_\_ nella qualità di \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_

- che i soggetti eventualmente cessati dalla carica nell'anno antecedente la pubblicazione del presente bando sono i seguenti:

Sig. \_\_\_\_\_ nella qualità di \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ Il \_\_\_\_\_ residente in \_\_\_\_\_

Sig. \_\_\_\_\_ nella qualità di \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ Il \_\_\_\_\_ residente in \_\_\_\_\_

7) che le posizioni aziendali sono:

- posizione/i assicurativa INPS sede di \_\_\_\_\_ Matricola Azienda \_\_\_\_\_  
- posizione/i assicurativa INAIL sede di \_\_\_\_\_ Codice Ditta \_\_\_\_\_

il C.C.N.L. applicato è: \_\_\_\_\_

- con dimensione aziendale: da 0 a 5 // da 6 a 15 // da 16 a 50 // da 51 a 100 // oltre 100 //

8) che, in caso di aggiudicazione la persona alla quale spetterà la rappresentanza della Società offerente, per tutte le operazioni e per tutti gli atti di qualsiasi natura dipendenti dal presente appalto, sino all'estinzione di ogni rapporto con il Comune di Genova è il Signor \_\_\_\_\_ (Legale Rappresentante) mentre le prestazioni oggetto del presente

appalto verranno eseguiti sotto la personale cura, direzione e responsabilità del Signor \_\_\_\_\_

9) di comunicare che l'indirizzo di posta certificata è il seguente: \_\_\_\_\_.

10) di impegnarsi, in caso di aggiudicazione, a comunicare al committente, per quanto compatibile con il presente appalto, e per il successivo inoltro alla Prefettura ai fini delle necessarie verifiche, i dati relativi alle società e alle imprese, anche con riferimento agli assetti societari, di cui intende avvalersi nell'affidamento dei servizi di seguito elencati: trasporto di materiale a discarica, trasporto e/o smaltimento rifiuti, fornitura e/o trasporto di terra e/o di materiali inerti e/o di calcestruzzo e/o di bitume, acquisizioni dirette e indirette di materiale di cava per inerti e di materiale di cava a prestito per movimento terra, fornitura di ferro lavorato, noli a freddo di macchinari, fornitura con posa in opera e noli a caldo (qualora gli stessi non debbano essere assimilati al subappalto ai sensi dell'art. 105 del decreto legislativo n. 50/2016) servizio di autotrasporto, guardiania di cantiere, alloggio e vitto delle maestranze;

11) di essere edotto che l'affidamento sarà risolto di diritto, in conseguenza di procedure concorsuali, o in caso di esito interdittivo delle informative antimafia emesse dalla Prefettura a carico del primo in graduatoria, dell'aggiudicatario, o del contraente;

12) di impegnarsi, se aggiudicatario, a riferire tempestivamente alla Prefettura ogni illecita richiesta di danaro, prestazione o altra utilità nonché offerta di protezione o ogni illecita interferenza avanzata prima della gara e/o dell'affidamento ovvero nel corso dell'esecuzione nei confronti di un proprio rappresentante, agente o dipendente, delle imprese subappaltatrici e di ogni altro soggetto che intervenga a qualsiasi titolo, e di cui lo stesso venga a conoscenza;

13) di essere edotto che l'inosservanza degli impegni di comunicazione di cui sopra integra una fattispecie di inadempimento contrattuale consentendo ai committenti di chiedere anche la risoluzione del contratto di appalto, e che comunque gli obblighi sopra indicati non sostituiscono in alcun caso l'obbligo di denuncia all'Autorità Giudiziaria;

14) di accettare di essere sottoposto ad eventuali verifiche antimafia;

15) di obbligarsi, in caso di aggiudicazione, a dare immediata comunicazione ai committenti e alla Prefettura delle violazioni, da parte del subappaltatore o del subcontraente, degli obblighi in materia di tracciabilità dei flussi finanziari;

16) di non essersi accordata e non si accorderà con altri partecipanti alla gara;

17) di rispettare la complessiva disciplina inerente la sicurezza sul lavoro di cui, in particolare, al decreto legislativo n. 81/2008 e s.m.i. e al D.M. 10 marzo 1998;

18) di essere edotto che il committente potrà procedere alla risoluzione del contratto qualora emerga, l'impiego di manodopera con modalità irregolari o il ricorso a forme di intermediazione abusiva per il reclutamento della stessa;

Data \_\_\_\_\_

**IL RAPPRESENTANTE  
O IL PROCURATORE DELLA SOCIETÀ**

**Allegare ai sensi dell'art. 47 del d.P.R. n. 445/2000 e s.m.i. fotocopia del documento di identità del firmatario.**

Informativa ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196: i dati sopra riportati sono prescritti dalle disposizioni vigenti ai fini del procedimento per il quale sono richiesti e verranno utilizzati esclusivamente per tale scopo.

**FAC-SIMILE DICHIARAZIONI A Bis (in carta semplice)**

reso singolarmente a cura de

- **il titolare, se si tratta di impresa individuale,**
- **il/i socio/i, in caso di società in nome collettivo**
- **il/i socio/i accomandatario/i, in caso 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 rappresentanza, di direzione o di controllo il socio unico, persona fisica, il socio di maggioranza in caso di società con meno di, quattro soci, se si tratta di altro tipo di società o consorzio**
- **il/i direttore/i tecnico/i o preposto/i – responsabile/i tecnico/i**
- **i cessati dalle cariche sopra indicate, nell'anno antecedente la pubblicazione del bando, qualora reperibili.**

Stazione Unica Appaltante  
del Comune di GENOVA

Il Signor \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ codice fiscale: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ nella sua qualità di \_\_\_\_\_ dell'impresa  
\_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_ Codice Fiscale e/o Partita  
I.V.A. \_\_\_\_\_

consapevole della responsabilità che assume e delle sanzioni penali stabilite dal D.P.R. 445/2000 art. 76

**ATTESTA CHE**

**A.1) nei propri confronti NON sussistono cause di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'art. 67 del D.Lgs. n. 159/2011 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'art. 84 comma 4 del medesimo Decreto;**

**A.2) (obbligo di riportare una sola tra le due ipotesi oppure barrare quella di proprio interesse e compilare ove necessario):**

nei propri confronti NON è stata pronunciata sentenza definitiva o decreto penale di condanna divenuto irrevocabile o sentenza di applicazione della pena su richiesta ai sensi dell'art. 444 del codice di procedura penale, anche riferita a un suo subappaltatore nei casi di cui all'art. 105 comma 6 del codice per uno dei reati di cui all'art. 80 comma 1 lettere a), b), c) d), e), f) e g) del codice

(oppure)

pur trovandosi in una delle situazioni di cui al comma 1 in quanto condannato per il/i seguente/i reato/i:

.....  
.....  
ed avendo la/e sentenza/e definitiva/e imposto una pena detentiva non superiore a diciotto mesi, ovvero riconosciuto l'attenuante della collaborazione come definita per le singole fattispecie di reato, o al comma 5, indicare le fattispecie.....

.....  
abbia risarcito, o si sia impegnato a risarcire qualunque danno causato dal reato o dall'illecito, ed abbia adottato provvedimenti concreti di carattere tecnico, organizzativo e relativi al personale idonei a prevenire ulteriori reati o illeciti, così come risulta da seguenti mezzi di prova:

data \_\_\_\_\_

FIRMA \_\_\_\_\_

**Allegare ai sensi dell'art. 47 del d.P.R. n. 445/2000 e s.m.i. fotocopia del documento di identità del firmatario.**

Informativa ai sensi del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196: i dati sopra riportati sono prescritti dalle disposizioni vigenti ai fini del procedimento per il quale sono richiesti e verranno utilizzati esclusivamente per tale scopo.

**FAC – SIMILE DI “SCRITTURA PRIVATA” Raggruppamento Temporaneo di Imprese  
Spett.le Stazione Unica Appaltante del Comune**

**OGGETTO: AFFIDAMENTO IN APPALTO DEL SERVIZIO .....**

L'anno \_\_\_\_\_ il giorno \_\_\_\_\_, i sottoscritti:

➤ Signor \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ nella sua qualità di \_\_\_\_\_ e come tale legale rappresentante dell'impresa \_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_ Codice Fiscale e/o Partita I.V.A. \_\_\_\_\_

➤ Signor \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ nella sua qualità di \_\_\_\_\_ e come tale legale rappresentante dell'impresa \_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_ Codice Fiscale e/o Partita I.V.A. \_\_\_\_\_

➤ Signor \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ nella sua qualità di \_\_\_\_\_ e come tale legale rappresentante dell'impresa \_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_ Codice Fiscale e/o Partita I.V.A. \_\_\_\_\_

**pre m e s s o**

- che la Spett.le Stazione Unica Appaltante del Comune intende affidare, mediante procedura negoziata ai sensi dell'art. 36 comma 2 lett. b) del D.Lgs. n. 50/2016 l'appalto in oggetto;

**d i c h i a r a n o**

- che intendono partecipare all'appalto per l'assegnazione del servizio di cui in oggetto in Raggruppamento Temporaneo di Imprese ai sensi e per gli effetti dell'art. 48 del codice e che in caso di aggiudicazione della gara, i predetti soggetti si impegnano a conferire mandato collettivo, speciale, gratuito e irrevocabile con rappresentanza all'impresa \_\_\_\_\_ che sarà designata Capogruppo;

- che l'offerta economica sarà sottoscritta congiuntamente sia dall'impresa designata quale mandataria sia dalla/e mandante/i;

- che il servizio, sarà eseguita dalle singole Imprese nei limiti delle specifiche quote di partecipazione che sono le seguenti:

mandataria: \_\_\_\_\_ (indicare le quote /parti del servizio che svolgerà)

mandante: \_\_\_\_\_ (indicare le quote /parti del servizio che svolgerà)

mandante: \_\_\_\_\_ (indicare le quote /parti del servizio che svolgerà)

**I RAPPRESENTANTI o i PROCURATORI delle SOCIETA' delle Imprese raggruppande.**

**MODULO OFFERTA ECONOMICA DA COMPILARSI TRASCRIVENDO SU CARTA RESA  
LEGALE (€ 16.00)**

Ill.mo Signor Sindaco del Comune di **GENOVA**

Il Signor ..... nato a ..... il ..... nella sua qualità di ..... e come tale legale rappresentante dell'impresa ..... con sede in..... Via ..... CAP..... codice Fiscale e/o Partita I.V.A. .... numero telefonico ..... e numero fax ..... indirizzo e-mail..... Iscrizione Camera di Commercio n. .... del ..... Provincia ..... elettivamente domiciliato in Genova, Via .....

**Oppure in caso di costituendo Raggruppamento temporaneo di imprese:**

Il Signor ..... nato a ..... il ..... nella sua qualità di ..... e come tale legale rappresentante dell'impresa ..... con sede in..... Via ..... CAP..... codice Fiscale e/o Partita I.V.A. .... numero telefonico ..... e numero fax ..... indirizzo e-mail..... Iscrizione Camera di Commercio n. .... del ..... Provincia ..... elettivamente domiciliato in Genova, Via .....

Ed Il Signor ..... nato a ..... il ..... nella sua qualità di ..... e come tale legale rappresentante dell'impresa ..... con sede in..... Via ..... CAP..... codice Fiscale e/o Partita I.V.A. .... numero telefonico ..... e numero fax ..... indirizzo e-mail..... Iscrizione Camera di Commercio n. .... del ..... Provincia ..... elettivamente domiciliato in Genova, Via .....

in relazione alla gara indetta da codesta Amministrazione Comunale ai sensi dell'art. 36 comma 2 lett b) del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. per l'assegnazione del servizio (segue oggetto) ..... da assegnarsi ai sensi dell'art. 95 comma 3 lett. a) del medesimo D.Lgs.

**DICHIARANO**

Di aver preso esatta conoscenza di tutte le condizioni espresse nella lettera di invito, nel capitolato d'oneri, che accetta incondizionatamente, nonché di tutte le circostanze generali che possono aver influito sulla determinazione del prezzo che si accetta e di aver esaminato gli stessi

**OFFRE / OFFRONO**

Per l'esecuzione del servizio un fee di agenzia pari ad euro ..... (iva esclusa) (in cifre) ..... (in lettere)\*

**DICHIARANO**

**Che l'offerta tiene conto degli obblighi connessi al rispetto delle disposizioni in materia di sicurezza e protezione dei lavoratori, introdotte dal D.Lgs. 81/2008 e s.m.i. e che gli oneri interni aziendali per la sicurezza, afferenti il soggetto offerente previsti per la gestione del contratto, compresi nel Valore complessivo offerto, sono pari a Euro .....**

**IL RAPPRESENTANTE**

**O I RAPPRESENTANTI IN CASO DI R.T.I.  
O PROCURATORE DELLA SOCIETA'**

**\*L'importo dovrà essere necessariamente inferiore ad euro € 16.393,44 iva esclusa**

**Brief per la realizzazione di un servizio di progettazione strategica e realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand genova e la destinazione turistica nell' anno 2017.**

**Premessa e scenario**

Nel 2017 il Comune di Genova intende sviluppare una comunicazione strategica e integrata, al fine di promuovere il brand Genova, l'attrattività turistica della destinazione e il posizionamento sui mercati turistici in Italia e all'estero, in particolare nel segmento del City Break, Città d'Arte, Family e Turismo Enogastronomico, sulla base del presente brief.

Secondo i dati dell' Osservatorio turistico regionale; nel 2016 (dati disponibili fino a novembre) Genova ha registrato un incremento degli **arrivi** pari a **+1,15%** rispetto all'anno precedente: +1,98% di italiani e +0,37% di stranieri; Il livello di internazionalizzazione della città è oggi pari al 51,48%, dato al di sopra della media nazionale pari al 49,40% e ben al di sopra della media regionale. Per quanto riguarda i pernottamenti, il cui dato assoluto è di 1.661.337 presenze, si registra una crescita

complessiva pari a **+7,47%**, con un **+10,37%** di crescita di pernottamenti nazionali e un **+4,56%** di pernottamenti stranieri rispetto al 2015. Gli stranieri rappresentano sempre il **48,10%** dei pernottamenti.

Le città italiane dalle quali provengono il maggior numero di visitatori sono: Milano, Roma, Torino, Firenze e Bologna. La presenza di collegamenti aerei diretti può facilitare l'afflusso di visitatori anche da Bari, Catania, Napoli, Palermo e Trapani. Le regioni italiane confermano in generale gli stessi dati delle città: Lombardia, Lazio, Piemonte seguite da Veneto, Emilia Romagna e Toscana.

Per quanto riguarda l'estero, nel 2016 (dati disponibili fino a novembre) i paesi da cui si sono registrati i maggiori flussi turistici sono Francia, Germania, Svizzera, Spagna, Regno Unito, Cina, USA, Paesi Bassi e Russia. Sul fronte pernottamenti però, dopo Francia e Germania, abbiamo il Regno Unito, seguito a sua volta da USA, Svizzera, Spagna, Paesi Bassi, Cina e Russia. Genova può sfruttare la presenza di collegamenti aerei diretti con Londra, Parigi, Monaco di Baviera, Amsterdam e Barcellona (volo estivo e a dicembre). Su Mosca viene attivato annualmente un servizio stagionale in estate.

L'andamento mensile sulle presenze di turisti a Genova evidenzia che i turisti stranieri prediligono i mesi estivi (luglio e agosto) per soggiornare a Genova, mentre gli italiani preferiscono i mesi primaverili e autunnali. Da maggio a settembre, i flussi stranieri superano oramai quelli italiani. Va sottolineato comunque che turisti italiani e stranieri arrivano durante tutto l'anno e, a parte forse gennaio-febbraio, mesi in cui le località sciistiche sono privilegiate, non ci sono più periodi di bassa stagione.

Dal 2013 ad oggi sono state realizzate diverse campagne di promozione, sia in Italia che all'estero, con i media tradizionali e online. Data l'importanza sempre più preponderante del web nel condizionare la scelta della meta turistica del pubblico, le campagne di web advertising hanno dimostrato la loro efficacia nel raggiungere un target sempre più qualificato e nel garantire una buona visibilità alla destinazione, ottimizzando gli investimenti.

Le campagne di web marketing più rilevanti realizzate nel 2016 hanno interessato, nei mesi estivi, la Francia, la Germania e i Paesi Bassi e, a novembre-dicembre, l'Italia. Tutti gli annunci di queste campagne, multilingue e multi soggetto, miravano alla sezione del sito [visitgenoa.it/vieni](http://visitgenoa.it/vieni), rispettivamente in lingua italiana, francese, tedesca e inglese (per i Paesi Bassi), a seconda del paese a cui si rivolgeva la campagna. E' stata anche realizzata un'altra campagna digital, a livello nazionale, per promuovere la destinazione Genova per il Capodanno.

Le campagne si inquadrano all'interno di una strategia che mira ad aumentare la visibilità e quindi la notorietà di Genova come meta turistica al fine di aumentare il numero di turisti e visitatori e allungare la durata media del soggiorno. Questi obiettivi vengono perseguiti anche attraverso un'attività molto intensa di ufficio stampa (educational tematici con giornalisti italiani ed esteri, ospitalità giornalisti e troupe televisive) e con un'attenta social media strategy attraverso i profili owned (piani redazionali, immagini, video, contest) per migliorare la percezione della destinazione e l'engagement.

Va ricordato inoltre che il piano di marketing e comunicazione 2017 prevede, naturalmente, anche il piano di azioni di marketing rivolte al Trade e al Consumer, sui mercati di medio/lungo raggio, attraverso la partecipazione a fiere e workshop di settore.

La visibilità della destinazione Genova cresce anche grazie ai contatti avviati con le principali OLTA internazionali per la vendita di prodotti e servizi turistici, dato l'elevato grado di internazionalità di questi portali e attraverso il sistema delle recensioni; ad oggi si registra un aumento degli indici di gradimento dell'offerta turistica di Genova, che si ripercuote positivamente sulla Destination Reputation.

Nell'ambito del progetto europeo URBACT CityLogo, nel marzo del 2014 è stato lanciato il nuovo logo GENOVA MORE THAN THIS, che incorpora in sé l'identità e i valori della città e sono in corso azioni con gli stakeholders locali per la disseminazione del brand.

A settembre 2015, la città di Genova è stata selezionata per essere il capofila del progetto URBACT Interactive Cities, prosecuzione ideale del progetto europeo precedente, che si propone di sviluppare uno storytelling della città attraverso i social media con il coinvolgimento di cittadini e turisti. Al progetto aderiscono altre 9 città europee: Alba Iulia, Debrecen, Ghent, Lisbona, Murcia, Palermo, Parigi, Tartu e Varna.

### **Obiettivi del progetto**

- a) Posizionamento della città nel mercato turistico, in particolare nel segmento City break, Città d'Arte, Family e Turismo Enogastronomico, in Italia e nei mercati esteri obiettivo.
- b) Valorizzazione della destinazione turistica e del Brand Genova (tratti distintivi e reputazione).
- c) Favorire un buon ranking di posizionamento sui motori di ricerca e aumentare la visibilità della città, al fine di rafforzare l'attrattività della destinazione turistica.
- d) Comunicare Genova come destinazione turistica per l'estate, le festività natalizie e per long weekend durante l'anno, al fine di aumentare la durata media dei soggiorni a Genova.
- e) Valorizzare le attrattività turistiche della città, in relazione al potenziale appeal verso i segmenti di mercato e i target strategici.
- f) Favorire un'elevata call-to-action da parte dell'audience affinché il pubblico sia stimolato ad accedere al sito [visitgenoa.it](http://visitgenoa.it), dove scoprire la destinazione e l'offerta turistica della città.
- g) Favorire l'engagement e prenotazioni verso la destinazione.

### **Note sul servizio richiesto**

Alle agenzie è richiesto un progetto comprendente la progettazione strategica e la realizzazione di un piano di comunicazione digital per promuovere il brand Genova e la destinazione turistica nell'anno 2017. Sono richieste le seguenti attività:

a) realizzazione di campagne di comunicazione digital multicanale in Italia e nei mercati esteri di Francia, Germania, Regno Unito, Paesi Bassi, Spagna e Svizzera sviluppate in particolare attraverso:

- campagne display su Google network, e i principali social media: Facebook e Instagram, Twitter (creatività ed esecutivi forniti dal committente)
- campagne KW adv su Google
- campagne Discovery e In stream su YouTube (materiale video fornito dal committente)
- eventuali azioni editoriali a supporto (native advertising)
- altre azioni sui social media e strumenti digital ritenuti efficaci

N.B.: Al momento preghiamo le agenzie di non contattare i concessionari, ma di stimare i costi e performance sulla base dello storico relativo a progetti simili.

b) progettazione e organizzazione di eventi offline mirati alla generazione di contenuti online, anche attraverso il coinvolgimento di influencer, in particolare nei mercati di riferimento di Francia, Germania e Regno Unito (sono da intendersi esclusi dal budget del bando le spese di accoglienza di influencer, a carico del Committente nei limiti delle disponibilità di bilancio);

Alle Agenzie è chiesto di articolare la proposta fornendo:

- Un progetto strategico organico, sviluppato per i punti a) e b) sopra indicati. Per quanto attiene il punto a), si richiede il dettaglio di ogni singola campagna nei mercati esteri e nel mercato italiano, comprensivo di pianificazione delle azioni, della quota di budget impiegata e ipotesi d'acquisto media (con elencazione quantitativa e qualitativa dei siti che verranno utilizzati sia generalisti che specializzati, inclusi eventuali siti con tipologia di acquisto spazi per impression vendute, se ritenuti strategici); nella presentazione dei canali di contatto e volume della pianificazione media, è richiesto anche un'indicazione del valore medio del CTR e CPC. Per i mercati esteri, si richiede altresì di indicare la quota di budget che si intende impiegare per ogni singolo mercato, sulla base delle conoscenze acquisite dalla stessa agenzia sulle potenzialità del singolo mercato in termini di efficacia della comunicazione e ottimizzazione dell'investimento.
- Stima dei risultati raggiungibili in relazione alle azioni e mezzi individuati, dettagliati rispettivamente per il punto a) e b).
- L'indicazione del Team e relative competenze, che verrà messo a disposizione per la realizzazione del progetto.
- Eventuali tools utilizzati per la gestione delle attività indicate nella proposta.

## Target

Il target da raggiungere è il pubblico consumer, costituito da:

- Pubblico di fascia d'età media 31 – 65 anni e livello d'istruzione medio e medio-alto
- Amanti dei viaggi e in particolare dei *city break*, del mare e del paesaggio, dell'arte, della storia e della cultura, dell' enogastronomia
- Famiglie
- Millenials (target secondario, ma non trascurabile)

## **Mercati**

I **mercati esteri di priorità 1** su cui orientare la comunicazione della destinazione Genova nel 2017 sono:

- **Francia** (in particolare Parigi e sud della Francia)
- **Germania** (in particolare Berlino e Monaco di Baviera)
- **Regno Unito** (in particolare Londra e aree limitrofe)

I **mercati esteri di priorità 1.b** su cui orientare la comunicazione, anche se con minore entità rispetto ai mercati di priorità 1, sono:

- **Paesi Bassi** (in particolare Amsterdam e area limitrofa, **evidenziando la presenza di un volo diretto Amsterdam-Genova**)
- **Spagna** (in particolare Barcellona e sud della Spagna)
- **Svizzera** (tutta la Svizzera)

Per il **mercato italiano**, le campagne digital dovranno privilegiare le regioni/città da cui provengono i maggiori flussi turistici e/o che sono collegate da voli diretti con Genova.

## **Timing delle campagne digital**

### Mercati esteri

Le campagne rivolte ai **mercati esteri** dovranno avere "indicativamente" la durata seguente:

- **Germania: 3 mesi (da inizio aprile a fine giugno)**
- **Francia: 3 mesi (da inizio maggio a fine luglio)**
- **Regno Unito: 2 mesi e mezzo** (si richiede di indicare nella proposta il periodo ritenuto più congruo per intercettare i flussi turistici estivi)
- **Paesi Bassi: 2 mesi (da inizio maggio a fine giugno)**
- **Spagna: 2 mesi** (si richiede di indicare nella proposta il periodo ritenuto più congruo per intercettare i flussi turistici estivi)
- **Svizzera: 2 mesi** (si richiede di indicare nella proposta il periodo ritenuto più congruo per intercettare i flussi turistici estivi)

N.B.: Le indicazioni sui periodi di avvio delle campagne sono soltanto suggeriti e possono essere perfezionati dalle agenzie in relazione alle tendenze del pubblico nei singoli mercati circa la pianificazione delle vacanze.

Italia

Si chiede di prevedere **una campagna digital**, che prenderà avvio nel mese di **ottobre** e terminerà agli **inizi di dicembre**, per promuovere la destinazione Genova a Natale, per lasciare spazio a una campagna specifica di promozione della destinazione per il Capodanno 2018, che verrà realizzata al di fuori del presente bando.

Sono stati inoltre individuati dei ponti per festività e/o date in cui si svolgeranno in città eventi di particolare appeal per i turisti in cui si dovranno realizzare **"micro" campagne** per promuovere la destinazione Genova:

Evento	Data	Periodo campagna
Festa della Liberazione	25 aprile	Dal 18 aprile al 25 aprile
Festa del Lavoro	1° maggio	Dal 25 aprile al 1° maggio
Festa della Repubblica	2 giugno	Dal 15 maggio al 2 giugno
Ferragosto	15 agosto	Dal 24 luglio al 15 agosto
Rolli Days ediz. Ottobre	14-15 ottobre	Dal 24 settembre al 14 ottobre

## Strategia

La strategia e la progettazione delle campagne dovranno essere modulate in base alla tipologia dei mercati e finalizzate al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione del brand Genova, posizionamento della città nel mercato turistico nazionale e internazionale nel segmento del *City Break*, *Città d'Arte*, *Family e Turismo Enogastronomico*, alla promozione di Genova come meta ideale per long weekend, alla valorizzazione della sua offerta turistica, nonché al raggiungimento dei target di interesse.

Le campagne dovranno garantire la visibilità massima sul web alla destinazione Genova e ai contenuti della sua offerta, che variano a seconda del periodo dell'anno. Pertanto anche la pianificazione dovrà essere duttile e capace di sfruttare le peculiarità del momento in cui le campagne saranno online.

Nella pianificazione, dovrà essere posta particolare attenzione alle diverse caratteristiche del target di riferimento nei singoli mercati (interessi, periodi di vacanza e utilizzo dei media online).

**Sarà richiesta all'agenzia l'elaborazione di tutti gli annunci testuali su tutti i media/canali pianificati** (eccetto il contenuto testuale dei banner che rientrano nell'ambito della creatività, esclusa dal presente bando) e in **tutte le lingue** in cui verranno sviluppate le campagne: francese, tedesco, inglese, olandese, spagnolo, italiano. Per garantire l'efficacia della campagna, ciò comporterà la prestazione di un servizio di copywriting di buona qualità in tutte le lingue sopra menzionate per l'adattamento dei testi alle caratteristiche dei media/canali pianificati, relativamente alla lunghezza del testo e al tone of voice, al fine di garantire l'efficacia dei messaggi nei diversi mercati.

## Key-messages

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

- Città con un **patrimonio storico-artistico rilevante**, come i **Palazzi dei Rolli e le Strade Nuove patrimonio Unesco**, ma che ha ancora mantenuto la propria **autenticità** e non è inflazionata e mercificata dal turismo di massa.

- Genova possiede il **centro storico medievale più grande d' Europa**. Specifici itinerari conducono il visitatore alla scoperta di vicoli, piazzette, torri, chiese, oltre alla magnifica **cattedrale di San Lorenzo** e altri gioielli di architettura della Genova Medievale, capitale del Mediterraneo.

- L' **Acquario di Genova** può vantare la maggiore varietà di ecosistemi in Europa: 70 vasche, 15.000 animali di oltre 400 specie tra cui i lamantini, le "sirene del mare", gli animali antartici, unica struttura ad ospitarli in Europa, i pinguini, gli squali, le foche, le meduse e i coloratissimi pesci della scogliera corallina. Il **nuovo Padiglione Cetacei**, opera unica a firma di Renzo Piano, può accogliere fino a 10 delfini, che è possibile ammirare da vicino grazie ad una straordinaria parete vetrata e a un suggestivo tunnel subacqueo.

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

- A pochi passi dal centro, il **borgo di Boccadasse** o la **passeggiata a mare di Nervi** offrono scorci paesaggistici di particolare bellezza.

- **Genova è una città verticale**, stretta tra i monti e il mare: offre quindi molte prospettive da cui poter essere ammirata: dalle alture, arrampicandosi su per le tipiche "creuze" o salendo con gli ascensori e le funicolari (elemento caratteristico della città), dalle terrazze panoramiche nel cuore della città (Castelletto), o dal mare, facendo un giro in battello nel porto di Genova.

- Genova ha ben **22 musei** che spaziano dall'arte e storia all'etnografia e scienze naturali. **Palazzo Ducale**, anima culturale della città, ospita mostre di pregio nel campo della pittura e della fotografia. I molti **teatri di Genova** offrono un'ampia scelta di spettacoli per

trascorrere piacevolmente le serate. Il **Teatro Carlo Felice** offre una programmazione che spazia dall'opera, ai concerti di musica sinfonica e al balletto.

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

- Il **pesto** o la **focaccia** connotano fortemente l'identità della città. In particolare, il **pesto al mortaio** è candidato a diventare **Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità Unesco**.

- Per gli amanti dell'enogastronomia, si organizzano degustazioni, corsi di cucina e show cooking per cogliere il meglio della cucina genovese, sublime nella sua semplicità.

- Il **clima** è **generalmente mite**, quindi è piacevole stare all'aperto in tutti i periodi dell'anno. Genova offre un'ampia scelta anche per le **attività outdoor**: per gli appassionati di trekking, si organizzano escursioni guidate al **Parco urbano delle Mura e ai Forti di Genova**; ci sono le escursioni in bici alla scoperta di luoghi di affascinante bellezza del centro storico di Genova, inaccessibili ai mezzi a motore; è possibile fare il **giro del porto in battello**, lanciarsi all' **avvistamento dei delfini nel Santuario dei Cetacei** o fare un'**escursione in barca a vela**. Numerosi sono i parchi cittadini, dove potersi rilassare, passeggiare, giocare all'aria aperta con i propri bambini e spesso poter godere di panorami mozzafiato. Nella splendida **Villa Pallavicini a Pegli** è possibile seguire un itinerario guidato tra vere e proprie opere d'arte, riportate recentemente al loro antico splendore. D'estate, è possibile anche abbinare una giornata di mare in spiaggia alla visita della città, senza contare la vicinanza alle località più belle e caratteristiche delle Riviere.

- Genova offre un'ampia gamma di servizi turistici, acquistabili sia negli uffici di accoglienza turistica che online, tra i quali: card musei, audioguide multilingue, app, visite guidate al centro storico, ai Palazzi dei Rolli, patrimonio Unesco o al Cimitero Monumentale di Staglieno, un vero e proprio museo a cielo aperto d'Europa.

## **Budget**

Il budget allocato per il presente servizio è pari a **240.000 Euro (iva inclusa)** e comprende:

1) I costi di acquisto degli spazi e delle attività di comunicazione:

• **€ 200.000 (iva inclusa) campagne digital** indicativamente così suddivisi:

a) € 40.000 (iva inclusa) per il mercato Italia,

b) € 160.000 (iva inclusa) per le campagne sui mercati esteri.

Il Comune di Genova si riserva di cambiare l'allocazione del budget sui singoli mercati di riferimento proposta dall'agenzia vincitrice, in relazione alla situazione del mercato nel

momento in cui prenderanno avvio le campagne ovvero in base all'andamento delle campagne stesse e alle performance di comunicazione.

2) Progettazione e organizzazione di eventi offline mirati alla generazione di contenuti online nei mercati di riferimento di Francia, Germania e Regno Unito: **indicativamente € 20.000 (iva inclusa)**.

3) Il fee d'agenzia, comprensiva della gestione/coordinamento della campagna e i report settimanali sull'andamento della campagna stessa da discutere con il committente al fine di monitorarne l'efficacia e valutare eventuali modifiche ritenute necessarie per migliorare i risultati: **€ 20.000 (iva inclusa)**.