



SERVIZIO DI CONSULENZA E SUPPORTO PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO “SVILUPPO TURISTICO LITORALE MIGLIO D’ORO”.

CAPITOLATO SPECIALE, DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE
(ex art. 23, commi 14 e 15, D.Lgs. 50/2016)

CIG 7596487

CUP F57J190000030009

SOMMARIO

1. OGGETTO	3
2. DURATA DEL CONTRATTO E STIMA DELLA BASE DI GARA	4
3. STRUTTURA DELL'OFFERTA TECNICA.....	7
3.1. Limiti di pagina e di formattazione	Error! Bookmark not defined.
3.2. Offerta tecnica.....	Error! Bookmark not defined.
4. CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE.....	7
4.1. Criteri di valutazione dell'offerta tecnica	7
5. PENALI	9
6. CAUZIONE DEFINITIVA	9
8. CESSIONE DEL CONTRATTO.....	9
9. TRACCIABILITÀ.....	9
10. ANTICIPAZIONE DEL PREZZO.....	10
11. PAGAMENTI IN ACCONTO	10
12. PAGAMENTI A SALDO.....	10
13. FORMALITÀ E ADEMPIMENTI AI QUALI SONO SUBORDINATI I PAGAMENTI.....	10
14. CONTROVERSIE.....	11
15. TRATTAMENTO DEI DATI SENSIBILI E TUTELA DELLA PRIVACY.....	11

1. OGGETTO

L'appalto ha ad oggetto l'affidamento di un servizio di consulenza e supporto specialistico per la realizzazione del progetto "Sviluppo Turistico Litorale Miglio d'Oro". Il Progetto, prevede la realizzazione, con il coinvolgimento dei pescatori, di un piano strategico di marketing territoriale e di itinerari turistici in mare, sul tratto di costa che interessa i comuni del FLAG (Torre del Greco, Torre Annunziata, Portici ed Ercolano).

Luogo di esecuzione:Le attività oggetto del Servizio dovranno essere realizzate nei Comuni del FLAG, ovvero Torre del Greco, Torre Annunziata, Portici ed Ercolano

Sono compresi nell'appalto tutti i lavori, i servizi, le prestazioni, le forniture e le provviste necessarie per dare il servizio completamente compiuto e secondo le condizioni stabilite dal capitolato speciale d'appalto, con riguardo anche alle specifiche attività di seguito indicate nell'elenco indicativo e non esaustivo, dei quali l'appaltatore dichiara di aver preso completa ed esatta conoscenza.

L'intervento che rientra nell'Azione 2.A.1 "Promozione di modelli di gestione integrata degli attrattori locali" della Strategia di Sviluppo Locale del FLAG, è strutturato su due driver realizzativi:

- A) Piano di Marketing territoriale;
- B) Piano dello Sviluppo del Pesca Turismo.

L'intervento ha l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di un'azione di offerta turistica integrata, *supportata da un adeguato processo di brand identity e di marketing territoriale e volta a valorizzare la risorsa "Mare" e le attività ittiche ad essa connesse*

Tutti gli elementi grafici di comunicazione e promozione dovranno essere in linea con quanto disposto dalla linea grafica del FEAMP delineata nelle "Linee guida" ed allegati reperibili al sito <http://agricoltura.regione.campania.it/FEAMP/FEAMP.html>

Sono altresì compresi, senza ulteriori oneri per la Stazione appaltante, i miglioramenti e le previsioni migliorative e aggiuntive contenute nell'offerta tecnica presentata dall'appaltatore e recepite dalla Stazione appaltante.

Tutti i costi relativi alla completa esecuzione delle prestazioni sopra indicate e di quelle comunque necessarie per l'esecuzione delle attività conferite, sono a carico della Ditta affidataria dell'appalto e rientrano nel corrispettivo di aggiudicazione.

L'esecuzione dei servizi e dei lavori è sempre e comunque effettuata secondo le regole dell'arte e l'appaltatore deve conformarsi alla massima diligenza nell'adempimento dei propri obblighi; trova sempre applicazione l'articolo 1374 del codice civile.

Anche ai fini dell'articolo 3, comma 5, della legge n. 136 del 2010 e dell'articolo 6, comma 4, sono stati acquisiti i seguenti codici:

Codice identificativo della gara (CIG)	Codice Unico di Progetto (CUP)
CIG: 7596487	CUP: F57J190000030009

2. DURATA DEL CONTRATTO E STIMA DELLA BASE DI GARA

La durata delle attività oggetto del presente appalto è di 10 (dieci) mesi a decorrere dalla data di stipula del contratto ed in ogni caso non oltre il 31.12.2020.

Importi in euro		TOTALE
Importi in euro	a corpo (C)	TOTALE
Servizi (S)	€ 163.934,43	€ 163.934,43
Oneri di sicurezza da PSC (OS)	€ 0	€ 0
IVA 22%	€ 36.065,57	€ 36.065,57
IMPORTO TOTALE APPALTO		€ 200.000,00

Importi in euro	soggetti a ribasso	NON soggetti a ribasso
Servizi (S)	€ 163.934,43	
Oneri di Sicurezza (OS)		0

Ai fini della determinazione della soglia di cui all'articolo 35, comma 1 lettere a) e c), del Codice dei contratti, l'importo dell'appalto è pari a € 163.934,43.

Il mancato raggiungimento degli obiettivi di spesa nell'ambito del programma PO FEAMP 2014-2020 potrebbe comportare una decurtazione del finanziamento da parte da dell'amministrazione regionale che si tradurrà in una riduzione del corrispettivo riconosciuto all'Impresa aggiudicataria.

3. DESCRIZIONE DEI REQUISITI MINIMI E DESIDERABILI DEL SERVIZIO RICHIESTO

Il servizio che l'aggiudicatario dovrà fornire si compone delle seguenti linee di attività:

A) Piano di Marketing territoriale

i) Analisi dell'offerta turistica attuale e del contesto socio-economico

a) Analisi dell'offerta turistica attuale

Indagine e mappatura (anche tramite interviste) delle attrazioni turistiche presenti sul territorio, dei modelli di fruizione da parte del turismo tradizionale, dell'offerta di servizi da parte degli operatori culturali e commerciali, della tipologia di utenza e dei modelli di comportamenti, ecc.

b) Analisi del sistema socio economico e delle potenzialità inesprese dal territorio

- Indagini su operatori complementari e potenzialità non sfruttate, allo scopo di creare network collaborativi che valorizzino competenze e servizi eterogenei e complementari.

- Attivazione di collaborazioni con istituti alberghieri ed Università, finalizzata all'arricchimento dei servizi proposti, come la promozione della cultura enogastronomica locale.
 - Analisi delle potenzialità locali da sfruttare per l'attivazione di nuove esperienze turistiche che coinvolgano le flotte di pescatori, e per nuovi servizi che possano sfruttare in maniera sinergica le competenze e i mezzi di artigiani (artigiani del corallo, operatori turistici, commercianti, ecc.)
- c) Analisi di benchmark internazionale e indagine sui fattori critici di successo di strategieterritoriali
 Individuazione ed analisi di modelli realizzati altrove che possano rappresentare un modello ideale anche per singole componenti progettuali.

ii) Elaborazione del Piano di Marketing

a) Elaborazione del piano di marketing strategico territoriale

Sulla base dei risultati delle analisi svolte e seguendo un approccio graduale e soggetto a revisioni, elaborazione e modellazione della strategia di sviluppo territoriale, identificando obiettivi, modelli organizzativi e collaborativi e sistemi di offerta orientati a differenti target di utenza.

b) Elaborazione piano di marketing operativo

A seguito della definizione del piano strategico, elaborazione di un piano di marketing operativo che definisca nel dettaglio i nuovi servizi oggetto di offerta, le politiche di prezzo e di distribuzione ed il piano di comunicazione.

iii) Attività di promozione e comunicazione ed organizzazione eventi

a) Attività di promozione e comunicazione

Le attività di promozione rappresenteranno il primo tassello di una fase progettuale che si potrebbe definire operativa. La promozione dei nuovi sistemi di offerta su canali tradizionali ed innovativi dovrà essere strutturata sulla base dei target di riferimento e degli obiettivi conoscitivi della strategia.

b) Convegni ed eventi

Dovranno essere organizzati un evento/conferenza/convegno in ciascuno dei quattro Comuni del Flag – Litorale Miglio d'oro.

iv) Monitoraggio ed Analisi dei Risultati

a) Monitoraggio dei servizi e raccolta dati

Allo scopo di affinare e validare le strategie definite ai punti precedenti, dovranno essere raccolte ed analizzate le informazioni legate alla fruizione dei nuovi modelli d'offerta e del livello di gradimento dei differenti gruppi target.

b) Analisi e interpretazione dei risultati

L'elaborazione dei dati raccolti al punto precedente rappresenterà una fase critica e delicata per la revisione e l'affinamento delle strategie elaborate. L'impiego di strumenti di analisi e modelli di indagine avanzati sarà fondamentale per un'analisi completa e veritiera oggettivamente utile allo scopo.

v) Revisione del Piano di Marketing

a) Revisione piano di marketing strategico territoriale

A seguito dell'analisi di cui alla fase precedente, se necessario ed opportuno, dovrà essere effettuata una revisione, modifica e/o integrazione al piano strategico, allo scopo di addivenire ad un risultato utile e definitivo. È bene precisare che sarà necessario in questa fase acquisire anche i risultati delle analisi attinenti allo sviluppo del Pescaturismo.

b) Revisione del piano di marketing operativo

Anche per la revisione del piano operativo vale quanto detto al punto precedente per il piano strategico.

B) Piano dello Sviluppo del Pesca Turismo

i) Analisi di benchmark internazionali e indagine sui fattori critici di successo di strategie territoriali

a) Analisi di benchmark internazionali e indagine sui fattori critici di successo di strategie territoriali

Ricerca ed analisi dei modelli di offerta di servizi di pesca turismo e/o di singole fasi di processo (come ad esempio i servizi di prenotazione o altre attività di supporto), già implementati in differenti contesti.

ii) Elaborazione piano di marketing operativo

a) Elaborazione piano di marketing operativo

Definizione di nuovi modelli di offerta e servizi basati sulla collaborazione con operatori del settore pesca.

iii) Attività di promozione e comunicazione ed organizzazione eventi

a) Attività di promozione e comunicazione

Una volta definiti e progettati i nuovi pacchetti di offerta, in accordo anche con i tradizionali operatori del settore turistico le attività di promozione rappresenteranno il primo tassello di una fase progettuale che si potrebbe definire operativa. La promozione dei nuovi servizi su canali tradizionali ed innovativi dovrà essere strutturata sulla base dei target di riferimento e degli obiettivi conoscitivi della strategia.

b) Convegni ed eventi

Dovranno essere organizzati un evento/conferenza/convegno in ciascuno dei quattro Comuni del Flag – Litorale Miglio d'oro.

iv) Erogazione nuovi servizi

a) Erogazione nuovi servizi di pesca turismo

La presente attività dovrà prevedere il coinvolgimento di pescatori locali che, con le proprie imbarcazioni, provvederanno ad effettuare escursioni sulla costa mostrando l'attività di pesca professionale ed accompagnando i turisti alla scoperta delle bellezze e dei luoghi del Miglio d'oro.

v) Monitoraggio ed Analisi dei Risultati

a) Monitoraggio dei servizi e raccolta dati

Allo scopo di affinare e validare i nuovi modelli di offerta definiti, durante la stagione turistica dovranno essere allestiti gruppi di lavoro per raccogliere ed analizzare le informazioni legate alla fruizione dei nuovi servizi e del livello di gradimento dei differenti gruppi target.

b) Analisi e interpretazione dei risultati

I dati raccolti al punto precedente dovranno essere analizzati ed elaborati al fine di compiere un'adeguata revisione ed affinamento delle strategie elaborate. L'impiego di strumenti di analisi e modelli di indagine avanzati sarà fondamentale per un'analisi completa e veritiera oggettivamente utile allo scopo.

vi) Revisione del Piano di Marketing Operativo

c) Revisione del piano di marketing operativo

A seguito dell'analisi di cui al punto precedente, se necessario ed opportuno, dovrà essere rivisto, modificato ed arricchito il piano, allo scopo di addivenire ad un risultato utile e definitivo.

4. STRUTTURA DELL'OFFERTA TECNICA

L'offerta tecnica deve descrivere le fasi di organizzazione, gestione e coordinamento delle attività oggetto del servizio e deve contenere a pena di esclusione:

- L'illustrazione delle metodologie e procedure di espletamento del servizio, nonché modalità operative e organizzative, comprese quelle relative alla adozione delle misure a garanzia della qualità delle prestazioni, redatto sulla base di quanto indicato;
- Descrizione delle modalità con le quali si intende coinvolgere ed individuare i pescatori per la realizzazione dell'attività iv) di Erogazione di nuovi servizi del pescaturismo.
- Descrizione del profilo delle risorse che si intende impiegare per la realizzazione delle attività con indicazione della formazione e dell'esperienza lavorativa in linea con le attività del servizio;
- Indicazione degli strumenti e delle attrezzature in possesso per la realizzazione delle attività richieste;
- Descrizione degli eventuali servizi aggiuntivi offerti.

5. CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE

Considerato il notevole contenuto tecnologico, legato allo sviluppo di soluzioni informatiche innovative, l'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, ai sensi dell'art. 95, comma 2 del Codice.

La valutazione dell'offerta tecnica e dell'offerta economica sarà effettuata in base ai seguenti punteggi:

	PUNTEGGIO MASSIMO
Offerta tecnica	80
Offerta economica	20
TOTALE	100

Si procederà all'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida, qualora la stessa risulti conveniente e idonea in relazione all'oggetto del contratto.

5.1. Criteri di valutazione dell'offerta tecnica

Il punteggio dell'offerta tecnica è attribuito sulla base dei criteri di valutazione elencati nella sottostante tabella con la relativa ripartizione dei punteggi.

Nella colonna a destra vengono indicati i "Punteggi discrezionali", vale a dire i punteggi il cui coefficiente è attribuito in ragione dell'esercizio della discrezionalità spettante alla Commissione giudicatrice.

Criteri di valutazione			
CRITERIO	SOTTOCRITERIO	PUNTEGGIO MASSIMO SOTTOCRITERIO	PUNTEGGIO MASSIMO CRITERIO

<p style="text-align: center;">A</p> <p>DESCRIZIONE MODALITA' REALIZZAZIONE DELLE ATTIVITA'</p>	<p>A 1 – livello di dettaglio nella descrizione del servizio e della proposta inerente le attività richieste.</p> <p>1. Realizzazione delle attività di raccolta, classificazione, analisi ed elaborazione dei dati;</p> <p>2. Elaborazione del Piano di Marketing territoriale;</p> <p>3. Svolgimento delle attività di monitoraggio ed eventuali modifiche e/o integrazioni;</p> <p>4. Organizzazione e gestione dei servizi di pesca turismo</p> <p>5. Realizzazione delle attività di promozione e comunicazione e degli eventi da organizzare in ciascuno dei comuni del FLAG.</p>	35	35
<p style="text-align: center;">B</p> <p>ORGANIZZAZIONE DEL SERVIZIO</p>	<p>B 1 – adeguatezza e pertinenza delle soluzioni adottate, delle metodologie e degli strumenti proposti per la realizzazione del Servizio.</p> <p>Si valuteranno la struttura organizzativa e di Coordinamento che si intende porre in essere ai fini della realizzazione delle attività descritte afferenti a ciascun driver strategico di realizzazione.</p> <p>Inoltre, si presterà attenzione alle modalità di coinvolgimento dei pescatori nelle attività di pescaturismo.</p>	20	30
<p>B 2 – Qualità e completezza del piano di attività con riferimento alla distribuzione temporale delle attività ed all'organizzazione del Gruppo di Lavoro.</p> <p>Si valuteranno in particolare l'articolazione del cronoprogramma e la descrizione dei ruoli e dei compiti delle risorse umane coinvolte nell'attuazione del progetto rispetto a quanto previsto nel Capitolato.</p>	10		
<p style="text-align: center;">C</p> <p>GRUPPO DI LAVORO</p>	<p>C 1-Risorse del GDL</p> <p>Si valuterà il percorso formativo e le competenze lavorative delle risorse del GDL proposto.</p>	10	10
<p style="text-align: center;">D</p> <p>ELEMENTI MIGLIORATIVI</p>	<p>D 1 – Innovatività, utilità e pertinenza</p> <p>Si valuteranno i fattori di innovazione ed utilità proposti nell'Offerta Tecnica in considerazione dell'impatto migliorativo che possono avere sul servizio rispetto alle attività richieste.</p>	5	5

Non saranno oggetto di valutazione economica i concorrenti che, prima della riparametrazione di seguito prevista, avranno ottenuto un punteggio per l'Offerta tecnica inferiore a 45/80.

6. PENALI

I servizi devono essere avviati dalla data di inizio dell'attività indicata in un apposito verbale.

L'accertamento di un'inadempienza sarà contestata all'affidatario del servizio mediante apposita comunicazione. L'affidatario, entro 5 giorni lavorativi, potrà fornire eventuali controdeduzioni; decorso tale termine, si intenderà accettata.

L'Affidatario dovrà attenersi per la gestione del Sistema e l'erogazione dei servizi ai livelli di servizio definiti nell'articolo 9 del presente Capitolato.

Per ogni giorno di ritardo a partire dai primi 30 giorni lavorativi previsti per l'avvio a regime dei servizi, sarà applicata una penale pari allo 0.10% dell'importo complessivo.

Per indisponibilità totale del servizio offerto per periodi superiori a 7 (sette) giorni lavorativi, sarà applicata una penale pari a 0.15% dell'importo complessivo, per giorno.

Per indisponibilità parziale del servizio offerto per periodi superiori a 7 (sette) giorni lavorativi, sarà applicata una penale pari a 0.03% dell'importo complessivo, per giorno.

7. CAUZIONE DEFINITIVA

A garanzia dell'esatta e puntuale esecuzione di tutti gli adempimenti derivanti dal presente Capitolato, l'aggiudicatario dovrà costituire, prima della stipula del contratto e/o nel termine che sarà comunicato dalla Società, apposita cauzione definitiva in rapporto a tutta la durata del servizio in uno dei modi previsti dall'art. 103 del D.Lgs. 50/2016.

La cauzione definitiva è costituita a garanzia dell'adempimento di tutte le obbligazioni nascenti dal contratto, del risarcimento dei danni derivanti dall'inadempimento delle obbligazioni stesse, del rimborso di somme eventualmente corrisposte in più.

Nel caso di anticipata risoluzione del contratto per inadempienza dell'impresa appaltatrice, la cauzione definitiva sarà incamerata per intero, con riserva di richiedere i maggiori danni.

8. ONERI ED OBBLIGHI ASSUNTI DALL'AGGIUDICATARIO

L'aggiudicatario ha l'onere di fornire i mezzi, la mano d'opera, le prestazioni e quanto altro occorre, al fine di assicurare una completa ed efficiente esecuzione del servizio.

L'aggiudicatario dovrà provvedere all'individuazione dei pescatori e dei soggetti da coinvolgere, a avario titolo, per la realizzazione delle attività

9. CESSIONE DEL CONTRATTO

È vietata la cessione del contratto, a pena di risoluzione.

Il subappalto è disciplinato dall'art. 105 del D.Lgs. 50/2016.

10. TRACCIABILITÀ

L'appaltatore si obbliga ad osservare le disposizioni contenute nell'art. 3 della Legge n. 136/2016 in materia di tracciabilità dei flussi finanziari relativi all'appalto.

Ai sensi dell'art. 3, comma 9-bis, della L. n. 136/2010, il mancato utilizzo del bonifico bancario o postale, ovvero degli altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni,

costituisce causa di risoluzione del contratto.

La Stazione appaltante verifica l'assolvimento da parte dell'appaltatore degli obblighi relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari.

11. ANTICIPAZIONE DEL PREZZO

Ai sensi dell'art. 35 co. 18 del d.lgs. 50/2016, e in conformità al parere ANAC n.1050/2018 è prevista l'anticipazione del 20%.

12. PAGAMENTI IN ACCONTO

E' prevista una prima rata di acconto pari al 30% dell'importo aggiudicato subordinatamente alla dimostrazione di un avanzamento progettuale pari almeno al 40%.

Una seconda rata di acconto pari al 30% dell'importo aggiudicato è prevista subordinatamente alla dimostrazione di un avanzamento progettuale complessivo pari almeno al 60%.

Ai fini della dimostrazione dell'avanzamento progettuale, l'IA dovrà esibire la seguente documentazione:

- a) Fattura
- b) Relazione dettagliata attività svolte;
- c) Riepilogo costi sostenuti;

I pagamenti avverranno entro 30gg dalla data di emissione della fattura mediante emissione dell'apposito mandato e alla successiva erogazione a favore dell'appaltatore.

13. PAGAMENTI A SALDO

La rata di saldo, nulla ostando, è pagata entro 30 (trenta) giorni dopo la presentazione di regolare fattura fiscale.

Il pagamento della rata di saldo non costituisce presunzione di accettazione dei servizi, ai sensi dell'articolo 1666, secondo comma, del codice civile.

Salvo quanto disposto dall'articolo 1669 del codice civile, l'appaltatore risponde per la difformità ed i vizi dell'opera, ancorché riconoscibili, purché denunciati dalla Stazione appaltante entro 24 (ventiquattro) mesi dall'ultimazione dei servizi riconosciuta e accettata.

L'appaltatore e il DEC devono utilizzare la massima diligenza e professionalità, nonché improntare il proprio comportamento a buona fede, al fine di evidenziare tempestivamente i vizi e idifettiriscontabili nonché le misure da adottare per il loro rimedio.

14. FORMALITÀ E ADEMPIMENTI AI QUALI SONO SUBORDINATI I PAGAMENTI

Ogni pagamento è subordinato alla presentazione alla Stazione appaltante della pertinente fattura fiscale, contenente i riferimenti al corrispettivo oggetto del pagamento.

Ogni pagamento è altresì subordinato:

- a) all'acquisizione del DURC dell'appaltatore e degli eventuali subappaltatori, ai sensi dell'articolo 53, comma 2; ai sensi dell'articolo 31, comma 7, della legge n. 98 del 2013, il titolo di pagamento deve essere corredato dagli estremi del DURC;
- b) agli adempimenti di cui all'articolo 49 in favore dei subappaltatori e subcontraenti, se sono stati stipulati contratti di subappalto o subcontratti di cui allo stesso articolo;

- c) all'ottemperanza alle prescrizioni di cui all'articolo 66 in materia di tracciabilità dei pagamenti;

15. CONTROVERSIE

La competenza a conoscere delle controversie derivanti dal presente contratto di appalto è del Foro di Napoli.

16. TRATTAMENTO DEI DATI SENSIBILI E TUTELA DELLA PRIVACY

La società aggiudicataria si impegna ad osservare la massima riservatezza nei confronti delle notizie di qualsiasi natura acquisite nello svolgimento del lavoro oggetto del presente Capitolato. I dati raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, ai sensi del D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 e del Regolamento UE/2016/679 (GDPR), esclusivamente nell'ambito della gara regolata dal presente Capitolato. L'aggiudicatario si impegna, altresì, a comunicare qualsiasi attività che intraprende in ordine alla sicurezza, riservatezza e alla manutenzione dei sistemi.

Il RUP

Dott.ssa Giuliana Esposito