



Unione Europea

REGIONE CAMPANIA

**Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"
Settore "Sviluppo e Promozione Turismo"**

Procedura aperta, ai sensi dell'art.55 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii., per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale.

Importo a base d'asta del servizio: € 17.680.000,00 IVA esclusa

Bando G.U.C.E. (pubblicato il 08/12/2006)

Capitolato Speciale di Appalto

Disciplinare di Gara

Allegato 1a - Modulo Unico

Allegato 1b - Dichiarazione

Decreto Dirigenziale n. 616 del 6 dicembre 2006

POR Campania 2000-2006 - Mis 4.7. Procedura aperta, ai sensi del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii., per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico Campania e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale (codice progetto S018 REGREG). Approvazione atti di gara.

Bollettino Ufficiale della Regione Campania n. 58 del 18 dicembre 2006

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249



UNIONE EUROPEA
 Pubblicazione del Supplemento alla Gazzetta Ufficiale delle Comunità Europee
 2, rue Mercier, L-2985 Lussemburgo
 Telefax (+352) 29 29 44 619, (+352) 29 29 44 623, (+352) 29 29 42 670
 E-mail: mp-ojs@opoce.cec.eu.int Indirizzo Internet: http://simap.eu.int

BANDO DI GARA D'APPALTO

Lavori

Forniture

Servizi

Riservato all'Ufficio delle pubblicazioni
 Data di ricevimento dell'avviso:
 N. di identificazione:

L'appalto rientra nel campo di applicazione dell'accordo sugli appalti pubblici (AAP)? NO SÌ

SEZIONE I: AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE

I.1) DENOMINAZIONE E INDIRIZZO UFFICIALE DELL'AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE

Denominazione Regione Campania - AGC13- Settore "Sviluppo e Promozione Turismo"	Servizio responsabile Programmazione e Pianificazione Responsabile procedimento: dott.ssa Rosa Maria Sciotto
Indirizzo Centro Direzionale isola C/5	C.A.P. 80143
Località/Città Napoli	Stato Italia
Telefono 081/7968791	Telefax 081/7968528
Posta elettronica (e-mail) r.sciotto@regione.campania.it	Indirizzo Internet (URL) www.regione.campania.it

I.2) INDIRIZZO PRESSO IL QUALE È POSSIBILE OTTENERE ULTERIORI INFORMAZIONI

Come al punto I.1

Se diverso, cfr. allegato A

I.3) INDIRIZZO PRESSO IL QUALE È POSSIBILE OTTENERE LA DOCUMENTAZIONE

Come al punto I.1

Se diverso, cfr. allegato A

I.4) INDIRIZZO AL QUALE INVIARE LE OFFERTE/LE DOMANDE DI PARTECIPAZIONE

Come al punto I.1

Se diverso, cfr. allegato A

I.5) TIPO DI AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE *

Livello centrale

Istituzioni europee

Altro

Livello regionale/locale

Organismo di diritto pubblico

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

SEZIONE II: OGGETTO DELL'APPALTO**II.1) DESCRIZIONE****II.1.1) Tipo di appalto di lavori** (nel caso di appalto di lavori)

Esecuzione Progettazione ed esecuzione Esecuzione, con qualsiasi mezzo, di un'opera conforme ai requisiti specificati dall'amministrazione aggiudicatrice

II.1.2) Tipo di appalto di forniture (nel caso di appalto di forniture)

Acquisto Locazione Leasing
 Acquisto a riscatto Misto

II.1.3) Tipo di appalto di servizi (nel caso di appalto di servizi)

Categoria del servizio 13

II.1.4) Si tratta di un accordo quadro? * NO SÌ **II.1.5) Denominazione conferita all'appalto dall'amministrazione aggiudicatrice ***

Ideazione, progettazione, realizzazione e gestione:

A) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania".

B) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, coordinata e coerente con la campagna di cui alla lettera A).

II.1.6) Descrizione/oggetto dell'appalto

Vedi artt. 4 e 5 del Capitolato Speciale di Appalto

II.1.7) Luogo di esecuzione dei lavori, di consegna delle forniture o di prestazione dei servizi

Campania

CodiceNUTS * ITF3

II.1.8) Nomenclatura**II.1.8.1) CPV (vocabolario comune per gli appalti) ***

	Vocabolario principale	Vocabolario supplementare (se pertinente)
Oggetto principale	74400000	--

II.1.8.2) Altre nomenclature rilevanti (CPA/NACE/CPC)**II.1.9) Divisione in lotti** (per ulteriori precisazioni sui lotti utilizzare l'allegato B nel numero di copie necessario)

NO SÌ

Le offerte possono essere presentate per un lotto più lotti tutti i lotti

II.1.10) Ammissibilità di varianti (se pertinente)

NO SÌ

II.2) QUANTITATIVO O ENTITÀ DELL'APPALTO**II.2.1) Quantitativo o entità totale** (compresi tutti gli eventuali lotti e opzioni)

* Casella non indispensabile per la pubblicazione

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

EUR 17.680.000,00 I.V.A.esclusa

II.2.2) Opzioni *(se pertinente)*. **Descrizione ed indicazione del momento in cui possono venire esercitate** *(se possibile)*

Vedi art. 22 del disciplinare di Gara

II.3) DURATA DELL'APPALTO O TERMINE DI ESECUZIONE

O: Periodo in mese/i -- e/o giorni --- *(dalla data di aggiudicazione dell'appalto)*

oppure Inizio // e/o fine 31/10/2008 (gg/mm/aaaa)

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

SEZIONE III: INFORMAZIONI DI CARATTERE GIURIDICO, ECONOMICO, FINANZIARIO E TECNICO

III.1) CONDIZIONI RELATIVE ALL'APPALTO

III.1.1) Cauzioni e garanzie richieste *(se pertinente)*

vedi art. 11 del disciplinare di gara.

III.1.2) Principali modalità di finanziamento e di pagamento e/o riferimenti alle disposizioni applicabili in materia *(se pertinente)*

vedi art. 18 del Disciplinare di Gara

III.1.3) Forma giuridica che dovrà assumere il raggruppamento di imprenditori, di fornitori o di prestatori di servizi aggiudicatario dell'appalto *(se pertinente)*

Vedi art. 8 del Disciplinare di Gara

III.2) CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

III.2.1) Indicazioni riguardanti la situazione propria dell'imprenditore / del fornitore / del prestatore di servizi, nonché informazioni e formalità necessarie per la valutazione dei requisiti minimi di carattere economico e tecnico che questi deve possedere

Vedi art. 7 del disciplinare di gara

III.2.1.1) Situazione giuridica - prove richieste

Vedi art. 7 del disciplinare di gara

III.2.1.2) Capacità economica e finanziaria - prove richieste

Vedi art. 7 del disciplinare di gara

III.2.1.3) Capacità tecnica - tipo di prove richieste

Vedi art. 7 del disciplinare di gara

III.3) CONDIZIONI RELATIVE ALL'APPALTO DI SERVIZI

III.3.1) La prestazione del servizio è riservata ad una particolare professione?

NO SÌ

In caso di risposta affermativa, citare la corrispondente disposizione legislativa, regolamentare o amministrativa applicabile

III.3.2) Le persone giuridiche saranno tenute a comunicare i nominativi e le qualifiche professionali del personale incaricato della prestazione del servizio?

NO SÌ

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

SEZIONE IV: PROCEDURE**IV.1) TIPO DI PROCEDURA**

Aperta Ristretta accelerata
 Ristretta Negoziata accelerata
 Negoziata

IV.1.1) Sono già stati scelti candidati? *(se pertinente e solo nel caso di procedure negoziate)*NO SÌ *In caso di risposta affermativa, utilizzare la sezione VI (altre informazioni) per apportare ulteriori precisazioni***IV.1.2) Giustificazione della scelta della procedura accelerata** *(se pertinente)***IV.1.3) Pubblicazioni precedenti relative allo stesso appalto** *(se pertinente)***IV.1.3.1) Avviso indicativo concernente lo stesso appalto** *(se pertinente)*

Numero dell'avviso nell'indice della GUCE ____/S ____ - ____ del / / (gg/mm/aaaa)

IV.1.3.2) Eventuali pubblicazioni precedenti

Numero dell'avviso nell'indice della GUCE ____/S ____ - ____ del / / (gg/mm/aaaa)

IV.1.4) Numero di imprese che si prevede di invitare a presentare un'offerta *(se pertinente)*

Numero __ oppure o Minimo __ Massimo __

IV.2) CRITERI DI AGGIUDICAZIONEA) Prezzo più basso

oppure

B) Offerta economicamente più vantaggiosa in termini di B1) criteri sotto enunciati *(se possibile in ordine decrescente di priorità)*

1	offerta tecnica max 70 punti	5		9	
2	offerta economica max 30 punti	6		10	
3	criteri enunciati all'art. 16 del disciplinare di gara	7		11	
4		8		12	

In ordine decrescente di priorità NO SÌ

oppure

B2) criteri enunciati nel capitolato d'oneri **IV.3) INFORMAZIONI DI CARATTERE AMMINISTRATIVO****IV.3.1) Numero di riferimento attribuito al dossier dall'amministrazione aggiudicatrice *****IV.3.2) Documenti contrattuali e documenti complementari - condizioni per ottenerli**

Disponibili fino al 23 / 01 / 2007 (gg/mm/aaaa)

Costo *(se pertinente)* _____ Valuta ____

Condizioni e modalità di pagamento

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

IV.3.3 Scadenza fissata per la ricezione delle offerte o delle domande di partecipazione (a seconda del tipo di procedura, aperta oppure ristretta o negoziata)

29 / 01 / 2007 (gg/mm/aaaa) oppure ___ giorni (dalla data di spedizione dell'avviso)

Ora (se pertinente) 12,00

IV.3.4 Spedizione degli inviti a presentare offerte ai candidati prescelti (nel caso delle procedure ristrette o negoziate)

Data prevista / / (gg/mm/aaaa)

IV.3.5 Lingua/e utilizzabile/i nelle offerte o nelle domande di partecipazione

ES DA DE EL EN FR IT NL PT FI SV altre - paese terzo

IV.3.6 Periodo minimo durante il quale l'offerente è vincolato dalla propria offerta (nel caso delle procedure aperte)

Fino al / / (gg/mm/aaaa) oppure ___ mesi e/o 180 giorni (dalla scadenza fissata per la ricezione delle offerte)

IV.3.7 Modalità di apertura delle offerte

IV 3.7.1 Persone ammesse ad assistere all'apertura delle offerte (se pertinente)

Vedi art. 17 del disciplinare di gara

IV.3.7.2 Data, ora e luogo

data: 01 / 02 / 2007 (gg/mm/aaaa) ora 11,00

luogo: Vedi art. 17 del disciplinare di gara

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

SEZIONE VI: ALTRE INFORMAZIONI

VI.1) TRATTASI DI BANDO NON OBBLIGATORIO?

NO SÌ

VI.2) PRECISARE, ALL'OCCORRENZA, SE IL PRESENTE APPALTO HA CARATTERE PERIODICO E INDICARE IL CALENDARIO PREVISTO PER LA PUBBLICAZIONE DEI PROSSIMI AVVISI

VI.3) L'APPALTO È CONNESSO AD UN PROGETTO / PROGRAMMA FINANZIATO DAI FONDI DELL'UE?*

NO SÌ

In caso di risposta affermativa, indicare il progetto/programma ed eventuali riferimenti utili
POR Campania 2000-2006 misura 4.7

VI.4) INFORMAZIONI COMPLEMENTARI (se pertinente)

Per tutte le ulteriori informazioni si rinvia al disciplinare di gara e al capitolato speciale di appalto e relativi allegati che, unitamente al presente bando, costituiscono nel loro complesso la lex specialis della procedura di gara.

VI.5) DATA DI SPEDIZIONE DEL PRESENTE BANDO

07 / 12 / 2006 (gg/mm/aaaa)

SIMAP-agc13 07 Dec'06 11:10 - ID:2006-043249

ALLEGATO A**1.2) INDIRIZZO PRESSO IL QUALE È POSSIBILE OTTENERE ULTERIORI INFORMAZIONI**

Denominazione	Servizio responsabile
Indirizzo	C.A.P.
Località/Città	Stato
Telefono	Telefax
Posta elettronica (e-mail)	Indirizzo Internet (URL)

1.3) INDIRIZZO PRESSO IL QUALE È POSSIBILE OTTENERE LA DOCUMENTAZIONE

Denominazione	Servizio responsabile
Indirizzo	C.A.P.
Località/Città	Stato
Telefono	Telefax
Posta elettronica (e-mail)	Indirizzo Internet (URL)

1.4) INDIRIZZO AL QUALE INVIARE LE OFFERTE/LE DOMANDE DI PARTECIPAZIONE

Denominazione	Servizio responsabile
Indirizzo	C.A.P.
Località/Città	Stato
Telefono	Telefax
Posta elettronica (e-mail)	Indirizzo Internet (URL)



Unione Europea

REGIONE CAMPANIA

Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"

Settore "Sviluppo e Promozione Turismo"

CAPITOLATO SPECIALE DI APPALTO

Procedura aperta, ai sensi dell'art.55 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii., per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale.

Importo a base d'asta del servizio: € 17.680.000,00 IVA esclusa

Decreto Dirigenziale n. 616 del 6 dicembre 2006

POR Campania 2000-2006 - Mis 4.7. Procedura aperta, ai sensi del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii., per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico Campania e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale (codice progetto S018 REGREG). Approvazione atti di gara.

Bollettino Ufficiale della Regione Campania n. 58 del 18 dicembre 2006

CAPO I - GENERALITA'

ART. 1 - OGGETTO DELLA GARA

La gara ha per oggetto l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione:

- A) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania";
- B) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, coordinata e coerente con la campagna di cui alla lettera A).

ART. 2 - DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio avrà la durata di 18 mesi e dovrà concludersi, in ogni caso, entro e non oltre il 31/10/2008.

ART. 3 - VALORE DELL'APPALTO E RIPARTIZIONE DELLE RISORSE TRA LE VARIE ATTIVITA'

L'importo complessivo a base di gara ammonta a € 17.680.000,00 IVA esclusa.

Alla realizzazione delle attività sono destinate le seguenti risorse:

- A) IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO "CAMPANIA" - € 14.000.000,00 IVA ESCLUSA.

Il concorrente dovrà ripartire la suddetta quota di risorse tra le diverse attività in relazione al progetto proposto. Indicativamente, il 70% delle risorse dovrà essere destinato alla campagna di comunicazione e il 30% alle altre attività.

- B) IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING DELLA "FILIERA TERMALE" DI CUI AL PROGETTO S018 REG REG DEL P.I. FILIERA TERMALE - € 3.680.000,00 IVA ESCLUSA.

Indicativamente, le risorse da destinare alle singole attività sono quelle di seguito indicate:

1) campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing	€ 1.459.200,00
2) "eventi editoriali"	€ 486.400,00
3) "Club del Benessere"	€ 307.200,00
4) promotional show	€ 972.800,00
5) quality brand	€ 307.200,00

ART. 4 - IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DI UNA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING PER LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO "CAMPANIA": ATTIVITÀ DA REALIZZARE.

PREMESSA

La Regione Campania rappresenta una meta tradizionale di soggiorno per motivi di vacanza, studio e cultura sin dagli albori del turismo moderno. Il mix di risorse paesaggistiche, archeologiche e storico-culturali di cui il territorio regionale dispone, l'ha difatti resa una meta storica del "Grand Tour" già dal XIX secolo.

Oggi, la Campania è ancora tra le regioni italiane che accoglie un gran numero di turisti stranieri.

Tuttavia, pur restando immutato l'appeal di alcune sue destinazioni (grandi attrattori culturali, isole del Golfo di Napoli, Penisola Sorrentino-Amalfitana) registra un numero di arrivi e di presenze non adeguato alle sue potenzialità in termini di attrattiva turistica. In particolare, si riscontra una forte disomogeneità tra le aree più note (Napoli, fascia costiera e isole) e le zone interne meno famose, nonché una forte stagionalità delle presenze.

Questi fenomeni, unitamente all'inasprimento della competizione sul mercato turistico e all'aumento dell'instabilità economica e politica a livello internazionale, impongono l'adozione di strategie di marketing e strumenti di promozione sempre più finalizzati e integrati.

OBIETTIVI

La Regione Campania, per l'annualità 2005-2006, ha realizzato, in materia sistematica, attività di comunicazione e promozione volte alla valorizzazione del "prodotto turistico Campania" in Italia e all'estero (USA, Gran Bretagna, Spagna, Russia, Francia, Giappone, Germania), nell'ambito delle quali si è proceduto a:

- identificare un marchio ombrello relativo al prodotto Campania comprensivo di logo, pay off e relativo manuale d'uso;
- realizzare un sistema integrato di documentazione turistica della Campania comprendente la guida generale informativa dell'offerta turistica complessiva, le guide di filiera e le mappe dei differenti sistemi locali di offerta, nonché un manuale per tour operator e agenti di viaggio (nelle lingue dei paesi sopra indicati);
- costituire una banca immagini della Regione;
- realizzare e gestire vari servizi di direct e trade marketing.

Tenendo presente quanto già realizzato dalla Regione ed in coerenza con quanto previsto dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", approvate con Deliberazione di Giunta Regionale n. 3337 del 12.07.2002, e dalle strategie dell'Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali, tutte le attività oggetto del presente capitolato hanno come **obiettivo principale** la promozione dell'immagine coordinata del prodotto turistico e dell'offerta turistica della Regione Campania, sia sul mercato estero (nei seguenti paesi: USA, Gran Bretagna, Spagna, Russia, Francia, Giappone, Germania), sia su quello nazionale.

Tale obiettivo si articola nei seguenti **sotto-obiettivi**:

1. consolidare l'immagine turistica del prodotto Campania nei confronti dei tradizionali mercati (Italia, Gran Bretagna, USA, Germania, Francia, Spagna) e promuoverla verso i nuovi mercati (Giappone, Russia);
2. consolidare la posizione di leadership delle destinazioni "storiche" regionali nei confronti dei tradizionali mercati di riferimento (Italia, Gran Bretagna, USA, Germania, Francia, Spagna) e rafforzarne la promozione nei confronti dei nuovi mercati (Giappone, Russia);
3. sostenere la crescita e lo sviluppo dei sistemi locali di offerta turistica ancora poco noti, ma provvisti di risorse coerenti con le tendenze attuali e prevedibili della domanda nazionale e internazionale;
4. intensificare la promozione nei confronti dei bacini caratterizzati da un alto livello di spesa media pro-capite e contraddistinti da una sostenuta crescita dei flussi di outgoing negli ultimi anni (Giappone, Russia e USA);
5. aumentare la quota di mercato nei confronti di paesi "a potenziale crescita della domanda" verso la Campania e già generatori di consistenti flussi turistici internazionali (Spagna e Francia);
6. contribuire a colmare il differenziale degli arrivi e delle presenze turistiche, sia con riferimento alle stagioni (destagionalizzazione), sia con riferimento alle aree territoriali, anche in un'ottica di turismo sostenibile.

Il complesso delle azioni richieste dovrà contribuire, dunque, a determinare l'aumento degli arrivi e delle presenze turistiche (nonché della spesa media pro-capite per turista), la destagionalizzazione, il riequilibrio delle presenze sul territorio regionale, con effetti positivi anche sugli indicatori economici e occupazionali per la Regione Campania.

L'offerta del concorrente dovrà combinare ed illustrare, mediante apposito documento ragionato, tutte le attività oggetto dell'appalto al fine di massimizzare l'utilità complessiva delle stesse e assicurare l'efficacia delle singole azioni.

AZIONI

La valorizzazione del prodotto turistico "Campania", comprensivo anche della promozione delle differenti "filieri" di prodotto, dovrà tradursi nella realizzazione di una campagna pubblicitaria, articolata attraverso un mix di strumenti di comunicazione che valorizzi il prodotto "Campania" ed anche, in particolare:

- il turismo culturale-archeologico;
- il turismo enogastronomico;
- il turismo religioso;
- il turismo climatico e balneare;
- il turismo ambientale, all'interno del quale possono essere fatti rientrare l'agriturismo, il turismo rurale, il turismo naturalistico e alcune tipologie di vacanza "attiva" quali il trekking, il turismo equestre, il cicloturismo;
- il turismo studentesco, scolastico e giovanile;
- il turismo congressuale e fieristico.

Le filiere di prodotto su elencate, ad eccezione di quella termale alla cui promozione sono dedicate le attività specificate nell'apposita sezione, di cui all'art. 5 del presente Capitolato Speciale di Appalto, dovranno essere promosse in Italia ed eventualmente all'estero, secondo una strategia ragionata, che il concorrente dovrà presentare nell'offerta tecnica, che tenga conto della migliore allocazione delle risorse finanziarie disponibili in funzione dell'efficacia dei risultati attesi.

Ad integrazione e supporto degli obiettivi su elencati e in accordo a quanto previsto dalle citate "Linee Guida", l'Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali ritiene essenziale abbinare alla campagna di comunicazione una serie di azioni di direct e trade marketing finalizzate a:

- promuovere la visita di tutte le aree turistiche regionali, note e meno note;
- fornire informazioni dettagliate circa l'offerta turistica di ciascun ambito, anche in rapporto alle differenti motivazioni di visita (enogastronomica, culturale, balneare, religiosa, termale, ambientale, giovanile, congressuale, etc.);
- stimolare la mobilità dei turisti sul territorio campano e la fruizione delle differenti risorse territoriali;
- facilitare l'organizzazione e la prenotazione della vacanza direttamente ad opera dei turisti;
- promuovere pacchetti integrati che consentano la fruizione di differenti risorse territoriali in funzione del target di riferimento;
- promuovere itinerari tematici per facilitare la fruizione delle singole filiere;
- stimolare la fruizione delle diverse località in periodi di bassa stagione (destagionalizzare);
- favorire la fidelizzazione;
- promuovere i grandi eventi della Regione Campania 2007-2008;
- supportare la partecipazione della Regione Campania alle manifestazioni fieristiche.

TARGET

Tale sistema integrato di azioni dovrà essere rivolto al mercato rappresentato dagli intermediari turistici (tour operator, agenti di viaggio, associazioni, etc.) ed ai consumer, attuali e potenziali.

A.1 IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

La Regione Campania nel biennio 2005-2006 ha realizzato la prima massiccia campagna di comunicazione volta, da un lato a consolidare in Italia la "destination Campania" quale meta per un turismo non solo balneare, ma anche culturale, enogastronomico, congressuale, termale, religioso, scolastico. Dall'altro, a far conoscere nei sette Paesi-target esteri (Germania, Spagna, Francia, UK, USA, Giappone e Russia) il "brand Campania" con l'obiettivo di rafforzare e/o far conoscere l'offerta turistica regionale attraverso azioni mirate verso il trade ed il consumer. I principali media utilizzati per i diversi Paesi, la cui scelta è stata evidentemente influenzata anche dalle Risorse/Paese disponibili, sono stati (ad eccezione dell'Italia, dove si è scelto di puntare anche su spot televisivi e radiofonici veicolati sulle principali emittenti nazionali) quelli con un basso rapporto costo/contatto: grandi affissioni nelle principali piazze delle capitali europee dei Paesi-target, pubbli-redazionali/annunci pubblicitari sulle principali riviste di settore (inclusi gli inflight delle compagnie aeree di riferimento), attività di sampling con distribuzione mirata di leaflet promozionali dell'offerta regionale, filmati spot su maxiscreen posizionati in luoghi a grande flusso, road show rivolti al trade in occasione di fiere nazionali/internazionali di settore e/o realizzati ad hoc, educational tour. Per tutta la campagna di comunicazione è stato creato ed utilizzato il logo turistico della Campania con relativo claim "Una Terra alla Luce del Sole", tradotto nelle diverse lingue dei Paesi target e declinato per le varie filiere di prodotto.

In linea con quanto finora realizzato, l'elemento di identificazione comune a tutte le iniziative di comunicazione dovrà continuare ad essere il suddetto logo turistico della Regione Campania, declinato per ciascuna delle filiere di prodotto.

Si richiede in particolare:

- a) l'ideazione di una strategia di comunicazione complessiva, volta a connotare specificamente l'offerta turistica campana rispetto alle offerte turistiche concorrenti;
- b) l'elaborazione di uno studio di soluzioni creative volte a valorizzare, in modo armonioso e coerente, le peculiarità del territorio della Campania in termini di: **accoglienza, ospitalità, qualità dell'offerta turistica**, anche tenendo conto di quanto già realizzato.
- c) l'elaborazione di un piano di comunicazione, che preveda azioni distinte in funzione dei Paesi target e che ottimizzi le risorse disponibili in funzione dell'efficacia dei risultati.

Ciascun concorrente dovrà illustrare, adeguatamente, attraverso una relazione di accompagnamento, la previsione, per ciascun Paese target, delle diverse modalità di pianificazione media, indicando le risorse a ciò destinate anche in funzione della diversa percezione del prodotto turistico Campania e della potenzialità dei singoli mercati di riferimento. Il piano media dovrà specificare, per ciascun mercato di riferimento, i mezzi prescelti (spot tv, annunci radio, stampa, internet, cinema, affissioni, maxi formati, dinamica, below the line, ecc.) dettagliando, per ogni mezzo, la programmazione prevista e i dati previsionali inerenti ai risultati programmati.

Indicativamente, il 70% delle risorse destinate alla campagna di comunicazione - vedi risorse specificate all'art. 3 lett. A) Il comma - dovrà essere dedicato al mercato estero ed il 30% al mercato interno.

- d) l'adeguamento dello spot televisivo già prodotto dalla Regione Campania (formati: 15'', 30'' e 45'') in funzione delle strategie e delle scelte di pianificazione proposte;

- e) la realizzazione di materiali di base, quali spots radiofonici per il mercato nazionale ed internazionale, publiredazionali, manifesti e maxi-affissioni, pubblicazioni in genere, materiale promozionale in forma tradizionale e d'innovazione tecnologica, con lay-out e creatività coordinata e coerente, attività di sampling e quanto altro ritenuto strumentale alla piena realizzazione della strategia di comunicazione;
- f) lo sviluppo di proposte creative-esecutive di allestimento degli info-point per l'accoglienza turistica in Campania;
- g) l'elaborazione, in aggiunta alla pianificazione media sui mezzi classici, di proposte e soluzioni innovative, di nuove formule di comunicazione/promozione televisiva e radiofonica, quali telepromozioni, concorsi a premi, interventi in programmi riguardanti il turismo, interventi in programmi/documentari che informano sulle peculiarità del territorio (enogastronomiche, ambientali, culturali), ecc..
- h) l'elaborazione di una proposta per la realizzazione di una campagna di sensibilizzazione ed informazione sul tema della *"cultura dell'accoglienza in Campania"* destinata ai residenti della Regione, alle scuole ed alle Università della Campania (con l'eventuale utilizzo di testimonials vicini ai target di interesse);
- i) proposte di green marketing e/o social marketing volte al miglioramento e al rafforzamento dell'immagine della Regione Campania nell'ambito del sociale;
- j) la costituzione di un *"Osservatorio della comunicazione turistica"* che realizzi:
1. monitoraggio delle iniziative di comunicazione e promozione turistica realizzate da soggetti pubblici e privati in Campania, al fine di indirizzarle verso un obiettivo comune e sfruttare le possibili sinergie che ne possono derivare;
 2. analisi di benchmarking sui mercati attuali e potenziali (nazionali e internazionali) delle iniziative di comunicazione e promozioni turistiche realizzate da Paesi/Regioni concorrenti in Italia e all'estero con relativo posizionamento;
 3. report periodici relativi all'attuazione della campagna di comunicazione;
 4. relazione finale che evidenzia punti di forza e debolezza della campagna di comunicazione.

Tutti i dati sopraindicati, ad eccezione della relazione finale, dovranno essere trasmessi all'Assessorato al Turismo, con cadenza almeno trimestrale, unitamente ad una relazione esplicativa che individui lo stato di avanzamento delle varie attività e la proposta di eventuali interventi correttivi.

A.2 IDEAZIONE, PROGETTAZIONE REALIZZAZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING

PREMESSA

Allo scopo di orientare al meglio le proprie politiche di marketing dirette al consumer e al trade, la Regione Campania si è già impegnata, come in precedenza specificato, nella raccolta e sistematizzazione di dati riguardanti utenti attuali e potenziali ed operatori del settore, nonché nella creazione di un database unitario (suddiviso tra trade e consumer). Tale database, ancora in fase di completamento, adeguatamente aggiornato e arricchito di nuove informazioni, provenienti anche dai dati raccolti dall'Osservatorio del Turismo della Regione Campania e dal portale, consente la segmentazione dei clienti acquisiti (per la parte consumer) nonché lo studio dei trend di evoluzione delle varie tipologie di turismo e l'individuazione dei flussi futuri e dei nuovi potenziali mercati target.

Il medesimo database consente, inoltre, di orientare una serie di iniziative di direct e trade marketing che dovranno essere oggetto della proposta contenuta nell'offerta tecnica dei concorrenti.

A.2 I) DIRECT

Si richiedono, in particolare:

1. l'aggiornamento della banca dati dei turisti della Regione Campania, anche in raccordo con le attività poste in essere dall'Osservatorio del Turismo della Regione Campania. Per la raccolta dei dati si potrà procedere anche con inserzioni su stampa specializzata e di settore e/o distribuzione di coupon e/o pubblicazioni di banner su portali internet di interesse turistico o a vasta consultazione (eventi mass market);
2. la spedizione, su richiesta, verso il target consumer attuale e potenziale, delle guide dei materiali editoriali in genere e di tutte le informazioni utili;
3. l'invio di newsletter volte alla fidelizzazione dei *"consumer"* (eventi, pacchetti personalizzati, auguri, gadget vari, viaggi premio legati alla restituzione di cartoline con impressioni di viaggio ecc.);
4. l'invio di comunicazioni brevi (best clients) tramite sms, mms, ecc., nel rispetto della normativa sulla privacy;
5. l'utilizzo di forme moderne di promozione below the line;
6. la formulazioni di progetti di fidelizzazione che consentano di favorire la fruizione del prodotto "Campania" (es. card a punti tipo "mille miglia")

A.2 II) TRADE

Si richiedono in particolare:

1. l'aggiornamento della banca dati del trade della regione Campania, anche in raccordo con le attività poste in essere dall'Osservatorio del Turismo della Regione Campania. Per la raccolta dei dati si potrà procedere anche con inserzioni su stampa specializzata e di settore e/o distribuzione di coupon e/o pubblicazioni di banner su portali internet di interesse del trade;
2. l'organizzazione di almeno sette familiarization trip destinati, ciascuno, ad un numero minimo di venti tra tour operator e agenti di viaggio;
3. l'organizzazione di almeno sette press tour destinati, ciascuno, ad un numero minimo di venti tra agenzie di stampa italiane ed estere;
4. l'organizzazione di almeno sette educational tour destinati, ciascuno, ad un numero minimo di venti tra tour operator e agenti di viaggio;
5. il supporto alla partecipazione della Regione ad almeno 15 borse e fiere, attraverso l'assistenza tecnica, l'elaborazione di lay-out grafici per l'allestimento dello stand, l'ufficio stampa in fiera, la predisposizione di power point per la presentazione dell'offerta turistica agli operatori nella lingua del Paese di riferimento;
6. l'inoltro di newsletter al trade;
7. l'organizzazione di workshop e/o altre modalità di aggregazione finalizzate a creare momenti di coesione nell'offerta, a promuovere l'integrazione tra pubblico e privato, a stimolare il miglioramento delle strutture, a innalzare gli standard qualitativi del servizio offerto, a sottolineare l'importanza della qualificazione professionale, a stimolare gli operatori del settore a formulare proposte (pacchetti, promozioni ecc.) coerenti con le differenti esigenze dei vari segmenti della domanda e a sensibilizzare gli operatori locali sulle opportunità offerte dall'entrata in circuiti internazionali (formule di contract management, franchising).

La pianificazione e lo svolgimento di tutte le attività inerenti la campagna di comunicazione e i servizi di direct e trade marketing, dovranno prevedere una combinazione di azioni calibrata sulle esigenze specifiche dei singoli Paesi e sul grado di penetrazione del mercato di riferimento.

A.2 III) EDITORIA

- a) aggiornamento dei dati e delle informazioni contenute nei prodotti editoriali già realizzati dalla Regione Campania, per turisti e intermediari turistici (guida generale, guide di filiera, mappe, manuale per tour operator e agenti di viaggio);
- b) realizzazione del materiale editoriale. La tiratura della ristampa dovrà essere ripartita secondo quanto di seguito indicato.
 1. Cinquecentomila (500.000) copie della guida generale della Campania;
 2. Un milione (1.000.000) di copie di guide filiere;
 3. Unmilione duecentocinquantamila (1.250.000) mappe turistiche della Regione Campania;
 4. ventiseimila (26.000) copie del manuale per Tour Operator e agenti di viaggio.Per la produzione del materiale editoriale dovrà essere utilizzato il tipo di carta attualmente in uso.
- c) la produzione di un kit "Campania", composto da un contenitore comodo, funzionale e leggero, finalizzato alla presentazione e alla valorizzazione della produzione editoriale, il cui lay-out andrà ideato e prodotto dal committente in quantità proporzionata al numero di press tour, fam trip, etc. programmati, all'interno del quale saranno inseriti i materiali più idonei all'evento.
- d) l'elaborazione di un progetto di diffusione di tutto il materiale editoriale e informativo.
- e) la distribuzione di tutto il materiale secondo il progetto definito al precedente punto c), nonché lo stoccaggio, in apposito magazzino, a cura e spese del concorrente.

A.2 IV) ATTIVITA' DI SUPPORTO

Dovranno essere assicurate le seguenti attività di supporto:

- a) l'elaborazione ed esecuzione di proposte volte a migliorare l'utilizzo delle informazioni e dei contenuti del portale www.turismoregionecampania.it e ad ottimizzare il processo di integrazione tra la campagna e le altre azioni di comunicazione e l'attività di promozione propria del portale;
- b) la gestione del servizio già attivo Infoturismo Regione Campania - numero verde 800223366, con la medesima articolazione degli orari. Il servizio dovrà essere assicurato anche nei giorni festivi;
- c) l'apertura di una sede operativa a Napoli, funzionale allo svolgimento di tutte le attività previste nel presente capitolato ed idonea ad assicurare il necessario raccordo con la stazione appaltante;
- d) l'istituzione di un "ufficio relazioni esterne e marketing operativo" finalizzato alla gestione di tutte le attività di comunicazione a supporto della campagna nel suo complesso, (contatti con i media, redazionali, conferenze stampa, etc.) Tale ufficio dovrà avere sede a Napoli e operare in stretto coordinamento con l'Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali.

- e) l'ampliamento della banca immagini con almeno 500 foto, in alta definizione, di attrattori turistici noti e meno noti, anche delle aree interne e meno esplorate dai turisti attuali e potenziali della Campania (siti storico-culturali, naturalistici, enogastronomici, beni artistici, prodotti tipici, paesaggi) da integrare con quelle già in possesso della Regione Campania. La scelta dei soggetti dovrà essere previamente concordata con la stazione appaltante.
- f) l'elaborazione di proposte di partnership e co-marketing, in linea con le strategie dell'Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali;
- g) lo sviluppo di una linea di prodotti e gadget per attività di merchandising rivolte al trade e al consumer;
- h) la compatibilità multicanale delle informazioni. In particolare, tutto il materiale audiovisivo e la documentazione prodotta nell'ambito del presente appalto - cfr. art. 1 lett. A) e B) -, dovranno essere forniti anche in formato idoneo alla pubblicazione su Web. La consultazione e l'eventuale download dovranno essere consentiti da una specifica area accessibile come link dai portali: www.turismoregionecampania.it e www.regione.campania.it;
- i) l'assistenza al Settore Sviluppo e Promozione Turismo per il coordinamento delle attività di comunicazione e promozione (progetti integrati, grandi eventi, manifestazioni fieristiche ecc.).

Sezione II

ART. 5 - IDEAZIONE, PROGETTAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING PER LA PROMOZIONE DELLA FILIERA TERMALE: ATTIVITÀ DA REALIZZARE

PREMESSA

Il comparto termale costituisce un importante indotto per l'intera economia regionale e, in particolare, per quello turistico e rappresenta un elemento dal peso determinante per alcune aree specifiche dove le terme sono l'unica o la prevalente risorsa esistente. Tuttavia, il settore termale in Campania risente, più che in altre regioni, di una certa obsolescenza dovuta all'immagine troppo legata agli standard curativi degli anni passati che pure hanno rappresentato, così come ancora oggi, una parte importante e vitale del settore.

Sebbene in origine le terme della Regione si caratterizzavano per essere una destinazione fortemente connotata sotto il profilo "salutistico", non solo per la particolare gradevolezza del clima lungo tutta la zona costiera, ma soprattutto per l'ingente patrimonio di acque curative presenti in numerose località, attualmente si avverte la necessità di coordinare l'immagine tradizionale del termalismo con il nuovo orientamento che va assumendo il settore, che associa sempre più le terme non solo a un metodo di cura, ma anche all'idea del turismo, della cultura e del benessere psico-fisico.

OBIETTIVI

L'obiettivo principale dell'intervento è di realizzare un riposizionamento competitivo dell'offerta turistica termale campana, attraverso una campagna sistemica di marketing e comunicazione, in stretto coordinamento con la campagna generale di cui al precedente articolo 4.

In particolare si intende:

- rafforzare e consolidare la domanda del segmento di mercato tradizionale dei fruitori dell'offerta turistica termale (Germania, Stati Uniti, Italia);
- promuovere lo sviluppo della domanda di nuovi mercati, rivolgendosi a "consumers" interessati al messaggio di benessere e benessere che si va affermando in questi ultimi anni;
- proporre alle aziende e agli operatori del settore termale soluzioni per il miglioramento dei servizi offerti, sia singolarmente sia in un sistema di rete.

L'offerta del concorrente dovrà combinare ed illustrare, mediante apposito documento ragionato, tutte le attività oggetto dell'appalto al fine di massimizzare l'utilità complessiva delle stesse e assicurare l'efficacia delle singole azioni.

AZIONI

- a) Realizzazione di una campagna di comunicazione e di azioni di direct e trade marketing mediante l'elaborazione di un'immagine unitaria del settore, che valorizzi, in armonia e coerenza con quella di cui all'art. 4 del presente capitolato, la peculiarità degli stabilimenti termali di filiera e delle diverse offerte del settore, in relazione alla fruizione delle differenti risorse presenti nelle aree territoriali in cui sono situate le terme;
- b) Realizzazione di un *magazine*, orientato all'*incoming*, per fornire informazioni sugli eventi e sull'offerta dei trattamenti e dei servizi messi a disposizione nei siti termali;
- c) Realizzazione del "Club del benessere", finalizzato alla creazione di una *community* dei clienti abituali e potenziali delle terme;

- d) Realizzazione di *promotional show* per la presentazione di eventi e prodotti termali e turistico-termali;
- e) Definizione degli standard qualitativi del sistema termale in Campania: quality brand "*Campania Terme*".

TARGET

Tale sistema integrato di azioni dovrà essere rivolto agli intermediari turistici (tour operator, agenti di viaggio, associazioni, etc.) e ai consumer, attuali e potenziali e agli operatori del settore termale.

B.1 IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E DEI SERVIZI DI DIRECT E TRADE MARKETING

Si richiedono in particolare:

- a) l'ideazione della strategia di comunicazione complessiva, volta a connotare specificamente l'offerta termale campana rispetto alle offerte concorrenti;
- b) l'elaborazione, la redazione e l'esecuzione di un piano media che specifichi, per ciascun mercato di riferimento, i mezzi prescelti in funzione degli obiettivi da raggiungere e in armonia con le attività di comunicazione previste al precedente art. 4 (spot tv -ove ritenuti efficaci, annunci radio, stampa, internet, cinema, affissioni, maxi formati e dinamica, ecc.) e che dettino, per ogni mezzo, la programmazione prevista e i dati previsionali inerenti ai risultati programmati;
- c) la realizzazione di materiale di base quali spots radiofonici per il mercato nazionale ed internazionale, redazionali, manifesti, pubblicazioni in genere, calendari, materiale pubblicitario in forma tradizionale e d'innovazione tecnologica, con design grafico coordinato e coerente, e quanto altro ritenuto strumentale alla piena realizzazione della strategia di comunicazione oltre che in lingua italiana, anche in lingua inglese, tedesca, spagnola, russa, francese e giapponese;
- d) la formulazione di proposte e soluzioni innovative relativamente alle nuove formule di comunicazione/promozione televisiva e radiofonica (telepromozioni, concorsi a premi, interventi in programmi riguardanti il turismo, interventi in programmi/documentari che informano sulle peculiarità del territorio);
- e) l'integrazione e l'ampliamento della documentazione turistica dedicata al termalismo già prodotta dalla Regione Campania;
- f) l'elaborazione di un piano di diffusione del materiale di comunicazione della filiera termale, che comprenda la distribuzione nelle principali fiere turistiche di settore (Festival del Fitness (Italia); Expobenessere (Milano); Exposalute (Milano); Thermalia (Ischia); Sana (Bologna); Festambiente (Grosseto); Salon mondial body Fitness (Parigi - Francia); Fibo (Essen - Germania); FitnessFestival (Valencia); Termatalia (Galicia); Ocean Drive (Miami Beach - USA) e la collocazione presso i punti informativi turistici (Enti Provinciali del Turismo e alle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo);
- g) l'attivazione di azioni di direct e trade marketing finalizzate al supporto e alla promozione delle attività degli operatori termali (supporto alla progettazione di offerte di soggiorno, alla promozione delle offerte messe a disposizione dagli operatori termali; raccolta e messa a disposizione di informazioni dettagliate circa la dotazione turistica e l'offerta integrata presente in ciascuna delle aree in cui sono situati gli stabilimenti termali; sensibilizzazione in merito alla destagionalizzazione, ecc...).

B.2 IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DI "EVENTI EDITORIALI"

Si richiedono l'ideazione, la progettazione, la realizzazione, la diffusione e la distribuzione di un format editoriale (*magazine*), per 7 edizioni bimestrali con una tiratura minima di 30.000 copie ad edizione, in italiano e in inglese, che tratti le tematiche generali nel campo del turismo termale e che dedichi un adeguato spazio alle news del settore. Tale pubblicazione, destinata ai turisti, sarà distribuita attraverso gli operatori del settore e i punti informativi turistici (Enti Provinciali del Turismo e alle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo); dovrà avere un'ampia parte iconografica e rappresentare l'offerta termale della Campania in modo da poter essere utilizzata anche in occasione di eventi come materiale divulgativo.

La pubblicazione potrà contenere pubblicità a pagamento a condizione che gli introiti siano destinati al 100% alla copertura dei costi di produzione e all'aumento della tiratura.

Il concorrente, nella proposta, dovrà fornire indicazioni riferite:

- a) alla linea editoriale scelta;
- b) alla composizione del comitato di redazione, con riferimento ai profili professionali individuati;
- c) ai criteri di scelta dei contenuti;
- d) alla stampa e alla pubblicazione;
- e) alla individuazione dei canali di diffusione;
- f) alle modalità di stoccaggio e di distribuzione del magazine.

B.3 IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E GESTIONE DEL "CLUB DEL BENESSERE"

Si richiede l'attivazione di una vera e propria comunità di "clienti abituali" e potenziali delle terme e dei centri di benessere termali, per agevolare la partecipazione ad incontri a tema organizzati dagli operatori del settore, per ricevere informazioni sulle aziende del settore e sulle novità in materia di benessere e benessere.

L'azione deve essere supportata da attività di sensibilizzazione sul tema al fine di coinvolgere tutte le aziende termali presenti in Campania, nonché i fornitori di servizi connessi al sistema termale in modo da offrire un servizio integrato.

B.4 REALIZZAZIONE DI "PROMOTIONAL SHOW"

Si richiedono l'ideazione, la realizzazione e la gestione di almeno tre eventi promozionali sul tema del turismo termale. In particolare, l'aggiudicatario dovrà coinvolgere almeno due grandi strutture della distribuzione commerciale sul territorio nazionale e due sui mercati esteri con cui instaurare un rapporto di co-marketing per la presentazione di eventi anche innovativi e particolarmente dinamici.

Gli eventi potranno consistere in presentazioni a tema particolarmente accattivanti in cui si rappresenteranno i luoghi, i prodotti ed i servizi termali e turistico/termali della Campania. Tali eventi potranno essere sostenuti da momenti di spettacolo, intrattenimento, rappresentazioni culturali o dimostrazione di trattamenti.

La proposta dovrà fornire indicazioni riferite, almeno:

- a) alla progettazione degli eventi promozionali e alla determinazione dei format del "Promotional show";
- b) all'individuazione delle località che ospiteranno gli show e alla predisposizione del calendario degli eventi;
- c) alla stipula degli accordi di co-marketing con gli operatori dei centri commerciali;
- d) alla diffusione e alla distribuzione del materiale promozionale realizzato per il settore della filiera termale;
- e) alla realizzazione del piano di comunicazione e pubblicizzazione delle manifestazioni;
- f) alla realizzazione degli eventi.

B.1 VIII) QUALITY BRAND "CAMPANIA THERME"

Si richiede la creazione di un marchio di qualità del sistema termale campano e l'identificazione degli standard qualitativi per poterlo adottare.

Le attività da porre in essere in relazione a questo obiettivo, da concepire in coerenza con la L.323/00, sono:

- lo studio del settore per conoscere l'attuale livello qualitativo del settore in Campania rispetto agli standard del mercato di riferimento a livello nazionale e internazionale;
- in base a questo studio, l'individuazione degli standard qualitativi da rispettare per adottare il marchio di qualità "Campania therme";
- lo studio sulle possibili ipotesi di gestione del sistema dei soggetti che faranno parte del "circuito" "Campania Terme" e delle possibili future implementazioni, es. messa in rete del sistema, accesso ad agevolazioni, o a servizi forniti da tutte le aziende del circuito;
- la sistematizzazione di questi standard qualitativi attraverso un disciplinare di qualità del sistema termale campano;
- la diffusione e la condivisione dei contenuti tra gli operatori del turismo termale campano, attraverso apposite azioni di animazione territoriale;
- l'ideazione, la realizzazione del marchio "Campania therme";
- la promozione e la diffusione del marchio

Capo II

NORME RELATIVE ALL'ESECUZIONE DEL CONTRATTO

ART. 6 - STIPULA DEL CONTRATTO

La stipula del contratto avverrà secondo i tempi e le modalità di cui all'art. 11 del D.Lgs 163/06.

In caso di mancato possesso di uno o più requisiti dichiarati, la stazione appaltante si riserva la facoltà di aggiudicare l'appalto mediante lo scorrimento della graduatoria.

Il prestatore di servizi aggiudicatario, ove gli sia richiesto, entro il termine e con le modalità indicate nella comunicazione di aggiudicazione provvisoria, dovrà produrre tutta la documentazione relativa al possesso dei requisiti soggettivi, morali, tecnici e economico-finanziari, già dichiarati in sede di gara.

In caso di aggiudicazione da parte di un raggruppamento di imprese non ancora costituito, le singole imprese facenti parte del raggruppamento, antecedentemente alla stipula del contratto, devono conferire mandato collettivo speciale irrevocabile con rappresentanza alla capogruppo nel rispetto di quanto dichiarato nell'offerta e ai sensi di quanto disposto dall'art. 37 del D.Lgs. 163/06.

Né l'approvazione della graduatoria, né l'aggiudicazione costituiranno per l'Amministrazione obbligo a stipulare il contratto di appalto. Il soggetto aggiudicatario non potrà far valere, in tal caso, alcuna forma di responsabilità, neanche di natura precontrattuale.

L'Amministrazione si riserva la facoltà di richiedere l'avvio del servizio nelle more della sottoscrizione del contratto.

Ai sensi del protocollo di legalità siglato tra la Regione Campania e il Prefetto di Napoli in data 20 gennaio 2005, le clausole di cui all'elenco che segue devono formare parte integrante del contratto da stipularsi con l'impresa aggiudicataria:

Clausola n. 1

"La sottoscritta impresa offerente dichiara di non trovarsi in situazioni di controllo o di collegamento (formale e/o sostanziale) con altri concorrenti e che non si è accordata e che non si accorderà con altre partecipanti alle gare";

Clausola n. 2

"La sottoscritta offerente si impegna a denunciare alla Magistratura o agli Organi di Polizia ed in ogni caso all'Amministrazione aggiudicatrice ogni illecita richiesta di danaro, prestazione o altra utilità ad essa formulata prima della gara o nel corso dell'esecuzione dei lavori, anche attraverso suoi agenti, rappresentanti o dipendenti e comunque ogni illecita interferenza nelle procedure di aggiudicazione o nella fase di esecuzione dei lavori";

Clausola n. 3

"La sottoscritta impresa offerente allega alla presente un'apposita dichiarazione con l'indicazione delle imprese subappaltatrici, titolari di noli nonché titolari di contratti derivati e subcontratti, comunque denominati, nonché i relativi metodi di affidamento" e dichiara che i beneficiari di tali affidamenti non sono in alcun modo collegati direttamente o indirettamente alle imprese partecipanti alla gara in forma singola o associata ed è consapevole che, in caso contrario tali subappalti o subaffidamenti non saranno consentiti";

Clausola n. 4

"La sottoscritta impresa offerente si impegna a denunciare immediatamente alle Forze di polizia dandone comunicazione alla stazione appaltante, ogni tentativo di estorsione, intimidazione o condizionamento di natura criminale in qualunque forma esso si manifesti nei confronti dell'imprenditore, degli eventuali componenti la compagine sociale o dei loro familiari (richiesta di tangenti, pressioni per indirizzare l'assunzione di personale o l'affidamento di lavorazioni, forniture, servizi o simili a determinate imprese danneggiamenti - furti di beni personali o in cantiere, ecc.), come da modello di dichiarazione allegato" che forma parte integrante del presente protocollo.

L'impresa che si renderà responsabile della inosservanza di una delle predette clausole, sarà considerata di non gradimento per l'Ente che pertanto procederà alla rescissione del relativo contratto di appalto.

ART. 7 - PIANO OPERATIVO

L'aggiudicatario dovrà presentare, entro 15 giorni naturali e consecutivi dalla stipula del contratto, o dalla notifica dell'aggiudicazione definitiva, un Piano Operativo dettagliato, corredato dal Cronoprogramma, conforme all'Offerta Tecnica. Il piano operativo dovrà essere aggiornato con cadenza semestrale e, comunque, ogni qualvolta siano approvate varianti ai sensi del successivo art. 18.

ART. 8 - GARANZIE

L'aggiudicatario, entro il termine fissato per la stipula del contratto, e in ogni caso prima dell'avvio del servizio, dovrà prestare, ai sensi dell'art. 113 del D.lgs. 163/06, una cauzione definitiva nella misura pari al 10% dell'importo di aggiudicazione I.V.A. compresa, mediante fideiussione bancaria (rilasciata da Istituti di Credito di cui al Testo Unico Bancario approvato con il D.Lgs 385/93 e ss.mm.ii.) o polizza assicurativa (rilasciata da impresa di assicurazioni, debitamente autorizzata all'esercizio del ramo cauzioni, ai sensi del D.P.R. 13.02.1959, n. 449 e ss.mm.ii.), oppure polizza rilasciata da Società di intermediazione iscritta nell'elenco speciale di cui all'articolo 107 del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, che svolgono in via esclusiva o prevalente attività di rilascio di garanzie, a ciò autorizzati dal Ministero del tesoro, del bilancio e della programmazione economica.

In caso di aggiudicazione con ribasso d'asta superiore al 10 per cento, la garanzia fideiussoria è aumentata di tanti punti percentuali quanti sono quelli eccedenti il 10 per cento; ove il ribasso sia superiore al 20 per cento, l'aumento è di due punti percentuali per ogni punto di ribasso superiore al 20 per cento.

La fideiussione bancaria o la polizza assicurativa deve prevedere espressamente:

1. la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale;
2. la rinuncia all'eccezione di cui all'articolo 1957, comma 2, del codice civile;
3. l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.

La garanzia fidejussoria sarà progressivamente svincolata a misura dell'avanzamento dell'esecuzione, nel limite massimo del 75 per cento dell'iniziale importo garantito. Lo svincolo, nei termini e per le entità anzidetti, è automatico, senza necessità di benestare del committente, con la sola condizione della preventiva consegna all'istituto garante, da parte dell'appaltatore, di apposito documento, in originale o in copia autentica, attestante l'avvenuta esecuzione. L'ammontare residuo, pari al 25 per cento dell'iniziale importo garantito, è svincolato al termine del contratto a seguito della verifica della corretta esecuzione di tutte le prestazioni oggetto dell'appalto. Sono nulle le eventuali pattuizioni contrarie o in deroga.

La mancata costituzione della garanzia determina la revoca dell'aggiudicazione e l'acquisizione della cauzione provvisoria di cui all'articolo 11 del disciplinare di gara. L'amministrazione si riserva la facoltà di aggiudicare l'appalto al concorrente che segue nella graduatoria.

La garanzia copre gli oneri per il mancato od inesatto adempimento e cessa di avere effetto solo alla data di emissione del certificato di regolare esecuzione.

L'importo della garanzia dovrà essere tempestivamente reintegrato dall'appaltatore qualora, in corso di esecuzione del contratto, esso sia stato parzialmente o totalmente incamerato dalla Regione.

ART. 9 - COMMISSIONE DI MONITORAGGIO

Con atto monocratico del Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo, sarà nominata una Commissione di Monitoraggio composta da cinque esperti che svolgerà le sue funzioni fino all'emissione del certificato di regolare esecuzione, con il compito di:

- 1) verificare la coerenza del Piano Operativo con l'offerta tecnica proposta dall'aggiudicatario;
- 2) verificare la coerenza delle attività svolte con i Piani Operativi ed il rispetto dei Cronoprogrammi, sulla base delle relazioni trimestrali di cui al successivo art. 10 del presente capitolato e della documentazione prodotta a corredo;
- 3) esprimere parere in merito alla coerenza delle eventuali varianti proposte, sia con riferimento ai piani operativi, sia in relazione alla congruità dei costi delle varianti stesse;
- 4) verificare l'esattezza delle prestazioni oggetto del presente appalto e segnalare eventuali scostamenti quantitativi e qualitativi dei livelli di servizio rispetto alle prescrizioni stabilite nel presente capitolato, nell'offerta tecnica e nel contratto d'appalto;
- 5) verificare, sulla base del rendiconto trimestrale predisposto dall'aggiudicatario, la congruità delle spese sostenute rispetto alle singole voci di prezzo indicate nell'offerta economica;
- 6) proporre l'applicazione di eventuali penali e la loro modulazione;
- 7) verificare la regolarità di esecuzione del servizio.

ART. 10 - ULTERIORI OBBLIGHI DELL'AGGIUDICATARIO

L'aggiudicatario si obbliga all'esatto adempimento di tutte le prestazioni indicate nell'offerta tecnica presentata in sede di gara, di tutte le prestazioni indicate nel disciplinare, nel capitolato di appalto e nel contratto alle condizioni ivi previste per la perfetta esecuzione del servizio. L'aggiudicatario è responsabile, inoltre, di tutti gli obblighi comunque discendenti dalla sottoscrizione del contratto.

Sono a carico all'aggiudicatario, intendendosi ricompresi nel corrispettivo contrattuale, tutti gli oneri ed i rischi relativi e connessi alle attività, alle acquisizioni ed agli adempimenti occorrenti all'integrale esecuzione del contratto ed al raggiungimento degli obiettivi dichiarati nel presente capitolato.

L'aggiudicatario deve garantire uno stretto collegamento con l'Amministrazione e partecipare agli incontri periodici programmati sull'avanzamento del progetto, secondo le esigenze dell'Amministrazione stessa. L'aggiudicatario si assume la piena responsabilità dell'esattezza dei contenuti e della completezza dei dati relativamente a tutti i materiali prodotti, nonché dell'esattezza delle relative traduzioni.

L'aggiudicatario si obbliga a manlevare e tenere indenne la Regione da tutte le conseguenze derivanti dalla eventuale inosservanza delle norme e prescrizioni tecniche e di sicurezza vigenti.

L'aggiudicatario si obbliga, altresì, a dare immediata comunicazione alla Regione di ogni circostanza che abbia influenza sull'esecuzione del contratto.

L'aggiudicatario ha l'obbligo di attenersi, durante la realizzazione del servizio oggetto della gara, alle direttive che saranno impartite dall'Amministrazione aggiudicatrice e ad accettare, in ogni momento, verifiche sull'andamento dello stesso. In particolare l'aggiudicatario ha l'obbligo di:

- a) garantire il rispetto dei tempi di attuazione, così come previsti dal cronoprogramma di progetto;
- b) garantire la continuità operativa del servizio;
- c) garantire l'esecuzione delle attività previste dall'appalto in raccordo con il personale interno all'Amministrazione, secondo i tempi, le modalità e le esigenze da questa manifestati;

- d) non far uso, né direttamente, né indirettamente per proprio tornaconto o per quello di terzi, delle informazioni di cui verrà a conoscenza durante l'esecuzione del servizio, anche dopo la scadenza del contratto.

L'aggiudicatario si obbliga ad ottemperare nei confronti del proprio personale a tutti gli obblighi derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro e di assicurazioni sociali, assumendo a proprio carico tutti gli oneri relativi.

Sarà obbligo dell'aggiudicatario procedere ad una reportistica trimestrale che evidenzii lo stato di avanzamento dell'appalto e l'imputazione dei costi per la parte del servizio prestata.

Per ogni altro obbligo inerente ai finanziamenti a valere sui fondi strutturali si rinvia al successivo art. 12.

ART. 11 - STRUTTURA OPERATIVA DEDICATA E RESPONSABILE DEL SERVIZIO

All'atto della stipula del contratto, l'aggiudicatario provvederà a nominare, nell'ambito della propria struttura organizzativa, un responsabile del servizio, individuato quale unico referente in ordine a tutte le problematiche e contestazioni inerenti al servizio medesimo.

L'aggiudicatario dovrà avvalersi di una struttura operativa dedicata coerente, in qualità e quantità, con le esigenze dei servizi richiesti dal presente capitolato speciale di appalto. In particolare, la struttura operativa dedicata deve essere composta almeno dalle seguenti figure professionali:

- a) un esperto di marketing con esperienza professionale almeno quinquennale;
- b) un esperto di comunicazione e pubblicità con esperienza professionale almeno quinquennale;
- c) un art director con esperienza professionale almeno quinquennale;
- d) un copywriter con esperienza professionale almeno quinquennale;
- e) un esperto di project management con esperienza professionale almeno quinquennale;
- f) un esperto in tecnologie multimediale con esperienza professionale almeno quinquennale.

ART. 12 - PRESCRIZIONI IN MATERIA DI FONDI STRUTTURALI

L'appalto in oggetto è finanziato a valere sui fondi del POR Campania 2000-2006 Misura 4.7.

L'Aggiudicatario, pertanto, si obbliga al rispetto delle seguenti prescrizioni:

1. mantenere la massima riservatezza sulle informazioni acquisite nell'espletamento della fornitura e non farne uso inopportuno, direttamente o indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, anche dopo la scadenza dell'atto giuridicamente vincolante;
2. permettere controlli ed ispezioni da parte degli organi a ciò preposti (Commissione Europea, Stato, servizi ispettivi della Regione, servizi regionali preposti al Controllo di 1° livello e di 2° livello);
3. non assumere altri incarichi incompatibili con il presente appalto,
4. utilizzare in modo evidente nell'ordine indicato dal Reg. (CE) 1159/00 e nella DGR 714 del 20.02.03, il logo dell'Unione Europea, del Fondo e della misura interessata.

ART. 13 - CORRISPETTIVO CONTRATTUALE, PAGAMENTI E FATTURAZIONI

Il corrispettivo contrattuale, a corpo, invariabile e onnicomprensivo, sarà pari all'importo a base di gara diminuito del ribasso offerto dall'aggiudicatario.

Il corrispettivo dovuto dall'Amministrazione sarà erogato, con le modalità specificate nel contratto, a seguito di presentazione di regolari fatture accompagnate da una relazione sulle attività già svolte, unitamente al rendiconto finanziario delle stesse che si riferisca separatamente alle attività di cui all'art. 1 lettera A) e a quelle di cui alla lettera B).

Le fatture dovranno essere intestate e inviate, come specificato nel contratto, al Settore Sviluppo e Promozione Turismo che provvederà, successivamente alla verifica della regolare e corretta esecuzione del servizio, entro 60 giorni dal ricevimento delle medesime, alla liquidazione.

L'Appaltatore deve comunicare alla Regione, prima della stipula del contratto, gli estremi del conto corrente [n.... presso ... (CIN ... codice CAB ...codice ABI)] intestato a] su cui accreditare il corrispettivo contrattuale. Qualsiasi modifica relativa al conto corrente sopra indicato, dovrà essere tempestivamente notificata all'Amministrazione la quale non assume alcuna responsabilità per i pagamenti eseguiti da Istituto non più autorizzato a riscuotere.

Eventuali rilievi e contestazioni concernenti la regolare esecuzione del servizio o di parte di esso, notificati all'aggiudicatario a mezzo raccomandata AR, telefax o e-mail, determinano la sospensione del termine di pagamento precedentemente specificato.

ART. 14 - INADEMPIMENTO E PENALI

L'Amministrazione si riserva il diritto di verificare in ogni momento l'esatto adempimento del servizio prestato dall'aggiudicatario.

La Regione considera obbligazioni essenziali l'esecuzione di tutte le attività e l'elaborazione di tutti i documenti specificati nel presente capitolato.

In caso di mancato rispetto dei termini contrattuali e delle modalità di espletamento dell'appalto, fatti salvi i casi di forza maggiore o i fatti imputabili direttamente alla Regione, l'Amministrazione provvederà ad applicare specifiche penali commisurate all'entità dell'inadempimento e/o del ritardo, come di seguito determinate.

In caso di ritardo sarà applicata una penale pari al 1% dell'ammontare del corrispettivo per ogni giorno solare di ritardo sul termine atteso, prendendo come riferimento i termini indicati nel cronoprogramma.

Negli altri casi di inadempimento, non dovuti al ritardo, le penali saranno pari ad un importo complessivamente non superiore al 2% dell'importo contrattuale.

In caso di inadempimenti gravi e persistenti nell'erogazione dei servizi, l'Amministrazione potrà risolvere il contratto, fatto salvo l'accertamento dei maggiori danni, compreso il danno all'immagine.

L'Amministrazione, previo accertamento dell'esistenza e validità della motivazione, potrà disporre proroga dei termini riguardanti l'applicazione delle penali o una maggiore tolleranza riguardo alle soglie di applicazione. L'applicazione delle penali non pregiudicherà, in ogni caso, il diritto da parte dell'amministrazione ad ottenere la prestazione secondo quanto previsto contrattualmente, fatto salvo il risarcimento del danno, compreso il danno all'immagine.

L'Amministrazione appaltante si riserva, inoltre, la facoltà di ordinare e di far eseguire le prestazioni necessarie per il regolare svolgimento dei servizi a spese dell'aggiudicatario.

La Regione, qualora rilevi un inadempimento, provvederà a darne tempestiva comunicazione a mezzo fax al responsabile del servizio che potrà far pervenire eventuali osservazioni entro le 48 ore successive. La Regione si riserva di applicare le predette penali attraverso corrispondente decurtazione degli importi dovuti a titolo di corrispettivo dell'appalto, oppure mediante escussione parziale della cauzione definitiva. Resta inteso che il pagamento delle penali non pregiudicherà il diritto per la stazione appaltante di richiedere il risarcimento di eventuali danni subiti.

L'applicazione di tutte le penali di cui la presente articolo avverrà secondo la disciplina civilistica.

A seguito dell'applicazione di n. 3 penali, la Regione, ritenendo tali comportamenti lesivi e pregiudizievoli al buon andamento del rapporto negoziale, oltre che della propria immagine, si riserva la facoltà di risolvere il contratto ex art. 1456 c.c., dandone comunicazione all'appaltatore mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento ed incamerando l'intero importo della cauzione, salvo il diritto al risarcimento del maggior danno.

ART. 15 - DIVIETO DI SOSPENSIONE DEL SERVIZIO

L'aggiudicatario non può sospendere il servizio con sua decisione unilaterale, in nessun caso, nemmeno quando siano in atto controversie con la Regione. La sospensione unilaterale del servizio da parte dell'aggiudicatario, costituisce inadempimento contrattuale tale da motivare la risoluzione del contratto ex art. 1456 c.c.. Restano a carico della stessa aggiudicatario tutti gli oneri e le conseguenze derivanti da tale risoluzione.

ART. 16 - CAUSE DI RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

La Regione si potrà avvalere della facoltà di risoluzione automatica del contratto ai sensi dell'art. 1456 C.C. previa intimazione scritta all'aggiudicatario mediante lettera raccomandata A.R., nelle seguenti ipotesi:

1. il venir meno, a seguito dell'aggiudicazione o durante l'esecuzione del contratto, dei requisiti prescritti nel bando di gara, nel disciplinare e nel presente capitolato;
2. frode e grave negligenza nell'esecuzione degli obblighi contrattuali;
3. cessione dell'Azienda, cessazione dell'attività, concordato preventivo, fallimento, atto di sequestro o di pignoramento a carico dell'aggiudicatario;
4. per gravi e reiterate violazioni delle norme di legge e/o del presente capitolato imputabili a dolo o colpa grave dell'aggiudicatario;
5. per mancata costituzione o reintegrazione della cauzione;
6. errori nella produzione di materiale tipografico che arrecano danni all'immagine della Regione;
7. nelle altre ipotesi in cui il presente capitolato tanto preveda espressamente;

Si rinvia in ogni caso alla disciplina codicistica per quanto concerne tutte le ipotesi di risoluzione del contratto.

La risoluzione fa sorgere in capo all'Amministrazione appaltante il diritto di incamerare la cauzione definitiva, di sospendere i pagamenti, nonché il diritto al risarcimento di tutti i danni diretti ed indiretti, oltre che alla corresponsione delle maggiori spese che la Regione dovrà sostenere per il restante periodo contrattuale, affidando a terzi il servizio o la sua parte rimanente in danno dell'affidatario inadempiente.

ART. 17 - PROPRIETA'

Qualunque opera od elaborato prodotto dall'aggiudicatario nell'espletamento del presente incarico rimane di proprietà piena ed esclusiva della Regione Campania, la quale si riserva ogni diritto e facoltà in ordine alla loro utilizzazione, nonché ad ogni eventuale modifica ritenuta opportuna a suo insindacabile

giudizio. È fatto divieto all'aggiudicatario di utilizzare i risultati dell'attività oggetto del presente appalto per proprie pubblicazioni, ovvero fornirli a terzi senza la preventiva autorizzazione scritta della Regione. L'aggiudicatario si impegna a mettere a disposizione gratuita della Regione, per un periodo di venti anni dalla data di stipulazione del contratto, il materiale di base utilizzato per la realizzazione di tutto il progetto, per la sua utilizzazione, anche delle singole parti, in Italia e all'estero, ai fini esclusivamente promo-pubblicitari e riconducibili agli scopi istituzionali della stessa. Al termine del servizio e, per richiesta, anche in corso d'opera, i materiali fotografici, editoriali e audiovisivi, e quant'altro realizzato nell'ambito della produzione del servizio dovrà essere consegnato alla Regione Campania, Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali che ne detiene la proprietà.

ART. 18 - VARIANTI IN CORSO DI ESECUZIONE

Durante la fase di definizione contrattuale e/o in fase di esecuzione dell'appalto, l'Amministrazione si riserva di richiedere -senza che ciò determini variazioni dell'importo contrattualmente pattuito- varianti finalizzate al miglioramento funzionale e prestazionale dei servizi resi, ovvero ad adeguare la campagna di comunicazione e le attività di trade e direct marketing in funzione del migliore raggiungimento degli obiettivi di cui al capo I del presente capitolato speciale di appalto nonché a dare attuazione agli indirizzi dell'Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali. Le variazioni potranno essere, altresì, volte ad accogliere soluzioni tecniche suggerite dall'avvento di nuove tecnologie.

L'Amministrazione si riserva di prendere in considerazione le varianti in corso di realizzazione presentate dall'aggiudicatario qualora esse garantiscano una migliore efficacia delle attività di comunicazione e promozione.

In tutti i casi, ed anche se dovute a cause di impossibilità sopravvenute per caso fortuito o forza maggiore, l'approvazione delle varianti dovrà essere sempre concordata e potrà essere autorizzata solo laddove la soluzione alternativa si presenti equivalente o migliorativa sotto il profilo tecnico ed economico e consenta il soddisfacimento degli obiettivi dell'appalto.

Le varianti dovranno comunque essere autorizzate dalla Regione. Nel caso in cui le varianti si dovessero rendere necessarie per la correzione di errori, trascuratezza o mancata attenzione da parte dell'impresa aggiudicataria circa la definizione della propria offerta, tali varianti, se necessarie a garantire il rispetto delle condizioni contrattuali, dovranno essere obbligatoriamente operate a costo zero per l'Amministrazione ed a totale carico dell'Impresa aggiudicataria.

Resta salva la disciplina di cui al combinato disposto degli artt. 114 e 132 del D.lgs. 163/06.

ART. 19 - RESPONSABILITÀ

L'aggiudicataria solleva l'amministrazione da ogni eventuale responsabilità penale e civile verso terzi comunque connessa alla realizzazione ed all'esercizio delle attività del servizio affidate. Nessun ulteriore onere potrà dunque derivare a carico dell'amministrazione oltre al pagamento del corrispettivo contrattuale. L'Appaltatore è obbligato a stipulare una polizza assicurativa che tenga indenne la Regione Campania da tutti i rischi connessi all'esecuzione del servizio da qualsiasi causa determinati, salvo quelle derivanti da azioni di terzi o forza maggiore e che preveda, altresì, una garanzia di responsabilità civile per danni a terzi nell'esecuzione dell'appalto sino alla data di rilascio del certificato di regolare esecuzione del servizio. Valore minimo assicurato: € 2.000.000,00.

ART. 20 - DIVIETO DI SUBAPPALTO

È fatto espresso divieto all'appaltatore di cedere il contratto o subappaltare, in tutto od in parte, l'esecuzione del servizio oggetto dell'appalto. La cessione ed il subappalto determinano la risoluzione di diritto del contratto ed il diritto della stazione appaltante ad agire per il risarcimento di ogni eventuale danno.

ART. 21 - SUBENTRO NEL CONTRATTO

La Regione, nel caso in cui vengano meno in capo all'aggiudicatario i requisiti posseduti al momento dell'aggiudicazione in ogni ipotesi di risoluzione del contratto, si riserva la facoltà di far subentrare nell'appalto il concorrente che segue nella graduatoria.

ART. 22 - VERIFICA DI REGOLARE SERVIZIO, VERBALE DI ULTIMAZIONE DEL SERVIZIO E CERTIFICATO DI ACCETTAZIONE FINALE

L'aggiudicatario si impegna a consegnare un report trimestrale delle attività inerenti al contratto e dello stato di avanzamento dello stesso.

All'interno del report dovranno essere come minimo indicati:

- attività svolte;
- costo sostenuto;
- data di inizio e fine;
- descrizione sintetica ed esito delle attività concluse.

L'espletamento dei servizi, sarà sottoposto a verifica di regolarità da parte della Commissione di monitoraggio.

A conclusione delle attività, l'aggiudicatario emetterà, entro 10 giorni dalla scadenza contrattuale, apposito verbale di ultimazione dei servizi evidenziando le prestazioni erogate, i prodotti forniti, le problematiche emerse, le soluzioni adottate, e quant'altro necessario a quantificare e qualificare il servizio fornito.

L'Amministrazione, dopo aver effettuato le opportune verifiche sul soddisfacimento di tutti gli obblighi ed oneri prescritti dal contratto e leggi vigenti, emetterà un Certificato di regolare esecuzione.

ART. 23 - INCEDIBILITÀ DEI CREDITI

I crediti derivanti dall'esecuzione del contratto non possono essere ceduti a terzi, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1260, II comma, del Codice Civile.

I crediti non possono formare oggetto di cessioni e di nessun atto di disposizione da parte del creditore neanche a scopo di garanzia, né tanto meno possono essere incassati da soggetti diversi dal creditore che, quest'ultimo, abbia investito di un ruolo rappresentativo e/o gestorio. A titolo esemplificativo e non esaustivo, sono esclusi, tra gli altri, i mandati ad esigere e le deleghe all'incasso.

La violazione di quanto appena disposto attribuisce il diritto alla stazione appaltante di risolvere il rapporto contrattuale ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 C.C. con conseguente diritto al risarcimento dei danni.

ART. 24 - RECESSO

La Regione, ai sensi dell'art. 1373 c.c., potrà recedere in ogni momento dal contratto, previa comunicazione scritta, senza che l'aggiudicatario possa vantare diritti a compensi ulteriori, risarcimenti o indennizzi a qualsiasi titolo. In caso di recesso all'aggiudicatario saranno corrisposti esclusivamente i compensi per le prestazioni che risulteranno effettivamente eseguite alla data del recesso stesso.

Capo III NORME FINALI

ART. 25 - NORME REGOLATRICI, GENERALI, LEGGI E REGOLAMENTI

L'esecuzione dell'appalto ed il conseguente contratto saranno inoltre regolati:

- da quanto previsto dal presente Capitolato d'onori e dalle clausole del contratto da stipulare con l'aggiudicatario; dalle norme contenute nel R.D. n. 2440/1923 sull'amministrazione del patrimonio e sulla Contabilità Generale dello Stato e nel relativo regolamento di cui al R.D. n. 827/1924 e successive variazioni e integrazioni;
- dalle disposizioni vigenti in materia di appalti pubblici di servizi, dalle norme in materia di contratti e dalle disposizioni del Codice Civile in quanto applicabili.

In particolare si richiama l'obbligo per l'impresa all'osservanza: - delle leggi e regolamenti vigenti per gli appalti di servizi; - delle norme di sicurezza ed igiene sul lavoro e simili; - delle responsabilità e degli obblighi derivanti dal rispetto delle norme previste in materia di sicurezza di cui al D.Lgs. n. 626/1994.

ART. 26 - OBBLIGATORietà DELLA FORMA SCRITTA

Le eventuali proposte di variazioni e/o integrazioni al contratto, le proposte di nuovi servizi che ciascuna delle parti volesse formulare devono essere comunicate dalla parte in forma scritta e sono integrate nel contratto solo dietro accettazione espressa.

ART. 27 - PREVALENZA DEL CAPITOLATO D'ONERI

In tutti i casi di contestazione o di contenzioso che dovessero sorgere tra l'Amministrazione e l'Impresa appaltatrice a causa di possibili indeterminazioni o contraddizioni tra le condizioni espresse dal presente Capitolato, dal Bando e dal Disciplinare di gara, rispetto al contenuto dell'offerta tecnica, od in generale della documentazione d'offerta presentata dall'Impresa in sede di gara, è sancita la prevalenza di quanto previsto nel presente Capitolato, dal Bando e dal Disciplinare di gara, con la sola eccezione delle condizioni migliorative che l'Amministrazione potrà pretendere dall'Impresa con riferimento a quanto proposto ed offerto in sede di gara e riportato nella relativa documentazione presentata ed allegata al contratto.

ART. 28 - BREVETTI E DIRITTI D'AUTORE

L'aggiudicatario assume ogni responsabilità nei confronti dei terzi per l'uso di programmi, dispositivi, brevetti, attrezzature o per l'adozione di soluzioni tecniche o di altra natura che violino brevetti o diritti d'autore. L'aggiudicatario ha l'obbligo di tenere indenne l'Amministrazione appaltante da ogni pretesa da chiunque azionata, nonché da tutti i costi, le spese o responsabilità relativi, ivi comprese le spese legali

eventualmente conseguenti, per la violazione di diritti d'autore, di marchio o brevetto, comunque connesse alle prestazioni contrattuali.

ART. 29 - RISERVATEZZA DEI DATI PERSONALI

Ai sensi del D.Lgs. 196/2003 ed in riferimento al procedimento instaurato dalla presente gara, le finalità e le modalità di trattamento dei dati sono esclusivamente rivolte all'instaurazione del procedimento di aggiudicazione della gara. Il rifiuto di fornire i dati richiesti comporta l'esclusione dalla gara stessa.

A sua volta l'impresa aggiudicataria deve garantire che i dati, di cui verrà in possesso, siano tutelati secondo le modalità di cui alla predetta normativa obbligandosi ad osservare la piena riservatezza su informazioni, documenti, conoscenze o altri elementi forniti dalle amministrazioni e da altri organismi in relazione al servizio nonché sui risultati delle attività di realizzazione dello stesso.

L'aggiudicataria, nell'adempimento dei propri obblighi contrattuali verso la Regione Campania e nell'esecuzione delle conseguenti operazioni di trattamento di dati personali osserverà le condizioni riportate di seguito, al fine di garantire il rispetto delle disposizioni del D.Lgs. 196/03 "Codice Privacy". In particolare:

- richiederà l'autorizzazione della Regione Campania, qualora, per lo svolgimento dell'attività oggetto della prestazione, il Fornitore abbia bisogno di svolgere operazioni sui dati personali diverse da quelle strettamente attinenti l'oggetto della prestazione contrattuale;
- osserverà gli obblighi contrattuali predisponendo, con tempestiva informazione alla Regione, ogni misura di sicurezza fisica, logica ed organizzativa necessaria a garantire il rispetto dell'integrità ed esattezza dei dati personali trattati, nonché la liceità del trattamento avendo cura di disporre, per la custodia e le altre previste operazioni di trattamento dei dati sensibili, misure adeguate alla particolare natura dei dati trattati.

In particolare, l'aggiudicatario adotterà mezzi tecnici e misure organizzative tali da evitare rischi di:

- distruzione, perdita o alterazione dei dati,
- accessi ai dati da parte di soggetti non autorizzati,
- uso dei dati non conforme agli scopi dichiarati,
- uso non consentito dei dati utilizzati.

Inoltre:

- presterà particolare cautela nel trattamento dei dati sensibili e opererà solo nei modi richiesti dagli obblighi contrattuali e nel pieno rispetto di ogni prescrizione di legge;
- non procederà alla comunicazione dei dati a terzi se non previa specifica autorizzazione per iscritto della Regione Campania e nel rispetto delle prescrizioni di legge;

(oppure, in caso di comunicazione per adempiere ad un obbligo contrattuale)

- procederà alla comunicazione a terzi dei dati - qualora necessaria per l'adempimento degli obblighi contrattuali - nel rispetto delle prescrizioni di legge e garantendosi che i dati trasmessi giungano al destinatario esatti e siano da questi utilizzati per fini leciti;
- avvertirà la Regione Campania di qualsiasi evento che a seguito dell'esecuzione della prestazione contrattuale possa aver causato l'alterazione dei dati.

Per quanto concerne i rapporti privacy diretti tra la Regione Campania e l'aggiudicatario si evidenzia che ognuno di loro nei confronti dell'altro riveste la posizione di interessato e di Titolare del trattamento.

Quali Titolari del trattamento le parti si danno reciprocamente atto, ai sensi e per gli effetti dell'art. 13 del Codice Privacy, che le informazioni raccolte presso l'interessato, per la finalità di eseguire il presente contratto, saranno trattate con mezzi automatizzati o manuali e concernono dati comuni il cui mancato conferimento importerebbe l'impossibilità di eseguire la presente scrittura. Le informazioni non saranno diffuse né trasferite all'estero.

La comunicazione avrà luogo esclusivamente per l'esecuzione degli obblighi di legge nonché per finalità fiscali e contabili. Tali informazioni potranno essere comunicate a dipendenti che, ricoprono la qualifica di Responsabili o di Incaricati del trattamento, per il compimento delle operazioni connesse alla gestione del presente contratto.

Ognuna delle parti informa l'altra che potrà esercitare i diritti di cui all'art. 7 tra cui quelli di cancellazione, di opposizione e di accesso, rivolgendosi direttamente presso le sedi delle società indicate nel presente contratto.

ART. 30 - PROROGA

La Regione si riserva la facoltà di disporre la proroga del servizio, alle medesime condizioni contrattuali, nelle more dell'espletamento di una nuova procedura di gara e nel rispetto della disciplina vigente.

L'Amministrazione si riserva di avvalersi della facoltà di cui all'art. 57, comma 5 lett. b), del D.Lgs. del 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii..

ART. 31 - CONTROVERSIE

Per tutte le controversie attinenti all'interpretazione o all'esecuzione del contratto, è stabilita la competenza esclusiva del Foro di Napoli. È esclusa la competenza arbitrale.

ART. 32 - SPESE

Tutte le spese e gli oneri fiscali inerenti al contratto, compresa la registrazione, sono a carico dell'Appaltatore.



Unione Europea

REGIONE CAMPANIA
Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"
Settore "Sviluppo e Promozione Turismo"

DISCIPLINARE DI GARA

Procedura aperta, ai sensi dell'art. 55 del D.Lgs. 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii., per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale.

Importo a base d'asta del servizio: € 17.680.000,00 I.V.A. esclusa

REGIONE CAMPANIA - Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"
Settore "Sviluppo e Promozione Turismo"

DISCIPLINARE DI GARA

ART. 1 - STAZIONE APPALTANTE

La Regione Campania - Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario - Settore Sviluppo e Promozione Turismo" Centro Direzionale isola C/5 - 80143 - Napoli. Responsabile del procedimento: dott.ssa Rosa Maria Sciotto tel. 081/7968791 - Fax 081/7968528 e- mail: r.sciotto@regione.campania.it.

ART. 2 - OGGETTO DELL'APPALTO

- 2.1 La gara ha per oggetto l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione:
- A) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania".
 - B) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, coordinata e coerente con la campagna di cui alla lettera A).
- 2.2 Le attività indicate in oggetto sono meglio specificate agli artt. 4 e 5 del Capitolato Speciale di Appalto.

ART. 3 - IMPORTO A BASE D'ASTA

L'importo a base d'asta del servizio ammonta rispettivamente ad €. 14.000.000,00 per la campagna di cui all'art. 2 lettera A) e ad €. 3.680.000,00 per la campagna di cui all'art. 2 lett. B), per complessivi € 17.680.000,00 IVA esclusa.

ART. 4 - LUOGO PRINCIPALE DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Regione Campania.

ART. 5 - DURATA DEL CONTRATTO

Il servizio avrà la durata di 18 mesi e dovrà concludersi, in ogni caso, entro e non oltre il 31/10/2008.

ART. 6 - RIFERIMENTI NORMATIVI

Le prestazioni oggetto del presente disciplinare sono finanziate con risorse del POR Campania 2000-2006, misura 4.7. Pertanto, oltre alle disposizioni di cui al D.Lgs 163/06 e ss.mm.ii, dovrà essere rispettata la normativa sui fondi strutturali (Regolamento (CE) n. 1260/1999 del Consiglio del 21 giugno 1999 recante disposizioni generali sui Fondi strutturali; Regolamento (CE) N. 448/2004 della Commissione del 10 marzo 2004 che modifica il regolamento (CE) n. 1685/2000 recante disposizioni di applicazione del regolamento (CE) n. 1260/1999 del Consiglio per quanto riguarda l'ammissibilità delle spese concernenti le operazioni cofinanziate dai Fondi strutturali e che revoca il regolamento (CE) n. 1145/2003; Regolamento (CE) N. 1159/2000 della Commissione del 30 maggio 2000 relativo alle azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali; POR Campania 2000-2006; testo coordinato del Complemento di Programmazione; "Disciplinare regionale per l'acquisizione di beni e servizi nell'ambito delle misure del POR Campania" approvato con Delibera di Giunta Regionale n. 665 del 31 maggio 2005; "Disposizioni amministrative in materia di applicazione del Reg. (CE)" 1159/00 relativo alle azioni di informazione e pubblicità degli interventi cofinanziati dai fondi strutturali. Adempimenti in ordine alle azioni di comunicazione e pubblicità delle misure POR Campania 2000-2006 approvate con Delibera di Giunta Regionale n. 714 del 20 febbraio 2003 oltre ad ogni altra normativa e disposizione comunitaria, nazionale e regionale inerente ai finanziamenti a valere sui fondi strutturali.

ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE

Sono ammessi a partecipare i soggetti di cui all'art. 34 del D. Lgs 163/06, in possesso dei seguenti requisiti:

- 7.1 Iscrizione nel Registro delle Imprese presso la C.C.I.AA. per attività analoghe a quelle oggetto di affidamento del presente appalto. Per i soggetti non tenuti all'iscrizione, atto o dichiarazione avente contenuto equivalente ai sensi dell'art. 39, secondo comma, del D.Lgs 163/06.
- 7.2 Inesistenza delle cause di esclusione dai pubblici appalti di cui all'art. 38 del D.Lgs 163/06.
- 7.3 Inesistenza della causa di esclusione di cui all'art. 1bis, comma 14, Legge 383/01.
- 7.4 Inesistenza di situazioni di controllo, di cui all'art. 2359 c.c., con altri concorrenti alla gara e non imputabilità delle offerte ad un unico centro decisionale sulla base di univoci elementi.
- 7.5 Possesso di idonee dichiarazioni di almeno due istituti bancari o intermediari autorizzati ai sensi del D.Lgs. 1° settembre 1993, n. 385, attestanti la solidità economica e finanziaria dell'offerente in relazione agli impegni da assumere.

- 7.6 Certificazione di qualità ISO 9001 2000.
- 7.7 Realizzazione, negli ultimi tre esercizi antecedenti la pubblicazione del bando (2003-2004-2005), di un fatturato complessivo pari al doppio dell'importo a base di gara.
- 7.8 Realizzazione di un fatturato specifico, nel triennio anteriore alla pubblicazione del bando di gara (2003-2004-2005), per prestazioni analoghe a quelle oggetto della gara, per un importo complessivo pari a quello posto a base di gara, desumibile da un allegato elenco dei relativi servizi prestati, con l'indicazione degli importi, delle date e dei destinatari, pubblici o privati, dei servizi stessi.
- 7.9 Realizzazione, nell'ultimo triennio (2003-2004-2005), di almeno:
- a) cinque servizi di comunicazione, pubblicità, direct e trade marketing a livello nazionale, europeo e/o internazionale;
 - b) un servizio avente ad oggetto la promozione del territorio di importo non inferiore ad €. 2.500.000,00;
- provati secondo le modalità di cui all'art. 42, comma 1 lett. a), del D.Lgs. 163/06.

ART. 8 - RAGGRUPPAMENTI, CONSORZI E GEIE

- 8.1 Saranno ammessi a partecipare alla presente gara, anche soggetti raggruppati allo scopo in ATI, Consorzi o GEIE.
- 8.2 I Raggruppamenti potranno essere già costituiti o potranno costituirsi dopo l'aggiudicazione della gara a condizione che, contestualmente all'offerta, siano dichiarati la mandataria capogruppo e le imprese mandanti, nonché le parti del servizio che saranno eseguite da ciascuna di esse e che, in caso di aggiudicazione della gara, le stesse imprese si conformeranno alla disciplina di cui all'art. 37 del D.Lgs 163/06.
- 8.3 I requisiti generali dal punto 7.1 al 7.6 dovranno essere posseduti da ciascuna delle imprese raggruppate.
- 8.4 I requisiti di cui ai punti 7.7 e 7.8 dovranno esser posseduti dalla capofila nella misura minima del 60%, mentre ciascuna delle mandanti dovrà possederli nella misura minima del 20%.
- 8.5 Il requisito di cui al punto 7.9 dovrà essere posseduto dal raggruppamento nel suo complesso, anche se per parti distinte.
- 8.6 La sommatoria dei requisiti posseduti dai soggetti partecipanti al raggruppamento deve, in ogni caso, essere almeno pari a quelli globalmente richiesti per il concorrente singolo.
- 8.7 I componenti dei raggruppamenti dovranno, a pena di esclusione, sottoscrivere congiuntamente l'offerta economica e tutti i documenti e le dichiarazioni per le quali il presente bando tanto richieda espressamente.
- 8.8 In caso di partecipazione alla gara dei Consorzi ordinari di concorrenti, si osserverà la disciplina di cui all'art. 37 del D.lgs 163/06.
- 8.9 In caso di partecipazione alla gara dei consorzi di cui alle lett. b) e c) del comma 1 dell'art. 34 D.lgs 163/06, i requisiti di cui al precedente punto 7 dovranno essere posseduti dal consorzio nel rispetto delle prescrizioni di cui agli artt. 35 e 36 del medesimo decreto legislativo 163/06E' fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti, ovvero di partecipare alla gara anche in forma individuale qualora abbia partecipato alla gara medesima in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti.
- 8.10 I consorzi di cui all'articolo 34, comma 1, lettere b) e c), sono tenuti ad indicare, in sede di offerta, per quali consorziati il consorzio concorre; a questi ultimi è fatto divieto di partecipare, in qualsiasi altra forma, alla medesima gara; in caso di violazione sono esclusi dalla gara sia il consorzio sia il consorziato.

ART. 9 - CAUSE DI ESCLUSIONE

- 9.1 Non sono ammessi a partecipare alla gara i soggetti che, per qualsiasi ragione, non siano in possesso dei requisiti di cui all'art. 7.
- 9.2 Non sono ammessi a partecipare gli offerenti che non presentino le garanzie di cui al successivo articolo 11 ovvero le presentino in difformità a quanto specificato dall'art. 11 medesimo.
- 9.3 Costituiscono, infine, cause di esclusione:
- 9.3.1 la mancata produzione di uno qualsiasi dei documenti richiesti dal bando, dal disciplinare di gara, dal capitolato d'oneri e dai relativi allegati, atteso che ciascuno dei medesimi documenti riveste, ai fini del perseguimento degli interessi pubblici e del rispetto della *par condicio* dei concorrenti, carattere essenziale;
 - 9.3.2 il mancato rispetto di una qualsiasi delle prescrizioni, anche procedurali e formali, di gara previsti dal bando, dal disciplinare e dal capitolato d'oneri, atteso che ciascuna delle medesime prescrizioni riveste, ai fini del perseguimento degli interessi pubblici e del rispetto della *par condicio* dei concorrenti, carattere essenziale.

ART. 10 - AVVALIMENTO

- 10.1 In conformità a quanto disposto dall'art. 49 del D.lgs 163/06 il concorrente, singolo o consorziato o raggruppato ai sensi dell'art. 34 del medesimo decreto legislativo, in relazione alla presente gara può soddisfare la richiesta relativa al possesso dei requisiti di cui ai punti 7.6, 7.7, 7.8, 7.9, avvalendosi dei requisiti di un altro soggetto.
- 10.2 Qualora il concorrente intenda procedere in tal senso, nella busta "A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA" di cui al successivo art.13, dovrà inserire le dichiarazioni e la documentazione di cui all'art. 49, comma 2, lett. a), b), c), d), e), f) e g) del decreto legislativo 163/06. Resta in ogni caso ferma l'applicazione della disciplina di cui all'art. 49 del D.lgs. 163/06.

ART. 11 - GARANZIE

- 11.1 Gli offerenti dovranno presentare a corredo dell'offerta idonea garanzia, pari al 2% dell'importo posto a base di gara, IVA esclusa. L'importo della garanzia è ridotto del cinquanta per cento per gli operatori economici che si trovino nelle condizioni di cui all'art. 75, comma 7, del D.lgs 163/06 e ss.mm.ii.. In caso di raggruppamento o consorzio, per beneficiare della predetta riduzione, la certificazione ISO dovrà essere posseduta da tutti i soggetti componenti il raggruppamento; in caso di consorzio, dovrà essere posseduta dal Consorzio e dalle consorziate che effettuano il servizio.
- 11.2 La garanzia, a scelta dell'offerente, potrà essere prestata sotto forma di cauzione o di fideiussione, alternativamente, secondo una delle seguenti modalità:
- a) Cauzione, mediante deposito, a titolo di pegno, presso gli Uffici del Settore Sviluppo e Promozione Turismo della Regione Campania, all'indirizzo specificato al punto 12 (nei giorni lunedì, mercoledì, venerdì dalle ore 10 alle ore 13) di contanti o di titoli del debito pubblico garantiti dallo Stato al corso del giorno del deposito, presso una sezione di tesoreria provinciale o presso le aziende autorizzate, o di uno o più assegni circolari intestati al soggetto offerente e girati in favore della Regione. All'atto del deposito il predetto Ufficio rilascerà n. 2 ricevute. Il concorrente dovrà inserire nella busta A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA di cui all'art. 13 una delle due ricevute attestanti l'avvenuto deposito, mentre l'altra sarà utilizzata successivamente dal concorrente non aggiudicatario per la restituzione del predetto assegno.
 - b) fideiussione bancaria o assicurativa o rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art. 107 del D.lgs 1° settembre 1993, n. 385, che svolgono in via esclusiva o prevalente attività di rilascio di garanzie, a ciò autorizzati dal Ministero dell'economia e delle finanze, la quale dovrà prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2, del codice civile, nonché l'operatività della garanzia medesima entro quindici giorni, a semplice richiesta scritta della stazione appaltante.
- 11.3 L'offerta dovrà essere, altresì, corredata dall'impegno di un fideiussore a rilasciare la garanzia fideiussoria per l'esecuzione del contratto, di cui all'art. 113 D.lgs 163/06, qualora il concorrente risultasse aggiudicatario.
- 11.4 La garanzia dovrà avere validità per almeno 180 giorni dalla data di presentazione dell'offerta.
- 11.5 La garanzia copre la mancata sottoscrizione del contratto per fatto del soggetto aggiudicatario ed è svincolata automaticamente al momento della sottoscrizione dello stesso contratto di appalto.
- 11.6 Per i soggetti non risultati aggiudicatari l'amministrazione, nell'atto con cui comunica agli stessi l'aggiudicazione, provvederà contestualmente, nei loro confronti, allo svincolo della garanzia tempestivamente e comunque entro un termine non superiore a trenta giorni dal provvedimento di aggiudicazione definitiva della gara, anche quando non sia scaduto il termine di validità della garanzia.
- 11.7 Il soggetto aggiudicatario dovrà costituire una garanzia fideiussoria pari al 10 per cento dell'importo di aggiudicazione.
- 11.8 Per quanto concerne eventuali incrementi connessi a ribassi superiori al 10 per cento ovvero al 20 per cento, nonché per le condizioni obbligatorie della garanzia, le modalità di svincolo, le sanzioni per la mancata costituzione della stessa, si fa integrale rinvio all'art. 113 del D.lgs 163/06 e ss.mm.ii..
- 11.9 La garanzia copre gli oneri per il mancato o inesatto adempimento del contratto d'appalto e cessa di avere efficacia solo con il rilascio del certificato di regolare esecuzione.

ART. 12 - OFFERTA

- 12.1 L'offerta e tutti i relativi allegati dovranno essere redatti in lingua italiana. L'offerta, confezionata secondo le modalità di cui al successivo punto 12.4, dovrà pervenire, pena l'esclusione, entro ore 12.00 del giorno 29 gennaio 2007 con qualsiasi mezzo, al seguente indirizzo:

Regione Campania
Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"
"Settore Sviluppo e Promozione Turismo"
Centro Direzionale isola C/5, V piano
80143 - Napoli - Italia

- 12.3 Farà fede esclusivamente la data di ricezione del plico presso la sede della Regione Campania all'indirizzo sopraindicato. La stazione appaltante, consentendo la consegna diretta presso i propri uffici, non assume alcuna responsabilità per il caso di ritardi nel recapito, ovvero per l'omessa consegna dei plichi da parte dei vettori prescelti dai concorrenti.
- 12.4 L'offerta dovrà pervenire, pena l'esclusione, in plico chiuso e sigillato, controfirmato sui lembi di chiusura dal legale rappresentante dell'offerente o, in caso di raggruppamento, dal legale rappresentante del soggetto capofila.
Tale plico dovrà recare, pena l'esclusione, l'indicazione del mittente e la dicitura: "*OFFERTA per la procedura aperta per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale*". NON APRIRE.
- 12.5 Il plico di cui al precedente punto 12.4 dovrà contenere, a pena di esclusione, tre buste chiuse e sigillate, contrassegnate come di seguito indicato, controfirmate sui lembi di chiusura dal legale rappresentante dell'offerente o, in caso di raggruppamento, dal legale Rappresentante del soggetto capofila, a loro volta contenenti:
- 12.5.1 nella busta contrassegnata "A - Documentazione Amministrativa", la documentazione richiesta al successivo articolo 13 del presente disciplinare;
- 12.5.2 nella busta contrassegnata "B - Offerta Tecnica", l'offerta tecnica strutturata come indicato al successivo articolo 14 del presente disciplinare;
- 12.5.3 nella busta contrassegnata "C - Offerta Economica", la documentazione di cui al successivo articolo 15 del presente disciplinare.
- 12.6 L'offerta sarà vincolante per 180 giorni dalla data della sua presentazione.

ART. 13 - BUSTA "A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA"

- 13.1 La busta "A - Documentazione Amministrativa" dovrà contenere, a pena di esclusione, la seguente documentazione:
- a. domanda di partecipazione e dichiarazioni sostitutive ai sensi del D.P.R. 445/00 che attestino il possesso dei requisiti e la non sussistenza delle cause di esclusione di cui all'articolo 9 del presente disciplinare, nonché le dichiarazioni di impegno, tutte previste nello schema di "MODULO UNICO", allegato sub 1) e nell'allegato 1B) al presente disciplinare costituendone parte integrante e sostanziale, che dovrà essere debitamente compilato in ogni sua parte e sottoscritto dal legale rappresentante dell'offerente, ovvero, in caso di raggruppamento, dai legali rappresentanti di tutti i soggetti componenti il raggruppamento. I soggetti offerenti potranno scegliere, comunque, di non utilizzare lo schema di "Modulo Unico" e l'allegato 1 B) e di presentare autonomamente la domanda di partecipazione e le dichiarazioni sostitutive e di impegno sopra indicate, purché le stesse abbiano il medesimo contenuto riportato nel detto schema di "Modulo Unico" e siano effettuate in conformità a quanto previsto dal presente disciplinare, dal bando di gara e relativi allegati, nonché nel rispetto delle disposizioni vigenti di cui al già citato D.P.R. 445/00;
 - b. copia del presente disciplinare, del bando di gara e del capitolato d'onere (allegato sub 2) firmati in ogni pagina dal legale rappresentante dell'offerente, ovvero, in caso di raggruppamento, dai legali rappresentanti di tutti i soggetti componenti il raggruppamento, per accettazione piena ed incondizionata delle relative statuizioni;
 - c. dichiarazione sostitutiva, ai sensi dell'art. 46 D.P.R. 445/00, in ordine all'iscrizione dell'offerente alla Camera di Commercio Industria ed Artigianato. In alternativa potrà essere presentata copia del certificato di iscrizione alla C.C.I.A.A. di data non anteriore a sei mesi a quella di presentazione dell'offerta. Per i soggetti non tenuti all'iscrizione, atto o dichiarazione avente contenuto equivalente;
 - d. garanzia a corredo dell'offerta, presentata secondo le modalità descritte analiticamente all'art. 11, punti da 11.1. a 11.6, e cioè: 1) ricevuta attestante il deposito della cauzione o polizza fideiussoria o assicurativa; 2) dichiarazione di impegno di un fideiussore a rilasciare la garanzia fideiussoria per l'esecuzione del contratto, di cui all'art. 113 D.lgs 163/06, qualora il concorrente risultasse aggiudicatario;

- e. idonee dichiarazioni, rese in originale e su carta intestata, di almeno due istituti bancari o intermediari autorizzati ai sensi del D.lgs 1° settembre 1993 n. 385, attestanti la solidità economica e finanziaria dell'offerente in relazione agli impegni da assumere;
 - f. certificazione di qualità ISO 9001 2000, in originale o in copia conforme;
 - g. elenco dei servizi di cui all'art. 7, punto 7.8 del presente disciplinare;
 - h. elenco dei servizi e relativa certificazione indicata all'art. 7 punto 7.9 del presente disciplinare
- 13.2 In caso di raggruppamento, la documentazione di cui al punto 13.1, lettere a), b), c), e) e f) dovrà essere prodotta, a pena di esclusione, da ciascun componente il Raggruppamento. La documentazione di cui al punto 13.1 lettera d) dovrà essere prodotta, a pena di esclusione, dal capofila del Raggruppamento.
- 13.3 Nell'ipotesi di avalimento, di cui al precedente articolo 10, il soggetto offerente dovrà presentare ed inserire nella medesima busta, a pena di esclusione, tutte le dichiarazioni e la documentazione indicate all'articolo 49, comma 2, del D.lgs 163/06.
- 13.4 In caso di raggruppamento: l'Allegato 1B) al presente disciplinare.

ART. 14 - BUSTA "B - OFFERTA TECNICA"

- 14.1 La busta "B - Offerta tecnica" dovrà contenere, a pena di esclusione, l'offerta tecnica del concorrente, volta ad illustrare, mediante apposito documento ragionato, tutte le attività oggetto dell'appalto, al fine di massimizzare l'utilità complessiva delle stesse e assicurare l'efficacia delle singole azioni.
- 14.2 In particolare la busta B) dovrà contenere, a pena di esclusione, la documentazione di seguito specificata:
- 14.2.1. una relazione analitica e dettagliata, per un massimo di 40 cartelle in formato A4, di n. 50 righe, formato carattere 12 (30 cartelle per le attività di cui all'art. 2 lett. A) e 10 cartelle in formato A4 per le attività di cui all'art. 2 lett. B), del presente disciplinare), corredata da diagramma di Gantt che specifichi l'interdipendenza delle attività sottostanti e da un cronoprogramma di massima; la relazione dovrà evidenziare:
- per le attività di cui all'art.2 lett. A) le proposte relative a:

A.1 ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione (art. 4, par. A.1, del Capitolato):

1. strategia di comunicazione complessiva
2. almeno 3 proposte creative, alternative fra loro, volte a valorizzare, in modo armonioso e coerente, le peculiarità del territorio della Campania in termini di: accoglienza, ospitalità, qualità dell'offerta turistica;
3. piano di comunicazione;
4. realizzazione materiali di base;
5. adeguamento dello spot televisivo già prodotto dalla Regione;
6. proposte creative esecutive di allestimento degli info-point (almeno tre proposte di creatività alternative);
7. proposte e soluzioni innovative relativamente alle nuove formule di comunicazione/promozione televisiva e radiofonica;
8. proposte per la campagna di sensibilizzazione e informazione sul tema della "cultura dell'accoglienza";
9. proposte di green marketing e/o social marketing;
10. "Osservatorio della comunicazione turistica";

A.2 ideazione, realizzazione e gestione dei servizi di direct e trade marketing (art. 4, par. A.2, del Capitolato):

I) direct

- a) aggiornamento della banca dati dei turisti della Regione Campania;
- b) attività di diffusione e distribuzione del materiale editoriale e informativo;
- c) invio di newsletters volte alla fidelizzazione dei turisti;
- d) invio di comunicazioni brevi per i best clients;
- e) forme di promozione below the line;
- f) progetti di fidelizzazione che consentano di favorire la fruizione del prodotto "Campania";

II) trade

- a) aggiornamento della banca dati degli intermediari turistici della Regione Campania;

- b) fam trip;
- c) press tour;
- d) educational tour;
- e) attività di supporto alla partecipazione della Regione borse e fiere;
- f) workshop e/o altre modalità di aggregazione;

III) editoria

- a) aggiornamento dei dati e delle informazioni contenute nei prodotti editoriali già realizzati dalla Regione Campania, per turisti e intermediari turistici;
- b) realizzazione del materiale editoriale;
- c) proposta di creazione di un kit "Campania";
- d) progetto di diffusione del materiale editoriale;
- e) distribuzione del materiale editoriale;

IV) attività di supporto

- a) proposte di integrazione con i contenuti del portale del turismo;
- b) gestione del servizio Infoturismo Regione Campania;
- c) apertura di una sede operativa a Napoli;
- d) istituzione di un "ufficio relazioni esterne e marketing operativo";
- e) ampliamento banca immagini;
- f) proposte di partnership e co-marketing;
- g) sviluppo di una linea di prodotti e gadget per attività di merchandising;
- h) compatibilità multicanale delle informazioni;
- i) assistenza al Settore Sviluppo e Promozione Turismo;

- per le attività di cui all'art. 2 lett. B) le proposte relative a:

B.1 ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di azioni di direct e trade marketing (art.5, par. B.1, del Capitolato):

- a) strategia di comunicazione complessiva;
- b) almeno 3 proposte di creatività alternative volte a valorizzare, l'immagine del settore termale in armonia e coerenza con l'art. 4 del Capitolato;
- c) piano media above e below the line;
- d) materiale di base;
- e) proposte e soluzioni innovative relativamente alle nuove formule di comunicazione/promozione televisiva e radiofonica;
- f) proposta per l'integrazione, l'ampliamento e la diffusione della documentazione turistica dedicata al termalismo;
- g) proposta di un piano di diffusione e di distribuzione del materiale di comunicazione della filiera termale;
- h) proposta di azioni di direct e trade marketing finalizzate al supporto e alla promozione delle attività degli operatori termali;

B.2 ideazione, realizzazione e gestione di "eventi editoriali" (art.5, par. B.2, del Capitolato):

proposta relativa a:

- a) linea editoriale;
- b) composizione del comitato di redazione, con riferimento ai profili professionali individuati;
- c) criteri di scelta dei contenuti;
- d) stampa e pubblicazione;
- e) canali di diffusione;
- f) modalità di stoccaggio e di distribuzione del magazine.

B.3 ideazione, realizzazione e gestione del "club del benessere" (art.5, par. B.3, del Capitolato):

- a) Proposta inerente alla realizzazione e gestione del club

B.4 realizzazione di "promotional show" (art.5, par. B.4, del Capitolato):

- a. progettazione degli eventi promozionali e alla determinazione dei format del "Promotional show";
- b. proposte di località che ospiteranno gli show e alla predisposizione del calendario degli eventi;
- c. proposte di accordi di co-marketing con gli operatori dei centri commerciali;
- d. proposte di diffusione e distribuzione del materiale;

e. proposte relative alla realizzazione degli eventi.

B.5 quality brand "campania therme" (art.5, par. B.5, del Capitolato):

- a. modalità di studio del settore;
- b. modalità di individuazione degli standard qualitativi;
- c. possibili ipotesi di gestione del sistema dei soggetti che faranno parte del "circuito" "Campania Terme" e delle possibili future implementazioni;
- d. proposte per il disciplinare di qualità del sistema termale campano;
- e. proposte di diffusione e condivisione dei contenuti;
- f. almeno tre proposte di marchio "Campania therme";
- g. proposte di promozione e diffusione del marchio

Tale relazione dovrà essere formulata in modo da consentire la valutazione dell'offerta tecnica secondo i criteri di aggiudicazione di cui al successivo art. 16.

14.2.2. gli elaborati grafici volti a illustrare nel complesso le soluzioni creative proposte (es. story board dell'annuncio radiofonico; lay out delle inserzioni stampa; bozza del contenuto per le diffusioni via internet; lay-out dei manifesti per affissione, ecc.);

14.2.3 indicazioni circa le modalità organizzative del servizio e della struttura operativa dedicata, con specifico riferimento all'attribuzione delle funzioni e dei compiti delle risorse umane, professionali;

14.3 L'offerta tecnica dovrà, a pena di esclusione, essere sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto offerente, ovvero, in caso di raggruppamento, del legale rappresentante di ciascun componente il raggruppamento.

14.4 I soggetti raggruppati o consorziati dovranno specificare le parti del servizio che saranno eseguite da ciascuna impresa.

14.5 Tutta la documentazione dovrà essere prodotta anche in formato elettronico, su supporto digitale (CD - DVD).

ART. 15 - BUSTA "C - OFFERTA ECONOMICA"

15.1 La busta "C - Offerta economica", dovrà contenere, a pena di esclusione, l'offerta economica a corpo sull'importo complessivo posto a base d'asta, IVA esclusa, indicata in lettere ed in cifre e corredata dalla percentuale di ribasso. L'offerta economica dovrà contenere le singole voci di prezzo delle attività da realizzare.

15.2 Non saranno ammesse offerte in aumento, condizionate, frazionate, ovvero espresse in modo indeterminato; in caso di discordanza tra l'offerta indicata in cifre e quella in lettere si darà preferenza all'indicazione in lettere.

15.3 L'offerta dovrà, a pena di esclusione, essere sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto offerente, ovvero, in caso di raggruppamento, del legale rappresentante di ciascun componente il raggruppamento.

15.4 Si precisa che il ribasso percentuale deve limitarsi ai centesimi e che non si terrà conto di eventuali cifre millesimali.

15.5 Ai fini della verifica di eventuali anomalie dell'offerta, ai sensi dell'art. 86 del D.Lgs 163/06, si richiede la presentazione, nella busta contenente l'offerta economica, delle giustificazioni di cui all'art. 87, comma 2, del citato decreto legislativo, relative alle voci di prezzo che concorrono a formare l'importo complessivo posto a base di gara.

Art. 16 - CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

16.1 L'aggiudicazione avverrà in favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 83 del D.lgs 12 aprile 2006 n. 163, con l'attribuzione dei seguenti punteggi:

Offerta tecnica	max punti 70/100
Offerta economica	max punti 30/100
TOTALE	max punti 100/100

16.2 L'attribuzione dei punteggi sarà effettuata mediante l'applicazione dei criteri di valutazione di seguito indicati:

A) OFFERTA TECNICA:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualità ed efficacia della strategia, in termini di metodologia ed articolazione del progetto complessivo: <ul style="list-style-type: none"> a) coerenza tra la strategia complessiva e gli obiettivi da perseguire (max 7); b) coerenza tra la strategia complessiva e le singole attività (max 7); c) organicità della proposta (max 3); d) innovatività delle azioni caratterizzanti l'offerta (max 3) 	Max 20
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualità e creatività della campagna di comunicazione: <ul style="list-style-type: none"> a) per la promozione del prodotto turistico "Campania": <ul style="list-style-type: none"> 1) originalità ed efficacia della proposta (max 12); 2) coerenza tra le soluzioni proposte e gli obiettivi indicati nel capitolato speciale di appalto (max 4); 3) coerenza interna tra il piano strategico e le singole attività proposte (max 4); <p style="text-align: center;"><i>per un totale = max 20</i></p> b) per la promozione della filiera termale: <ul style="list-style-type: none"> 4) originalità ed efficacia della proposta, anche in considerazione della coerenza strategica con la campagna di comunicazione del prodotto turistico "Campania"; <p style="text-align: center;"><i>per un totale = max 5</i></p> 	Max 25
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania": <ul style="list-style-type: none"> 1) metodologia e articolazione delle attività proposte (max 7) 2) integrazione delle singole attività con il piano strategico complessivo (max 3) <p style="text-align: center;"><i>per un totale = max 10</i></p> • Qualità, metodologia ed efficacia dei servizi di direct e trade marketing, degli eventi editoriali, delle attività relative al club del benessere, dei promotional show e del quality brand per la promozione della filiera termale <p style="text-align: center;"><i>per un totale = max 5</i></p> 	Max 15
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organizzazione dei servizi di supporto 	Max 5
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modalità organizzative del servizio e della struttura operativa dedicata, con specifico riferimento all'attribuzione delle funzioni e dei compiti delle risorse umane e professionali 	Max 5
B. OFFERTA ECONOMICA sulla base della seguente formula: $P \text{ minima} / P_x * 30$, dove P minima è l'offerta economica per l'importo più basso e P_x è l'offerta in esame	Max 30
TOTALE	MAX 100

16.3 Il punteggio finale complessivo sarà definito dalla somma dei punteggi di valutazione tecnica e di valutazione economica. Ai fini dell'attribuzione e del calcolo dei punteggi, eventuali valori non interi verranno approssimati fino alla seconda cifra decimale. Nel caso di offerte pari classificate prime in graduatoria si procederà all'aggiudicazione a favore dell'offerta con maggiore punteggio di valutazione

tecnica. Nel caso di ulteriore parità si procederà all'aggiudicazione con il sistema del sorteggio alla presenza di testimoni.

- 16.4 La stazione appaltante si riserva di effettuare una valutazione di congruità e di non anomalia delle offerte secondo le modalità di cui all'art. 86 D.Lgs 163/06.

Art. 17 - MODALITA' DI ESPLETAMENTO DELLA GARA

La procedura di gara avrà inizio il **giorno 01 febbraio 2007 alle ore 12** presso gli uffici della Regione Campania, Settore Sviluppo e Promozione Turismo, Centro Direzionale isola C/5, VII piano - 80143 - Napoli.

- 17.1 La Commissione, nominata ai sensi dell'art. 84 D.Lgs 163/06 con atto monocratico del Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione del Turismo, verificata l'integrità dei plichi pervenuti, procederà, in seduta pubblica, all'apertura e all'esame del contenuto della **BUSTA "A - DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA"**, al fine di verificare la sussistenza dei requisiti di ammissione alla gara.
- 17.2 La Commissione, prima di procedere all'apertura delle buste delle offerte presentate, richiederà ad un numero di offerenti non inferiore al 10% delle offerte presentate, arrotondato all'unità superiore, scelti con sorteggio pubblico, di comprovare, entro dieci giorni dalla data della richiesta medesima, il possesso dei requisiti di cui all'art. 7, punti da 7.7 a 7.9, del presente disciplinare, presentando la relativa documentazione.
- 17.3 Quando tale prova non sia fornita, ovvero non confermi le dichiarazioni contenute nella domanda di partecipazione o nell'offerta, le stazioni appaltanti procedono all'esclusione del concorrente dalla gara, all'escussione della garanzia provvisoria e alla segnalazione del fatto all'Autorità per i provvedimenti di cui all'articolo 6 comma 11 del D.Lgs 163/06.
- 17.4 La stessa Commissione, in una o più sedute riservate, procederà poi all'apertura delle buste **"B - OFFERTA TECNICA"** e, previa analisi delle offerte stesse, assegnerà i relativi punteggi riportati da ciascun concorrente.
- 17.5 In seguito la Commissione, in seduta pubblica, la cui convocazione dovrà essere tempestivamente comunicata ai concorrenti ammessi, darà comunicazione dei punteggi riportati da ciascun concorrente a seguito della valutazione delle offerte tecniche e procederà all'apertura della **BUSTA "C - OFFERTA ECONOMICA"** attribuendo a ciascun concorrente il relativo punteggio.
- 17.6 L'appalto sarà aggiudicato all'offerente che avrà ottenuto, sommando i punteggi dell'offerta tecnica ed economica, il punteggio complessivo più elevato.
- 17.7 Alle sedute pubbliche potrà presenziare il legale rappresentante del soggetto offerente, ovvero un suo rappresentante munito di delega scritta, di fotocopia del documento di riconoscimento del delegante e di idoneo documento di riconoscimento.
- 17.8 L'ora ed il giorno in cui si terranno le sedute pubbliche saranno comunicati, esclusivamente, mediante nota fax ai concorrenti.
- 17.9 La stazione appaltante si riserva il diritto di non procedere all'aggiudicazione nel caso in cui nessuna offerta presentata venga ritenuta idonea nonché di sospendere, reindire e/o non aggiudicare la gara motivatamente. L'aggiudicatario e il concorrente che segue in graduatoria dovranno comprovare, entro dieci giorni dalla richiesta della stazione appaltante, l'effettivo possesso dei requisiti dichiarati in sede di gara; qualora tale verifica dia esito negativo, l'amministrazione procederà alla revoca dell'aggiudicazione, all'escussione della cauzione provvisoria, alla segnalazione del fatto all'Autorità per la Vigilanza, alla denuncia all'Autorità giudiziaria, riservandosi di agire per il risarcimento dell'eventuale maggior danno. In tal caso l'amministrazione si riserva di aggiudicare al concorrente che segue in graduatoria.

ART. 18 - MODALITÀ DI FINANZIAMENTO E DI PAGAMENTO

- 18.1 Il servizio è finanziato a valere sulle risorse della misura 4.7 del P.O.R. Campania 2000-2006. Le modalità di pagamento sono indicate nel capitolato speciale d'appalto.

ART. 19 - AVVIO DEL SERVIZIO IN PENDENZA DELLA STIPULAZIONE DEL CONTRATTO

- 19.1 La Stazione Appaltante si riserva la facoltà di ordinare l'avvio del servizio in pendenza della stipulazione del contratto, per motivate ragioni di particolare urgenza.
- 19.2 In tal caso, nell'ipotesi in cui l'aggiudicatario sia successivamente dichiarato decaduto ovvero per qualunque motivo non sia stato possibile pervenire alla stipula del contratto, l'Amministrazione provvederà a pagare esclusivamente la parte di corrispettivo relativo all'effettivo servizio eseguito.

ART. 20 - PRIVACY

- 20.1 La Regione Campania tratterà le informazioni relative alla presente gara unicamente al fine di gestire il rapporto contrattuale, strumentale al perseguimento delle proprie finalità istituzionali, riconosciute dallo Statuto Regionale e dalla Legge Regionale 11/91 e successive integrazioni e modifiche.

- 20.2 La conoscenza di tali informazioni è necessaria per gestire contratti, ordini, arrivi e spedizioni, fatture, nonché per adempiere ai connessi obblighi derivanti da leggi e regolamenti civilistici e fiscali.
- 20.3 Per il perseguimento delle predette finalità la Regione Campania raccoglie i dati personali dei partecipanti in archivi informatici e cartacei e li elabora con le modalità strettamente necessarie alle indicate finalità.
I predetti dati non saranno diffusi né saranno trasferiti all'estero.
- 20.4 Tutte le informazioni suddette potranno essere utilizzate da dipendenti della Regione Campania, che ricoprono la qualifica di Responsabili o di Incaricati del trattamento, per il compimento delle operazioni connesse alle finalità del trattamento.
- 20.5 La Regione Campania potrà inoltre comunicare alcuni dei dati in suo possesso a Pubbliche Autorità e all'Amministrazione finanziaria, per l'adempimento degli obblighi di legge. Tali Enti agiranno in qualità di distinti "Titolari" delle operazioni di trattamento.
- 20.6 L'art. 7 del D.Lgs 196/03 riconosce al titolare dei dati l'esercizio di alcuni diritti, tra cui:
1. il diritto di ottenere dalla Regione Campania la conferma dell'esistenza dei Suoi dati personali e la loro comunicazione in forma intelligibile;
 2. il diritto di avere conoscenza dell'origine dei dati, delle finalità e modalità su cui si basa il trattamento, nonché della logica applicata;
 3. il diritto di ottenere l'indicazione degli estremi identificativi del Titolare e dei Responsabili;
 4. il diritto di avere conoscenza dei soggetti ai quali i dati possono essere comunicati;
 5. il diritto di ottenere la cancellazione, la trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione di legge;
 6. il diritto di ottenere l'aggiornamento, la rettifica o, se vi è interesse, l'integrazione dei dati;
 7. il diritto di opporsi, per motivi legittimi, al trattamento.

Titolare del trattamento è la Regione Campania - Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario" - Settore Sviluppo e Promozione Turismo - Centro Direzionale isola C/5, V piano 80143- Napoli.

Per l'esercizio dei diritti previsti dall'art. 7 del D.Lgs 196/03 potrà rivolgersi in ogni momento al Titolare per avere piena chiarezza sulle operazioni effettuate sui dati riferiti.

ART. 21 - INFORMAZIONI COMPLEMENTARI

- 21.1 Il bando, il disciplinare di gara, il capitolato speciale di appalto e tutti i relativi allegati costituiscono, nel loro complesso, *lex specialis* della presente procedura di gara.
- 21.2 Con la partecipazione alla gara il concorrente si dichiara a conoscenza e accetta in modo pieno ed incondizionato tutto quanto indicato nel bando di gara, nel disciplinare di gara, nel capitolato speciale d'appalto ed in tutti i relativi allegati.
- 21.3 Si precisa inoltre che:
- 21.3.1 in ordine alla veridicità delle dichiarazioni dei concorrenti non aggiudicatari, la stazione appaltante può procedere a verifiche a campione ai sensi dell'art. 71 comma 1 del D.P.R. 445/00;
- 21.3.2 le dichiarazioni sostitutive rese dai concorrenti hanno valore di piena assunzione di responsabilità da parte dei dichiaranti e pertanto sono sottoposte al disposto di cui all'art. 76 del D.P.R. 445/00;
- 21.3.3 la falsa dichiarazione costituisce causa di esclusione dalla partecipazione a successive gare per ogni tipo di appalto;
- 21.3.4 per le dichiarazioni e documenti presentati da eventuali concorrenti stranieri, si osservano le disposizioni e le forme previste dall'art. 39 del D.Lgs 163/06.

ART. 22 - ALTRE INFORMAZIONI

- 22.1 La Regione si riserva:
- f. di aggiudicare la gara anche in presenza di una sola offerta valida;
 - g. di esercitare la facoltà di cui all'art. 57, comma 5, lettera b), D.Lgs 163/06;
 - h. di ricorrere alla procedura di cui all'art. 140 D.Lgs 163/06 in caso di fallimento dell'appaltatore e di risoluzione del contratto per grave inadempimento del medesimo.
- 22.2 La Regione senza incorrere in alcuna responsabilità nei confronti degli offerenti si riserva in ogni momento, a suo insindacabile giudizio, la facoltà di interrompere, temporaneamente o definitivamente, la procedura di gara.
- 22.3 Né l'approvazione della graduatoria, né l'aggiudicazione provvisoria e/o definitiva costituiranno per la stazione appaltante obbligo a stipulare il contratto di appalto. Il soggetto aggiudicatario non potrà far valere, in tale caso, alcuna forma di responsabilità, neanche di natura precontrattuale.

ART. 23 - TERMINE ENTRO IL QUALE CHIEDERE CHIARIMENTI

- 23.1 I concorrenti potranno chiedere chiarimenti in ordine alla presente gara fino a 6 giorni prima della scadenza del termine di ricezione delle domande di partecipazione di cui al precedente art. 10.

ART. 24 - ALLEGATI

- 24.1 Sono allegati al presente disciplinare, costituendone parte integrante e sostanziale:
- a) il Modulo Unico di partecipazione alla *"Procedura ristretta, ai sensi del D.Lgs 12 aprile 2006 n. 163 e ss.mm.ii., per l'affidamento della ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale"* (allegato 1);
 - b) l'allegato 1B);
 - c) il Capitolato Speciale d'Appalto (allegato 2);

Viene messa a disposizione dei concorrenti sul sito internet: www.regione.campania.it e presso il responsabile del procedimento di cui all'art. 1.V:

1. tutta la documentazione indicata al presente articolo 24 sub lett. a), b), c);
2. il bando di gara;
3. la Scheda del progetto S018 REG REG inerente l'intervento "campagna di comunicazione e di azioni di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale";
4. le "Linee guida e strumenti per comunicare il P.O.R. Campania 2000-2006";
5. le "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania",
6. il Protocollo di legalità siglato tra la Regione Campania e il Prefetto di Napoli in data 20/01/2005.



Unione Europea

Gara con procedura aperta per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, ai sensi dell'art. 55 del D.Lgs. 163/06 e s.m.i. Importo a base d'appalto: Euro 17.680.000,00 (diciassettemilioniseicentottantamila/00) al netto d'IVA.

ALLEGATO 1A - MODULO UNICO

DOMANDA DI PARTECIPAZIONE CONTENENTE DICHIARAZIONI RILASCIATE ANCHE AI SENSI DEGLI ARTT. 46 E 47 DEL D.P.R. 445/2000.

Le dichiarazioni che seguono devono essere rese dal concorrente secondo le indicazioni contenute nel Bando di gara, nel Disciplinare di gara, nel Capitolato speciale d'appalto e relativi allegati.

In caso di raggruppamento le dichiarazioni contenute nel Modulo Unico dovranno essere rese da ciascun componente il raggruppamento.

Si rammenta che la falsa dichiarazione:

- a) comporta le conseguenze, responsabilità e sanzioni di cui agli artt. 75 e 76 D.P.R. n. 445/2000;*
- b) costituisce causa d'esclusione dalla partecipazione a gare per ogni tipo di appalto.*

Spett.le
REGIONE CAMPANIA
Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"
"Settore Sviluppo e Promozione Turismo"
Centro Direzionale isola C/5, V piano
80143 - Napoli - Italia

Domanda di partecipazione alla procedura aperta per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale

Il sottoscritto _____, nato a _____ il _____, domiciliato per la carica presso la sede legale sotto indicata, nella sua qualità di _____ e legale rappresentante della _____, con sede in _____, Via _____, codice fiscale n. _____ e partita IVA n. _____ (in promessa di R.T.I., Consorzio o GEIE _____ [indicare forma giuridica del gruppo] con le Imprese _____, all'interno del quale la _____ verrà nominata Impresa capogruppo), di seguito denominata "Impresa",

ai sensi e per gli effetti dell'art. 76 D.P.R. n. 445/2000 e ss.mm.ii., consapevole della responsabilità e delle conseguenze civili e penali previste in caso di dichiarazioni mendaci e/o formazione od uso di atti falsi, nonché in caso di esibizione di atti contenenti dati non più corrispondenti a verità e consapevole, altresì, che qualora emerga la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione la scrivente Impresa decadrà dai benefici per i quali la stessa è rilasciata, ai fini della partecipazione al "Gara con procedura aperta per....." di cui al Bando pubblicato su _____ in data _____.

DICHIARA

- 1) di aver preso piena conoscenza del bando di gara, del capitolato speciale d'appalto e dei relativi allegati e, in particolare, delle condizioni di partecipazione alla procedura di selezione e di accettarle in modo pieno ed incondizionato;
- 2) che questa Impresa è iscritta dal _____ al Registro delle Imprese di _____, al numero _____, tenuto dalla C.C.I.A.A. di _____, con sede in _____ Via _____, n. _____, CAP _____, costituita con atto del _____, capitale sociale deliberato € _____, capitale sociale sottoscritto € _____, capitale sociale versato € _____, termine di durata della società _____, data di avvio dell'attività _____; che ha ad oggetto sociale _____; che l'amministrazione è affidata a: (*Amministratore Unico, o Consiglio di Amministrazione composto da n. _____ membri*) _____, i cui titolari o membri sono: nome _____, cognome _____, nato a _____, il _____, codice fiscale _____, residente in _____, carica (*Amministratore Unico, Presidente del Consiglio di Amministrazione, Amministratore Delegato*) _____, nominato il _____ fino al _____, con i seguenti poteri associati _____ alla _____ carica: _____;
- nome _____, cognome _____, nato a _____, il _____, codice fiscale _____, residente in _____, carica (*Presidente del Consiglio di Amministrazione, Amministratore Delegato*) _____, nominato il _____ fino al _____, con i seguenti poteri associati _____ alla _____ carica: _____; nome _____, cognome _____, nato a _____, il _____, codice fiscale _____, residente in _____, carica (*Consigliere*) _____, nominato il _____ fino al _____, con i seguenti poteri associati alla carica: _____; che la/e sede/i secondaria/e e unità locali è/sono: _____;
- 3) di non trovarsi in alcuna delle situazioni di esclusione dalla partecipazione alla gara di cui all'art. 38 del D.Lgs. n. 163/06 e s.m.i., in particolare:
- a) che l'impresa non si trova in stato di fallimento, di liquidazione coatta, di concordato preventivo ovvero che non sono in corso procedimenti nei confronti della stessa per la dichiarazione di una di tali situazioni;
 - b) che nei confronti dei soggetti di cui alla **nota (1)** non è pendente alcun procedimento per l'applicazione di una delle misure di prevenzione di cui all'art. 3 della L. 27.12.1956, n. 1423 o di una delle cause ostative di cui all'art. 10 L. 575/1965
 - c) che nei confronti dei soggetti di cui alla **nota (2)** non è stata pronunciata sentenza di condanna passata in giudicato, o emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'art. 444 c.p.p., per reati gravi in danno dello Stato o della comunità che incidano sulla moralità professionale; né è stata emessa sentenza di condanna, con sentenza passata in giudicato, per uno o più reati di partecipazione a un'organizzazione criminale, corruzione, frode, riciclaggio, quali definiti dagli atti comunitari citati all'art. 45 paragrafo I direttiva CE/2004/18;
 - d) che l'impresa non ha violato il divieto di intestazione fiduciaria posto dall'art. 17 della legge 19 marzo 1990, n. 55;
 - e) che l'impresa non ha commesso gravi infrazioni debitamente accertate alle norme in materia di sicurezza e a ogni altro obbligo derivante dai rapporti di lavoro, risultanti dai dati in possesso dell'Osservatorio;
 - f) che il concorrente non ha commesso, secondo motivata valutazione della stazione appaltante, grave negligenza o malafede nell'esecuzione delle prestazioni affidate, né errore grave nell'esercizio della propria attività professionale accertato con qualsiasi mezzo di prova da parte della stessa stazione appaltante;
 - g) che il concorrente non ha commesso violazioni, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse, secondo la legislazione italiana o quella dello stato in cui sono stabiliti;
 - h) che nell'anno antecedente alla data di pubblicazione del bando il concorrente non ha reso false dichiarazioni in merito ai requisiti ed alle condizioni rilevanti per la partecipazione alle procedure di gara, risultanti dai dati in possesso dell'Osservatorio;
 - i) che il concorrente non ha commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, alle norme in materia di contributi previdenziali ed assistenziali, secondo la legislazione vigente;
 - j) che il concorrente è in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili di cui all'art. 17 della legge 12 marzo 1999 n. 68;

- k) che nei confronti del concorrente non è stata applicata la sanzione interdittiva di cui all'art. 9, comma 2, lettera c), del decreto legislativo dell'8 giugno 2001, n. 231 o altra sanzione che comporti il divieto di contrarre con la pubblica amministrazione;
- 4) che l'impresa non si è avvalsa dei piani di emersioni di cui alla Legge 18 ottobre 2001, n.383 e s.m.i., ovvero che si è avvalsa dei piani individuali di emersione di cui alla predetta Legge, ma che il periodo di emersione si è concluso;
 - 5) che l'impresa non si trova con altri soggetti partecipanti alla presente gara in una situazione di controllo di cui all'art. 2359 c.c.. ovvero che non sussista la imputabilità della propria offerta ad unico centro decisionale;
 - 6) che l'impresa è in possesso di idonee dichiarazioni di almeno due istituti bancari o intermediari autorizzati ai sensi del D.lgs. 1° settembre 1993, n. 385, che allega al presente modulo unico, attestanti la propria solidità economica e finanziaria in relazione agli impegni da assumere;
 - 7) che l'impresa è in possesso della certificazione di qualità ISO 9001 2000, che allega al presente modulo;
 - 8) che l'impresa ha realizzato, nel triennio antecedente alla pubblicazione del bando (2003-2004-2005) un fatturato globale pari ad euro.....;
 - 9) che l'impresa ha realizzato un fatturato specifico nel triennio anteriore alla pubblicazione del bando (2003-2004-2005) per prestazioni analoghe a quelle oggetto della presente gara per un importo complessivo pari ad euro....., così come desumibile dall'elenco dei servizi prestati, allegato al presente modulo unico, che specifica gli importi, le date e i destinatari, pubblici o privati, dei servizi stessi;
 - 10) che l'impresa ha realizzato, nel triennio anteriore alla pubblicazione del bando (2003-2004-2005), almeno n. 5 servizi di comunicazione, pubblicità, direct e trade marketing a livello nazionale, europeo e/o internazionale, nonché un servizio avente ad oggetto la promozione del territorio di importo non inferiore ad €. 2.500.000,00, come si evince dall'elenco analitico allegato al presente modulo contenente l'indicazione degli importi, delle date e dei destinatari, pubblici o privati, dei servizi stessi, provati secondo le modalità di cui all'art. 42 d.lgs. 163/06 (e cioè allegando al Modulo Unico: in caso di servizi prestati a favore di amministrazioni o enti pubblici, i certificati rilasciati e visti dalle amministrazioni o dagli enti medesimi; in caso di servizi prestati a privati, le dichiarazioni del committente attestante l'effettuazione effettiva della prestazione o, in mancanza analoga dichiarazione resa dallo stesso concorrente) - in caso di Raggruppamento, la dichiarazione di cui al presente punto dovrà essere resa e sottoscritta da tutti i componenti così come da modello ALLEGATO 1B e corredata da un unico elenco ugualmente sottoscritto da tutti i componenti il medesimo Raggruppamento;
 - 11) che l'impresa si impegna a rispettare le previsioni di cui al Protocollo di legalità siglato tra la Regione Campania e il Prefetto di Napoli in data 20/01/2005;
 - 12) (nel caso di costituendi raggruppamenti temporanei di imprese) di impegnarsi a costituirsi in associazione temporanea con le seguenti imprese _____, indicando la società _____ quale capogruppo e di conformarsi alla disciplina di cui all'art. 37 del D.Lgs. n. 163/06;
 - 13) (per le sole imprese appartenenti a consorzi) di possedere la qualifica di socio e che le ditte consorziate _____ sono _____ (e per i consorzi di cui all'articolo 34, comma 1, lettere b) e c)) che concorre per i seguenti consorziati _____;
 - 14) di accettare di non avere nulla a pretendere dalla Stazione Appaltante in caso di sospensione e/o annullamento della procedura di gara, in caso di mancato affidamento per ragioni di pubblico interesse o in caso di circostanze sopravvenute e/o per decisione discrezionale ed insindacabile della medesima;
 - 15) che, per la ricezione di ogni eventuale comunicazione inerente la gara in oggetto e/o di richieste di chiarimento e/o integrazione della documentazione presentata, si elegge domicilio in (città e CAP) _____ Via _____, n. _____, tel. _____, fax _____; e-mail _____; nominativo di riferimento (*cognome, nome e qualifica*) _____;
 - 16) di essere informata, ai sensi e per gli effetti dell'art. 13 del D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa;
 - 17) di essere consapevole che, qualora fosse accertata la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione questa Impresa verrà esclusa dalla gara, o, se risultata aggiudicataria, decadrà dalla aggiudicazione medesima, la quale verrà annullata e/o revocata e la Stazione appaltante procederà all'escussione della garanzia a corredo dell'offerta .

Tutto quanto sopra premesso, il sottoscritto, nella sua qualità di _____ e legale rappresentante dell'impresa _____,

CHIEDE

di partecipare alla gara con procedura aperta per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, ai sensi dell'art. 55 del D.Lgs. 163/06 e s.m.i.

Importo a base d'asta: Euro 17.680.000,00 (diciassettemilioneisecentottantamila/00) al netto d'IVA di cui al Bando pubblicato su ____ in data ____

____, li _____

Firma¹

Nota 1: L'assenza dei procedimenti previsti dalla dichiarazione lett.b) deve riguardare i seguenti soggetti:

- € il titolare o il direttore tecnico, se si tratta di imprese individuali;
- € il socio o il direttore tecnico, se si tratta di società in nome collettivo;
- € i soci accomandatari o il direttore tecnico se si tratta di società in accomandita semplice;
- € gli amministratori muniti di potere di rappresentanza o il direttore tecnico, se si tratta di altro tipo di società

Nota 2: L'assenza delle situazioni previste dalla dichiarazione lett. c) deve riguardare i seguenti soggetti:

- € il titolare ed il direttore tecnico, se si tratta di impresa individuale;
- € il socio e il direttore tecnico se ritratta di società in nome collettivo;
- € i soci accomandatari o il direttore tecnico, se si tratta di società in accomandita semplice;
- € gli amministratori muniti di potere di rappresentanza ed il direttore tecnico, se si tratta di altro tipo di società o consorzio;
- € tutti i soggetti cessati dalle cariche suddette nel triennio antecedente la data di pubblicazione del bando, salvo l'impresa non dimostri di avere adottato atti o misure di completa dissociazione dalla condotta penalmente sanzionata; salvo non ricorrano le ipotesi di cui all'art. 178 c.p. e all'art. 445 comma 2 c.p.p.

¹ Allegare copia di un documento di identità del soggetto sottoscrittore in corso di validità.

La presente dichiarazione va resa:

- dal titolare, per le imprese individuali;
- dall'amministratore o da chi rappresenta la società, ovvero da chi ha il potere di impegnare la medesima, a presentare l'istanza, formulare offerta, etc.



Unione Europea

Gara con procedura aperta per l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, ai sensi dell'art. 55 del D.Lgs. 163/06 e s.m.i..
Importo a base d'appalto: Euro 17.680.000,00 (diciassettemilioniseicentottantamila/00) al netto d'IVA.

ALLEGATO 1B

DICHIARAZIONE DI CUI AL PUNTO 10 DEL MODULO UNICO ALLEGATO 1° RILASCIATA ANCHE AI SENSI DEGLI ARTT. 46 E 47 DEL D.P.R. 445/2000.

Spett.le
REGIONE CAMPANIA
Area Generale di Coordinamento "Sviluppo Attività del Settore Terziario"
"Settore Sviluppo e Promozione Turismo"
Centro Direzionale isola C/5, V piano
80143 - Napoli - Italia

Il sottoscritto _____, nato a _____ il _____, domiciliato per la carica presso la sede legale sotto indicata, nella sua qualità di _____ e legale rappresentante della _____, con sede in _____, Via _____, codice fiscale n. _____ e partita IVA n. _____ (in promessa di R.T.I., Consorzio o GEIE _____ [indicare forma giuridica del gruppo], in qualità di mandataria del costituendo raggruppamento,

Il sottoscritto _____, nato a _____ il _____, domiciliato per la carica presso la sede legale sotto indicata, nella sua qualità di _____ e legale rappresentante della _____, con sede in _____, Via _____, codice fiscale n. _____ e partita IVA n. _____ (in promessa di R.T.I., Consorzio o GEIE _____ [indicare forma giuridica del gruppo] con le Imprese _____, in qualità di mandante del costituendo raggruppamento

Il sottoscritto _____, nato a _____ il _____, domiciliato per la carica presso la sede legale sotto indicata, nella sua qualità di _____ e legale rappresentante della _____, con sede in _____, Via _____, codice fiscale n. _____ e partita IVA n. _____ (in promessa di R.T.I., Consorzio o GEIE _____ [indicare forma giuridica del gruppo] con le Imprese _____, in qualità di mandante del costituendo raggruppamento

ai sensi e per gli effetti dell'art. 76 D.P.R. n. 445/2000 e ss.mm.ii., consapevole della responsabilità e delle conseguenze civili e penali previste in caso di dichiarazioni mendaci e/o formazione od uso di atti falsi, nonché in caso di esibizione di atti contenenti dati non più corrispondenti a verità e consapevole, altresì, che qualora emerga la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione la scrivente Impresa decadrà dai benefici per i quali la stessa è rilasciata, ai fini della partecipazione al "Gara con procedura aperta per... l'affidamento della ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico "Campania" e della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, ai sensi dell'art. 55 del D.Lgs. 163/06 e s.m.i., di cui al Bando pubblicato su _____ in data _____.

DICHIARANO

che hanno realizzato nel triennio anteriore alla pubblicazione del bando (2003-2004-2005) almeno n. 5 servizi di comunicazione, pubblicità, direct e trade marketing a livello nazionale, europeo e/o internazionale, nonché un servizio avente ad oggetto la promozione del territorio di importo non inferiore ad €. 2.500.000,00, come si evince dall'elenco analitico dei servizi, allegato alla presente dichiarazione, che specifica gli importi, le date e i destinatari, pubblici o privati, dei servizi stessi. Tali servizi sono provati secondo le modalità di cui all'art. 42 d.lgs. 163/06 (e cioè allegando: in caso di servizi prestati a favore di amministrazioni o enti pubblici, i certificati rilasciati e vistati dalle amministrazioni o dagli enti medesimi; in caso di servizi prestati a privati, le dichiarazioni attestanti l'effettuazione effettiva della prestazione resa dai committenti privati o, in mancanza, dallo stesso concorrente)

_____, li _____

Firma²

² La firma va apposta dai legali rappresentanti di tutti i soggetti componenti il raggruppamento. Va allegata copia di un documento di identità dei soggetti sottoscrittori in corso di validità.