

REGIONE CAMPANIA - Assessorato ai Beni Culturali - Centro Direzionale is. A/6 - 10° piano - 80143 Napoli - POR Campania 2000-2006 - Asse II misura 2.3 azione e) - Bando di gara per pubblico incanto ai sensi del D. Lgs. 17 marzo 1995 n.157, come modificato dal D.L.gs. 25 febbraio 2000 n. 65, Progetto di animazione e sensibilizzazione per la valorizzazione delle risorse archeologiche, architettoniche e paesistiche e dello sviluppo storico-culturale nell'ambito del Progetto Integrato "Grande Attrattore Culturale Campi Flegrei" - Importo Euro 81.814,17 al netto di IVA.

1) Soggetto aggiudicatore: REGIONE CAMPANIA - ASSESSORATO AI BENI CULTURALI - AREA GENERALE DI COORDINAMENTO: GESTIONE DEL TERRITORIO - SETTORE TUTELA BENI PAESISTICI AMBIENTALI E CULTURALI - Centro Direzionale is. A/6 - 10° piano - 80143 Napoli - ITALIA.

Responsabile del procedimento: arch. Francesco Escalona.

2) Categoria di servizio e descrizione: Altri servizi: cat. 27 (Decreto Legislativo 17 marzo 1995 n.157/95 e s.m.i., allegato 2). I servizi e le finalità oggetto della gara d'appalto sono descritti analiticamente nel capitolato speciale nonché nelle "linee guida" di cui all'allegato "A" che costituiscono parte integrante del presente bando. Le risorse per la realizzazione del servizio sono reperite nell'ambito della Misura 2.3, cofinanziata dal Fondo Sociale Europeo (F.S.E.).

3) Luogo di esecuzione: Comuni di Bacoli, Monte di Procida, Pozzuoli, Quarto.

4) Durata del contratto: sei mesi.

5) Importo a base d'asta: Euro 81.814,17 (ottantunomilaottocentoquattordici/17) al netto di IVA.

6) Si applica l'art.11 del D.Lgs. n.157/1995.

7) Riferimenti legislativi: Procedura aperta ai sensi D.Lgs n.157/95 così come modificato dal D.Lgs n.65/2000 - Direttive CE 92/50 e 97/52.

8) Non sono ammesse offerte frazionate.

9) Le offerte, redatte in lingua italiana e confezionate secondo le modalità stabilite all'art. 5 del Capitolato Speciale, dovranno pervenire con qualsiasi mezzo, a pena di esclusione, in plico chiuso controfirmato e sigillato, recante la dicitura "Offerta per pubblico incanto per l'affidamento del servizio del progetto di animazione e sensibilizzazione, progetto integrato GAC Campi Flegrei - Misura 2.3 del POR Campania" al seguente indirizzo: REGIONE CAMPANIA - ASSESSORATO AI BENI CULTURALI - AREA GESTIONE DEL TERRITORIO - SETTORE TUTELA BENI PAESISTICI AMBIENTALI E CULTURALI - Centro Direzionale is. A/6 - 10° piano - 80143 NAPOLI, perentoriamente entro le ore 12.00 del 24/12/03. Non fa fede il timbro postale, ma esclusivamente la data di ricezione.

10) Il soggetto aggiudicatore, consentendo la consegna diretta dei plichi presso i propri uffici, non assume responsabilità alcuna per il caso di mancato recapito delle domande in tempo utile a qualsiasi motivo dovuto.

11) E' richiesta una cauzione provvisoria del 5% dell'importo nominale complessivo a base d'asta da prestarsi mediante polizza fideiussoria bancaria o assicurativa incondizionata con periodo di validità pari a tre mesi, che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione e con rinuncia ai termini di cui all'art.1957 c.c.. Nel caso di raggruppamento temporaneo di imprese la cauzione è prestata dalla mandataria. E' altresì, richiesta, in caso di aggiudicazione, una cauzione definitiva del 10% dell'importo contrattuale.

12) Per l'ammissione alla gara le ditte dovranno allegare alla domanda di partecipazione, a pena di esclusione, la seguente documentazione, confezionata secondo le modalità di cui agli artt. 5 e 6 del Capitolato Speciale:

a) certificazione o dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà sottoscritta dal legale rappresentante della ditta partecipante, resa nella forma prevista dalla normativa vigente, attestante:

a1 ) di non versare in una delle cause di esclusione dalla gara di cui all'art. 12 del D.Lgs. n.157 del 17/3/95 e s.m.i.;

a2 ) di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili (art. 17 L. n.68 del 12/3/99) ovvero di rientrare nei casi di non assoggettabilità alla stessa;

a3 ) che negli esercizi finanziari 2000, 2001, 2002 il fatturato dell'impresa è stato pari ad un importo complessivo non inferiore ad Euro 1.000.000,00;

a4 ) che l'impresa fornirà alla stazione appaltante, in caso di aggiudicazione del servizio e non oltre 10 giorni dalla stessa, idonee referenze bancarie rilasciate da almeno un primario istituto di credito, mediante lettera dello stesso istituto nelle quali si faccia esplicito riferimento alla gara in oggetto ed alla consistenza economica dell'impresa stessa;

a5 ) di aver svolto, con riferimento al triennio 2000-2002, incarichi affidati, per servizi analoghi a quelli di cui al presente bando per conto di terzi, con indicazione sintetica del contenuto, dei destinatari e degli importi, la somma dei quali, a pena di esclusione, non dovrà essere inferiore ad euro 80.000,00.

b) Certificato iscrizione CC.II.AA., in originale o copia autentica, rilasciato ai sensi del D.P.R. n. 252/98, recante la dicitura antimafia o documento equivalente per i soggetti non tenuti all'iscrizione;

c) Documenti giustificativi dei poteri rappresentativi del legale rappresentante del soggetto richiedente, se non persona fisica;

d) Dichiarazione, sottoscritta dal legale rappresentante dell'impresa concorrente:

d1 ) di avere piena cognizione della natura dei servizi richiesti e di aver preso visione del bando di gara, del capitolato speciale e delle Linee Guida di cui all'allegato "A" che ne costituisce parte integrante e di accettare senza riserve tutte le clausole, i termini e le condizioni ivi contenute;

d2 ) di essere a conoscenza e di applicare le normative comunitarie e regionali che regolano il Fondo Sociale Europeo;

d3 ) di impegnarsi in caso di aggiudicazione, a provvedere alla consegna, entro 10 giorni dalla richiesta da parte dell'amministrazione appaltante, di tutta la documentazione e le garanzie necessarie per l'espletamento dell'incarico;

d4 ) di impegnarsi, in caso di aggiudicazione, ad eseguire il servizio oggetto della gara d'appalto nei termini e secondo le modalità previste dal Capitolato Speciale;

d5 ) di impegnarsi, in caso di aggiudicazione dell'appalto, a partecipare alle riunioni periodiche che l'amministrazione appaltante convocherà, ogni qualvolta ne riscontri la necessità, al fine di verificare l'evoluzione delle fasi di espletamento del servizio.

e) Per le Associazioni Temporanee d'Imprese costituite, atto di costituzione; per le associazioni costituenti, dichiarazione in carta semplice firmata da tutti i soggetti facenti parti dell'ATI, da cui risulti la volontà dei medesimi di costituire raggruppamento e da cui risulti altresì l'impegno che i singoli soggetti facenti parti del gruppo, qualora aggiudicatari della gara, provvederanno a conferire mandato speciale con rappresentanza ad un soggetto, qualificato come capogruppo, del quale dovranno essere fornite le generalità, e si conformeranno alla disciplina di cui all'art. 11 del D.Lgs. 157/95.

13) In caso di partecipazione in associazione e/o raggruppamento temporaneo d'impresa e/o di consorzi, i requisiti di cui al punto 12 del presente bando riportati alle lettere a/3 e a/5 dovranno essere posseduti nella misura minima del 60% dalla mandataria, mentre ciascuna delle mandanti dovrà possederli nella misura minima del 20%. Tutti gli altri requisiti dovranno essere posseduti da ciascuna impresa riunita.

14) I documenti e le dichiarazioni di cui ai punti precedenti devono essere presentati da ciascuno dei soggetti facenti parte del raggruppamento e/o del consorzio.

15) Le dichiarazioni di cui ai precedenti punti devono essere rilasciate dai legali rappresentanti dei soggetti offerenti e, in caso di raggruppamento, dai singoli rappresentanti dei soggetti componenti lo stesso.

16) La mancanza anche di una soltanto delle dichiarazioni e/o certificazioni di cui alle lettere precedenti comporterà l'esclusione dalla gara.

17) Secondo il disposto dell'art. 23, comma 1, lett. b) del D.Lgs. n.157/95, l'appalto verrà aggiudicato all'impresa che avrà prodotto l'offerta economicamente più vantaggiosa secondo i seguenti parametri:

a) Assegnazione di un massimo di 20 punti al concorrente che avrà offerto il maggior ribasso percentuale sull'importo complessivo a base d'asta di Euro 81.814,17 IVA esclusa di cui all'articolo 3 del presente Capitolato. Agli altri concorrenti verrà assegnato un minor punteggio in proporzione allo sconto offerto secondo la seguente formula di calcolo:  $p = Q_m \times 20 / Q_n$ .

Dove: p = punteggio offerta economica assegnato;  $Q_m$  = offerta economica minima;  $Q_n$  = offerta economica presa in esame; 20 punteggio max;

b) Assegnazione, nell'esercizio della propria discrezionalità tecnica, di un massimo di 80 punti in relazione al progetto di esecuzione del servizio, al concorrente che avrà presentato il miglior progetto e segnatamente:

- fino ad un massimo di 30 punti: per la coerenza dell'architettura progettuale complessiva rispetto agli obiettivi ed ai contenuti proposti nelle "Linee Guida" di cui all'allegato "A" che forma parte integrante e sostanziale del presente Capitolato;

- fino ad un massimo di 25 punti: per la qualità della proposta progettuale;

- fino ad un massimo di 15 punti: per la qualità delle risorse umane impegnate;

- fino ad un massimo di 10 punti: per la validità del sistema di monitoraggio e valutazione di processo e di prodotto.

16) Persone autorizzate a presenziare all'apertura delle offerte: il rappresentante legale di ciascun offerente od un suo delegato con delega scritta.

17) Data, ora e luogo di apertura delle offerte: 08/01/04 ore 11.00 presso Settore Tutela Beni Paesistici, Ambientali e Culturali - Centro Direzionale di Napoli - Isola A6 - 10 piano.

18) Il Bando unitamente al Capitolato Speciale d'Appalto e agli allegati "A" e "B", sono reperibili sul sito WEB della Regione Campania ([www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)); altre informazioni potranno essere richieste esclusivamente per iscritto, anche a mezzo fax e e-mail, al Responsabile della Misura 2.3 del POR Campania arch.Vincenzo Russo presso Regione Campania - Settore Tutela Beni Paesistici, Ambientali e Culturali - Centro Direzionale di Napoli - Isola A6 - tel. 0817967075 - e-mail: [asse2.mis2.3.cdc@regione.campania.it](mailto:asse2.mis2.3.cdc@regione.campania.it)

19) Il Bando non è stato preceduto da avviso periodico.

**POR Campania 2000-2006 - ASSE II**

**Misura 2.3 - azione e)**

**Progetto Integrato Grande Attrattore Culturale  
" Campi Flegrei"**

**REGIONE CAMPANIA**

**Assessorato ai Beni Culturali**

**CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO**

**per pubblico incanto ai sensi del D. Lgs. 17 marzo 1995 n.157, come modificato dal D.L.gs. 25 febbraio 2000, n.65**

**Progetto di animazione e sensibilizzazione per la valorizzazione delle risorse archeologiche, architettoniche e paesistiche e dello sviluppo del patrimonio storico - culturale**

**POR Campania 2000-2006 - ASSE II Misura 2.3 azione e)**

**REGIONE CAMPANIA**

**Assessorato ai Beni Culturali**

**Progetto Integrato Grande Attrattore Culturale "Campi Flegrei"**

**Progetto di animazione e sensibilizzazione**

**CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO**

**Art. 1 Oggetto dell'appalto**

L'oggetto dell'appalto e il tipo di servizio richiesto sono definiti dalle Linee Guida di cui all'allegato "A" che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Capitolato.

**Art.2 Durata del contratto**

Il contratto avrà durata di 6 mesi decorrenti dalla data di consegna del servizio.

**Art. 3 Importo dell'appalto**

L'importo a base d'asta dell'appalto per l'intero periodo, per tutti i progetti di cui all'Allegato "A" è pari ad Euro 81.814,17. L'importo comprende i corrispettivi per la duplicazione e diffusione dei materiali realizzati nel progetto ed è al netto dell'imposta sul valore aggiunto (IVA).

**Art. 4 Condizioni di ammissibilità**

I requisiti di ammissibilità sono quelli espressamente indicati nel bando di gara.

Nel caso in cui risultino presentate più offerte dalla medesima impresa, singola o in raggruppamento, l'offerente sarà escluso dalla procedura.

L'Amministrazione si riserva il diritto di chiedere agli aggiudicatari, prima della stipula del contratto, prova del possesso dei requisiti dichiarati, nonché di effettuare nel periodo di vigenza del contratto verifiche sull'effettivo rispetto degli impegni assunti.

L'Amministrazione si riserva di non aggiudicare il servizio per il quale sia stata presentata una sola offerta.

**Art. 5 Modalità di presentazione della domanda di partecipazione**

L'offerta, redatta in lingua italiana, in conformità alla normativa comunitaria e nazionale vigente in materia di appalti pubblici di servizi (Direttive CE 92/50 e 97/52, D.Lgs. 157/95 e s.m.i.) dovrà pervenire, a pena di inammissibilità, entro il termine previsto dal bando di gara ed esclusivamente al seguente indirizzo: Regione Campania - Assessorato ai Beni Culturali - Area Gestione del Territorio - Settore Tutela Beni Paesistici, Ambientali e Culturali - Centro Direzionale Isola A/6 - 10° piano - 80143 Napoli. In caso di spedizione a mezzo posta non farà fede il timbro postale, ma esclusivamente la data di ricezione.

Il soggetto aggiudicatario consentendo la consegna diretta dei plichi presso i propri uffici non assume responsabilità alcuna in caso di mancato recapito delle domande nel tempo utile, a qualsiasi motivo dovuto.

L'offerta dovrà, a pena di esclusione, essere contenuta in un unico plico, sigillato, timbrato e controfirmato su tutti lembi di chiusura, sul cui frontespizio reca l'intestazione del mittente e la dicitura: "Offerta per gara per pubblico incanto per l'affidamento del servizio "Progetto di animazione e

sensibilizzazione per il GAC "Campi Flegrei" - Misura 2.3 del POR Campania 2000-2006 "- Regione Campania.

Il plico dovrà contenere al suo interno, a pena di esclusione, tre buste separate, ognuna sigillata e controfirmata e timbrata sui lembi di chiusura, recante l'intestazione del mittente e la dicitura rispettivamente:

- A) Documentazione;
- B) Offerta tecnica;
- C) Offerta economica.

Sia l'offerta tecnica, sia l'offerta economica, dovranno, a pena di esclusione, essere siglate in ogni loro pagina e sottoscritte per esteso da parte del legale rappresentante in calce all'ultima pagina delle offerte medesime. Nel caso di imprese riunite, sia l'offerta tecnica, sia l'offerta economica, dovranno essere siglate in ogni pagina da tutti i partecipanti al raggruppamento. L'offerta dovrà specificare le parti del servizio che saranno eseguite dalle singole imprese e contenere l'impegno che, in caso di aggiudicazione della gara, le stesse imprese si conformeranno alla disciplina prevista nell'articolo 11 del decreto legislativo n.157/95.

#### **Art. 6 Contenuto dell'offerta**

1) La busta A) "Documentazione" dovrà contenere, a pena di esclusione, tutta la documentazione richiesta e indicata nel bando di gara. Tale documentazione, a pena di esclusione, non dovrà fare alcun riferimento ai costi.

2) La busta B) "Offerta tecnica" dovrà contenere, a pena di esclusione:

a) il formulario di cui all'allegato "B" al Capitolato Speciale d'Appalto compilato, anche su supporto informatico, in ogni sua parte. In caso di difformità tra il formulario cartaceo e quello su supporto informatico farà fede quello cartaceo;

b) una relazione tecnico-metodologica contenente: le modalità con cui saranno svolte le prestazioni oggetto del servizio così come individuate nelle Linee Guida di cui all'allegato A al presente Capitolato, le problematiche da affrontare nelle varie fasi e le modalità con cui il concorrente intende affrontarle. La relazione dovrà essere al massimo di 30 cartelle, eventualmente comprensive di schemi grafico-illustrativi di tempi e metodi proposti;

c) una relazione sull'organizzazione del gruppo di lavoro (max 10 cartelle);

d) la descrizione analitica dell'attività di monitoraggio (max 5 cartelle);

3) La busta C) "Offerta economica" dovrà, a pena di esclusione, contenere l'offerta economica espressa in Euro, indicata in cifre e in lettere, al netto d'IVA. Non sono ammesse offerte in aumento o parziali.

#### **Art 7 Aggiudicazione**

L'aggiudicazione ai sensi e per gli effetti dell'art. 23, comma 1, lett. b) D.Lgs. n.157/95 s.m.i. , verrà disposta in favore del concorrente che avrà presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa, riportando il più elevato punteggio complessivo in applicazione dell'art. 8 del presente Capitolato.

La Regione Campania si riserva la facoltà insindacabile di non procedere all'aggiudicazione e/o alla stipula del contratto sia per irregolarità formali, che per motivi di opportunità e comunque nell'interesse pubblico e della medesima Amministrazione. Nelle suddette ipotesi l'esperimento si intenderà nullo a tutti gli effetti e le imprese concorrenti, o l'impresa aggiudicataria, non avranno nulla a pretendere per la mancata aggiudicazione e/o affidamento del servizio.

In caso di rescissione o risoluzione del contratto con l'aggiudicatario, l'Amministrazione si riserva la facoltà di affidare al secondo classificato, così come da graduatoria, la esecuzione del servizio.

#### **Art. 8 Criteri di selezione e di aggiudicazione**

La selezione viene svolta tra gli offerenti che dimostrino di possedere i requisiti di ammissione previsti dal bando di gara. L'esame della documentazione e delle offerte è demandato alla Commissione designata con decreto del Coordinatore dell'AGC "Gestione del Territorio".

La Commissione di gara, procederà all'aggiudicazione secondo i seguenti criteri:

a) Assegnazione di un massimo di 20 punti al concorrente che avrà offerto il maggior ribasso percentuale sull'importo complessivo a base d'asta di Euro 81.814,17 IVA esclusa di cui all'articolo 3 del

presente Capitolato. Agli altri concorrenti verrà assegnato un minor punteggio in proporzione allo sconto offerto secondo la seguente formula di calcolo:  $p = Q_m \times 20 / Q_n$

Dove: p = punteggio offerta economica assegnato;  $Q_m$  = offerta economica minima;  $Q_n$  = offerta economica presa in esame; 20 punteggio max.

b) Assegnazione, nell'esercizio della propria discrezionalità tecnica, di un massimo di 80 punti in relazione al progetto di esecuzione del servizio, al concorrente che avrà presentato il miglior progetto e segnatamente:

- fino ad un massimo di 30 punti: per la coerenza dell'architettura progettuale complessiva rispetto agli obiettivi ed ai contenuti proposti nelle "Linee Guida" di cui all'allegato "A" che forma parte integrante e sostanziale del presente Capitolato;

- fino ad un massimo di 25 punti: per la qualità della proposta progettuale;

- fino ad un massimo di 15 punti: per la qualità delle risorse umane impegnate;

- fino ad un massimo di 10 punti: per la validità del sistema di monitoraggio e valutazione di processo e di prodotto.

#### **Art. 9 Composizione della Commissione e procedura di gara**

La Commissione di gara è composta da un Presidente, un segretario e altri tre membri.

Nel giorno stabilito dal bando di gara, la Commissione procede, in seduta pubblica, all'esame della documentazione di cui alla busta "A" e valuta la sussistenza dei requisiti minimi richiesti per l'ammissione alla gara.

I concorrenti che risultino non aver presentato la documentazione nelle forme e nei modi di cui al bando ed al presente Capitolato saranno esclusi dalla gara.

Successivamente la commissione, in una o più sedute riservate, valuta il valore tecnico delle offerte di cui alla busta recante la dicitura "B) Offerta tecnica" e procede all'assegnazione dei relativi punteggi;

In seguito la commissione, in seduta pubblica, rende noti i punteggi attribuiti alle offerte tecniche e procede all'apertura delle buste recanti la dicitura "C) Offerta economica", dando luogo alla valutazione del contenuto economico delle offerte ed all'attribuzione dei relativi punteggi.

Sulla base dei risultati complessivi conseguiti da ciascun offerente, la commissione stilerà la graduatoria e procederà all'aggiudicazione provvisoria della gara.

Tutte le operazioni eseguite dalla Commissione risulteranno da apposito verbale, formalmente redatto dal Segretario, tenuto secondo la progressione cronologica delle operazioni.

Al verbale saranno allegati tutti i documenti della gara siglati dal Presidente, dal Segretario e dagli altri componenti la Commissione.

#### **Art. 10 Trasparenza dei prezzi**

L'Appaltatore, con la partecipazione alla gara espressamente ed irrevocabilmente:

a) dichiara che non vi è stata mediazione o altra opera di terzi per la conclusione del contratto;

b) dichiara di non aver corrisposto né promesso di corrispondere ad alcuno, direttamente o attraverso imprese collegate o controllate, somme e/o altri corrispettivi a titolo di intermediazione o simili e comunque volte a facilitare la conclusione del contratto stesso;

c) si obbliga a non versare ad alcuno, a nessun titolo, somme finalizzate a facilitare e/o a rendere meno onerosa l'esecuzione e/o la gestione del presente contratto rispetto agli obblighi in esso assunti, né a compiere azioni comunque volte agli stessi fini.

Nel caso in cui risultasse non conforme al vero anche una sola delle dichiarazioni rese ai sensi del comma precedente, ovvero l'Appaltatore non rispettasse gli impegni e gli obblighi ivi assunti per tutta la durata del contratto, lo stesso si intenderà automaticamente risolto ai sensi e per gli effetti dell'articolo 1456 del Codice Civile, per fatto e colpa dell'Appaltatore che sarà conseguentemente tenuto al risarcimento di tutti i danni derivanti dalla risoluzione.

#### **Art. 11 Cauzione**

E' richiesta cauzione provvisoria, che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione di cui all'art. 1945 cc. e preveda l'espressa rinuncia ai termini di cui all'art. 1957 c.c.; essa dovrà avere una validità di tre mesi. Per l'aggiudicatario la cauzione provvisoria sarà svincolata al momento della

sottoscrizione del contratto, ai non aggiudicatari, verrà restituita entro trenta giorni dalla richiesta, salvo gli effetti della rinuncia ai termini di cui al 1957 c.c.

La cauzione provvisoria deve recare, a pena di esclusione, espressa menzione che la medesima viene prestata a garanzia: della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale e della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara.

Per l'esatto adempimento degli obblighi contrattuali l'aggiudicatario è obbligato a prestare cauzione definitiva entro e non oltre 10 gg. dalla comunicazione dell'avvenuta aggiudicazione definitiva, pena la decadenza ipso iure dalla stessa, salvo il risarcimento degli ulteriori danni.

La cauzione definitiva, nella misura del 10% dell'importo contrattuale di aggiudicazione, dovrà espressamente contenere la rinuncia sia ad eccepire il decorso del termine di cui all'art. 1957 c.c., sia al beneficio della preventiva escussione di cui all'art. 1945 c.c.

La cauzione definitiva copre gli oneri per il mancato o incompleto adempimento del servizio.

La Regione Campania ha facoltà, in caso di inadempimento da parte dell'aggiudicatario agli obblighi previsti, nel presente Capitolato e nelle Linee Guida di cui all'allegato A, che ne costituiscono parte integrante, di procedere all'incameramento, in tutto o in parte, della cauzione definitiva e ciò senza bisogno di diffida o di procedimento giudiziario, fermi restando l'applicazione delle penali contrattuali, ove ricorra il caso, nonché il diritto della Regione alla refusione del maggior danno.

La Regione Campania darà la sua adesione allo svincolo della cauzione entro 12 (dodici) mesi dalla data di accettazione del servizio, sempre che non sussistano controversie o pendenze di sorta con l'aggiudicatario stesso.

Nel caso di raggruppamento temporaneo di imprese, la cauzione viene presentata dall'impresa mandataria.

#### **Art. 12 Pagamenti**

Il pagamento del servizio prestato, avverrà secondo le seguenti modalità:

- 1) il 30% del corrispettivo contrattuale all'inizio dell'espletamento delle attività;
- 2) il 20% del corrispettivo contrattuale al termine dei primi due mesi di attività;
- 3) il 50% del corrispettivo contrattuale a saldo, a seguito della presentazione del rapporto finale del servizio prestato.

Gli importi saranno liquidati con pagamento a 90 giorni fine mese dalla data di presentazione della fattura. Le fatture non conformi alle norme fiscali vigenti, oppure contenenti errori ed omissioni dovranno essere ritirate mediante emissione di specifiche note di credito. I termini di pagamento decorreranno dalla data di presentazione della fattura corretta.

#### **Art. 13 Subappalto**

E' fatto divieto all'Appaltatore di concedere, anche di fatto, in subappalto o a cottimo i servizi oggetto del presente appalto.

#### **Art. 14 Obblighi dei concorrenti**

Il concorrente, in caso di affidamento del servizio, si obbliga:

- 1) a fornire all'Amministrazione, in caso di richiesta, prova del possesso dei requisiti dichiarati ed a consentire verifiche periodiche sull'effettivo rispetto degli impegni assunti;
- 2) al rispetto di tutti gli impegni e le scadenze previsti nel Bando, nel Capitolato Speciale d'Appalto e nelle Linee Guida (allegato A) che ne costituiscono parte integrante;
- 3) a far pervenire, alle scadenze che saranno fissate dal Responsabile della Misura 2.3. del POR, i dati del monitoraggio fisico e finanziario secondo la normativa comunitaria e le indicazioni fornite dalla amministrazione regionale;
- 4) a rispettare gli standard di costo e la normativa comunitaria, nazionale e regionale per la gestione e la rendicontazione con particolare riguardo a quanto previsto dalla Misura 2.3 del POR Campania 2000/2006;
- 5) a duplicare e diffondere i materiali prodotti ai fini del progetto secondo le indicazioni fornite dal responsabile della Misura 2.3 del POR;
- 6) a concordare con il Responsabile del Procedimento e con il Responsabile del relativo P. I. le fasi, il cronoprogramma e le modalità di attuazione del progetto.

#### **Art. 15 Penalità**

In caso di ritardo sui tempi di attuazione del servizio, così come previsti nel presente Capitolato e negli allegati, che ne costituiscono parte integrante, l'Amministrazione applicherà una penale pari ad Euro 2.000,00 per ogni giorno lavorativo di ritardo, fino ad un massimo pari al 5% dell'importo contrattuale, oltre il quale il contratto si risolve.

Non si procede all'applicazione di penale nel caso in cui la mancata prestazione sia causata da sciopero e/o assemblea e/o agitazioni del personale dipendente dell'appaltatore con esclusione dell'ipotesi in cui lo sciopero stesso sia stato proclamato a seguito di accertata violazione del CCNL di obblighi di legge incombenti all'Appaltatore, ovvero a seguito di comportamenti antisindacali dello stesso e/o di comportamenti comunque addebitabili al medesimo appaltatore e sia stato comunicato tempestivamente all'ente appaltante.

#### **Art. 16 Clausola risolutiva espressa**

Fermo quanto previsto dalle disposizioni generali del codice civile (art.1453 e ss.cc.) e salvo in ogni caso il diritto al risarcimento del danno, la Regione Campania ha il diritto, ai sensi e per gli effetti dell'art.1456 c.c., di risolvere il contratto nel caso in cui l'appaltatore sia incorso anche in uno solo dei seguenti fatti:

- 1) cessione in subappalto, in tutto o in parte del servizio;
- 2) abbandono o sospensione anche parziale dell'espletamento del servizio senza giustificato motivo per più di due giorni, non costituendo giustificato motivo lo sciopero e/o l'assemblea e/o agitazione del personale originata dai fatti dell'appaltatore di cui al precedente art.15;
- 3) cessione, anche parziale, del presente contratto;
- 4) gravi reiterate inadempienze nella esecuzione delle prestazioni, tali da aver comportato l'irrogazione di penali pari al 5% dell'importo contrattuale;
- 5) inadempienze che compromettano l'immagine della Regione Campania.

La risoluzione si verifica di diritto mediante unilaterale dichiarazione della Regione Campania a mezzo lettera raccomandata A/R e comporta l'incameramento della cauzione nonché il risarcimento degli eventuali ulteriori danni.

#### **Art. 17 Verifica dei servizi**

Il Responsabile della Misura 2.3 del POR, potrà richiedere all'appaltatore, in qualsiasi momento, anche verbalmente, informazioni sull'attività in corso e sugli obiettivi perseguiti, con obbligo dello stesso di fornire, per iscritto, le informazioni richieste entro 15 giorni.

Nel caso di inadempienze e/o inefficienza dei servizi offerti l'Amministrazione intimerà all'aggiudicataria, per iscritto, di adempiere a quanto necessario per il rispetto delle specifiche norme contrattuali sospendendo gli eventuali pagamenti in corso. Nel caso in cui l'aggiudicataria non dovesse provvedere entro tale termine sarà avviata la procedura di rescissione del contratto.

#### **Art. 18 Recesso**

La Regione Campania si riserva la facoltà di recedere dal contratto in qualsiasi momento senza necessità di giustificazione e senza che l'appaltatore possa vantare diritti a compensi, risarcimenti o indennizzi a qualsiasi titolo.

La volontà della Regione di recedere dal contratto sarà comunicata all'appaltatore con un preavviso di 30 (trenta) giorni.

In caso di recesso, all'appaltatore saranno corrisposti esclusivamente i compensi per le prestazioni che risulteranno effettivamente rese alla data del recesso stesso.

#### **Art. 19 Incedibilità dei crediti**

Le parti concordano espressamente che i crediti derivanti dall'esecuzione del contratto non siano cedibili a terzi, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 1260, 2° 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 dunque esclusi, tra gli altri, i mandati ad esigere e le deleghe all'incasso.



Le parti concordano altresì espressamente che la violazione di quanto disposto ai punti precedenti dà diritto alla Regione di risolvere il rapporto ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del Codice Civile con conseguente diritto al risarcimento dei danni.

#### **Art. 20 Diritti sui prodotti delle attività**

I prodotti di qualsiasi natura che dovessero costituire risultato del servizio espletato sono di proprietà esclusiva della Regione Campania e non possono essere commercializzati dal soggetto aggiudicatario del servizio stesso.

Alla conclusione delle attività oggetto del servizio, copia di tali prodotti dovrà essere consegnata alla Regione Campania, Assessorato ai Beni Culturali.

#### **Art. 21 Tutela dei dati personali**

Ai sensi e per effetto della legge n.675 del 31/12/1996 l'appaltatore dichiara di essere informato che i dati personali che lo riguardano, comunicati in occasione delle procedure di perfezionamento del contratto, sono suscettibili di trattamento da parte della Regione.

Il trattamento dei dati è finalizzato esclusivamente al rispetto delle clausole contrattuali, della legislazione fiscale e degli obblighi di legge inerenti alla stipulazione e alla gestione del contratto.

La Regione garantisce che i dati personali saranno trattati per le finalità suindicate, secondo principi di correttezza, liceità e trasparenza e con tutela della riservatezza e dei diritti dell'aggiudicatario. I dati stessi saranno conservati per un periodo di tempo non superiore a quello necessario agli scopi per i quali sono stati raccolti e successivamente trattati.

I dati personali possono essere comunicati ai seguenti soggetti:

- la società di informatica o altre società della cui collaborazione la Regione si avvale;
- gli istituti bancari incaricati dei pagamenti;
- gli organi della Pubblica Amministrazione per l'espletamento dei loro compiti di istituto, in attuazione di disposizioni di legge;
- le società che gestiscono servizi postali informatizzati o forniscono alla Regione altri servizi collaterali;
- i consulenti legali, tributari e finanziari della Regione.

L'aggiudicatario ha facoltà di esercitare i diritti di cui all'art.13 della citata legge n.675/96.

#### **Art. 22 Responsabilità per danni**

L'appaltatore assume ogni responsabilità per danni diretti e indiretti che possano derivare dall'esecuzione del servizio al personale ovvero a terzi (cose e persone), per fatto proprio o dei suoi dipendenti e preposti, impegnandosi a tenere sollevata ed indenne la Regione da qualsiasi pretesa o molestia che al riguardo venisse loro mossa da terzi.

#### **Art. 23 Stipula contratto**

L'aggiudicazione non tiene luogo di contratto. Il contratto dovrà essere stipulato, previa la produzione della cauzione definitiva, nonché della documentazione necessaria ai fini degli accertamenti di cui alla normativa antimafia, entro 30gg. dall'invito a stipulare formulato dalla Regione a mezzo di nota A/R.

Elasso inutilmente il termine assegnato per la produzione di quanto innanzi e/o per la stipula, il concorrente decadrà dall'aggiudicazione.

#### **Art. 24 Spese di stipulazione e di gestione**

Tutti gli oneri, compresi quelli di carattere fiscale, comunque inerenti e conseguenti alla stipula del contratto, sono a carico dell'appaltatore. Le eventuali modifiche del regime fiscale non danno luogo, in nessun caso, a variazioni dei corrispettivi pattuiti. L'appaltatore dichiarerà a tutti gli effetti di legge che l'appalto per l'esecuzione dei servizi di cui al presente contratto, viene effettuato nell'esercizio di impresa, giusto l'art. 4 del D.P.R. n. 633 del 26.10.72 s.m.i., e che, pertanto, esso, ai sensi dell'art. 1 del D.P.R. citato è soggetto all'I.V.A.

#### **Art. 25 Domicilio**

Agli effetti contrattuali e giudiziari, l'appaltatore eleggerà il proprio domicilio in Napoli, con l'intesa che, ove questo venisse a mancare, il domicilio si intenderà trasferito presso il Municipio di Napoli.

#### **Art. 26 Foro competente**

Tutte le controversie che dovessero sorgere tra le parti in relazione all'interpretazione, esecuzione e risoluzione del contratto di appalto saranno deferite alla cognizione del foro di Napoli.

**Art. 27 Normativa applicabile**

La partecipazione alla gara comporta la piena e incondizionata accettazione di tutte le disposizioni contenute nel presente capitolato e nel bando.

Per tutto quanto non espressamente disciplinato con il presente Capitolato, il rapporto contrattuale risulterà soggetto alle disposizioni vigenti in materia di appalti, di amministrazione del patrimonio e di contabilità generale dello Stato, nonché dal Codice Civile.

**Art. 28 Informazioni**

Il presente Capitolato Speciale d'Appalto, unitamente al bando ed agli allegati "A" e "B", sono reperibili sul sito WEB della Regione Campania ([www.regione.campania.it](http://www.regione.campania.it)); informazioni possono essere richieste, in orario di ufficio, al Responsabile della Misura 2.3 del POR Campania arch.Vincenzo Russo, presso il Settore Tutela Beni Paesitici, Ambientali e Culturali - Centro Direzionale di Napoli - Isola A6 - tel.0817967075 - e-mail:[asse2.mis2.3.cdc@regione.campania.it](mailto:asse2.mis2.3.cdc@regione.campania.it)

**Art.30 Allegati**

Sono parte integrante e sostanziale del presente Capitolato:

- Le Linee Guida del progetto (allegato A);
- Il Formulario (allegato B).

POR Campania 2000-2006 - ASSE II Misura 2.3 - azione e)  
Progetto integrato Grande Attrattore Culturale Campi Flegrei

REGIONE CAMPANIA

Assessorato ai Beni Culturali

Allegato "A"

"Linee guida"

Progetto di animazione e sensibilizzazione per la valorizzazione delle risorse archeologiche, architettoniche e paesistiche e dello sviluppo del patrimonio storico - culturale

POR Campania 2000-2006 - ASSE II Misura 2.3 azione e)

REGIONE CAMPANIA

Assessorato ai Beni Culturali

Progetto integrato Grande Attrattore Culturale Campi Flegrei

Allegato "A" "Linee guida"

Progetto di animazione e sensibilizzazione

**Premessa**

All'attività di animazione e sensibilizzazione del territorio è affidato il compito di creare le migliori condizioni di contesto, l'ambiente più proficuo perché gli obiettivi della Programmazione dell'asse II del P.O.R. e del PI Campi Flegrei siano pienamente realizzati.

"Coinvolgere il singolo" si concretizza, dal punto di vista organizzativo e metodologico, nella presenza costante, nella prima fase, presso gli attori coinvolti nel processo di sviluppo dei P.I.T. Grandi Attrattori Culturali, nella predisposizione di strumenti operativi costruiti per rilevare il bisogno, leggere esigenze ed orientare le azioni.

L'azione "Animazione e sensibilizzazione territoriale nei grandi attrattori" si propone, quindi, di valorizzare l'elemento umano, attraverso una serie coordinata di attività destinate a informare, coinvolgere, formare e aiutare i residenti e gli operatori di riferimento dei Comuni interessati dal Progetto "Grande Attrattore".

L'intento sotteso all'idea progettuale è: organizzare un intervento più vicino ai cittadini, costruire forme nuove di collaborazione che superino la tradizionale separazione/competizione tra amministratori e amministrati, fondare l'innovazione sulla forte responsabilizzazione sia del pubblico che del singolo cittadino.

Infatti, solo la vicinanza all'interlocutore consente, di leggere il bisogno in modo corretto; ancora di più, di far emergere i bisogni sottaciuti, inconsapevoli, inespressi.

**Finalità**

In tale contesto le precipue finalità dell'azione di animazione e sensibilizzazione territoriale sono:

- pubblicizzazione e divulgazione delle opportunità offerte dallo sviluppo del PI GA Campi Flegrei
- sensibilizzazione e coinvolgimento nelle finalità e negli obiettivi prefissati dalla Programmazione Integrata

• partecipazione attiva delle istituzioni, delle parti sociali, degli attori locali e degli operatori economici a vario titolo coinvolti o coinvolgibili nelle diverse iniziative

**Obiettivi specifici**

1) Aumentare il coinvolgimento e la sensibilizzazione degli attori locali: i cittadini, gli operatori sociali ed economici, le unità amministrative locali

- Promuovere occasioni di incontro e scambio con i residenti dei Comuni coinvolti dal Progetto

- Informare il territorio riguardo l'esistenza del Progetto Integrato (Grande Attrattore) Campi Flegrei e delle sue evoluzioni

- Stimolare l'attenzione e l'interesse del singolo per mantenere una continuità nei rapporti con il territorio

2) Innalzare la qualità dell'informazione a tutti i livelli (operatori, popolazione, ecc...)

- Sensibilizzare il pubblico locale ai temi della valorizzazione turistico-culturale del territorio
- Far comprendere l'importanza dello sviluppo sostenibile per l'innalzamento della qualità della vita
- Contribuire alla valorizzazione dell'identità locale.
- Diffondere le "buone pratiche" professionali tese allo sviluppo dell'autoimprenditorialità
- Approfondire la conoscenza delle aspettative e delle valutazioni sia degli operatori che dei residenti rispetto alle risorse locali
- Contribuire alla diffusione di una coscienza diffusa del "turismo rispettoso dell'ambiente della vocazione territoriale"

Descrizione dell'intervento

Le attività previste dal progetto sono le seguenti:

COOR - Coordinamento dei soggetti che realizzeranno il progetto

Poiché i soggetti che parteciperanno al progetto potranno essere diversi o più di uno, è prevista un'attività di coordinamento da parte delle RTI, ATS o ATI.

L'attività consiste nel coordinamento interno del gruppo di lavoro e nel coordinamento esterno con la Regione Campania e con gli altri progetti del PI, in modo da garantire la coerenza dei diversi interventi.

A - Pubblicizzazione propedeutica alle Misure successive

L'intervento concepito nell'ambito della Misura 2.3 - Animazione e sensibilizzazione - è cronologicamente uno dei primi che apre l'attuazione della programmazione prevista per il PI - GAC.

A tale proposito, si intende inaugurare il progetto procedendo ad un'intensa attività informativa e di pubblicizzazione, che sia anche propedeutica rispetto alle Misure del PI che saranno bandite successivamente. Occorre collegare e delineare sin dall'inizio, attraverso un chiaro fil rouge, tutte le finalità e gli obiettivi previsti dalle azioni di cui seguirà l'attuazione, componendo a favore della platea l'intero mosaico della programmazione del PI.

In sintesi, i primi due mesi dall'avvio del progetto dovranno prevedere una significativa diffusione di manifesti, informazioni, presentazioni e depliant, al termine della quale si richiede la consegna di documenti di reporting, utili per la continuità con gli appalti successivi e per la definizione di un primo stato avanzamento lavori.

B - Studio del campione ed elaborazione Mailing List

Sarà dapprima costituita la mappa degli attori socio - economici del territorio, dalla quale sarà estrapolato il campione - secondo criteri statistici e comunque di pura trasparenza pubblica - cui sottoporre questionari e/o rivolgere interviste per la rilevazioni di dati e per il trasferimento di informazioni.

Per ragioni connesse alla difficile circoscrivibilità dei gruppi di beneficiari, nonché per evitare una lievitazione dei costi, il metodo dell'indagine campionaria potrebbe in taluni casi essere sostituito o coadiuvato da indagini esplorative su soggetti non costituenti un campione statisticamente rappresentativo come: rappresentanti di parti sociali, amministrazioni, associazioni, imprese leaders, istituzioni scolastiche e religiose, servizi commerciali, micro imprese, residenti e studenti.

Dopo la stesura di una mailing list di soggetti da contattare, si procederà all'utilizzo della stessa per invitare gli interessati alla partecipazione di focus group successivi.

A titolo esemplificativo: sarà costruito con applicativo Access e/o winfax un indirizzario in grado di consentire ed agevolare l'invio delle comunicazioni per fissare appuntamenti presso il campione (funzionari comunali, albergatori, ristoratori, imprenditori, commercianti, associazioni, scuole e istituti di formazione, altri enti locali ecc..).

In prospettiva, questa base dati potrà anche essere implementata con nominativi di altri soggetti interessati alle attività del PI Grande Attrattore Culturale Campi Flegrei.

C - Seminari informativi per gli intervistatori

Per ottimizzare l'attività di analisi del campione sul territorio, gli intervistatori parteciperanno, nel corso del progetto, a due seminari informativi della durata complessiva di 24 ore, nel corso dei quali incontreranno lo staff regionale deputato alla sovrintendenza del progetto.

Lo scopo dei seminari sarà quello di trasferire agli operatori individuati per tale attività le linee strategiche e gli orientamenti sottesi al PI del GAC, per assicurare una proficua sinergia tra gli indirizzi

istituzionali e l'applicazione diretta e corretta degli stessi sul territorio. Nel corso dei seminari saranno affrontati i seguenti temi:

- presentazione delle finalità dell'intervento
- peculiarità del progetto GAC e del territorio di competenza
- comunicazione ed elementi di marketing da applicare
- informazioni sulle modalità di gestione ed archiviazione dati
- stato di avanzamento lavori e criticità

#### D - Interviste presso gli operatori selezionati

Al fine di ottimizzare le attività di attuazione del PI del GAC sarà redatto un modello di questionario finalizzato ad individuare i soggetti leader capaci e disposti a partecipare alla effettiva realizzazione delle fasi successive:

- raccolta dei dati principali
- verifica della conoscenza del territorio del GAC
- valutazione delle problematiche della località GAC da cui proviene l'intervistato
- raccogliere per iscritto le osservazioni che scaturiscono dalle interviste
- scegliere le proposte più sostenibili, soprattutto in relazione all'intervento del GAC oggetto dell'intervento
- definire gli strumenti ritenuti più adatti per comunicare successivamente le prerogative dell'area e le relative strategie di promozione
- sondare il livello di imprenditorialità in ambito turistico e l'interesse a fare nuovi investimenti da parte degli operatori

#### E - Focus Group

Il focus group è una tecnica di rilevazione per la ricerca sociale basata sulla discussione tra un gruppo di persone. La finalità principale del focus group è quella di studiare un fenomeno o di indagare uno specifico argomento in profondità, utilizzando come base per la rilevazione l'interazione che si realizza tra i componenti del gruppo.

L'azione dei Focus Group sarà strutturata mediante due fasi e si concretizza in incontri territoriali che vedranno il coinvolgimento di tutti gli attori locali selezionati per:

- sensibilizzazione/informazione e coinvolgimento/partecipazione attiva
- focus tematici

#### F - Predisposizione di formule innovative e dinamiche di approccio informativo verso l'utenza

L'idea deve essere quella di attivare sistemi informativi che restituiscano anche a livello simbolico la presenza "sul campo" e garantire la possibilità di una consultazione e di uno scambio efficace (per esempio attraverso strutture mobili, punti di riferimento in loco, consulenze esterne, distribuzione di cd-card informative, mailing ecc) che possono offrire, se condotti con la consapevolezza delle competenze comunicative necessarie, un rapporto continuativo e la definizione di nuove modalità di trattamento di problemi anche ordinari.

#### G- Manifestazione di rilancio promozionale a tema

Ai fini di rafforzare il tessuto turistico-culturale nelle aree più deboli del territorio GAC, ci si propone di accrescere l'efficienza e la capacità concorrenziale delle attività tipiche già esistenti, migliorando lo sviluppo dell'animazione sul territorio attraverso lo spirito di collaborazione.

L'attività promozionale, intesa quale manifestazione o/o evento di natura espositiva, intende riproporre il rilancio di alcuni prodotti o servizi legati alla valorizzazione ed allo sviluppo del patrimonio culturale del grande attrattore, partendo dalla sponsorizzazione di esperienze, attività locali, prodotti o servizi strettamente legati all'identità del territorio.

Il tema ed i soggetti interessati a collaborare a tale attività verranno individuati in occasione dei focus group.

#### Articolazione del progetto

Il progetto è articolato in cinque diverse azioni:

- Azione 1: Pubblicizzazione propedeutica
- Azione 2: Interviste
- Azione 3: Focus Group
- Azione 4: Formule dinamiche di approccio informativo verso l'utenza
- Azione 5: Manifestazione di rilancio a tema

#### 1. Pubblicizzazione propedeutica a tutte le Misure PI - GAC

Si intende inaugurare il progetto procedendo ad un'intensa attività informativa e di pubblicizzazione, che sia anche propedeutica rispetto alle Misure del PI che saranno bandite successivamente. Occorre collegare e delineare sin dall'inizio, attraverso un chiaro fil rouge, tutte le finalità e gli obiettivi previsti dalle azioni di cui seguirà l'attuazione, componendo a favore della platea l'intero mosaico della programmazione del PI - GAC.

In sintesi, i primi due mesi dall'avvio del progetto dovranno prevedere una significativa diffusione di manifesti, informazioni, presentazioni e depliant, al termine della quale si richiede la consegna di documenti di reporting, utili per la continuità con gli appalti successivi e per la definizione di un primo stato avanzamento lavori.

#### 2. Interviste

Nella prima azione sono coinvolti i soggetti interessati dal PI Campi Flegrei inteso come "progetto partecipato"; a tal fine risulterà necessario creare una base dati degli attori presenti sul territorio da contattare, e successivamente un'inchiesta in senso più ampio potrà rappresentare ulteriore strumento a rafforzamento dell'obiettivo di "avvicinare gli interlocutori locali".

In questa fase saranno altresì individuate le possibili soluzioni per garantire la continuità dei rapporti con il territorio durante l'esecuzione del Progetto.

In questa fase è prevista un'intensa attività di animazione e sensibilizzazione destinata a trasferire informazioni accurate ed approfondite agli operatori, ai residenti, alle unità amministrative, alle parti sociali ed economiche presenti sul distretto territoriale, sull'importanza dello sviluppo del territorio in un'ottica di sostenibilità ambientale, turistica ed economica e di innalzamento della qualità dei servizi ad essa collegata.

Al fine di rendere capillare ed efficace l'azione sul territorio, si prevede di coinvolgere in questa azione n. 20 intervistatori (5 per ogni Comune) che saranno i "sensori territoriali" del progetto.

Gli intervistatori saranno il punto di riferimento delle amministrazioni locali, raccoglieranno gli umori, i suggerimenti degli attori locali e le aspettative dell'intero territorio.

Per affrontare al meglio il contatto con gli interlocutori del distretto, gli intervistatori parteciperanno a due brevi seminari informativi della durata complessiva di 24 ore, nel corso del quale saranno trasferite le seguenti informazioni:

- presentazione delle finalità dell'intervento
- peculiarità del progetto GAC e del territorio di competenza
- comunicazione ed elementi di marketing da applicare
- informazioni sulle modalità di gestione ed archiviazione dati
- stato di avanzamento lavori e criticità

Al termine di questo percorso, in cui i partecipanti si interfacceranno con lo staff regionale che sovrintende il progetto, agli intervistatori sarà affidato il compito di fornire anche due aspetti ritenuti essenziali:

- da un lato le informazioni e gli elementi volti a comprendere l'importanza di investimenti da attuare così cospicui da modificare gli assetti socio economici territoriali
- dall'altro, attraverso uno strumento di lista di riscontro opportunamente progettato, registrare lo stato, la capacità e la ricettività agli investimenti, le eventuali problematiche, i suggerimenti.

I target di riferimento delle interviste saranno:

- opinion leaders (parti sociali, amministratori, associazioni, imprese leaders, istituzioni scolastiche e religiose...). Le interviste agli opinion leaders, realizzate per ogni GA, hanno scopo di raggiungere in minor

tempo il centro delle informazioni e al contempo rappresentano una visione di notevole impatto territoriale.

- residenti (operatori commerciali, micro imprese, cittadini, studenti...). Tali interviste dovranno sortire un risultato più capillare rispetto al distretto comunale e quindi numericamente più considerevole.

I dati delle interviste verranno raccolti ed elaborati, entro i primi due mesi dall'avvio del progetto, formando così una possibile base di partenza per l'attuazione dei futuri bandi dei Progetti integrati e saranno utili per indagini e studi successivi per attuare in tal modo una politica di sviluppo dal basso.

Si ritiene che questo livello di condivisione e partecipazione degli attori operanti ai diversi livelli sulle aree di riferimento possa costituire una reale e proficua connessione con il territorio anche nel senso della creazione di una rete di ripetitori e di animatori del territorio capaci di produrre effetti moltiplicatori sia per la diffusione delle informazioni inerenti l'opportunità; sia, più in generale, sulla diffusione di una nuova mentalità e di una rinnovata fiducia nella possibilità di introdurre variabili di rottura in sistemi di radicata inefficacia.

### 3. Focus Group

#### Prima fase

La metodologia che si intende utilizzare nell'organizzazione dei focus consentirà, nella sua conduzione, di mettere in atto sia l'approccio frontale che quello circolare. Attraverso le discussioni sulle problematiche e le progettualità emergenti, si prevede di:

1. prendere conoscenza delle richieste e dei dubbi di carattere generale sugli obiettivi e le modalità d'azione del Progetto e del PI GA;

2. mettere in evidenza le azioni che necessitano di maggiore attenzione e che farebbero così da "guida" ad altre considerate secondarie in sede di discussione;

3. individuare dei soggetti "forti" per ogni distretto, da proporre in seguito come rappresentanti simbolici della propria area (gestori di alberghi; enti pubblici; pro loco; associazioni culturali; parrocchie, istituti scolastici ecc.).

Ciascun incontro sarà infatti strutturato in due momenti:

- sensibilizzazione e informazione, cui è affidato il compito di illustrare il panorama delle opportunità offerte, e informare sui tempi di realizzazione e sulle modalità di accesso alle stesse.

- coinvolgimento e partecipazione attiva, cui è affidato il compito di diffondere le opportunità/vantaggi offerti dalle diverse iniziative attuabili nell'ambito della programmazione integrata ed i risultati che da esse si attendono, di disseminare idee di progetto e di far emergere i bisogni e le attese dei partecipanti all'azione. Questo segmento dell'azione, dopo un primo momento di presentazione frontale, mette in atto un approccio di conduzione circolare tesa a favorire la più ampia partecipazione attiva e dinamica dei partecipanti;

L'azione prevede la realizzazione di n. 1 incontro per ciascuna area coinvolta, ma è contemplata l'opportunità di aumentare il numero degli incontri aggiungendo successivamente n. 1 incontro tematico, per una azione più capillare di diffusione dell'iniziativa e di animazione territoriale forte.

Alcune caratteristiche richieste per la realizzazione dei focus group, in quanto considerate importanti modalità per mettere in discussione la propria opinione iniziale, per far emergere altre posizioni e idee:

- domande reciproche
- richieste di chiarimento
- messa in evidenza di punti deboli
- dichiarazione del proprio disaccordo

Presupposto logico e cronologico della presente attività è la progettazione e la realizzazione degli strumenti e delle azioni previste dalla strategia di promozione e comunicazione dell'iniziativa. Tuttavia, tale azione, si intende complementare al progetto e quindi da limitare a specifiche e ben progettate e strutturate uscite con manifesti, locandine e depliant informativi.

Tra gli obiettivi specifici della presente attività, si annovera la sensibilizzazione rivolta a tutti gli attori a vario titoli coinvolti o coinvolgibili nell'iniziativa.

#### Seconda Fase

La seconda fase vedrà la realizzazione di Focus Tematici incentrati su problematiche individuate nella prima fase.

La partecipazione ai Focus Tematici sarà aperta agli interlocutori locali, che bisognerà definire in dettaglio per ogni GA coinvolto nel progetto, intendendo in tal modo sia i rappresentanti dell'associazionismo direttamente connessi al mondo culturale, economico e sociale delle tematiche dei GA sia i rappresentanti degli Enti locali. Questo momento prevede incontri con il coinvolgimento delle istituzioni territoriali, delle associazioni e dei rappresentanti delle parti sociali più direttamente impegnati nelle aree oggetto dell'intervento, dei rappresentanti delle realtà imprenditoriali presenti sul territorio. Nel corso dei focus tematici, saranno individuati i temi ed i soggetti coinvolgibili in una successiva azione promozionale di prodotti o servizi esistenti e legati all'identità territoriale, ma che necessitano di una esigua ma rinnovata attività di rilancio.

L'attuazione sarà incentrata sulla realizzazione di n. 1 incontro allargato, ovvero destinati alla platea di cui sopra e strutturato su tematiche proprie e forti del distretto ospitante. In totale l'azione dei Focus Group prevede n. 2 incontri a Comune.

Per ogni Focus Group un facilitatore guiderà le discussioni servendosi di una potenziale lista di quesiti per stimolare le discussioni. Ogni partecipante sarà incoraggiato ad esprimere il proprio punto di vista e a porsi criticamente rispetto alle opinioni espresse dagli altri. La dinamica interattiva che caratterizzerà lo svolgimento delle discussioni rende più probabile l'emergere di proposte e suggerimenti

La struttura di ogni incontro sarà del tipo informativo/formativo, infatti dovrà prevedere:

1. la trattazione del tema del Focus e l'eventuale scenario di sviluppo
2. il coinvolgimento di esperti e testimonianze di buone prassi
3. individuazione delle possibili soluzioni al problema
4. Formule dinamiche di approccio informativo verso l'utenza

La struttura corrente delle Istituzioni Pubbliche, delle amministrazioni locali, della burocrazia prevede un sistema di relazioni strutturato in modo tale che ci si aspetta che il cittadino/utente acceda ai servizi offerti. L'intento di questa azione è di ribaltare questa immagine, "alzando la soglia" di accesso dei soggetti ai punti di informazione ed assistenza istituzionali, predisponendo formule di comunicazione per cui non è il cittadino che si muove per cercare il supporto informativo ma il contrario.

In pratica, occorre raggiungere quei soggetti e/o gruppi di interesse adattandosi alle condizioni di tempo e di luogo che essi pongono; tali azioni sono sempre più sollecitate nel campo delle politiche di quartiere, in cui la territorializzazione dei servizi, e dunque l'organizzazione su base locale ed areale degli interventi, risulta essere condizione per il coordinamento e l'integrazione delle politiche.

5. Manifestazione di rilancio promozionale a tema

Ai fini di rafforzare il tessuto turistico-culturale nelle aree più deboli del territorio GAC, ci si propone di accrescere l'efficienza e la capacità concorrenziale delle attività tipiche già esistenti, migliorando lo sviluppo dell'animazione sul territorio attraverso lo spirito di collaborazione.

L'attività promozionale, intesa quale manifestazione o/o evento di natura espositiva, intende riproporre il rilancio di alcuni prodotti o servizi legati alla valorizzazione ed allo sviluppo del patrimonio culturale del grande attrattore, partendo dalla sponsorizzazione di esperienze, attività locali, prodotti o servizi strettamente legati all'identità del territorio.

#### **CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE**

Procedure di monitoraggio e di valutazione

Il progetto sarà periodicamente oggetto di monitoraggio, in tutte le sue fasi, e dovrà essere redatta una dettagliata reportistica sull'avanzamento dell'intervento.

Al fine di adempiere agli obblighi informativi previsti, nonché di consentire un'adeguata valutazione delle azioni sarà strutturato un sistema di rilevazione dei seguenti dati:

di realizzazione, per rilevare le tipologie e la quantità delle attività svolte;

di risultato, per verificare la corrispondenza di ogni azione agli obiettivi generali e specifici previsti;

di impatto, per misurare le modificazioni del comportamento dei soggetti destinatari, ed in genere dei sistemi entro i quali l'intervento ha luogo, conseguenti all'informazione diffusa ed alle azioni di animazioni;



Gli indicatori di realizzazione riguardano essenzialmente outputs fisici di attività, suscettibili di conteggio.

Gli indicatori di risultato riguardano il grado in cui sono migliorate l'informazione, l'animazione e la sensibilizzazione dell'opinione pubblica e dei beneficiari potenziali specifici riguardo alle azioni del PI GAC, in un arco di tempo prefissato. I risultati genericamente intesi vanno quindi tradotti in risultati attesi, con riguardo ai tempi di realizzazione, alla quantità dei fruitori, alla qualità e alla correttezza delle conoscenze fornite.

Gli indicatori di impatto, invece, concernono il rapporto tra attività di comunicazione e modificazioni delle condotte degli attori e dell'andamento dei sistemi. Gli indicatori di impatto, non essendo possibile isolare "in laboratorio" la correlazione causale che interessa rilevare, avranno sempre un carattere di approssimatività, dal momento che tali modificazioni sono sempre addebitabili ad un complesso di fattori, dei quali la comunicazione e le sue caratteristiche (precisione, fruibilità, accessibilità, tempestività, etc.) è soltanto uno.

Sono ipotizzabili anche indicatori approssimativi (proxies) di tali entità, da utilizzare in modo complementare agli strumenti fin qui indicati: ad esempio, quanto ai risultati, il numero dei partecipanti alle varie iniziative, in genere il numero dei soggetti raggiunto dalle azioni di comunicazione; quanto all'impatto, invece, si potrebbe considerare il numero di nuove iniziative nate a seguito dell'intervento. Altri indicatori avranno a che fare con il rapporto costi/efficacia delle attività di animazione e sensibilizzazione.

Le metodologie da utilizzare saranno oggetto di approfondimento, sia con il soggetto attuatore dell'intervento, sia soprattutto con il soggetto incaricato delle attività di rilevazione e valutazione. La valutazione in itinere andrà nettamente distinta da quella finale. La prima potrà guidare eventuali interventi correttivi.

#### Modalità di realizzazione

L'intervento sarà realizzato con modalità a regia diretta, con affidamento dell'incarico al soggetto aggiudicatario in possesso di specifiche competenze e di maturata esperienza in materia.

Al termine di ogni fase di lavoro, i partners responsabili dell'attività dovranno consegnare allo staff regionale gli elaborati previsti e rendicontare le spese sostenute con documenti giustificativi e una relazione sullo stato di avanzamento del lavoro.

Per l'assegnazione degli incarichi di consulenza, la Commissione regionale richiederà i curricula dei consulenti e professionisti al fine di valutare:

- la consulenza specifica in riferimento all'incarico da assegnare
- l'esperienza professionale
- la conoscenza del territorio e delle dinamiche socio-economiche che lo interessano.

I candidati a gara dovranno formare dei gruppi di lavoro cercando di coinvolgere professionisti diversi in modo da garantire che vi siano tutte le diverse competenze richieste. Quindi, occorrerà presentare un gruppo di lavoro composto da qualificate professionalità con almeno cinque anni di esperienze possibilmente maturate in attività analoghe al presente intervento:

- un direttore di progetto
- due esperti di comunicazione
- un esperto in marketing territoriale
- un esperto CED

Per ogni singolo professionista occorre allegare un curriculum vitae attinente e l'impegno formale a svolgere l'attività di sua competenza.

Ai consulenti verranno richieste sia modalità operative nella realizzazione delle attività tali da garantire il coinvolgimento degli attori locali nella definizione delle azioni e delle fasi di lavoro, sia la collaborazione continuativa con la struttura regionale preposta a sovrintendere il GAC.

Inoltre ai consulenti verrà richiesto il rispetto puntuale dei tempi nella consegna degli elaborati relativi ad ogni fase di lavoro, al fine di poter adempiere alle scadenze previste dal cronoprogramma del PI.

#### Risultati attesi

I risultati attesi a seguito della realizzazione delle attività possono essere così riassunti:

- divulgazione informativa sui vantaggi e le attività previste per il PI Grande Attrattore, presso un target con discreto potenziale d'intervento
- coinvolgimento e partecipazione attiva prima nella ricezione e poi nella ricostruzione esemplificativa di un'azione di animazione territoriale
- ricadute professionali: le attività di informazione ed i focus miglioreranno la qualità delle competenze degli operatori coinvolti in materia di territorialità ed animazione
- miglioramento dell'immagine turistico-culturale del posto: come risulta dalle esperienze di altre regioni e paesi, il miglioramento delle capacità comunicazionali degli operatori si traduce in una migliore promozione e penetrazione nel mercato e in una migliore immagine della località utile per la promozione indiretta. Le stesse iniziative di animazione (indagini, seminari, tavoli di discussione, manifestazioni....) possono essere utilizzate come elementi promozionali e di marketing
- ricadute sull'ambiente: operatori coscienti dell'importanza del patrimonio culturale e dell'ambiente sono in grado di contribuire alla protezione e alla valorizzazione delle risorse naturali e ambientali
- ricadute sociali: l'aumento della "visibilità" degli organismi di rappresentanza (associazioni, scuole, parrocchie, enti pubblici...) a seguito delle iniziative di animazione e comunicazione si traduce in una rivalutazione dell'immagine e del loro ruolo a livello locale, con effetti positivi sull'integrazione con la comunità locale e con le altre strutture produttive e di servizio.

I parametri degli indicatori per la valutazione dei risultati ottenuti sono i seguenti:

- numero questionari ed interviste operatori restituiti
- numero di partecipanti ai focus group
- numero di idee progettuali emergenti raccolte
- quantità e qualità delle manifestazioni organizzate
- variazione del flusso turistico a seguito dell'intervento
- registrazione di iniziative successive d'interesse e di continuità