



Unione Europea / Regione Marche
PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020
FONDO EUROPEO AGRICOLA PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



CAPITOLATO

ALLEGATO D

PROCEDURA NEGOZIATA PER L' **AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI "REDAZIONE DEL PIANO DI MARKETING TURISTICO INTEGRATO E DI PROMOZIONE TERRITORIALE" – MISURA 19.2.20 - DI CUI AL "SOSTEGNO ALLO SVILUPPO LOCALE LEADER" PSL PICENO 2014-2020.**

CODICE CUP H22E20000450009

CUI 830014501820210001

CIG 89119272D0

ART 1) FINALITA'

L'ascolto del territorio che il GAL sta effettuando da diversi anni, ha ripetutamente confermato una criticità piuttosto consolidata e particolarmente sentita nel settore dello sviluppo turistico, ossia la mancanza di una governance e di una regia generale per gli interventi da realizzare nel settore della promozione territoriale.

Gli effetti di questa assenza sono evidenti sia a livello strategico (visione condivisa del territorio e delle sue potenzialità/criticità, individuazione dei mercati e segmenti obiettivo, scelta delle linee di intervento prioritario) sia a livello operativo (circolazione delle informazioni, coordinamento degli eventi e delle azioni di promo-commercializzazione).

E' chiara la necessità di individuare strumenti in grado di gestire e mettere a sistema le varie componenti dell'offerta locale (ambiente, paesaggio, cultura, qualità ed eccellenze enogastronomiche) che caratterizzano il territorio di riferimento del Gal Piceno e, nel contempo, lavorare all'integrazione interna delle sue componenti e dei suoi operatori.

Occorre infatti un grande lavoro di coordinamento per migliorare la fruibilità complessiva rispetto ai target di riferimento e per sviluppare i servizi di supporto necessari a conseguire il posizionamento atteso nel mercato di riferimento, evidenziando una "distintività" rispetto alle altre destinazioni italiane.

Nello specifico si tratta di introdurre un sistema di progettazione innovativo dell'offerta turistica locale, partendo dall'identificazione delle risorse turistiche che presentano caratteri di unicità, attrattività e non replicabilità, con individuazione di un'identità territoriale (logo turistico - marchio d'area) per arrivare a formulare sistemi di offerta di tipo esperienziale, coerenti con le tendenze della domanda più all'avanguardia e in grado di generare un posizionamento sostenibile e distintivo sui mercati internazionali.

Il GAL Piceno intende mettere in atto una strategia di *destination management* tramite la quale sia possibile definire, promuovere e commercializzare i prodotti turistici espressi dal territorio nell'ambito di flussi equilibrati, sostenibili e coerenti con le varie tipologie di offerta degli attori coinvolti.

Le finalità risultano strettamente connesso agli altri interventi del PSL del GAL Piceno attuati nelle precedenti programmazioni (2007/2013 Misura 7 e le Misure attivate singolarmente oppure in PIL nella programmazione 2014/2020) e dalla programmazione delle Aree Interne.

Ben 17 comuni dell'area Gal infatti, risultano compresi nell'ambito di azione della strategia Nazionale Aree Interne, i cui studi preparatori hanno evidenziato anch'essi la presenza di flussi turistici non organizzati che invece potrebbero essere utilmente ricondotti a 3/5 macro prodotti.

Gli eventi sismici del 2016 hanno reso ancora più necessaria la strutturazione e la costruzione di una governance turistica e l'individuazione di una CABINA DI REGIA per coordinare gli interventi nell'area colpita.

ART 2) DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

L'affidamento ha ad oggetto il servizio per la realizzazione delle azioni previste dalla scheda di misura 19.2.20 del PSL PICENO 2014/2020 PSR REGIONE MARCHE (Piano di Marketing e Brand, Piano di Comunicazione, e Monitoraggio), volto alla valorizzazione, organizzazione e promozione delle risorse dell'area Gal Piceno in chiave turistica e al rafforzamento della governance turistica locale ed alla creazione di una "cabina di regia unica" cui parteciperanno sia soggetti pubblici che privati che operano nelle varie filiere del turismo e che intervengono nella promozione dei prodotti turistici che verranno individuati,

- ❖ **FASE A: ANALISI E INDIVIDUAZIONE DELL'IDENTITÀ DEL TERRITORIO GAL PICENO – SVILUPPO DEL BRAND E DEFINIZIONE LINEE GUIDA PER LA GESTIONE DEL BRAND.**
- ❖ **FASE B: ATTUAZIONE DI UN PROCESSO DI COINVOLGIMENTO TERRITORIO/TAVOLI DI LAVORO – DEFINIZIONE CABINA DI REGIA – ANIMAZIONE.**
- ❖ **FASE C: DEFINIZIONE DI UN PIANO PLURIENNALE INTEGRATO DI MARKETING E PROMOZIONE TERRITORIALE.**
- ❖ **FASE D: ATTUAZIONE DEL PIANO INTEGRATO - ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PROMOZIONE.**
- ❖ **FASE E: MONITORAGGIO, VERIFICA DEI RISULTATI, CONDIVISIONE DI AZIONI CORRETTIVE, AGGIORNAMENTI E MODIFICHE DEL PIANO.**

Di seguito vengono specificate le attività:

- ❖ **FASE A: ANALISI E INDIVIDUAZIONE DELL'IDENTITÀ DEL TERRITORIO GAL PICENO/SVILUPPO DEL BRAND DEFINIZIONE LINEE GUIDA PER LA GESTIONE DEL BRAND.**

La progettazione dovrà analizzare ed individuare le caratteristiche identitarie del territorio e costruire il BRAND, tenendo in considerazione gli studi già esistenti e altri brand già presenti sul territorio ed esperienze pregresse e dovrà tenere in considerazione anche le strategie e gli altri progetti integrati esistenti sul territorio. Il Gal metterà a disposizione quanto già attuato con le precedenti esperienze.

Lo studio e la realizzazione di un **brand**, oltre ad identificare il **territorio** in ogni sua forma di comunicazione, è uno strumento indispensabile per affermare la propria identità e migliorare l'immagine dei luoghi, per qualificare i prodotti, le attività di accoglienza e le attività produttive del Territorio. L'obiettivo prioritario dell'azione è quello di potenziare la riconoscibilità e l'individualità del territorio come unità organizzata e rappresentativa dell'insieme delle risorse, facendo acquisire un'identità coordinata ai servizi connessi sotto il profilo comunicativo, commerciale e di marketing, con il sostegno delle politiche di sviluppo turistico territoriali.

Il brand che si andrà a sviluppare dovrà rappresentare un sistema identitario che aumenti la visibilità e l'attrattività del territorio, nell'ottica di una futura applicazione su prodotti dalla forte caratterizzazione grafica destinati alla promozione del territorio e delle sue eccellenze. Il marchio campeggerà su ogni prodotto, servizio o contenuto tipico dell'area Leader Piceno e sarà usato singolarmente o in abbinamento ad altri loghi identificativi dei vari partner coinvolti. Il brand dovrà quindi prestarsi ad essere utilizzato:

- per la promozione di una destinazione turistica dell'area;
 - per la promozione delle bellezze paesaggistiche, enogastronomiche e naturalistiche del territorio Piceno, a livello locale, nazionale, internazionale;
 - per la comunicazione culturale e turistica.
- Dovrà contenere un pay-off identificativo dell'identità da comunicare tramite il marchio ed evocare la sintesi degli elementi caratterizzanti il territorio con le sue valenze naturalistiche e culturali, enogastronomiche

- **DEFINIZIONE LINEE GUIDA METODOLOGICHE PER LA GESTIONE DELLA GOVERNANCE E DEL BRAND**
Queste linee guida dovranno essere funzionali per avviare la fase successiva di attuazione del processo di coinvolgimento del territorio, definizione e gestione della governance nonché per la diffusione e gestione del brand.

Pertanto dovranno contenere una dettagliata analisi e mappatura dei potenziali stakeholder da coinvolgere nei tavoli/gruppi di lavoro oltre ad indicare la metodologia da applicare per l'attuazione del processo di costruzione ed individuazione della cabina di regia.

Esse risulteranno di importanza strategica per il coordinamento operativo e gestionale della governance e per la redazione del piano e successivo, sviluppo di azioni di promozione e comunicazione territoriale.

Le linee guida dovranno individuare le modalità:

- di coinvolgimento del partenariato e creazione di gruppi di lavoro;
- di costituzione e funzionamento della cabina di regia;
- favorire le azioni di co-progettazione, co marketing e co-branding del territorio
- Gestire la governance territoriale.

❖ **FASE B - ATTUAZIONE DI UN PROCESSO DI COINVOLGIMENTO TERRITORIO/TAVOLI DI LAVORO - Costituzione di almeno tre tavoli tematici/strategici** in coerenza con il piano di promozione turistica della Regione Marche, **DEFINIZIONE e ATTIVAZIONE CABINA DI REGIA.**

L'azione verrà attivata sulla base delle linee guida MEDOTOLOGICHE prodotte dalla Fase A 2 e si svilupperà attraverso l'attivazione di tavoli di lavoro per la co-progettazione delle azioni di co-marketing-co-branding e promozione territoriale secondo le modalità in esso indicate.

Saranno previste giornate/seminari/convegni/incontri dedicati alla formazione, alla co-progettazione del piano di marketing e alla individuazione della co-promozione.

Parteciperanno ai tavoli gli attori del territorio compresi i potenziali soggetti interessati alla Misura 19.2.16.3 e gli altri soggetti interessati comprese le misure del PIL.

➤ **ANIMAZIONE**

Dovrà essere garantita costante attività di animazione interna ed esterna tesa a informare, formare, stimolare gli operatori.

Dovrà essere garantita l'organizzazione, la partecipazione e collaborazione ai tavoli operativi tematici relativi alle aree prodotte (es: Turismo outdoor, borghi e centri storici, cultura ed enogastronomia) organizzando ed allestendo *living lab finalizzati* alla co-progettazione di prodotti e servizi innovativi ed in linea con la domanda del mercato e al piano di marketing.

- Ne sono richiesti almeno 2 annui in presenza o da remoto;

- Almeno 4 incontri collettivi a semestre (da implementare con le modalità ritenute più opportune), sia in presenza che da remoto supportati ciascuno, da adeguati report/verbali di funzionamento e lavoro della cabina di regia.

❖ **FASE C - DEFINIZIONE DI UN PIANO PLURIENNALE INTEGRATO DI MARKETING E PROMOZIONE TERRITORIALE** - Redazione piano di integrato di marketing e promozione territoriale. Il piano dovrà contenere l'analisi dettagliata del mercato turistico attuale del posizionamento della destinazione Piceno, le altre progettazioni già attivate e avviate, ed individuare le scelte di fondo sul posizionamento e sui target di mercato, con individuazione dei "prodotti" turistici, e successiva pianificazione strategica delle azioni e delle attività di promozione territoriale, da svolgere su base pluriennale.

La redazione del piano dovrà essere composta da:

- _ analisi di contesto del Territorio GAL, comprensiva SWOT Analysis;
- _ analisi dei fabbisogni dell'area;
- _ individuazione degli obiettivi generali e specifici;
- _ redazione del piano strategico.

In particolare il piano dovrà essere articolato per prodotti specifici e caratteristici, in connessione con i cluster regionali, per target di riferimento e paesi.

Il Piano, infine, dovrà individuare le linee guida per la governance del Piano (raccordo, coordinamento ed attuazione strategie SNAI e PIL) - indicazione del piano di monitoraggio e controllo di attuazione del piano.

Come espresso in premessa dal piano dovrà emergere:

- La strategia di marketing;
- La strategia di comunicazione;
- La strategia della pianificazione dei mezzi di promozione e comunicazione.

❖ **FASE D - ATTUAZIONE DEL PIANO INTEGRATO – DEFINIZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE**
Formulazione di un piano di comunicazione teso a promuovere le specificità del territorio e della

sua attrattività, progettazione grafica dei supporti comunicativi, e la diffusione dei valori e delle opportunità economiche, al fine di rendere percepibili e noti questi aspetti a livello nazionale, europeo ed internazionale.

Il piano di comunicazione dovrà essere in grado di assicurare un processo trasparente nel quale tutti gli stakeholder possano avere accesso alle informazioni, incentivando la partecipazione e un atteggiamento propositivo per l'attuazione degli obiettivi del piano.

➤ **ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E PROMOZIONE** - Il piano redatto tenuto conto di quanto sopra prodotto dovrà prevedere necessariamente le attività di seguito indicate:

- L'ideazione di una strategia di comunicazione coordinata mirata a distinguere i prodotti turistici completa nelle informazioni e convincente nel messaggio, con progettazione e creazione di itinerari esperienziali, rivolti al mercato italiano ed internazionale, per la valorizzazione delle peculiarità artistiche, paesaggistiche ed enogastronomiche dell'area gal.
- Ideazione di materiale informativo e promozionale del territorio e dei prodotti turistici dell'area: depliant informativi, produzione di videoclip, applicazioni per Smartphone, cd-rom illustrativi, brochure, coupon, piantine e altro materiale divulgativo accattivante nella grafica e nei contenuti finalizzati alla promozione del brand e del territorio. La predisposizione e realizzazione di materiali di promozione dovrà essere online ed offline, nelle diverse versioni in lingua almeno inglese, di contenuti digitali, fotografici e audio-video sui prodotti individuati quali prioritari nel Piano e loro diffusione via web e social.
- La partecipazione a eventi, locali, nazionali e comunitari (es. fiere nazionali, BIT MILANO, Monaco, pari almeno a numero sei) per la presentazione di materiali, prodotti e temi inerenti il progetto, acquisendo allo scopo spazi (stand) e attrezzature specifiche. (Si specifica che le spese di trasferta, e tutti i costi relativi all'acquisizione stand, personale ecc sono tutte comprese nel servizio).
- La creazione di un ufficio stampa, realizzazione di conferenze stampa, ideazione e gestione di campagna social sulle principali piattaforme (Facebook, Instagram, ecc. almeno 3 social media), redazione di un piano editoriale annuale condiviso e sviluppo di supporto delle media relations, per ottenere la massima attenzione da parte dei media per l'attività e i temi della campagna di comunicazione integrata.
- Acquisizioni di spazi pubblicitari su riviste specializzate (outdoor, cultura, e similari) ai fini della promozione e valorizzazione dei prodotti turistici ed itinerari esperienziali prodotti.
- Organizzazione di una serie di eventi (almeno 6) rivolti agli operatori dell'intermediazione turistica e a quelli dell'informazione, finalizzati a mettere in comunicazione l'offerta dei prodotti turistici individuati con la domanda ad essa corrispondente (es: press trip ed educational tour dei media giornalisti, blogger, influencer), anche nella modalità on-line, con formazione pre-evento degli operatori, gestione di stand ed appuntamenti B2B, rappresentanza del territorio e/o coinvolgimento diretto degli operatori, organizzazione di attività collaterali (presentazioni, degustazioni) attività di *follow up* clienti e gestione richieste.
- Progettazione, realizzazione di un sito web dedicato al territorio e al brand con l'obiettivo di accrescere la visibilità e la conseguente fruizione turistica dell'area del GAL Piceno e dei suoi prodotti, comprensivo dell'assistenza e hosting per cinque anni.
- Promuovere, mediante l'utilizzo delle più nuove ed aggiornate tecnologie ed applicazioni web, le attrazioni e gli itinerari nei confronti della domanda potenziale;
- Costituire un "contenitore- vetrina virtuale" delle attrazioni turistiche, artigianali ed enogastronomiche dell'area del GAL Piceno, tramite il quale trasmettere e ricevere informazioni ed instaurare un dialogo virtuale ("forum") tra gli operatori del settore, gli Enti Locali e i turisti.

L'aggiudicatario dovrà provvedere a formare gli operatori del Gal Piceno e del territorio di riferimento, sui contenuti delle attività di comunicazione e prodotti realizzati: sito web, e delle applicazioni progettate e fornite.

Le Azioni per la realizzazione del Piano di Comunicazione dovranno avere la caratteristica di, informazione, promozione e diffusione, fortemente concentrate e coordinate.

Tutte le azioni concorreranno a rispettare gli adempimenti obbligatori in materia di comunicazione e informazione delle attività cofinanziate ai sensi del Reg. di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione Europea, riportando i loghi istituzionali previsti dalla Regione Marche per l'attuazione del PSR 2014-2020 – interventi Leader.

- ❖ **FASE E - MONITORAGGIO, VERIFICA DEI RISULTATI, CONDIVISIONE DI AZIONI CORRETTIVE, AGGIORNAMENTI E MODIFICHE DEL PIANO** - Le attività di monitoraggio e valutazione dovranno essere svolte sulla base degli indicatori sia di output che di risultato rilevati. Sulla base di tali dati andranno proposte le azioni correttive che dovranno essere condivise con i Tavoli di lavoro e formulate le proposte di eventuali modifiche del Piano di comunicazione.

Dovrà essere indicata la metodologia e gli strumenti per il monitoraggio degli interventi collegati al piano di comunicazione, fornendo un report semestrale sulle attività realizzate.

Le attività di monitoraggio e valutazione dovranno tener conto delle interconnessioni con le altre politiche strategiche regionali e locali, ed analizzare la ricerca di modalità economiche e operative per la prosecuzione e sostenibilità delle attività messe in atto dal territorio, oltre la conclusione del piano.

Le attività si svolgeranno attraverso degli eventi/incontri pubblici, di presentazione dei report di monitoraggio e valutazione e dovranno essere illustrate le proposte di soluzione integrate di marketing e promozione su base annuale e/o in relazione alle necessità.

L'affidatario dovrà operare a stretto contatto con i referenti della Stazione Appaltante, condividendo strategie e operatività e dando seguito ad attività necessarie all'effettuazione della strategia condivisa ed alle sue evoluzioni.

Dovranno essere previste pertanto:

- Riunioni periodiche sullo stato di avanzamento lavori;
- Revisioni ed evoluzione della strategia e della sua operatività in seguito a istanze formulate dalla Stazione Appaltante ed a necessità evolutive dettate dal mercato di riferimento;
- Riunioni e momenti di condivisione degli output, anche in itinere, con i Comuni che fanno parte del GAL e gli attori del territorio, oltre ad intervenire a momenti di presentazione degli output agli Stakeholders, in chiave partecipativa, nella misura che il committente riterrà opportuna.

In particolare, l'aggiudicatario dovrà fornire, alla stazione appaltante una rendicontazione delle attività svolta al fine di valutare la qualità del progetto e la crescita organica degli strumenti promozionali contenuti nel piano. Tale qualità dovrà essere misurata.

ART 3) TERRITORIO INTERESSATO DALL'INTERVENTO

Il territorio oggetto di attività è corrispondente a quello interessato dall'attuazione del PSL, comprendente i seguenti Comuni: Acquaviva Picena, Acquasanta Terme, Appignano del Tronto, Arquata del Tronto, Castorano, Carassai, Castignano, Comunanza, Cossignano, Cupra Marittima, Force, Massignano, Montalto delle Marche, Montefiore dell'Aso, Montegallo, Montemonaco, Montedinove, Offida, Palmiano, Ripatransone, Roccafluvione, Rotella, Venarotta.

ART 4) IMPORTO A BASE DI GARA

L'importo a base di gara riferito all'intero Servizio di cui al presente Invito è pari ad € 195.901,60 (euro centonovantacinquenevecentouno/60), oltre IVA nei termini di legge di cui € 2.000,00 per gli oneri per la sicurezza.

L'importo risultante dall'aggiudicazione sarà fisso e invariabile per tutta la durata dell'affidamento e si intenderà onnicomprensivo di tutte le spese che l'aggiudicatario dovrà sopportare per l'espletamento del servizio nonché comprensivo di tutte le spese inerenti e conseguenti alla sua esecuzione (viaggi, trasferte, acquisizione spazi, ecc.).

L'appalto è finanziato a valere sul PSL PICENO 2014/2020 – misura 19.2.20 " Marketing turistico integrato e piano di promozione territoriale", di cui al PSR REGIONE MARCHE 2014-2020.

ART 5) DURATA DEL SERVIZIO

L'affidamento del servizio ha durata di 24 mesi a partire dalla data di aggiudicazione, con possibilità di proroga nei modi consentiti dalla legge e a seguito di autorizzazione da parte dell'Autorità di Gestione Marche.

La revisione e il monitoraggio andrà svolto entro un anno dall'affidamento.

Alla scadenza dell'appalto, il rapporto si intende risolto di diritto senza obbligo di disdetta e/o di preavviso.

Il Servizio, oggetto del presente Capitolato, deve essere organizzato in forma integrata e unitaria, al fine di favorire il raggiungimento degli obiettivi fissati.

A tal fine, l'aggiudicatario deve garantire la gestione coordinata e integrata delle attività di cui al presente Capitolato, curando le necessarie forme di raccordo operativo con la stazione appaltante.

Il suddetto servizio potrà essere ridotto, esteso o temporaneamente sospeso, in relazione alle esigenze dell'attuazione del PSL PICENO 2014-2020 o a sopravvenute ragioni di pubblico interesse.

ART 6) OBBLIGHI

L'aggiudicatario deve:

- indicare il nominativo del soggetto indicato con funzioni di coordinamento/capoprogetto dei servizi oggetto della procedura;
- impiegare nello svolgimento del servizio adeguate figure professionali del gruppo di lavoro di cui ai requisiti di capacità tecnica organizzativa;
- provvedere all'acquisto di eventuali software o piattaforme informatiche che siano necessarie o di ausilio al corretto svolgimento dei servizi, oggetto dell'appalto. La stazione appaltante si riserva di fornire al contraente precise indicazioni, vincolanti, anche in corso d'opera, relative a eventuali integrazioni e modificazioni circa soggetti, località, tempistica e quant'altro è oggetto dell'appalto e che viene indicato nel presente capitolato speciale;
- assumere qualsiasi responsabilità ed onere nei confronti della Stazione appaltante e di terzi adottando nella gestione del servizio, e nell'esecuzione delle varie attività, quei provvedimenti e cautele utili alla salvaguardia delle persone, sia addetti ai lavori stessi, sia a terzi, sia a utenti, e per evitare qualsiasi danno a beni pubblici e privati;
- pagare tutte le imposte e tasse generali e speciali, senza rivalsa, che colpiscono o potranno colpire l'appaltatore per i servizi previsti nel contratto;
- sostenere le spese di qualunque entità e specie, necessarie per la perfetta esecuzione dei servizi affidati;
- la Ditta aggiudicataria è tenuta, oltre alla fornitura dei servizi previsti, a provvedere a propria cura e spese alla consegna dei beni;
- assumere ogni responsabilità derivante dalla gestione e conduzione del servizio sotto il profilo giuridico, amministrativo, economico;
- assumere la responsabilità in ordine agli obblighi di pubblicità, informazioni e comunicazione previsti dalla normativa del PSR Regione Marche 2014-2020.

ART 7) VARIANTI INTRODOTTE DALLA STAZIONE APPALTANTE

La stazione appaltante può introdurre variazioni al contratto nei seguenti casi:

- per esigenze derivanti da sopravvenute disposizioni legislative e regolamentari;
- nell'esclusivo interesse della stazione appaltante, le varianti, in aumento o in diminuzione, finalizzate al miglioramento o alla migliore funzionalità delle prestazioni oggetto del contratto, entro i limiti e condizioni stabilite dall'art. 106, co. 12, d.lgs. n. 50/2016.

ART 8) RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

L'inadempimento degli obblighi contrattuali posti a carico dell'impresa aggiudicataria comporta la risoluzione del contratto ai sensi degli artt. 1453 e ss. del Codice Civile.

Il contratto potrà in ogni caso essere risolto di diritto a norma dell'art. 1456 del Codice Civile qualora la stazione appaltante dichiara all'impresa aggiudicataria di volersi avvalere della presente clausola risolutiva espressa al verificarsi di uno delle seguenti ipotesi:

- apertura di una procedura concorsuale o di fallimento dell'Appaltatore;
- messa in liquidazione o in altri casi di cessione dell'attività ad altri da parte dell'Appaltatore;
- cessazione o interruzione non motivata del servizio;
- cessione del contratto a terzi;

- violazione delle norme di sicurezza e prevenzione, inosservanza delle norme di legge relative al personale dipendente e alla mancata applicazione dei contratti collettivi;
- gravi violazioni e/o inosservanze delle disposizioni legislative e regolamentari nonché delle norme del presente capitolato e/o gravi violazioni degli obblighi contrattuali non eliminate dall'Appaltatore anche a seguito di diffide dell'Ente appaltante;
- subappalto non autorizzato o violazione dei limiti al subappalto;
- mancata reintegrazione della cauzione definitiva, eventualmente escussa, entro il termine di 15 (quindici) giorni consecutivi dal ricevimento della relativa richiesta dell'amministrazione;
- perdita dei requisiti di ordine generale di cui all'art. 80 del d.lgs. n. 50/2016 e s.m.i.;
- accertamento della non veridicità del contenuto delle dichiarazioni presentate dall'impresa aggiudicataria nel corso della procedura di gara;
- mancato rispetto delle norme sulla tracciabilità dei flussi finanziari.

Il GAL Piceno committente si riserva, altresì, al verificarsi delle predette ipotesi, di agire ai fini risarcitori presso le opportune sedi giurisdizionali.

In caso di risoluzione del contratto l'aggiudicatario si impegna a fornire alla Stazione appaltante tutta la documentazione e i dati necessari al fine di provvedere direttamente o tramite terzi all'esecuzione del servizio. È salva la facoltà della Stazione Appaltante di affidare la continuazione del servizio ad altri o provvedervi direttamente addebitando l'eventuale maggior costo all'impresa appaltatrice e, fatta salva la possibilità di ogni azione legale per il recupero dei maggiori danni. In caso di risoluzione del contratto per inadempimento dell'impresa aggiudicataria, il GAL Piceno si rivarrà sulla cauzione definitiva, fatti salvi il risarcimento dei danni e delle spese a favore del Gal e provvederà alla segnalazione all'Autorità Nazionale Anti Corruzione.

La risoluzione può essere invocata da entrambe le parti per motivi legati di pubblico interesse o necessità

ART 9) PERSONALE ADDETTO AL SERVIZIO

L'appaltatore si impegna a:

- effettuare il servizio in stretta correlazione con la Stazione Appaltante per le attività dei progetti di che trattasi;
- assumere in proprio ogni responsabilità in caso di infortuni o di danni arrecati, eventualmente, alle persone o alle cose, tanto del Gal Piceno che di terzi, in dipendenza di manchevolezze o trascuratezze nella esecuzione delle prestazioni oggetto del presente atto,
- ottemperare a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti in base alle disposizioni legislative o regolamentari vigenti in materia di lavoro e di assicurazioni sociali, assumendo a suo carico tutti gli oneri relativi,
- obbliga ad attuare, nei confronti dei propri dipendenti occupati nelle prestazioni oggetto del contratto l'applicazione dei piani di sicurezza previste dalle norme vigenti, nonché condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro applicabili, alla data del presente atto, alla categoria e nella località in cui si svolgono i lavori, nonché condizioni risultanti da successive modifiche ed integrazioni ed, in genere, da ogni altro contratto collettivo, successivamente stipulato per la categoria, applicabile nella località;
- far rispettare dai propri dipendenti il Regolamento generale per la protezione dei dati personali 2016/679 (General Data Protection Regulation o GDPR), normativa europea in materia di protezione dei dati.

ART 10) INADEMPIENZE EVENTUALI

La Stazione Appaltante si riserva la facoltà di risolvere il contratto nel caso di gravi e documentate inadempienze o inefficienze da parte del fornitore selezionato. La facoltà di risoluzione sarà esercitata previo avviso comunicato a mezzo posta elettronica certificata con effetto immediato dal ricevimento, senza bisogno di preventivo invio di diffide o di altre formalità di sorta.

E' fatta salva la facoltà dell'Ente di recedere dal contratto in ogni momento ai sensi dell'art. 109 m D. Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.

ART 11) ATTREZZATURE E MATERIALI

Tutte le attrezzature hardware e software per i servizi richiesti dovranno essere forniti dall'appaltatore in modalità "all inclusive" e dovranno essere conformi alle prescrizioni della normativa vigente in materia di tutela della riservatezza dei dati dei partecipanti e delle loro organizzazioni, con particolare riferimento al rispetto del Regolamento generale per la protezione dei dati personali 2016/679 (General Data Protection Regulation o GDPR), normativa europea in materia di protezione dei dati.

ART 12) RESPONSABILITÀ

Nell'esecuzione del servizio l'appaltatore risponderà al Committente di eventuali inadempienza, inefficienza o inefficacia nel rapporto con i terzi.

L'appaltatore si impegna altresì a gestire i rapporti con il territorio, con gli enti, secondo standard non solo di efficienza, ma anche di tempestività e professionalità, nel rispetto di uno stile comunicativo di tipo formale/istituzionale, in linea con la gestione dei fondi comunitari e delle finalità della Committente.

All'appaltatore competono tutte le responsabilità connesse alla realizzazione dell'appalto.

Il predetto è responsabile a tutti gli effetti del corretto adempimento delle condizioni contrattuali e della corretta esecuzione e riuscita dei servizi affidatigli, restando esplicitamente inteso che le norme e le prescrizioni contenute nei documenti contrattuali sono state da esso esaminate e riconosciute idonee al raggiungimento di tali scopi, che il compenso pattuito lo remunera adeguatamente di ogni onere inerente e che pertanto è in grado di dare i risultati promessi.

ART 13) POLIZZA ASSICURATIVA e CAUZIONE

L'appaltatore dovrà produrre una polizza assicurativa che tenga indenne la Stazione Appaltante da tutti i rischi nell'esecuzione del servizio dai danni a persone o cose ai sensi dell'art. 103 comma 7 D. Lgs. n. 50/2016 e ss.mm. ii..

ART 14) DIRITTI DI PROPRIETÀ

I dispositivi e gli strumenti di comunicazione, anche digitali, prodotti, realizzati e forniti al GAL Piceno dalla Ditta aggiudicataria, rimarranno di proprietà esclusiva del Gal Piceno.

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, delle opere dell'ingegno, delle creazioni intellettuali e dell'altro materiale creato, inventato, predisposto o realizzato dalla Ditta, o da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito dell'esecuzione dell'appalto, rimarranno di esclusiva titolarità del GAL Piceno.

Detti diritti, ai sensi della normativa vigente devono intendersi ceduti, acquisiti e/o licenziati in modo perpetuo, illimitato, irrevocabile.

La Stazione Appaltante non assumerà responsabilità alcuna nel caso in cui la Ditta abbia usato, nell'esecuzione delle procedure, dispositivi, soluzioni tecniche o quant'altro di cui altri abbiano ottenuto l'esclusiva.

La Ditta, pertanto, dovrà assumersi tutte le responsabilità derivanti dalla vendita di attrezzature o di programmi o dall'adozione di dispositivi o soluzioni tecniche o di quant'altro previsto nel capitolato che comporti violazione di brevetti e diritti d'autore, di ciò sollevandone espressamente la stazione appaltante.

La Ditta aggiudicataria è tenuta a fornire eventuali relazioni e relative certificazioni dei materiali. La Ditta aggiudicataria è tenuta a fornire copia dei materiali e degli strumenti di comunicazione frutto dell'opera dell'ingegno prodotti su formati e supporti concordati con l'Amministrazione.

ART 15) MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il corrispettivo dovuto alla ditta aggiudicataria sarà determinato sulla base dell'importo contrattuale, come risultante dall'offerta economica dell'aggiudicatario.

I pagamenti saranno disposti su presentazione di fattura elettronica relativa alle prestazioni effettivamente rese, dalla quale possano comunque evincersi gli importi ripartiti per attività.

I pagamenti saranno effettuati a mezzo bonifici intestati all'appaltatore previa acquisizione della certificazione di regolarità contributiva (DURC).

I pagamenti saranno effettuati per stato di avanzamento, in relazione ad ognuno dei quali il Committente disporrà l'erogazione dell'importo da contratto, con le seguenti modalità:

- il 15% (quindici per cento) entro 30 giorni dalla consegna del Report con l'elaborazione commentata della realizzazione della FASE A;

- il 15% (quindici per cento) entro 30 giorni dalla consegna del Report con l'elaborazione commentata della realizzazione della FASE B;
- il 20% (venti per cento) entro 30 giorni dalla consegna del Report con l'elaborazione commentata della realizzazione della FASE C;
- il 20% (venti per cento) entro 30 giorni dalla consegna del Report con l'elaborazione commentata della realizzazione delle attività di cui alla FASE D;
- il 15% (trenta per cento) entro 30 giorni dalla consegna della relazione di monitoraggio e valutazione che illustri l'andamento delle azioni del piano e l'eventuale scostamento dagli obiettivi prefissati, contenente anche misure correttive di cui alla FASE E;
- il 15% (quindici per cento), ad avvenuto positivo espletamento della verifica finale da parte della Committente, entro 60 giorni dalla consegna della relazione di monitoraggio e valutazione conclusiva, riepilogativa di tutti gli interventi realizzati e degli indicatori.

Al fine di procedere ai pagamenti, la Committente, constatata la regolarità e buona esecuzione del servizio reso e, verificata la rispondenza di quanto realizzato con le previsioni contenute nei documenti contrattuali, autorizza la presentazione della fattura da parte dell'Aggiudicatario.

Gli originali delle fatture dovranno essere intestati al GAL Piceno e ai sensi dell'art. 25 del Decreto Legge n. 66/2014, al fine di garantire l'effettiva tracciabilità dei pagamenti, La fattura elettronica emessa dovrà sempre riportare: il codice identificativo di gara (CIG **89119272D0**) il codice unico di progetto (CUP **H22E20000450009**) e l'indicazione "PSL PICENO 2014-2020 – Misura 19.2.20 - PROGETTO "Piano di marketing e servizi integrati".

Non si potrà procedere al pagamento delle fatture elettroniche qualora le stesse non riportino CIG e CUP e misura.

Il pagamento verrà effettuato previo accertamento di regolarità contrattuale e di quella contributiva tramite DURC.

La liquidazione delle fatture potrà essere sospesa qualora:

- vengano contestati eventuali addebiti alla Ditta;
- la ditta non risulti in regola con il versamento dei contributi a favore dei dipendenti.

Per quanto attiene ai pagamenti, trova applicazione l'art 3 della Legge 13 agosto 2010, n. 136 in tema di tracciabilità dei flussi finanziari.

In caso di contestazioni di carattere stragiudiziale o giudiziale, i termini di pagamento rimarranno sospesi e riprenderanno a decorrere dall'atto di definizione della vertenza.

ART 16) RECESSO DELLA STAZIONE APPALTANTE

Fermo restando quanto previsto dagli articoli 88, comma 4-ter e 92, comma 4, del decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 (Codice Antimafia), la Stazione Appaltante può recedere dal contratto in qualunque tempo previo il pagamento delle prestazioni eseguite. L'esercizio del diritto di recesso è preceduto da una formale comunicazione all'affidatario da darsi con un preavviso non inferiore a venti giorni, decorsi i quali la S.A. prende in consegna i servizi e verifica la regolarità dei servizi effettuati.

ART 17) CONTROVERSIE

Per tutte le controversie che dovessero insorgere in merito all'interpretazione, applicazione ed esecuzione del contratto di appalto e per le quali non sia possibile addivenire ad un accordo bonario, viene dichiarato competente in via esclusiva il Foro di Ascoli Piceno.

È esclusa la competenza arbitrale.

ART 18) DISPOSIZIONI FINALI

Oltre alle norme di cui al presente capitolato, l'aggiudicatario è tenuto all'osservanza di tutte le disposizioni di leggi e regolamenti vigenti in materia non espressamente richiamate.

L'Appaltatore sarà tenuto all'osservanza di tutte le leggi e regolamenti che disciplinano i contratti d'appalto, alla normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento.

Ai sensi dell'art. 1341 c.c. il soggetto aggiudicatario dichiara esplicitamente ed incondizionatamente di accettare tutti gli articoli del presente Capitolato, ferma restando l'inderogabilità delle altre norme contrattuali