



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### Determinazione numero 2449 del 20/12/2024

**OGGETTO: PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - DETERMINAZIONE A CONTRARRE PER L'AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA E IMPEGNO DI SPESA PER CONTRIBUTO ANAC . CUP G99I24001090002**

Il Dirigente GAMBARINI PATRIZIA

L'art. 12bis della L.R. 4/2016 ha introdotto la possibilità, per la Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica e per la Provincia di Modena, di attuare congiuntamente i progetti di marketing e promozione turistica ed il programma turistico di promozione locale previsti dalla stessa legge, qualora ritenuto strategico da tali Enti in funzione della valorizzazione del Territorio Turistico formato dalla somma dei due rispettivi territori.

La Provincia di Modena, con Atto del Presidente n. 148 del 28/09/2021, come successivamente modificato con Atto n. 153 del 07/10/2021, ha aderito al Territorio turistico Bologna-Modena ed approvato contestualmente i Regolamenti per il funzionamento degli organismi rappresentati dal Tavolo di concertazione e dalla Cabina di Regia del territorio turistico Bologna-Modena, in accordo con la Città metropolitana di Bologna.

Con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana (Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e Atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021) si è concluso l'iter che ha condotto all'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Regione Emilia-Romagna ha stabilito modalità e procedure per l'attuazione degli interventi di promo-commercializzazione turistica mediante DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017), in particolare al cap. 3 dell'allegato 1.

Sulla base del quadro di riferimento normativo sopra richiamato, la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena hanno elaborato un Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena, a partire dall'individuazione delle azioni che afferiscono ai temi trasversali che interessano l'intero territorio turistico di Bologna e Modena.

Per ogni linea di azione, il programma prevede le risorse necessarie al suo sviluppo, indicando l'Ente (Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica o Provincia di Modena) individuato per la sua attuazione.

Il Programma, presentato alla Regione unitariamente dai due Enti, indica quindi espressamente, sulla base di quanto sopra, le percentuali di budget previsionale a carico

rispettivamente della Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e della Provincia di Modena, in corrispondenza delle quali viene poi assegnata dalla Regione la corrispondente quota di contributo.

In conformità con l'iter previsto dalla sopra richiamata DGR n. 1372/2021, il Programma è stato discusso e licenziato dal Tavolo di Concertazione e dalla Cabina di Regia nelle rispettive sedute del 09/09/2024, come da verbali ed allegati acquisiti al prot. gen. n. 30994 e n. 30995 del 10/09/2024 e successiva rettifica acquisita al prot. gen. n. 31988 e n. 91989 del 18/09/2024, dopo essere stato presentato alla Consulta provinciale del Turismo di Modena nella seduta del 04/09/2024.

Condivisi i contenuti e le scelte strategiche del documento ed in funzione della gestione del budget previsionale, secondo quanto previsto dalla regolamentazione regionale di cui sopra, il documento programmatico è stato approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024 e con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024.

Il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena è stato quindi trasmesso per l'approvazione di competenza alla Regione Emilia-Romagna, unitamente alla richiesta di finanziamento ai sensi dell'art. 7, comma 2, lett. b., della L.R. n. 4/2016.

La Regione con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025 e assegnato le risorse economiche necessarie.

Il Programma si sviluppa in accordo con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027 approvate con DGR n. 1413/2024 e si fonda su azioni dell'area turistica vasta che, in linea con la DGR 1372/2021, vengono strutturate in base all'ente individuato per la loro attuazione e per la gestione delle risorse necessarie al loro sviluppo.

Il quadro di riferimento parte dall'analisi di contesto, mediante esame dei dati forniti dall'Ufficio Statistica della Regione Emilia-Romagna e delle tendenze e dei fenomeni che hanno caratterizzato il 2024.

Per il 2025 si rende opportuno un approccio differenziato alle strategie di promozione dal momento che il Territorio Turistico Bologna-Modena, pur nella sua unitarietà, presenta diversi livelli di sviluppo turistico sul territorio bolognese e su quello modenese: in particolare per il territorio modenese, a differenza di quello bolognese, si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che puntino all'aumento di pernottamenti nei weekend e nei mesi invernali e che favoriscano un'ampia diffusione dei pernottamenti sul territorio provinciale nei periodi di maggiore affluenza.

Il PPCT inoltre individua i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena (Cultura, Food&Wine, Outdoor Active&Slow, Special Interest - Motori), demandando l'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta all'attività coordinata delle due DMO territoriali, mediante il coinvolgimento di gruppi di lavoro quale opportunità per la partecipazione operativa dei privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

Il programma inoltre individua le linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali ed i mercati obiettivo, in tal modo definendo la matrice "mercati target, ambiti territoriali, linee di prodotto" rispetto alla quale vengono declinate le azioni di promo-commercializzazione.

Delle azioni di cui la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono enti attuatori attraverso le rispettive DMO territoriali, alcune hanno una vocazione di area turistica vasta Bologna-Modena, altre, invece, valorizzano le specificità che caratterizzano gli ambiti bolognese e modenese.

Le azioni potranno essere rimodulate a fronte di fattori che incidano sull'industria turistica, per garantire la massimizzazione dell'efficacia e dell'efficienza delle medesime.

Il Programma individua quindi le azioni di promo-commercializzazione, da sviluppare con le risorse individuate in percentuali di budget previsionale a carico, rispettivamente, della Città

metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena e che potranno essere rimodulate una volta definite le risorse disponibili al loro sviluppo; ogni azione indica l'obiettivo Secondo quanto disposto dalla Regione Emilia-Romagna con DGR 1372/2021, le attività ed il relativo budget sono strutturate in base all'ente al quale è assegnata la realizzazione.

I principali temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena, individuati a integrazione delle linee di prodotto proprie dei singoli ambiti territoriali, sono:

- Cultura - Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto, in particolare, del Patrimonio Culturale Materiale (i Portici di Bologna, il complesso monumentale costituito dalla Cattedrale, dalla Torre Civica e dalla Piazza Grande di Modena) e Immateriale (le Media arts per Modena e la musica per Bologna) dell'UNESCO, così come dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (Lucio Dalla e Luciano Pavarotti), artistico (Giorgio Morandi e Guercino) e scientifico (Guglielmo Marconi) internazionale; «ambasciatori» che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione; nel 2025 ricorre il 700° anniversario della Battaglia di Zappolino, tema da cui potranno scaturire eventuali opportunità di collaborazione.

- Food&Wine - Visite alle aziende, alle aree di produzioni tipiche, ai musei del gusto con degustazioni, ma anche scuole di cucina, show- cooking e incontri professionali, che valorizzino la destinazione attraverso la cultura enogastronomica profondamente radicata nel territorio con le sue tradizioni e saperi; su questo tema trasversale insiste il progetto Weekend del gusto, che promuove l'offerta enogastronomica di qualità, caratterizzante la provincia di Modena e il territorio metropolitano di Bologna, con i prodotti tipici più conosciuti a livello internazionale e i relativi luoghi di produzione in uno scenario storico-artistico d'eccezione, con i castelli e le ville storiche..

- Outdoor Active&Slow - Bike experience su tracciati percorribili in bicicletta e su infrastrutture ciclistiche che vedono un superamento dei confini amministrativi sia di portata regionale (Ciclovia del Reno) che interregionale (Ciclovia del Sole);

Trekking su cammini di grande successo (Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Vandelli) e su percorsi turisticamente meno battuti. Si rileva che il 2025 è l'anno del Giubileo, evento che porterà ulteriore visibilità e attenzione a questo tema.

Opportunità offerte dai comprensori del Cimone e del Corno alle Scale e, più in generale, dall'area appenninica, affinché il territorio diventi una destinazione in grado di attrarre turisti 365 giorni l'anno;

- Special Interest - Visite ai luoghi dei motori e a quelli in cui personaggi noti e amati, non solo a livello nazionale, sono nati e vissuti, come Enzo Ferrari, o a cui sono stati particolarmente legati, come Ayrton Senna, posizionando la destinazione in modo distintivo rispetto al target di riferimento; valorizzazione degli autodromi (Imola e Marzaglia) in chiave turistica; soggiorni tecnici, incentive e team building, al fine di stimolare la commistione tra attività di stampo leisure e business nell'ambito dell'offerta rivolta al segmento MICE; manifestazioni ed eventi dedicati.

L'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta è demandata all'attività coordinata delle DMO territoriali, che operano quotidianamente in modo sinergico.

Le linee di prodotto identificate in relazione alle quali il progetto si pone l'obiettivo primario di continuare sul percorso di messa a sistema, attraverso un processo di coinvolgimento della filiera di costruzione dell'offerta e del territorio, da declinarsi dalla pianura all'Appennino con offerte diversificate per target e mercati, ponendo particolare attenzione su quelle che distinguono il territorio:

- City Break;
- Cultura;
- Outdoor Active&Slow;
- Natura e benessere;
- Food&Wine;
- Special interest – Motori;

- Sport;
- MICE.

I mercati di riferimento sono individuati nei seguenti: mercato nazionale, mercati internazionali di corto raggio - Germania, Regno Unito, Spagna, Francia, Paesi Scandinavi, Polonia, Paesi Bassi e Svizzera - e mercati internazionali di medio-lungo raggio - USA, Giappone, Corea, Brasile, Emirati Arabi (punto 1.6 del Programma).

Le azioni sono suddivise in 4 macroaree caratterizzate da obiettivi omogenei:

- azioni relative alla comunicazione, volte a veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C, a creare elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna- Modena, ad aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale;

- azioni relative a ecosistema digitale e promozione, volte a far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori, a costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile, a favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale;

- azioni relative alla promo-commercializzazione in senso stretto, volte a mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti, a creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale, a incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione, a far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi (fam-trip), a raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni.

Le attività previste di diretta competenza della Provincia di Modena, al fine della messa a sistema delle linee di prodotto identificate in relazione ai mercati di riferimento, di cui sopra, sono elencate di seguito:

#### COMUNICAZIONE (paragrafo 2.6 e ss del Programma)

- Identità visiva e supporti di comunicazione: Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C. Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna- Modena

- Press, creator e influenzatori: 2. Press, Creator e influenzatori: Aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale

#### ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE (paragrafo 2.7 e ss del Programma)

- Siti web, canali social, newsletter: Far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori

- E-commerce: Costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile

- Campagne promozionali: Favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale

#### PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE (paragrafo 2.8 e ss del Programma)

- Sviluppo prodotti: Mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti

- Eventi di settore: Creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale

- Fam trip: Far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi

- Supporto eventi del territorio: incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione

- Direct Marketing sport e outdoor: raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni

La realizzazione delle suddette attività richiede che anche il versante modenese del Territorio turistico in oggetto sia dotato di una funzione di Destination Management Organization (DMO) a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico.

La Provincia di Modena intende quindi costituirsi Stazione Appaltante, sussistendone i presupposti, nell'espletamento della procedura aperta disciplinata dal D.lgs. n. 36/2023, volta all'individuazione di n. 1 impresa specializzata in servizi di promozione e marketing turistico, alla quale affidare il supporto organizzativo ed operativo ai fini della realizzazione del complesso delle attività di cui sopra, svolgendo funzioni di DMO, in raccordo con le analoghe funzioni di DMO già attive nell'ambito bolognese.

Il costo stimato delle attività previste e per la cui realizzazione si prevede di affidare il servizio in appalto ammonta a € 415.000,00, come risulta dalla relazione di determinazione dell'importo a base d'asta allegata alla presente.

Il sistema dei servizi oggetto dell'appalto deve essere eseguito entro il 31/12/2025, in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste dal Programma 2025.

Il servizio deve essere qualificato come di natura prevalentemente intellettuale, dal momento che è richiesto in via del tutto prevalente lo svolgimento di prestazioni professionali, svolte in via eminentemente personale, costituenti ideazione di soluzioni o elaborazione di strategie, prevalenti nel contesto della prestazione erogata rispetto alle attività materiali e all'organizzazione di mezzi e risorse, come pure risulta dalla relazione di determinazione dell'importo a base d'asta allegata alla presente.

Non è pertanto necessario procedere alla determinazione del costo della manodopera.

Per l'appalto in oggetto inoltre non è richiesta la redazione del Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (D.U.V.R.I.), in quanto non si realizzano le condizioni previste dalla normativa vigente.

L'appalto sarà affidato mediante procedura aperta ai sensi dell'art. 71 del D. Lgs. n. 36/2023 da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa con prezzo fisso, secondo quanto disposto dall'art. 108, comma 5, del D. Lgs. n. 36/2023, sulla base del quale gli operatori economici competeranno solo in relazione alla qualità complessiva del progetto.

Il punteggio dell'offerta tecnica massimo assegnabile è pari a 100 punti ed è attribuito sulla base dei criteri di valutazione elencati nella sottostante tabella con la relativa ripartizione dei punteggi.

Nella colonna identificata con la lettera D vengono indicati i "Punteggi discrezionali", vale a dire i punteggi il cui coefficiente è attribuito in ragione dell'esercizio della discrezionalità spettante alla commissione giudicatrice.

• **Tabella dei criteri discrezionali (D)-di valutazione dell'offerta tecnica**

| N° | CRITERI DI VALUTAZIONE | PUNTI MAX |     | SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE  | PUNTI D MAX |
|----|------------------------|-----------|-----|---|-------------|
| 1  | CURRICULUM AZIENDALE   | 25        | 1.1 | La commissione valuterà l'esperienza pregressa da almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel | 5           |

|   |                               |    |     |   |    |
|---|-------------------------------|----|-----|---|----|
|   |                               |    |     | territorio della Regione Emilia-Romagna   |    |
|   |                               |    | 1.2 | La commissione valuterà la previsione di una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto | 5  |
|   |                               |    | 1.3 | La commissione valuterà le collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento   | 10 |
|   |                               |    | 1.4 | Verrà valutata la realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna   | 5  |
| 2 | MARKETING e MANAGEMENT        | 20 | 2.1 | La commissione valuterà i punti di forza delle strategie e delle azioni ed innovatività della proposta progettuale  | 10 |
|   |                               |    | 2.2 | La commissione valuterà la capacità di coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze)  | 10 |
| 3 | SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL | 20 | 3   | La commissione valuterà gli elementi strategico   | 20 |

|        |  |     |     |  |    |
|--------|--|-----|-----|--|----|
|        | TERRITORIO BOLOGNA-MODENA                                      |     |     | operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi CULTURA,   |    |
| 4      | SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE                       | 20  | 4   | La commissione valuterà le azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promo-commercializzazione previste dal Programma | 20 |
| 5      | SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO | 10  | 5.1 | La commissione valuterà lo sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive  | 5  |
|        |  |     | 5.2 | La commissione valuterà le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici   | 5  |
| 6      | ORGANIZZAZIONE AZIENDALE                                       | 5   | 6   | La commissione valuterà organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale   | 5  |
| Totale |  | 100 |     |  |    |

Nell'attribuzione dei coefficienti da parte dei singoli componenti verranno rispettate le seguenti corrispondenze:

Scala di valutazione - Valutazione Coefficiente

Non trattato / Non valutabile 0

Non pertinente 0,10

Scarso 0,30

Parzialmente adeguato 0,50

Adeguato 0,60

Discreto 0,70  
 Buono 0,80  
 Molto buono 0,90  
 Eccellente 1

Ciascun commissario di gara attribuirà un coefficiente, variabile tra 1 e 0, a ciascun criterio/sub-criterio oggetto di valutazione;

Si procederà al calcolo della media dei coefficienti attribuiti da ciascun commissario in relazione a ciascun criterio/sub-criterio valutato, così ottenendo dei coefficienti medi definitivi.

La Commissione giudicatrice, terminata l'attribuzione dei coefficienti agli elementi qualitativi, procede, in relazione a ciascuna offerta, all'attribuzione dei punteggi per ogni singolo criterio secondo il metodo aggregativo compensatore.

Il punteggio per il concorrente *i*-esimo è dato dalla seguente formula:

$$P_i = \sum_{x=1}^n C_{xi} \cdot P_x$$

dove

$P_i$  = punteggio del concorrente *i*-esimo

$C_{xi}$  = coefficiente criterio/sub-criterio di valutazione X per il concorrente *i*-esimo

$P_x$  = punteggio criterio/sub-criterio X

X = 1, 2, ..., 6

Gli artt. 25 e 29 del D.lgs. n. 36/2023, prevedono l'obbligo per le stazioni appaltanti di utilizzare, per svolgere le attività di programmazione, progettazione, pubblicazione, affidamento ed esecuzione dei contratti pubblici, una piattaforma di approvvigionamento digitale certificata e quindi idonea a interagire con la Banca dati nazionale dei contratti pubblici dell'ANAC a cui devono confluire tutti i dati e le informazioni dei contratti pubblici.

Pertanto la presente procedura d'appalto sarà svolta tramite la piattaforma regionale di approvvigionamento digitale Sistema per gli Acquisti Telematici dell'Emilia-Romagna (SATER), gestita da Intercent-ER e certificata da AgiD per le fasi di pubblicazione, affidamento ed esecuzione, interoperabile con la Banca Dati dei Contratti Pubblici (BDGP) ai sensi dell'art. 26 del D.Lgs. 36 del 2023.

La pubblicità degli atti di gara, ai sensi del D.Lgs. n. 36/23, verrà effettuata tramite la predetta piattaforma digitale SATER in interoperabilità con la Banca Dati Nazionale dei Contratti Pubblici (BDNCP)- sezione Piattaforma di Pubblicità a valore legale (PVL), gestita dall'A.N.AC..

Il quadro economico del progetto è composto come segue:

- **importo totale posto a base di gara (prezzo fisso)** per l'intera durata dell'affidamento pari a **€ 340.163,94**;
- oneri della sicurezza = **€ 0,00**;
- IVA nella misura del 22% = **€ 74.836,06**
- Totale = **€ 415.000,00**.

La stazione appaltante si riserva la facoltà di imporre all'appaltatore l'esecuzione, alle condizioni originariamente previste, nel caso in cui in corso di esecuzione si renda necessario un

aumento o una diminuzione delle prestazioni fino alla concorrenza del quinto dell'importo del contratto.

**Il valore dell'appalto, considerato quindi il quinto d'obbligo, è pari a € 408.196,72, al netto di IVA.**

L'appalto è costituito da un unico lotto, in quanto ha ad oggetto un servizio unitario afferente all'attuazione del Programma di promo-commercializzazione 2025, in relazione alla quale sussiste la necessità di individuare un unico soggetto che ponga in essere tutte le attività del PPCT, in una logica integrata e trasversale, svolgendo un ruolo centrale di coordinamento, assicurando su più livelli l'analisi dei fattori economici, la progettazione delle azioni di promo-commercializzazione, i compiti operativi tipici di operatore incoming e gestore di siti turistici, assicurando la "regia unitaria" delle attività rivolte al territorio nel suo complesso.

Nel quadro sopra delineato l'appalto deve quindi necessariamente mantenere la sua unitarietà.

L'appalto non è soggetto all'applicazione dei criteri ambientali minimi di cui al Codice in ragione della natura delle prestazioni richieste, che non rientrano tra quelle di cui al relativo decreto ministeriale.

Gli stanziamenti per i quali sono previsti gli accertamenti di entrata e le prenotazioni di impegno di spesa connessi alle relative coperture finanziarie sono presenti nei capitoli di bilancio dell'Area Amministrativa della Provincia di Modena per l'esercizio 2025.

Il predetto ammontare trova parziale copertura derivante da cofinanziamento da Enti pubblici terzi, in particolare da contributo proveniente da Regione Emilia Romagna per € 373.377,58 assegnato con DGR n. 2122 dell'11/11/2024 contestualmente all'approvazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2025, secondo il riparto dei contributi regionali complessivi indicato dal Direttore del Territorio turistico Bologna-Modena nella nota inviata al Servizio competente della Regione Emilia-Romagna.

Si richiama la legge 23 dicembre 2005 n. 266, art. 1 commi 65 e 67 che ha previsto l'istituzione di un contributo a favore Autorità Nazionale Anticorruzione - (A.N.AC.) a carico della Stazione Appaltante, ogni qualvolta si provvede alla realizzazione di un'opera pubblica mediante selezione del contraente e si precisa che le tasse per contribuzione A.N.AC., nel caso in questione, considerato il valore dell'appalto, pari a € 250,00, sono già state previste nelle somme a disposizione nel quadro economico del progetto (delibera ANAC n. 610 del 19/12/2023).

Il servizio è presente nel Programma triennale degli acquisti di forniture e servizi dell'amministrazione provinciale di Modena, allegato 15 – scheda H del Documento Unico di Programmazione (DUP) 2025-2027, approvato con delibera del Consiglio Provinciale n. 91 del 16/12/2024 (CUI 01375710363202500013).

L'opera è codificata nel programma di gestione dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture al cl. 08-07-03 fasc. 59.1 (gara non soggetta a rendicontazione PBM).

Si dà atto che il codice identificativo gara (CIG) sarà assegnato al momento del caricamento degli atti di gara su SATER e che il codice unico di progetto (CUP) è G99I24001090002.

In considerazione del fatto che le attività previste dal Programma di Promo-commercializzazione Turistica (PPCT) 2025 devono concludersi entro il 31/12/2025 e che è stato possibile avviare la procedura di scelta del contraente solo successivamente alla approvazione del suddetto Programma ed alla concessione del finanziamento da parte della Regione, avvenute con DGR n. 2122 dell'11/11/2024, sussistono le ragioni di urgenza di cui all'art. 71, comma 3, del D. Lgs. n. 36/2023, in forza delle quali può stabilirsi per la ricezione delle offerte un termine non inferiore a quindici giorni a decorrere dalla data di trasmissione del bando di gara ai sensi dell'articolo 84 del suddetto D. Lgs. n. 36/2023, dovendosi considerare che il rispetto del termine di 30 giorni stabilito all'art. 71, comma 2, del D. Lgs. n. 36/2023 comporterebbe la conclusione della procedura decorso il primo mese previsto per l'erogazione del servizio con conseguente grave compromissione delle azioni di promo-commercializzazione previste nella prima metà dell'anno.

Lo schema di disciplinare, allegato alla presente quale parte integrante, è redatto in conformità al bando tipo n. 1/2023 adottato da ANAC.

Il responsabile unico di progetto e del procedimento è il Dirigente del Servizio Affari Generali.

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento europeo n. 679/2016, l'Ente Provincia di Modena, in qualità di "Titolare" del trattamento, è tenuta a fornire informazioni in merito all'utilizzo dei dati personali, consultabili nel sito internet dell'Ente:

<https://www.provincia.modena.it/servizi/urp/accessibilita-e-note-legali-del-sito/privacy/> .

Il Titolare del trattamento dei dati personali di cui alla presente Informativa è l'Ente Provincia di Modena, nella persona del Presidente della Provincia pro-tempore, con sede in Modena, Viale Martiri della libertà n. 34, CAP 41121.

L'Ente Provincia di Modena ha designato quale Responsabile della protezione dei dati la società Lepida S.c.p.A., contattabile tramite e-mail [dpo-team@lepida.it](mailto:dpo-team@lepida.it) oppure telefonicamente al numero 051/6338860 .

L'Ente ha designato i Responsabili del trattamento nelle persone dei Direttori d'Area in cui si articola l'organizzazione provinciale, che sono preposti al trattamento dei dati contenuti nelle banche dati esistenti nelle articolazioni organizzative di loro competenza.

Per quanto precede,

#### DETERMINA

- 1) di richiamare integralmente i contenuti esposti in narrativa quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
- 2) di dare atto dell'avvenuta approvazione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2025 da parte della Regione Emilia Romagna con DGR n. 2122 dell'11/11/2024, recante assegnazione delle risorse pari a € 373.377,58;
- 3) di accertare conseguentemente all'entrata al cap. 2556 "Trasferimenti regionali per l'attuazione del PPCT – L.R. 4/2016" del PEG 2024-2026, annualità 2025, la somma di € 373.377,58;
- 4) di approvare il progetto costituente capitolato speciale – disciplinare tecnico prestazionale allegato al presente atto ed i relativi allegati, ivi compresa la relazione per la determinazione dell'importo a base d'asta;
- 5) di dare atto che il servizio in questione ha prevalente natura intellettuale;
- 6) di indire procedura aperta ai sensi dell'art. 71 del D. Lgs. n. 36/2023 per l'affidamento di servizi di promozione e marketing turistico finalizzati all'attuazione delle attività di competenza della Provincia di Modena previste dal Programma di promo-commercializzazione 2025 del Territorio turistico Bologna-Modena, approvato dalla Provincia di Modena con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024;
- 7) di prendere atto che sussistono le ragioni di urgenza di cui all'art. 71, comma 3, del D. Lgs. n. 36/2023, in forza delle quali può stabilirsi per la ricezione delle offerte un termine non inferiore a quindici giorni a decorrere dalla data di trasmissione del bando di gara ai sensi dell'articolo 84 del suddetto D. Lgs. n. 36/2023;
- 8) di prevedere quale criterio di aggiudicazione l'offerta economicamente più vantaggiosa, come disciplinato all'art. 108, comma 5, del D. Lgs. n. 36/2023 a prezzo fisso e sulla base dei criteri discrezionali indicati in premessa;
- 9) di approvare lo schema di disciplinare di gara allegato al presente atto, quale parte integrante e sostanziale;
- 10) di dare atto che, ai sensi degli artt. 25 e 29 del D.lgs. n. 36/2023, che prevedono l'obbligo di utilizzo di mezzi di comunicazione elettronici, la presente procedura di gara verrà espletata in modalità telematica sulla piattaforma e-procurement SATER;
- 11) di dare atto che il quadro economico del progetto è composto come segue:

- importo totale posto a base di gara per l'intera durata dell'affidamento pari a € **340.163,94**;
  - oneri della sicurezza = € **0,00**;
  - IVA nella misura del 22% = € **74.836,06**
  - Totale = € **415.000,00**.
- 12) di dare atto che il predetto ammontare trova parziale copertura derivante da cofinanziamento da Enti pubblici terzi: Regione Emilia Romagna per € 373.377,58 assegnato con DGR n. 2122 dell'11/11/2024 contestualmente all'approvazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2025;
  - 13) di dare atto che il valore dell'appalto, considerato il quinto d'obbligo, è pari a € 408.196,72 IVA esclusa;
  - 14) di dare atto che l'entrata e la spesa connesse alle relative coperture finanziarie sugli stanziamenti sono presenti nel PEG 2024 - 2026, annualità 2025, e specificatamente:
    - per la parte riferita all'entrata al cap. 2556 "Trasferimenti regionali per l'attuazione del PPCT – L.R. 4/2016";
    - per la parte riferita alla spesa al cap. 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 - Affidamento servizi", missione 07 Programma 01 "Sviluppo e valorizzazione del turismo", e al cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 Programma 01 "Sviluppo e valorizzazione del turismo";
  - 15) di dare atto che le spese per l'espletamento della procedura di gara, pari ad € 250,00 per contributo di gara A.N.AC. ai sensi dell'art. 1, commi 65 e 67, della L. 266/09, trovano copertura finanziaria nel PEG 2024 - 2026, annualità 2025 al capitolo cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 Programma 01 "Sviluppo e valorizzazione del turismo";
  - 16) di prenotare l'importo di € 415.000,00 sul PEG 2024 - 2026, annualità 2025 come segue:
    - per € 373.377,58 al cap. 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 - Affidamento servizi", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo";
    - per € 41.622,42 al cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo";
  - 17) di impegnare l'importo di € 250,00 per contributo ANAC sul PEG 2024 - 2026, annualità 2025, al cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 programma 01 "sviluppo e valorizzazione del turismo";
  - 18) di dare atto che la prestazione dei servizi in oggetto è prevista nell'annualità 2025;
  - 19) di dare atto che il servizio è presente nel Programma triennale degli acquisti di forniture e servizi dell'amministrazione provinciale di Modena, allegato 15 – scheda H del Documento Unico di Programmazione (DUP) 2025-2027, approvato con delibera del Consiglio Provinciale 91 del 16/12/2024 (CUI 01375710363202500013);
  - 20) di dare atto che il codice identificativo gara (CIG) sarà assegnato al momento del caricamento degli atti di gara su SATER e che il codice unico di progetto (CUP) è G99I24001090002;
  - 21) di dare atto che il presente provvedimento è rilevante ai fini del rispetto delle norme inerenti all'Amministrazione Trasparente di cui al D. Lgs. 33/2013 e pertanto se ne dispone la pubblicazione nell'apposita sezione del sito web istituzionale della Provincia di Modena;
  - 22) di dare atto che il Responsabile unico del progetto e del procedimento è il Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale;
  - 23) di provvedere all'approvazione dei documenti di nomina della commissione giudicatrice della gara con successivi atti dirigenziali;
  - 24) di provvedere alla pubblicazione del presente atto sul sito della Provincia di Modena, "Amministrazione trasparente, Provvedimenti" come prescritto dal D.Lgs.n. 33/2013 e

nella sezione "Bandi di gara e contratti - Atti, documenti e collegamenti riferiti ad ogni singola procedura" ai sensi del D.Lgs.n. 33/2013 e ss.mm.ii. e della Delibera A.N.AC n. 601/2023 (All.1);

- 25) di trasmettere la presente determinazione all'U.O. Contabilità economica e Organismi Partecipati e all'U.O. Bilancio e Contabilità finanziaria dell'Area Amministrativa per gli adempimenti di competenza, dando atto che la stessa diviene esecutiva con l'apposizione del visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria;
- 26) di informare che avverso il presente provvedimento è ammesso ricorso giurisdizionale presso il competente Tribunale Amministrativo Regionale per l'Emilia Romagna entro 30 (trenta) giorni dalle comunicazioni di legge.

Il Dirigente  
GAMBARINI PATRIZIA

(Sottoscritto digitalmente ai sensi  
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)



Provincia di Modena

**GARA COMUNITARIA A PROCEDURA APERTA**

**PROGETTO COSTITUENTE CAPITOLATO SPECIALE – DISCIPLINARE TECNICO PRESTAZIONALE PER L’AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL’ATTUAZIONE DI ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA PREVISTE DAL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.**

**CPV 75112100-5 - G99I24001090002**

# **1. RELAZIONE TECNICO-ILLUSTRATIVA DEL CONTESTO IN CUI È INSERITO IL SERVIZIO**

## **1.1. - Oggetto del servizio e Stazione Appaltante**

Il presente documento descrive, ai sensi dell'art. 41 del D. Lgs. n. 36/2023, l'appalto che la Provincia di Modena promuove ai fini dell'acquisizione di servizi di promozione e marketing turistico finalizzati all'attuazione di attività di competenza della Provincia di Modena previste dal Programma di Promo-commercializzazione 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Provincia di Modena si costituirà Stazione Appaltante nell'espletamento della procedura aperta disciplinata dal D.lgs. n. 36/2023, volta all'individuazione di n. 1 impresa specializzata in servizi di promozione e marketing turistico, alla quale affidare la funzione di supporto organizzativo ed operativo ai fini della realizzazione delle attività di cui sopra, con riferimento al Programma di cui al punto 1.4. e secondo modalità ed obiettivi indicati di seguito.

L'azione inerente al presente progetto coincide con le attività di competenza della Provincia di Modena all'interno del Programma di Promo-commercializzazione 2025 di cui sopra, per un ammontare complessivo di spesa stimato in € 440.000,00, come riportato nel budget dello stesso Programma.

Le attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, indicate nel budget del programma per una spesa prevista di € 25.000,00, non rientrano nel servizio oggetto dell'appalto, il cui valore è pari complessivamente a € 415.000,00.

Il servizio è unitario in quanto afferente all'attuazione del Programma di promo-commercializzazione 2025, in relazione alla quale sussiste la necessità di individuare un unico soggetto che ponga in essere tutte le attività del PPCT, in una logica integrata e trasversale, svolgendo un ruolo centrale di coordinamento, assicurando su più livelli l'analisi dei fattori economici, la progettazione delle azioni di promo-commercializzazione, i compiti operativi tipici di operatore incoming e gestore di siti turistici, assicurando la "regia unitaria" delle attività rivolte al territorio nel suo complesso.

Nel quadro sopra delineato l'appalto deve quindi necessariamente mantenere la sua unitarietà.

## **1.2. Tempi di realizzazione del servizio**

I servizi oggetto dell'appalto sono riferiti all'anno 2025 e devono essere erogati entro lo stesso anno, quindi entro il 31/12/2025.

## **1.3. - Contesto giuridico e istituzionale**

L'art. 12bis della L.R. 4/2016 ha introdotto la possibilità, per la Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica e per la Provincia di Modena, di attuare congiuntamente i progetti di marketing e promozione turistica ed il programma turistico di promozione locale previsti dalla stessa legge, qualora ritenuto strategico da tali Enti in funzione della valorizzazione del Territorio Turistico formato dalla somma dei due rispettivi territori.

La Provincia di Modena, con Atto del Presidente n. 148 del 28/09/2021, come successivamente modificato con Atto n. 153 del 07/10/2021, ha aderito al Territorio turistico Bologna-Modena ed approvato contestualmente i Regolamenti per il funzionamento degli organismi rappresentati dal Tavolo di concertazione e dalla Cabina di Regia del territorio turistico Bologna-Modena, in accordo con la Città metropolitana di Bologna.

Con i corrispondenti atti adottati dalla Città metropolitana (Delibera del Consiglio metropolitano n. 37 del 29/09/2021 e Atto del Sindaco metropolitano n. 259 del 29/09/2021) si è concluso l'iter che ha condotto all'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena.

La Regione Emilia-Romagna ha stabilito modalità e procedure per l'attuazione degli interventi di promo-commercializzazione turistica mediante DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017), in particolare al cap. 3 dell'allegato 1.

Sulla base del quadro di riferimento normativo sopra richiamato, la Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e la Provincia di Modena hanno elaborato un Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna- Modena, a partire dall'individuazione delle azioni che afferiscono ai temi trasversali che interessano l'intero territorio turistico di Bologna e Modena.

Per ogni linea di azione, il programma prevede le risorse necessarie al suo sviluppo, indicando l'Ente (Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica o Provincia di Modena) individuato per la sua attuazione.

Il Programma, presentato alla Regione unitariamente dai due Enti, indica quindi espressamente, sulla base di quanto sopra, le percentuali di budget previsionale a carico rispettivamente della Città Metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione turistica e della Provincia di Modena, in corrispondenza delle quali viene poi assegnata dalla Regione la corrispondente quota di contributo.

In conformità con l'iter previsto dalla sopra richiamata DGR n. 1372/2021, il Programma è stato discusso e licenziato dal Tavolo di Concertazione e dalla Cabina di Regia nelle rispettive sedute del 09/09/2024, come da verbali ed allegati acquisiti al prot. gen. n. 30994 e n. 30995 del 10/09/2024 e successiva rettifica acquisita al prot. gen. n. 31988 e n. 91989 del 18/09/2024, dopo essere stato presentato alla Consulta provinciale del Turismo di Modena nella seduta del 04/09/2024.

Condivisi i contenuti e le scelte strategiche del documento ed in funzione della gestione del budget previsionale, secondo quanto previsto dalla regolamentazione regionale di cui sopra, il documento programmatico è stato approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024 e con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024.

Il Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena è stato quindi trasmesso per l'approvazione di competenza alla Regione Emilia-Romagna, unitamente alla richiesta di finanziamento ai sensi dell'art. 7, comma 2, lett. b., della L.R. n. 4/2016.

La Regione con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025 e assegnato le risorse economiche necessarie.

Il Programma si sviluppa in accordo con le Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027 approvate con DGR n. 1413/2024 e si fonda su azioni dell'area turistica vasta che, in linea con la DGR 1372/2021, vengono strutturate in base all'ente individuato per la loro attuazione e per la gestione delle risorse necessarie al loro sviluppo.

Il quadro di riferimento parte dall'analisi di contesto, mediante esame dei dati forniti dall'Ufficio Statistica della Regione Emilia-Romagna e delle tendenze e dei fenomeni che hanno caratterizzato il 2024.

Per il 2025 si rende opportuno un approccio differenziato alle strategie di promozione dal momento che il Territorio Turistico Bologna-Modena, pur nella sua unitarietà, presenta diversi livelli di sviluppo turistico sul territorio bolognese e su quello modenese: in particolare per il territorio modenese, a differenza di quello bolognese, si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che puntino all'aumento di pernottamenti nei weekend e nei mesi invernali e che favoriscano un'ampia diffusione dei pernottamenti sul territorio provinciale nei periodi di maggiore affluenza.

Il PPCT inoltre individua i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena (Cultura, Food&Wine, Outdoor Active&Slow, Special Interest - Motori), demandando l'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta all'attività coordinata delle due DMO territoriali, mediante il coinvolgimento di gruppi di lavoro quale opportunità per la partecipazione operativa dei privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

Il programma inoltre individua le linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali ed i mercati obiettivo, in tal modo definendo la matrice “mercati target, ambiti territoriali, linee di prodotto” rispetto alla quale vengono declinate le azioni di promo-commercializzazione.

Delle azioni di cui la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono enti attuatori attraverso le rispettive DMO territoriali, alcune hanno una vocazione di area turistica vasta Bologna-Modena, altre, invece, valorizzano le specificità che caratterizzano gli ambiti bolognese e modenese. Le azioni potranno essere rimodulate a fronte di fattori che incidano sull'industria turistica, per garantire la massimizzazione dell'efficacia e dell'efficienza delle medesime.

Il Programma individua quindi le azioni di promo-commercializzazione, da sviluppare con le risorse individuate in percentuali di budget previsionale a carico, rispettivamente, della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena e che potranno essere rimodulate una volta definite le risorse disponibili al loro sviluppo; ogni azione indica l'obiettivo perseguito.

#### **1.4. - Il Progetto per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2025**

##### **1.4.1 Quadro di riferimento: Analisi del contesto - Dinamiche del comparto turistico - Tendenze - Temi trasversali - Gruppi di lavoro**

Il Territorio Turistico Bologna-Modena durante il 2023 ha registrato un incremento degli arrivi del 16% rispetto al 2022 e del 4% rispetto al 2019. È possibile affermare che il 2023 segna la ripresa definitiva del turismo post-pandemico.

La medesima dinamica si riflette nei pernottamenti: le presenze del 2023 superano quelle del 2022 del 12% e mostrano un aumento del 9% rispetto al 2019, confermando il 2023 come un anno di recupero positivo post- pandemia.

Il I semestre 2024 del Territorio Turistico BO- MO segna un incremento del 4% rispetto al 2023.

La crescita è data dal medesimo incremento sia per la Città metropolitana di Bologna che per la Provincia di Modena.

Nei pernottamenti il I semestre 2024 delinea un incremento positivo rispetto all'anno precedente, ma diversificato per Città metropolitana di Bologna (+7%) e Provincia di Modena (+5%).

Il I semestre 2024 registra risultati positivi sia per l'Area metropolitana (+5% sul 2023) che per il Comune di Bologna (+4% sul 2023), quindi la crescita della Città metropolitana di Bologna risulta omogenea su tutto il territorio; anche per i pernottamenti, il I semestre 2024 registra risultati positivi sia per l'Area metropolitana (+5% sul 2023) che per il Comune (+8% sul 2023).

Con riferimento alla Provincia di Modena Il I semestre 2024 registra un trend di arrivi positivo con una crescita omogenea tra capoluogo e territorio provinciale. Si nota una buona performance nel mese di maggio. Gli arrivi nel capoluogo rappresentano il 41% degli arrivi totali nella provincia di Modena.

Il I semestre 2024 registra risultati positivi con una crescita delle presenze rispetto al 2023 del 5,5% per la Provincia di Modena complessivamente. Il capoluogo cresce del 4,5% e il territorio provinciale esclusa Modena del 6%. Le curve sono sovrapponibili con una significativa performance del mese di maggio. Si nota che la distribuzione dei flussi dei pernottamenti tra Capoluogo e resto del territorio provinciale consiste in un 37% su Modena, 63% provincia.

Alla luce dei dati, pur nella sua unitarietà, il Territorio Turistico Bologna-Modena presenta aree caratterizzate da diversi livelli di sviluppo turistico.

Si rende necessario un approccio differenziato delle strategie di promozione per ambiti territoriali, prevedendo un focus sull'organizzazione della destinazione e qualità dell'accoglienza nel Capoluogo bolognese e azioni di promo-commercializzazione mirate in area metropolitana.

Nel territorio modenese si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che possano "spingere" su un aumento di pernottamenti nei weekend e nei mesi invernali e che favoriscano un'ampia diffusione dei pernottamenti sul territorio provinciale nei periodi di maggiore affluenza.

La crescita nel territorio modenese pur condividendo mercati e target analoghi a quelli di Bologna, evidenzia dinamiche differenti. Il Comune di Modena registra circa il 40% degli arrivi totali nella provincia e il restante flusso turistico in pianura e pedecollina è distribuito in modo relativamente omogeneo, essendo frutto anche di un dialogo sistemico tra Modena e territorio.

In questa fase dello sviluppo occorre continuare a lavorare per costruire una immagine turistica forte di Modena in senso di brand che rappresenti tutto il territorio, con un approccio strategico che punti a comunicare e promuovere l'intero territorio modenese come una destinazione unica, capace di offrire esperienze diversificate, da un lato valorizzando i soggiorni nei weekend, in particolare per il mercato italiano, quando l'occupazione è inferiore rispetto ai giorni infrasettimanali sostenuti anche dal turismo d'affari e a stimolare una distribuzione degli eventi, quando compatibile, anche nei mesi invernali per rinforzare la destagionalizzazione.

Il contesto dell'Appennino modenese, presenta dinamiche e stagionalità specifiche che richiedono strategie ulteriormente specializzate. Qui, le attività di promo-commercializzazione dovranno concentrarsi sulla promozione del turismo attivo e sostenibile, puntando a far diventare l'Appennino una destinazione turistica per tutte le stagioni. L'obiettivo sarà quello di superare le limitazioni imposte dalla stagionalità, trasformando l'area in una meta appetibile per un turismo che duri tutto l'anno, sfruttando non solo l'offerta naturale e paesaggistica, ma anche eventi culturali e sportivi che possano attrarre un pubblico diversificato.

I principali temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena, individuati a integrazione delle linee di prodotto proprie dei singoli ambiti territoriali, sono:

- **Cultura** - Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto, in particolare, del Patrimonio Culturale Materiale (i Portici di Bologna, il complesso monumentale costituito dalla Cattedrale, dalla Torre Civica e dalla Piazza Grande di Modena) e Immateriale (le Media arts per Modena e la musica per Bologna) dell'UNESCO, così come dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (Lucio Dalla e Luciano Pavarotti), artistico (Giorgio Morandi e Guercino) e scientifico (Guglielmo Marconi) internazionale; «ambasciatori» che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione; nel 2025 ricorre il 700° anniversario della Battaglia di Zappolino, tema da cui potranno scaturire eventuali opportunità di collaborazione.
- **Food&Wine** - Visite alle aziende, alle aree di produzioni tipiche, ai musei del gusto con degustazioni, ma anche scuole di cucina, show-cooking e incontri professionali, che valorizzino la destinazione attraverso la cultura enogastronomica profondamente radicata nel territorio con le sue tradizioni e saperi; su questo tema trasversale insiste il progetto Weekend del gusto, che promuove l'offerta enogastronomica di qualità, caratterizzante la provincia di Modena e il territorio metropolitano di Bologna, con i prodotti tipici più conosciuti a livello internazionale e i relativi luoghi di produzione in uno scenario storico-artistico d'eccezione, con i castelli e le ville storiche..
- **Outdoor Active&Slow** - Bike experience su tracciati percorribili in bicicletta e su infrastrutture ciclistiche che vedono un superamento dei confini amministrativi sia di portata regionale (Ciclovia del Reno) che interregionale (Ciclovia del Sole);

Trekking su cammini di grande successo (Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Vandelli) e su percorsi turisticamente meno battuti. Si rileva che il 2025 è l'anno del Giubileo, evento che porterà ulteriore visibilità e attenzione a questo tema.

Opportunità offerte dai comprensori del Cimone e del Corno alle Scale e, più in generale, dall'area appenninica, affinché il territorio diventi una destinazione in grado di attrarre turisti 365 giorni l'anno;

- Special Interest - Visite ai luoghi dei motori e a quelli in cui personaggi noti e amati, non solo a livello nazionale, sono nati e vissuti, come Enzo Ferrari, o a cui sono stati particolarmente legati, come Ayrton Senna, posizionando la destinazione in modo distintivo rispetto al target di riferimento; valorizzazione degli autodromi (Imola e Marzaglia) in chiave turistica; soggiorni tecnici, incentive e team building, al fine di stimolare la commistione tra attività di stampo leisure e business nell'ambito dell'offerta rivolta al segmento MICE; manifestazioni ed eventi dedicati.

L'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta è demandata all'attività coordinata delle DMO territoriali, che operano quotidianamente in modo sinergico.

I gruppi di lavoro costituiscono l'opportunità di un coinvolgimento operativo dei partecipanti privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.

#### **1.4.2. Linee di prodotto identificate e Azioni di promo-commercializzazione**

Di seguito vengono elencate le linee di prodotto identificate (paragrafo 1.5 del Programma di Promo-commercializzazione) in relazione alle quali il presente progetto si pone l'obiettivo primario di continuare sul percorso di messa a sistema, attraverso un processo di coinvolgimento della filiera di costruzione dell'offerta e del territorio, da declinarsi dalla pianura all'Appennino con offerte diversificate per target e mercati, ponendo particolare attenzione su quelle che distinguono il territorio:

- City Break;
- Cultura;
- Outdoor Active&Slow;
- Natura e benessere;
- Food&Wine;
- Special interest – Motori;
- Sport;
- MICE.

I mercati di riferimento sono individuati nei seguenti: mercato nazionale, mercati internazionali di corto raggio - Germania, Regno Unito, Spagna, Francia, Paesi Scandinavi, Polonia, Paesi Bassi e Svizzera - e mercati internazionali di medio-lungo raggio - USA, Giappone, Corea, Brasile, Emirati Arabi (punto 1.6 del Programma).

Le azioni sono suddivise in 4 macroaree caratterizzate da obiettivi omogenei:

- azioni relative alla comunicazione, volte a veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C, a creare elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena, ad aumentare la visibilità e l'attrattiva del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale;
- azioni relative a ecosistema digitale e promozione, volte a far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori, a costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile, a favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale;
- azioni relative alla promo-commercializzazione in senso stretto, volte a mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti, a creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale, a incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a

mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione, a far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi (fam-trip), a raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni.

Le attività previste di diretta competenza della Provincia di Modena, al fine della messa a sistema delle linee di prodotto identificate in relazione ai mercati di riferimento, di cui sopra, sono elencate di seguito:

#### COMUNICAZIONE (paragrafo 2.6 e ss del Programma)

- Identità visiva e supporti di comunicazione: Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C. Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna- Modena
- Press, creator e influenzatori: 2. Press, Creator e influenzatori: Aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale

#### ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE (paragrafo 2.7 e ss del Programma)

- Siti web, canali social, newsletter: Far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori
- E-commerce: Costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile
- Campagne promozionali: Favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale

#### PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE (paragrafo 2.8 e ss del Programma)

- Sviluppo prodotti: Mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti
- Eventi di settore: Creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale
- Fam trip: Far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi
- Supporto eventi del territorio: incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione
- Direct Marketing sport e outdoor: raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni

### 1.4.3 Budget

Il budget del progetto tiene conto dei costi indicati nel Programma di promo-commercializzazione, strutturato per attività e mercati, in una logica progettuale sviluppata ad un primo livello tramite interventi trasversali e che interessano l'intero territorio di area vasta del Programma, declinati in un secondo livello da attività mirate e volte a valorizzare aree di prodotto turistico che interessano direttamente specifici ambiti locali (con esclusione delle attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, in relazione alle quali è prevista la voce Spese Generali).

Ferma restando la priorità nell'allocazione delle risorse, le azioni potranno essere rimodulate alla luce delle effettive risorse disponibili al loro sviluppo.

Gli importi delle singole attività previste dal presente progetto per l'attuazione del PPCT 2025, comprensivi di IVA, sono di seguito elencati:

| ATTIVITÀ  | Totale                     | Nazionale                  | Internazionale             |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>  | <b>€ 80.000,00</b>         | <b>€ 35.000,00</b>         | <b>€ 45.000,00</b>         |
| - identità visiva e supporti di comunicazione                           | € 30.000,00                |                            |                            |
| - press, creator e influencer   | € 50.000,00                |                            |                            |
| <b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>                                 | <b>€ 130.000,00</b>        | <b>€ 95.000,00</b>         | <b>€ 35.000,00</b>         |
| - siti web, canali social, newsletter                                   | € 20.000,00                |                            |                            |
| - e-commerce  | € 15.000,00                |                            |                            |
| - campagna promozionali   | € 95.000,00                |                            |                            |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>  | <b>€ 205.000,00</b>        | <b>€ 59.500,00</b>         | <b>€ 145.500,00</b>        |
| - sviluppo prodotti   | € 15.000,00                |                            |                            |
| - eventi di settore   | € 115.000,00               |                            |                            |
| - fam trip  | € 45.000,00                |                            |                            |
| - supporto eventi del territorio  | € 15.000,00                |                            |                            |
| direct marketing sport e outdoor  | € 15.000,00                |                            |                            |
| <b><u>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO</u></b> | <b><u>€ 415.000,00</u></b> | <b><u>€ 189.500,00</u></b> | <b><u>€ 225.500,00</u></b> |
| Spese generali  | € 25.000,00                | € 25.000,00                | € 0,00                     |
| TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024                                 | € 440.000,00               | € 214.500,00               | € 225.500,00               |

| ATTIVITÀ                                      | Totale              | Modenese            | Area vasta Territorio Turistico |
|---|---------------------|---------------------|---------------------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>                          | <b>€ 80.000,00</b>  | <b>€ 66.000,00</b>  | <b>€ 14.000,00</b>              |
| - identità visiva e supporti di comunicazione | € 30.000,00         |                     |                                 |
| - press, creator e influencer                 | € 50.000,00         |                     |                                 |
| <b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>       | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 110.000,00</b> | <b>€ 20.000,00</b>              |
| - siti web, canali social, newsletter         | € 20.000,00         |                     |                                 |
| - e-commerce                                  | € 15.000,00         |                     |                                 |
| - campagna promozionali                       | € 95.000,00         |                     |                                 |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>              | <b>€ 205.000,00</b> | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 75.000,00</b>              |
| - sviluppo prodotti                           | € 15.000,00         |                     |                                 |
| - eventi di settore                           | € 115.000,00        |                     |                                 |
| - fam trip                                    | € 45.000,00         |                     |                                 |
| - supporto eventi del territorio              | € 15.000,00         |                     |                                 |
| direct marketing sport e outdoor              | € 15.000,00         |                     |                                 |

|  |                     |                     |                     |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO</b> | <b>€ 415.000,00</b> | <b>€ 189.500,00</b> | <b>€ 225.500,00</b> |
| Spese generali   | € 25.000,00         | € 22.000,00         | € 3.000,00          |
| TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024                          | € 440.000,00        | € 214.500,00        | € 225.500,00        |

## 1.5 - Obiettivi del servizio

La realizzazione delle suddette attività richiede che anche il versante modenese del Territorio turistico in oggetto sia dotato di una funzione di Destination Management Organization (DMO) a sostegno della crescita, della qualificazione e della promozione dell'offerta del sistema turistico.

La Provincia di Modena intende affidare ad un partner specializzato le attività di promocommercializzazione previste dal presente progetto per l'attuazione del Programma di promocommercializzazione descritte al punto 1.4.

L'impresa assegnataria del servizio dovrà pertanto svolgere la funzione di Destination Management Organization (DMO) per la promozione del sistema turistico nell'area della Provincia di Modena.

Le attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, non rientrano nel servizio oggetto dell'appalto.

All'impresa assegnataria è richiesta la capacità di valorizzare i fattori di competitività che distinguono la destinazione turistica rappresentata dal territorio, sia nella fase di organizzazione e configurazione del prodotto, sia nella fase di promozione e offerta sui mercati.

La strategia individuata dal progetto per l'attuazione del Programma nell'attuale congiuntura economica del settore è improntata a sostenere il processo di ripresa, consolidando un'offerta organizzata, accogliente e focalizzata sulla generazione di prodotti ed esperienze configurati in rapporto alle nuove tendenze del mercato. In particolare, l'obiettivo di rassicurare e generare fiducia nel visitatore rappresenta uno dei fattori chiave della strategia complessiva; pertanto assume importanza crescente la capacità di utilizzare e sviluppare in modo performante i sistemi digitali innovativi ed un coinvolgimento sempre più ampio degli operatori nell'ecosistema digitale delle DMO territoriali.

La realizzazione delle attività, nell'espletamento della funzione di DMO territoriale, dovrà attenersi strettamente alle modalità di intervento riportate nel Programma e quindi in costante e diretta collaborazione con la corrispettiva DMO operante nel versante bolognese del Territorio turistico Bologna-Modena.

L'impresa dovrà assumere altresì il compito di coordinare efficacemente il sistema degli operatori del turismo e dei comparti ad esso connessi (commercio, artigianato, pubblici esercizi, etc.), orientandolo verso gli obiettivi definiti e svolgendo funzioni di marketing e management del sistema turistico in termini di attrazione dei visitatori ed accrescimento della competitività.

L'azione della DMO territoriale per il cui svolgimento si intende affidare il servizio è inserita nell'assetto organizzativo del Territorio turistico Bologna-Modena, descritto nella Premessa del Programma.

La DMO incaricata dovrà tenere conto degli orientamenti e delle indicazioni adottate dalla Governance del Territorio turistico Bologna-Modena, e quindi interagire ove necessario con i rispettivi organismi (vd. Premessa del Programma).

## 2. ONERI DI SICUREZZA

In riferimento alla tipologia del sistema di servizi da appaltare, si precisa che gli oneri di sicurezza sono pari a zero, considerato che il servizio posto a gara ha ad oggetto prevalentemente prestazioni di natura intellettuale, come da relazione di determinazione dell'importo a base d'asta.

### **3. CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO RICHIESTO**

#### **3.1. Imprese ammesse a partecipare al bando di selezione – Requisiti generali**

Sono ammessi a partecipare alla gara gli operatori economici, anche stabiliti in altri Stati membri, sia in forma singola che associata, secondo le disposizioni Codice, purché in possesso dei requisiti prescritti dal disciplinare di gara.

#### **3.2 Requisiti di ordine speciale**

Per partecipare alla gara, i concorrenti devono essere in possesso dei seguenti requisiti:

##### **3.2.1. Requisiti di idoneità professionale**

- Iscrizione nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane per attività pertinenti con quelle oggetto della presente procedura di gara;
- detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio.

##### **3.2.2. Requisiti di capacità economica e finanziaria**

- avere realizzato un fatturato globale nel settore di attività oggetto dell'appalto, riferito agli ultimi tre esercizi relativi agli anni 2021-2022-2023, non inferiore a € 800.000,00 IVA esclusa;
- avere copertura assicurativa in corso di validità contro i rischi professionali di importo pari ad almeno € 3.000.000,00 o eventuale impegno ad adeguare il valore della polizza nel caso in cui il valore attuale fosse inferiore al valore dell'appalto;

##### **3.2.2. Requisiti di capacità tecnica e professionale**

a) L'operatore deve mettere a disposizione del servizio oggetto dell'appalto una dotazione di personale composta come segue:

a.1) almeno 1 dipendente/collaboratore deve possedere i seguenti requisiti:

- avere l'abilitazione all'esercizio dell'attività di direttore tecnico di agenzia di viaggio e di turismo, in base della normativa vigente (Decreto Ministeriale 1432/2021 e relativi atti attuativi);
- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera;

a.2) almeno 1 ulteriore dipendente/collaboratore deve possedere il seguente requisito:

- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera.

#### **3.3 Obblighi contrattuali - Offerta tecnica**

L'aggiudicatario dovrà:

- eseguire il progetto per l'attuazione del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica 2025 di cui al punto 1.4, allegato al presente quale parte integrante, con riferimento alle attività indicate al medesimo punto 1.4 ed agli obiettivi descritti al precedente punto 1.5 del presente documento;
- prendere in carico e sviluppare a propria cura e spesa la landing page del Territorio Turistico;
- sviluppare un ulteriore prodotto trasversale del Territorio Turistico Bologna-Modena;
- svolgere l'analisi dei dati ed effettuare il monitoraggio a supporto della gestione del Programma di Promo-commercializzazione del Territorio Turistico Bologna - Modena 2025;
- fornire supporto agli uffici della Provincia nella predisposizione del Programma annuale di promo-commercializzazione turistica per l'anno 2026 da parte degli stessi, secondo la metodologia e l'iter previsti dalla normativa regionale in vigore ed in accordo con le indicazioni degli organismi del Territorio turistico Bologna-Modena e della Provincia di Modena, svolgendo l'analisi del contesto e predisponendo il quadro di riferimento sulla base delle indicazioni dell'ente su linee di prodotto identificate e mercati target, ai fini dell'individuazione, da parte dell'ente, delle azioni di promo-commercializzazione;
- relazionare all'Ente sullo svolgimento delle attività nei termini di cui al successivo punto 3.5 e comunque dietro richiesta dell'Ente medesimo, partecipando agli incontri, interni e/o con i rappresentanti dei territori, che l'Ente intenda organizzare ed in cui richieda la presenza dell'aggiudicatario.

Tali prestazioni dovranno essere rese anche tramite la previsione di strategie e di azioni per lo sviluppo di nuove opportunità di mercato, da definire e realizzarsi in sintonia con il Programma annuale di promo-commercializzazione turistica 2025 e con la pianificazione che si andrà a sviluppare per gli anni successivi.

In particolare si richiama la previsione di cui alla DGR n. 1372/2021 in forza della quale, poiché il Programma si rivolge sia al mercato italiano che al mercato estero, la spesa dovrà essere suddivisa per le rispettive quote e la quota per il mercato italiano dovrà essere maggiore rispetto a quella per il mercato estero.

L'offerta tecnica deve contenere, a pena di esclusione, i seguenti documenti:

a) Relazione tecnica delle attività di promo-commercializzazione previste dal Programma di cui al punto 1.4. del progetto, comprensiva di crono-programma riferito all'anno 2025, con le caratteristiche stabilite nel disciplinare di gara.

In particolare, la relazione contiene una proposta tecnico-organizzativa che individui nei dettagli le azioni di promo-commercializzazione nell'area territoriale di riferimento, in coerenza con gli obiettivi e le azioni previste dal PPCT 2025 ed illustri con riferimento alle azioni previste dal progetto le modalità di attuazione, evidenziando i seguenti elementi con riferimento ai criteri e sub-criteri di valutazione indicati nella tabella di cui al Disciplinare di gara:

#### CURRICULUM AZIENDALE

- elementi di-esperienza pregressa di almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna;
- sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come area territoriale corrispondente al territorio della Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come sopra), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto;

- collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento;
- realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna;

#### MARKETING e MANAGEMENT

- punti di forza delle strategie e delle azioni e l'innovatività della proposta progettuale, nonché il coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze);

#### SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA

- elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi trasversali del Territorio Bologna Modena afferenti in particolare a Cultura, Food&wine e Outdoor Active&Slow, Motori;

#### SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (flussi di incoming dai mercati internazionali)

- azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promo-commercializzazione previste dal Programma;

#### SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO

- previsione di sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive, nonché illustrare le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici;

#### ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

- caratteristiche della struttura operativa adibita all'attuazione del servizio in appalto, in termini di organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale.

### 3.4 - Offerta economica

Sulla base delle risultanze della relazione di determinazione dell'importo a base d'asta, allegata quale parte integrante del presente atto, il quadro economico del progetto è composto come segue:

- importo totale (prezzo fisso) per l'intera durata dell'affidamento = € 340.163,94, oltre IVA al 22%
- oneri della sicurezza = € 0,00;
- IVA nella misura del 22% = € 74.836,06
- **Totale = € 415.000,00.**

La determinazione a contrattare indica i capitoli nei quali sono previsti gli accertamenti di entrata e le prenotazioni di impegno di spesa connessi alle relative coperture finanziarie sugli stanziamenti presenti nei capitoli di bilancio dell'Area Amministrativa della Provincia di Modena per l'esercizio 2025.

Il predetto ammontare trova parziale copertura derivante da cofinanziamento da Enti pubblici terzi: Regione Emilia Romagna per € 373.377,58, assegnato con atto di approvazione del Programma di promo-commercializzazione del Territorio turistico Bologna-Modena relativo all'anno 2024 con DGR n. 326 del 26/02/2024.

### **3.5 – Durata del servizio, rendicontazione delle attività, modalità di pagamento.**

Il sistema dei servizi oggetto dell'appalto deve essere eseguito entro il 31/12/2025, in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste dal Programma 2025 di cui al punto 1.4.

Lo svolgimento della prestazione dei servizi si inserisce pertanto nell'annualità 2025.

All'impresa affidataria del servizio è richiesta la rendicontazione delle attività svolte tramite relazione conclusiva e conto economico consuntivo, contenente i costi corrispondenti ai moduli di attività realizzate, secondo le seguenti disposizioni stabilite in base a quanto previsto dalla DGR n. 1372 del 06/09/2021 (modifiche ed integrazioni della precedente DGR n. 786 del 05/06/2017):

-relazione complessiva conclusiva delle attività realizzate in esecuzione del servizio e conto economico consuntivo, **entro e non oltre il 31 gennaio 2026**, considerati i termini di rendicontazione della spesa del contributo assegnato dalla Regione Emilia-Romagna alla Provincia di Modena con DGR n. 326 del 26/02/2024;

- relazioni parziali intermedie al 31 luglio 2025 ed al 31 ottobre 2025.

Il compenso sarà liquidato nelle seguenti tranches **a seguito di rendicontazione parziale delle attività**:

- 30% al 31 agosto 2025 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 30% al 30 novembre 2025 e comunque a seguito di rendicontazione parziale intermedia riferita al periodo precedente;

- 40% al 28 febbraio 2026 e comunque a seguito di rendicontazione finale.

Si ribadisce il richiamo alla previsione di cui alla DGR n. 1372/2021 in forza della quale, poiché il Programma si rivolge sia al mercato italiano che al mercato estero, la spesa a rendicontazione dovrà essere suddivisa per le rispettive quote e la quota per il mercato italiano dovrà essere maggiore rispetto a quella per il mercato estero.

## **4. - MODALITÀ DI ASSEGNAZIONE DEL SERVIZIO**

L'appalto sarà affidato mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto all'art. 108, comma 5, del D. Lgs. n. 36/2023, a prezzo fisso e sulla base dei criteri discrezionali indicati di seguito.

In ragione del livello di innovazione e della finalità di massimizzazione della qualità dei servizi da raggiungersi in un contesto di elevata complessità, caratterizzato dalla presenza di una molteplicità di attori pubblici e privati e della necessità di un coordinamento al livello di territorio turistico interprovinciale, le caratteristiche tecniche dell'offerta e quindi la qualità della stessa è considerata prevalente rispetto al criterio fondato sull'economicità.

Sulla base di questo quadro l'offerta sarà valutata in relazione:

- alla qualità complessiva del progetto-

Il **punteggio massimo assegnabile** a ciascuna proposta è pari a:

- 100 punti per l'offerta tecnica

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

Nella colonna identificata con la lettera D vengono indicati i "Punteggi discrezionali", vale a dire i punteggi il cui coefficiente è attribuito in ragione dell'esercizio della discrezionalità spettante alla commissione giudicatrice.

**Tabella dei criteri discrezionali (D)-di valutazione dell'offerta tecnica**

| N° | CRITERI DI VALUTAZIONE | PUNTI MAX |  | SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE   | PUNTI D MAX |
|----|------------------------|-----------|--|--|-------------|
| 1  | CURRICULUM AZIENDALE   | 25        |  | 1.1<br>La commissione valuterà l'esperienza pregressa da almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna   | 5           |
|    |                        |           |  | 1.2<br>La commissione valuterà la previsione di una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto | 5           |
|    |                        |           |  | 1.3<br>La commissione valuterà le collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento   | 10          |
|    |                        |           |  | 1.4<br>Verrà valutata la realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna   | 5           |
| 2  | MARKETING e MANAGEMENT | 20        |  | 2.1<br>La commissione valuterà i punti di forza delle strategie e delle azioni ed innovatività della proposta progettuale  | 10          |
|    |                        |           |  | 2.2<br>La commissione valuterà la capacità di coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze)  | 10          |

|        |  |     |     |   |    |
|--------|--|-----|-----|---|----|
| 3      | SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA        | 20  | 3   | La commissione valuterà gli elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi CULTURA, FOOD&WINE, OUTDOOR ACTIVE & SLOW, MOTORI   | 20 |
| 4      | SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE                       | 20  | 4   | La commissione valuterà le azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promocommercializzazione previste dal Programma | 20 |
| 5      | SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO | 10  | 5.1 | La commissione valuterà lo sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive   | 5  |
|        |  |     | 5.2 | La commissione valuterà le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici  | 5  |
| 6      | ORGANIZZAZIONE AZIENDALE                                       | 5   | 6   | La commissione valuterà organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale  | 5  |
| Totale |  | 100 |     |   |    |

## 5. - MODALITÀ DI ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il soggetto attuatore dovrà attenersi alle previsioni del progetto di attuazione del PPCT 2025 ed alle Direttive che saranno impartite dalla Dirigente e responsabile del progetto, nonché dal funzionario dalla stessa incaricato.

Tutte le attività previste sul sito web [visitmodena.it](http://visitmodena.it) o altro messo a disposizione da parte dell'Ente e i social, pure messi a disposizione da parte dell'Ente, saranno concordate preventivamente e autorizzate dall'Ente proprietario.

## 6. - RECESSO

Il recesso dall'incarico, da parte dell'affidatario, nell'esecuzione delle attività richieste e descritte agli dal presente Disciplinare, salvo gravi e giustificati motivi, comporta la perdita del diritto a qualsiasi compenso, salvo l'eventuale rivalsa per la stazione appaltante per i danni provocati.

La stazione appaltante si riserva il diritto di recedere dal contratto in qualsiasi momento della sua durata, senza alcun obbligo risarcitorio e senza preavviso alcuno ex art. 2237 del Codice Civile.

Ai sensi dell'art. 123, comma 1, del D. Lgs n. 36/2023, la Stazione appaltante dovrà corrispondere all'affidatario il valore dei servizi eseguiti, oltre al decimo dell'importo dei servizi non eseguiti, calcolati secondo quanto previsto dall'art.11 dell'Allegato II.14 del citato D.lgs. n. 36/2023.

La disciplina puntuale delle conseguenze del recesso è stabilita nello schema di contratto.

## **7. ALLEGATI:**

- All. A - PPCT 2025 approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024 e con Atto del Presidente Atto numero 117 del 10/10/2024, successivamente approvato con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024;

- All. B - relazione di determinazione dell'importo a base d'asta.

# PPCT 2025

## Territorio Turistico Bologna-Modena



# Programma Annuale delle Attività Turistiche

La Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena, avvalendosi di quanto previsto dall'art 12-bis della LR 4/2016, hanno costituito il Territorio Turistico Bologna-Modena e deciso di attuare congiuntamente il Programma Annuale delle Attività Turistiche (PAAT).

Il PAAT è lo strumento che il Territorio Turistico Bologna-Modena ha a disposizione per delineare la propria programmazione, identificando le strategie e le azioni di promozione e promo-commercializzazione volte a valorizzare il territorio di riferimento in chiave turistica.

# Programma Annuale delle Attività Turistiche

Il PAAT si compone di:

- Programma di Promo-Commercializzazione Turistica (PPCT) dedicato alle azioni, prodotti e mercati del Territorio Turistico Bologna-Modena e realizzato tramite le DMO territoriali.
- Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) dedicato alle azioni di informazione, animazione e promozione turistica di enti locali e loro società, associazioni di imprese e del volontariato.

Con la DGR 1372 del 06/09/2021 si approvano le modalità, procedure e termini per il finanziamento dei Programmi Annuali delle Attività Turistiche delle Destinazioni turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

# Programma di Promo-Commercializzazione Turistica

Il PPCT è la programmazione per l'anno di riferimento.

- Si sviluppa in accordo con le *Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027* approvate con D.G.R: 1413/2024;
- Si fonda su azioni dell'area turistica vasta che, in linea con la DGR 1372 del 06/09/2021, vengono strutturate in base all'ente individuato per la loro attuazione e per la gestione delle risorse necessarie al loro sviluppo:
  - La Città metropolitana di Bologna, in funzione di Destinazione turistica, attraverso la DMO territoriale bolognese;
  - La Provincia di Modena attraverso la DMO territoriale modenese.

# Iter di approvazione

Redatta in collaborazione con le DMO territoriali con il coinvolgimento dei Tavoli territoriali del turismo e della Consulta di Modena, che insieme danno vita all'assetto operativo del Territorio Turistico Bologna-Modena, la proposta di PPCT viene approvata secondo il seguente processo:

- La Cabina di Regia condivide con il Tavolo di Concertazione la proposta di PPCT e le eventuali quote di partecipazione annuale dei soggetti privati;
- Il Tavolo di Concertazione, sulla base delle indicazioni fornite dalla Cabina di Regia, formula la proposta del PPCT agli organi competenti della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena;
- Una volta approvato dal Consiglio metropolitano di Bologna e dalla Provincia di Modena, il PPCT viene trasmesso alla Regione Emilia-Romagna per approvazione di competenza.



Capitolo 1

# QUADRO DI RIFERIMENTO

2. AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE
3. PARTECIPAZIONE DEI PRIVATI
4. BUDGET

# Premessa

Si riporta di seguito il quadro di riferimento in premessa alla progettualità 2025, espressa dal Programma Turistico di Promozione Locale e dal Programma di Promo-Commercializzazione Turistica.

In accordo con le *Linee Guida Triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2025-2027* approvate con D.G.R: 1413/2024, il quadro di riferimento individua i temi trasversali al Territorio Turistico Bologna-Modena, integrati dalle linee di prodotto proprie dei rispettivi ambiti territoriali, rispetto ai quali declinare le azioni di promo-commercializzazione e i mercati obiettivo a cui rivolgerle.

# Premessa

L'individuazione di temi trasversali, delle linee di prodotto e dei mercati obiettivo si basa sulle analisi dei dati e delle tendenze che emergono dal comparto turistico.

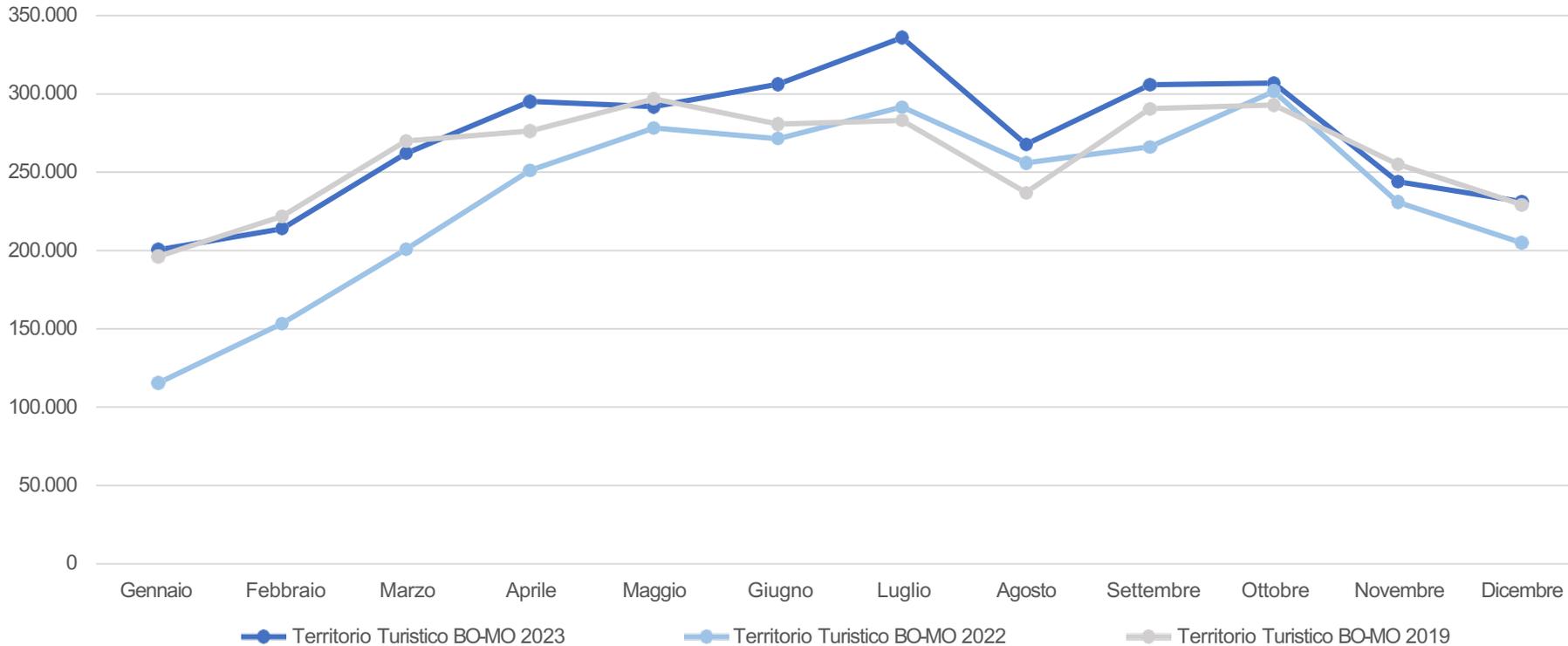
Rimane cruciale l'opportunità di mutuare l'esperienza maturata in periodi caratterizzati da criticità socio-politica e geo-climatica, mantenendo un approccio flessibile a un contesto in continuo mutamento e adattando gli obiettivi in materia di prodotti e mercati target individuati al fine di garantirne il raggiungimento in termini di efficacia ed efficienza.

## 1.1 Panoramica Dati

- Di seguito si illustrano i dati relativi all'andamento degli arrivi e dei pernottamenti del 2023, che costituiscono un riferimento per l'anno a venire se relativizzati con quelli dell'anno pre-pandemico.
- Si affiancano i dati relativi all'andamento degli arrivi e dei pernottamenti del I semestre 2024 confrontati con lo stesso periodo del 2023.
- I dati sono forniti dalla Statistica della Regione Emilia-Romagna.

# 1.1.1 Panoramica Dati: arrivi 2023

Territorio Turistico Bologna-Modena

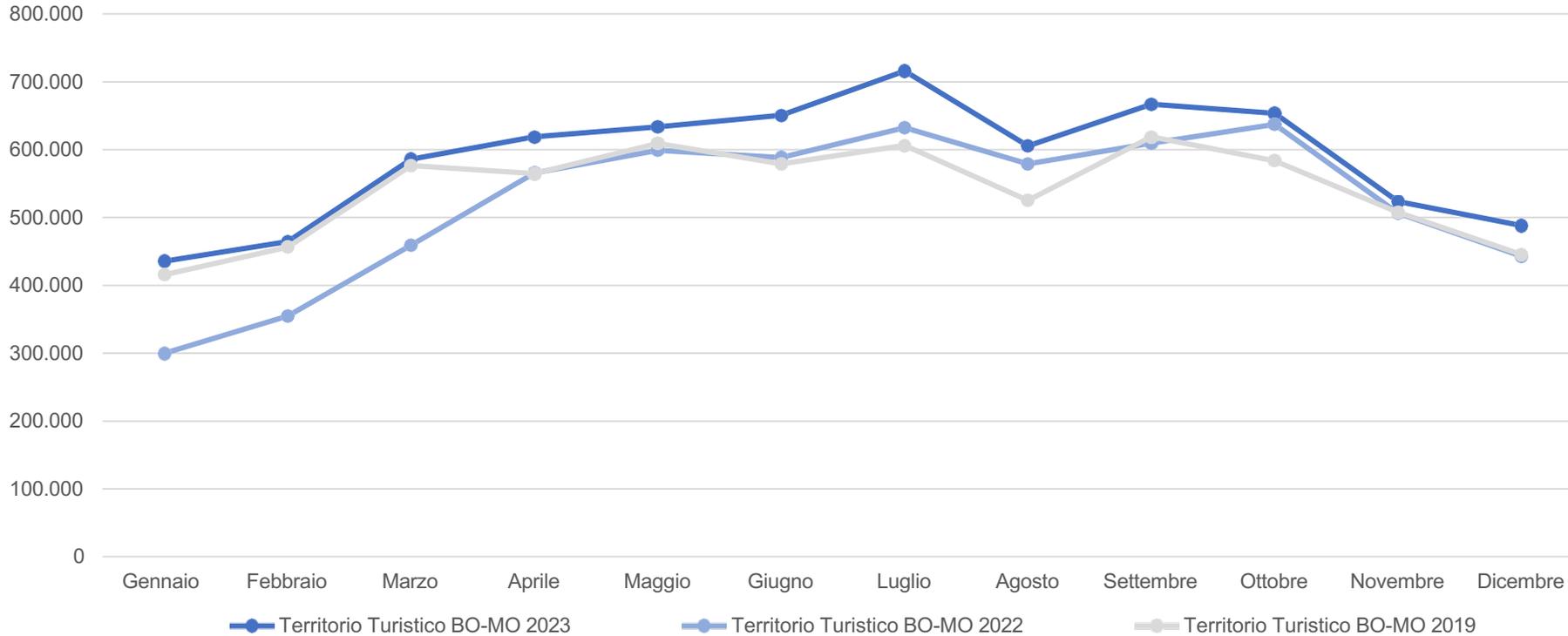


Il Territorio Turistico Bologna-Modena durante il 2023 ha registrato un incremento degli arrivi del 16% rispetto al 2022 e del 4% rispetto al 2019. È possibile affermare che il 2023 segna la ripresa definitiva del turismo post-pandemico.

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Luglio  | Agosto  | Settembre | Ottobre | Novembre | Dicembre | Totale           |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|---------|----------|----------|------------------|
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2023</b> | 200.474 | 213.948  | 262.073 | 295.189 | 291.855 | 306.167 | 336.014 | 267.865 | 305.808   | 306.871 | 244.015  | 231.142  | <b>3.261.421</b> |
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2022</b> | 115.387 | 153.388  | 200.825 | 251.137 | 278.233 | 271.377 | 291.692 | 255.955 | 266.190   | 301.692 | 230.932  | 204.903  | <b>2.821.711</b> |
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2019</b> | 196.137 | 221.818  | 270.043 | 276.405 | 296.910 | 280.668 | 283.059 | 237.049 | 290.625   | 292.914 | 255.184  | 229.223  | <b>3.130.035</b> |

# 1.1.2 Panoramica Dati: pernottamenti 2023

Territorio Turistico Bologna-Modena

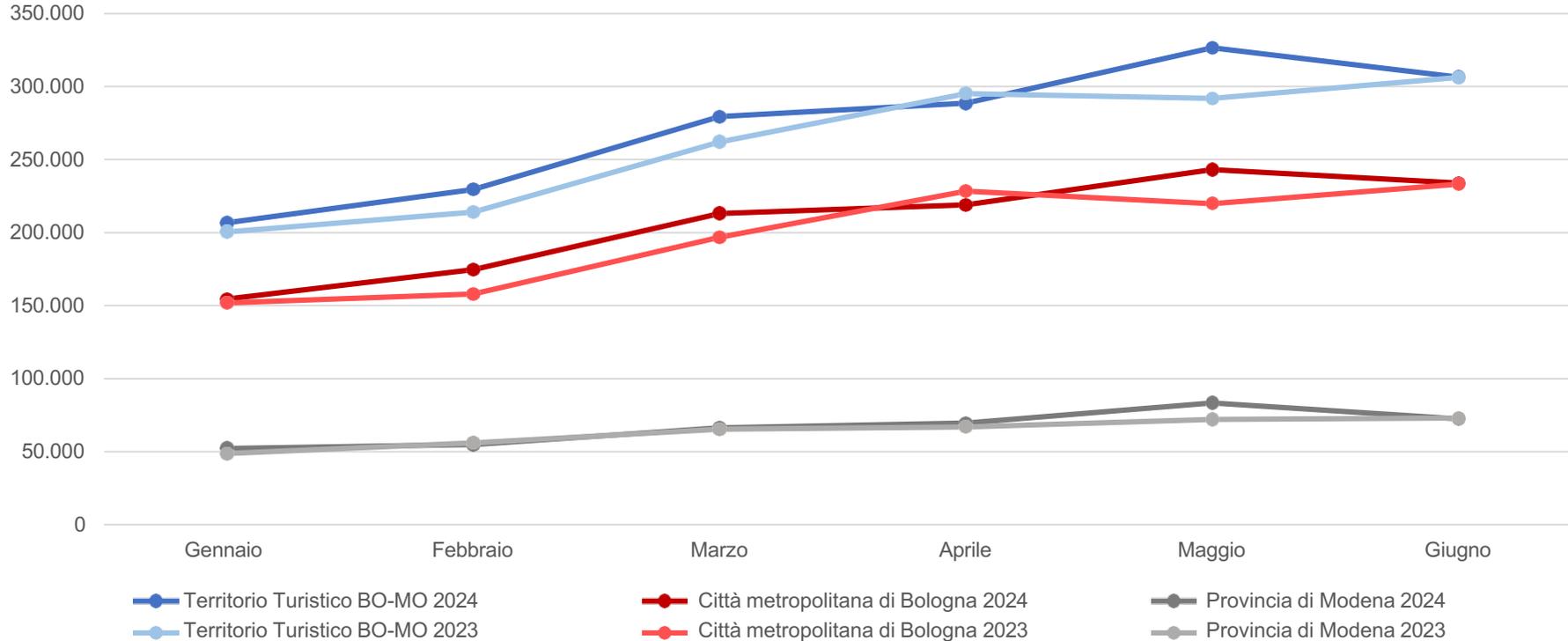


La medesima dinamica si riflette nei pernottamenti: le presenze del 2023 superano quelle del 2022 del 12% e mostrano un aumento del 9% rispetto al 2019, confermando il 2023 come un anno di recupero positivo post-pandemia.

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Luglio  | Agosto  | Settembre | Ottobre | Novembre | Dicembre | Totale           |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|---------|----------|----------|------------------|
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2023</b> | 435.567 | 464.529  | 586.034 | 618.757 | 633.649 | 650.694 | 715.821 | 605.625 | 667.128   | 653.385 | 523.391  | 488.113  | <b>7.042.693</b> |
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2022</b> | 299.758 | 354.991  | 459.211 | 565.603 | 599.071 | 588.474 | 632.479 | 579.022 | 609.705   | 637.413 | 506.494  | 442.984  | <b>6.275.205</b> |
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2019</b> | 415.779 | 456.346  | 576.433 | 564.597 | 609.231 | 578.835 | 606.173 | 525.241 | 618.764   | 583.510 | 507.592  | 445.381  | <b>6.487.882</b> |

# 1.1.3 Panoramica Dati: arrivi - I semestre 2024

Composizione del Territorio Turistico Bologna-Modena

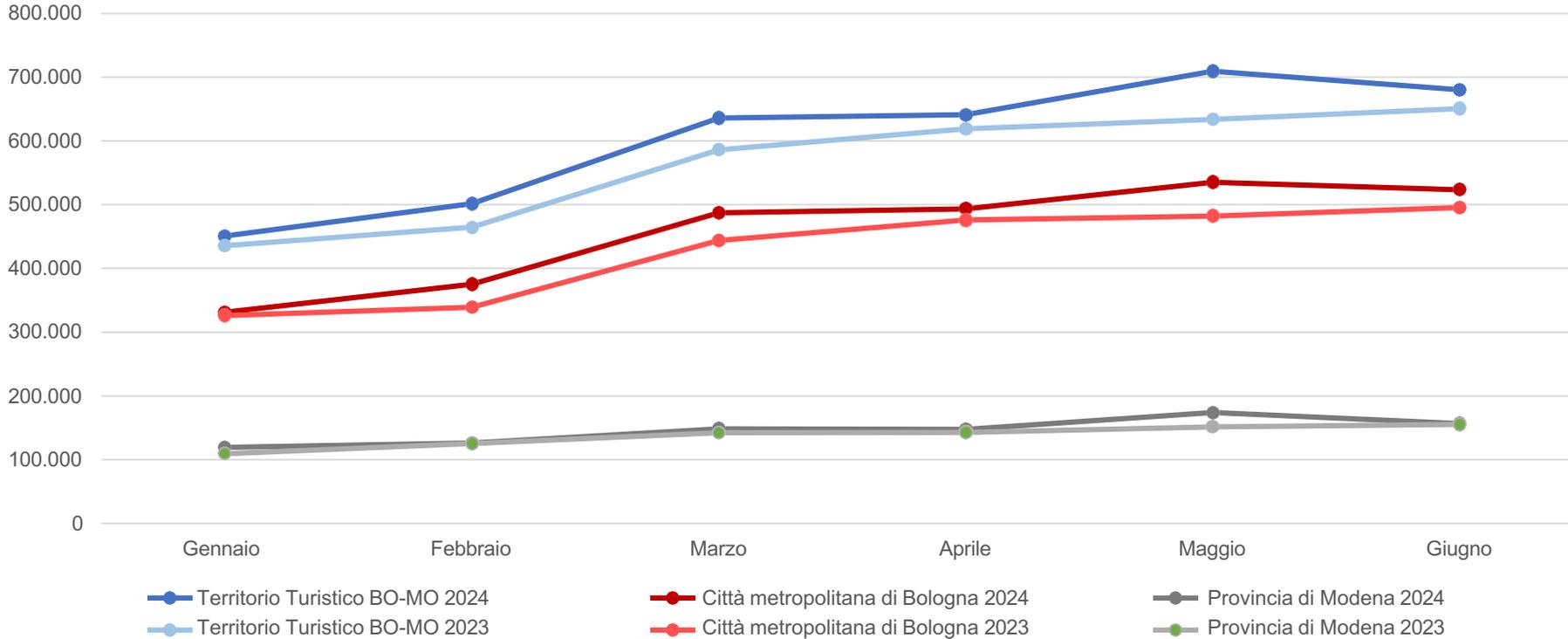


Il I semestre 2024 del Territorio Turistico BO-MO segna un incremento del 4% rispetto al 2023. Interessante notare come la crescita sia data dal medesimo incremento sia per la Città metropolitana di Bologna che per la Provincia di Modena.

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Totale    | Var % su 23 |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------|-------------|
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2024</b>     | 206.678 | 229.541  | 279.355 | 288.517 | 326.444 | 306.300 | 1.636.835 | 4%          |
| <b>Città metropolitana di Bologna 2024</b> | 154.462 | 174.676  | 213.100 | 218.927 | 243.055 | 233.844 | 1.238.064 | 4%          |
| <b>Provincia di Modena 2024</b>            | 52.216  | 54.865   | 66.255  | 69.590  | 83.389  | 72.456  | 398.771   | 4%          |

# 1.1.4 Panoramica Dati: pernottamenti - I semestre 2024

Composizione del Territorio Turistico Bologna-Modena

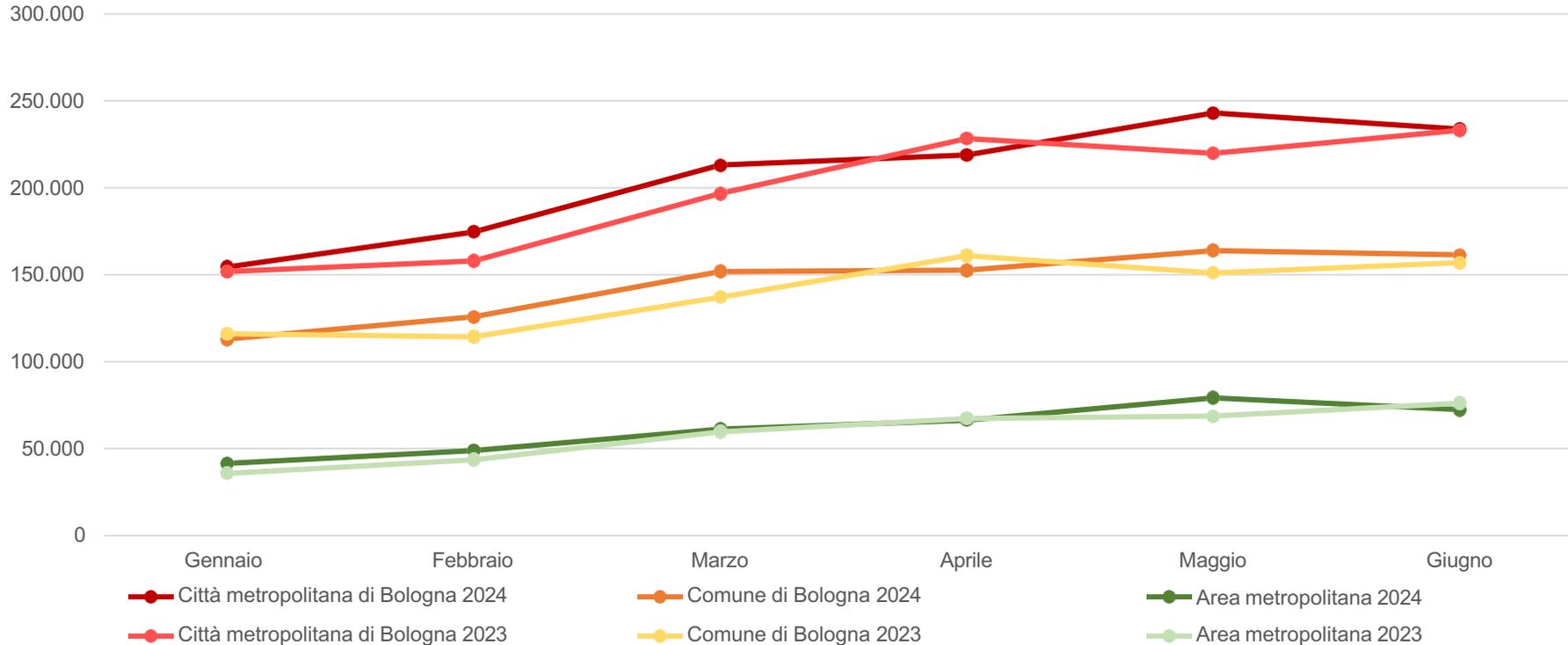


Nei pernottamenti, il I semestre 2024 delinea un incremento positivo rispetto all'anno precedente, ma diversificato per Città metropolitana di Bologna (+7%) e Provincia di Modena (+5%).

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Totale    | Var % su 23 |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------|-------------|
| <b>Territorio Turistico BO-MO 2024</b>     | 450.595 | 501.565  | 635.724 | 640.859 | 709.109 | 679.999 | 3.617.851 | 7%          |
| <b>Città metropolitana di Bologna 2024</b> | 331.182 | 375.271  | 487.273 | 493.485 | 535.076 | 523.503 | 2.745.790 | 7%          |
| <b>Provincia di Modena 2024</b>            | 119.413 | 126.294  | 148.451 | 147.374 | 174.033 | 156.496 | 872.061   | 5%          |

# 1.1.5 Panoramica Dati: arrivi - I semestre 2024

Composizione della Città metropolitana di Bologna

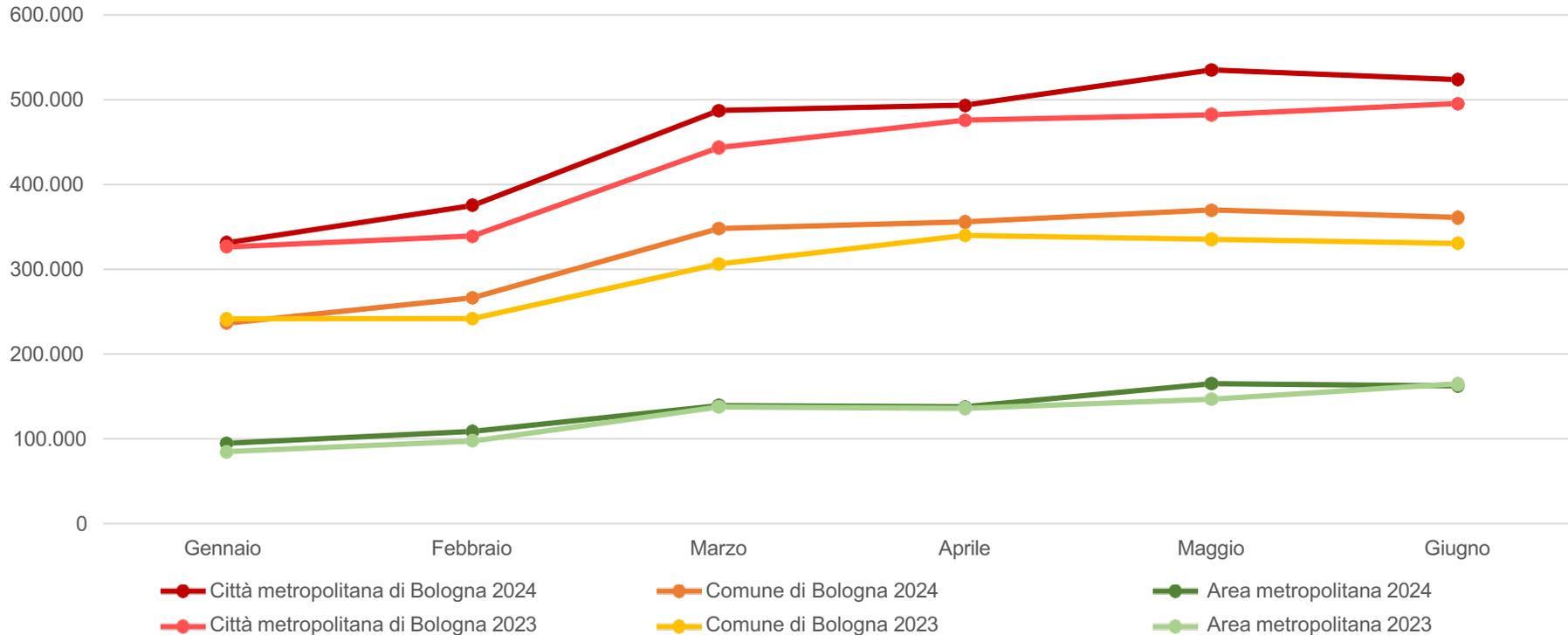


Il I semestre 2024 registra risultati positivi sia per l'Area metropolitana (+5% sul 2023) che per il Comune (+4% sul 2023): possiamo affermare, quindi, che la crescita della Città metropolitana di Bologna è omogenea su tutto il territorio.

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Totale    | Var % su 23 |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------|-------------|
| <b>Città metropolitana di Bologna 2024</b>                 | 154.462 | 174.676  | 213.100 | 218.927 | 243.055 | 233.844 | 1.238.064 | <b>4%</b>   |
| <b>Comune di Bologna 2024</b>                              | 112.990 | 125.804  | 151.895 | 152.588 | 163.870 | 161.430 | 868.577   | <b>4%</b>   |
| <b>Area metropolitana 2024 (escluso Comune di Bologna)</b> | 41.472  | 48.872   | 61.205  | 66.339  | 79.185  | 72.414  | 369.487   | <b>5%</b>   |

# 1.1.6 Panoramica Dati: pernottamenti - I semestre 2024

Composizione della Città metropolitana di Bologna

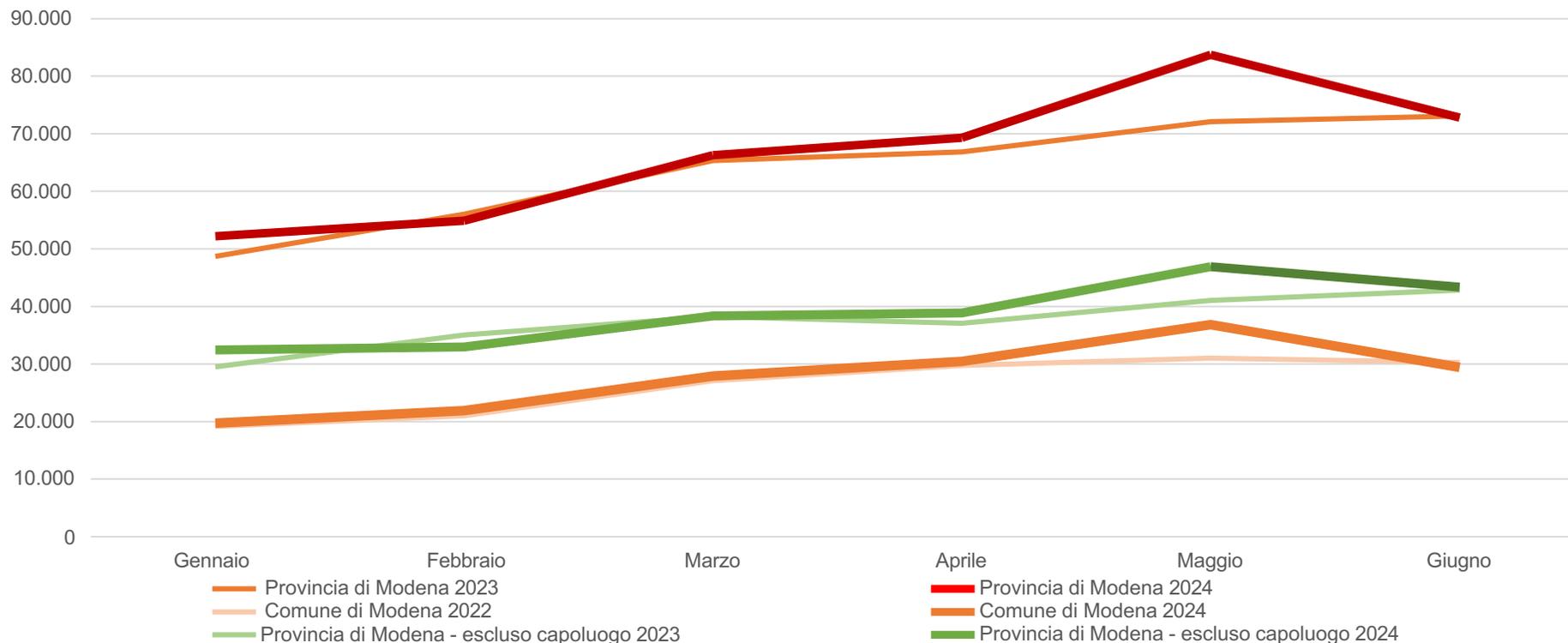


Anche per i pernottamenti, il I semestre 2024 registra risultati positivi sia per l'Area metropolitana (+5% sul 2023) che per il Comune (+8% sul 2023).

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Totale    | Var % su 23 |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------|-------------|
| <b>Città metropolitana di Bologna 2024</b>                 | 331.182 | 375.271  | 487.273 | 493.485 | 535.076 | 523.503 | 2.745.790 | <b>7%</b>   |
| <b>Comune di Bologna 2024</b>                              | 236.431 | 266.489  | 348.002 | 355.769 | 369.916 | 361.079 | 1.937.686 | <b>8%</b>   |
| <b>Area metropolitana 2024 (escluso Comune di Bologna)</b> | 94.751  | 108.782  | 139.271 | 137.716 | 165.160 | 162.424 | 808.104   | <b>5%</b>   |

# 1.1.6 Panoramica Dati: arrivi - I semestre 2024

Composizione della Provincia di Modena

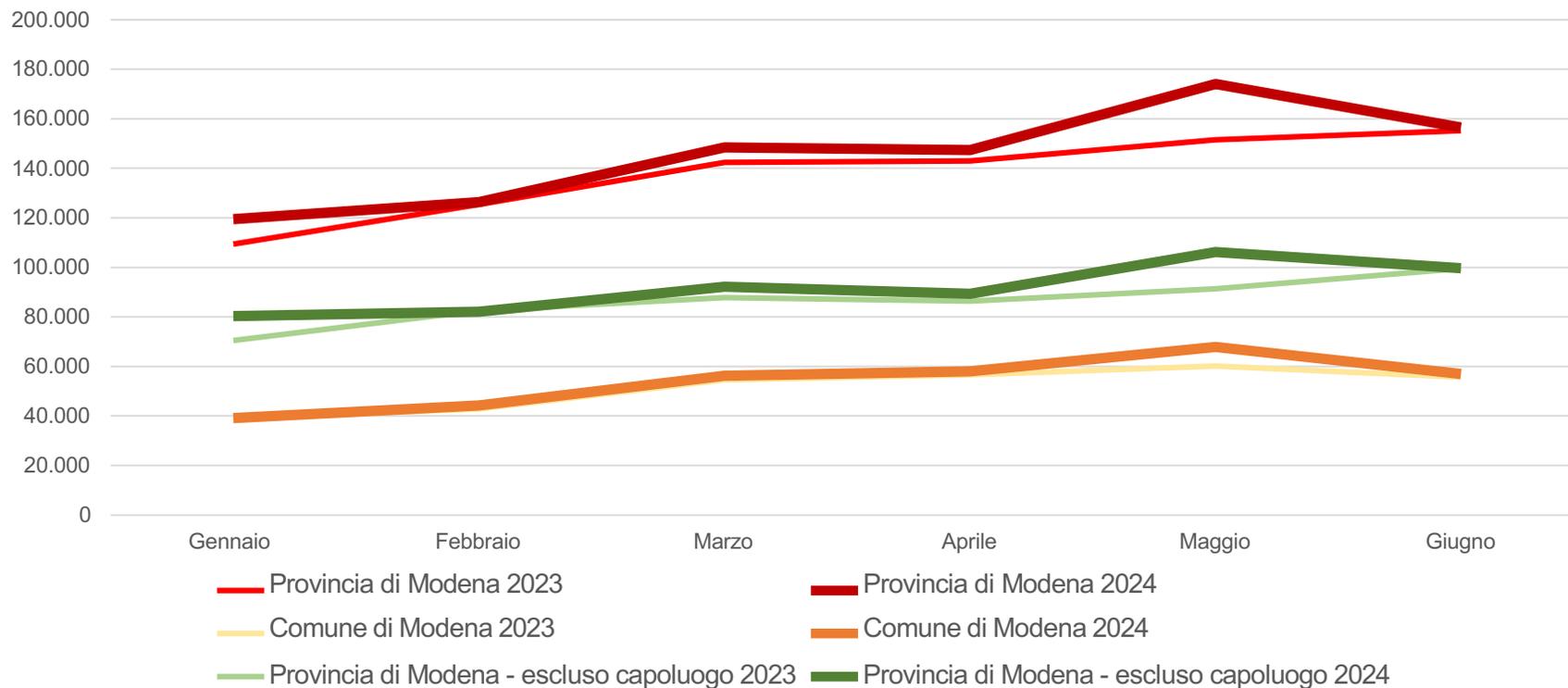


Il I semestre 2024 registra un trend di arrivi positivo con una crescita omogenea tra capoluogo e territorio provinciale. Si nota una buona performance nel mese di maggio. Gli arrivi nel capoluogo rappresentano il 41% degli arrivi totali nella provincia di Modena.

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo  | Aprile | Maggio | Giugno | Totale  | Var % su 23 |
|--|---------|----------|--------|--------|--------|--------|---------|-------------|
| <b>Provincia di Modena 2024</b>                            | 52.179  | 54.877   | 66.290 | 69.304 | 83.730 | 72.779 | 399.159 | <b>4,4%</b> |
| <b>Comune di Modena 2024</b>                               | 19.736  | 21.923   | 27.923 | 30.448 | 36.813 | 29.435 | 166.278 | <b>5,3%</b> |
| <b>Provincia di Modena 2024 (escluso Comune di Modena)</b> | 32.443  | 32.954   | 38.367 | 38.856 | 46.917 | 43.344 | 232.881 | <b>4 %</b>  |

# 1.1.6 Panoramica Dati: presenze - I semestre 2024

## Composizione della Provincia di Modena



Il I semestre 2024 registra risultati positivi con una crescita delle presenze rispetto al 2023 del 5.5% per la Provincia di Modena complessivamente. Il capoluogo cresce del 4.5% e il territorio provinciale esclusa Modena del 6%. Le curve sono sovrapponibili. Si nota una significativa performance del mese di maggio. Si nota che la distribuzione dei flussi dei pernottamenti tra Capoluogo e resto del territorio provinciale consiste in un 37% su Modena, 63% provincia.

|  | Gennaio | Febbraio | Marzo   | Aprile  | Maggio  | Giugno  | Totale  | Var % su 23 |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| <b>Provincia di Modena 2024</b>                            | 119.413 | 375.271  | 148.451 | 147.374 | 174.033 | 156.496 | 872.061 | <b>5,5%</b> |
| <b>Comune di Modena 2024</b>                               | 39.118  | 126.294  | 56.264  | 58.025  | 67.899  | 56.892  | 322.436 | <b>4,5%</b> |
| <b>Provincia di Modena 2024 (escluso Comune di Modena)</b> | 80.295  | 82.058   | 92.197  | 89.348  | 106.134 | 99.604  | 549.625 | <b>6 %</b>  |

## 1.2 Approccio differenziato alle strategie di promozione

Alla luce dei dati, pur nella sua unitarietà il Territorio Turistico Bologna-Modena presenta aree caratterizzate da diversi livelli di sviluppo turistico.

Si rende necessario un approccio differenziato delle strategie di promozione per ambiti territoriali, prevedendo un focus sull'organizzazione della destinazione e qualità dell'accoglienza nel Capoluogo bolognese e azioni di promo-commercializzazione mirate in area metropolitana.

Nel territorio modenese si rileva l'opportunità di attuare strategie promo-commerciali che possano "spingere" su un aumento di pernottamenti nei weekend e nei mesi invernali e che favoriscano un'ampia diffusione dei pernottamenti sul territorio provinciale nei periodi di maggiore affluenza.

## 1.2 Approccio differenziato alle strategie di promozione

- Capoluogo bolognese

La crescita del turismo in una città come Bologna, conferma la necessità di consolidare una strategia che porti a un equilibrio tra turismo e vita dei residenti.

Il percorso chiamato «destinazione turistica democratica» (DMOcracy), proposto dall'Amministrazione, prevede meccanismi di partecipazione diretta dei cittadini nella gestione del turismo per uno sviluppo sostenibile.

Accanto alla strategia di DMOcracy si intende, dunque, concentrare gli investimenti in promo-commercializzazione dedicati al Capoluogo in un'ottica di attuazione della qualità dell'accoglienza, che insista sul miglioramento qualitativo dei servizi turistici erogati volti a prolungare la permanenza media nella destinazione.

- Area metropolitana

Pur registrando una discreta crescita di arrivi e pernottamenti di fatto allineata ai valori percentuali del Comune di Bologna, l'Area metropolitana non presenta le medesime criticità registrate nelle zone turisticamente più frequentate del Capoluogo in termini di pressione turistica.

Le attività di promo-commercializzazione, intese nel senso più tradizionale del termine, si concentreranno al di fuori del capoluogo, differenziandosi in base alle caratteristiche dei singoli sub-ambiti locali e puntando a valorizzare un'offerta turistica diversificata e in grado di attrarre i visitatori durante tutto l'anno in un territorio che comprenda anche le aree meno note ai grandi flussi.

Ciò consentirà di superare, nei sub-ambiti quali l'Appennino bolognese, i limiti che la situazione geotermica ormai impone da anni, trasformando l'area in una destinazione turistica 365 giorni l'anno.

## 1.2 Approccio differenziato alle strategie di promozione

### Comune di Modena e pianura/collina

La crescita nel territorio modenese pur condividendo mercati e target analoghi a quelli di Bologna, evidenzia dinamiche differenti. Il Comune di Modena registra circa il 40% degli arrivi totali nella provincia e il restante flusso turistico in pianura e pedecollina è distribuito in modo relativamente omogeneo, essendo frutto anche di un dialogo sistemico tra Modena e territorio.

In questa fase dello sviluppo occorre continuare a lavorare per costruire una immagine turistica forte di Modena in senso di brand che rappresenti tutto il territorio, con un approccio strategico che punti a comunicare e promuovere l'intero territorio modenese come una destinazione unica, capace di offrire esperienze diversificate, da un lato valorizzando i soggiorni nei weekend, in particolare per il mercato italiano, quando l'occupazione è inferiore rispetto ai giorni infrasettimanali sostenuti anche dal turismo d'affari e a stimolare una distribuzione degli eventi, quando compatibile, anche nei mesi invernali per rinforzare la destagionalizzazione.

### Provincia di Modena - Appennino

Il contesto dell'Appennino modenese, presenta dinamiche e stagionalità specifiche che richiedono strategie ulteriormente specializzate. Qui, le attività di promo-commercializzazione dovranno concentrarsi sulla promozione del turismo attivo e sostenibile, puntando a far diventare l'Appennino una destinazione turistica per tutte le stagioni. L'obiettivo sarà quello di superare le limitazioni imposte dalla stagionalità, trasformando l'area in una meta appetibile per un turismo che duri tutto l'anno, sfruttando non solo l'offerta naturale e paesaggistica, ma anche eventi culturali e sportivi che possano attrarre un pubblico diversificato.

## 1.3 Temi trasversali

I principali temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena, individuati a integrazione delle linee di prodotto proprie dei singoli ambiti territoriali, sono:

- **Cultura**

Itinerari culturali sovra-territoriali che tengano conto, in particolare, del Patrimonio Culturale Materiale (i Portici di Bologna, il complesso monumentale costituito dalla Cattedrale, dalla Torre Civica e dalla Piazza Grande di Modena) e Immateriale (le Media arts per Modena e la musica per Bologna) dell'UNESCO, così come dei personaggi che, nati e/o vissuti nel territorio, si sono distinti nel panorama musicale (Lucio Dalla e Luciano Pavarotti), artistico (Giorgio Morandi e Guercino) e scientifico (Guglielmo Marconi) internazionale; «ambasciatori» che rappresentano un'opportunità strategica di crescita della notorietà della destinazione.

Nel 2025 ricorre il 700° anniversario della Battaglia di Zappolino, tema da cui potranno scaturire eventuali opportunità di collaborazione. Ulteriori sperimentazioni di prodotto potranno essere legate al tema della Via Emilia, che congiunge i due territori nel contesto regionale.

- **Food&Wine**

Visite alle aziende, alle aree di produzioni tipiche, ai musei del gusto con degustazioni, ma anche scuole di cucina, show-cooking e incontri professionali, che valorizzino la destinazione attraverso la cultura enogastronomica profondamente radicata nel territorio con le sue tradizioni e saperi.

Su questo tema trasversale insiste il progetto *Weekend del gusto*, che promuove l'offerta enogastronomica di qualità, caratterizzante la provincia di Modena e il territorio metropolitano di Bologna, con i prodotti tipici più conosciuti a livello internazionale e i relativi luoghi di produzione in uno scenario storico-artistico d'eccezione, con i castelli e le ville storiche.

## 1.3 Temi trasversali

I principali temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena, individuati a integrazione delle linee di prodotto proprie dei singoli ambiti territoriali, sono:

- **Outdoor Active&Slow**

Bike experience su tracciati percorribili in bicicletta e su infrastrutture ciclistiche che vedono un superamento dei confini amministrativi sia di portata regionale (Ciclovía del Reno) che interregionale (Ciclovía del Sole);

Trekking su cammini di grande successo (Via degli Dei, la Via della Lana e della Seta, la Via Vandelli) e su percorsi turisticamente meno battuti. Si rileva che il 2025 è l'anno del Giubileo, evento che porterà ulteriore visibilità e attenzione a questo tema.

Opportunità offerte dai comprensori del Cimone e del Corno alle Scale e, più in generale, dall'area appenninica, affinché il territorio diventi una destinazione in grado di attrarre turisti 365 giorni l'anno.

- **Special Interest - Motori**

Visite ai luoghi dei motori e a quelli in cui personaggi noti e amati, non solo a livello nazionale, sono nati e vissuti, come Enzo Ferrari, o a cui sono stati particolarmente legati, come Ayrton Senna, posizionando la destinazione in modo distintivo rispetto al target di riferimento.

Valorizzazione degli autodromi (Imola e Marzaglia) in chiave turistica;

Soggiorni tecnici, incentive e team building, stimolando la commistione tra attività di stampo leisure e business nell'ambito dell'offerta rivolta al segmento MICE;

Manifestazioni ed eventi dedicati.

## 1.3 Gruppi di lavoro

- L'armonizzazione delle azioni di promo-commercializzazione con vocazione di area turistica vasta è demandata all'attività coordinata delle due DMO territoriali, che operano quotidianamente in modo sinergico.
- I gruppi di lavoro costituiscono l'opportunità di un coinvolgimento operativo dei partecipanti privati al Programma di Promo-Commercializzazione Turistica nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni.  
Fermo restando il coinvolgimento degli operatori in base ai temi trasversali individuati, le DMO territoriali di riservano di variare la composizione dei gruppi di lavoro a seconda delle specifiche azioni trattate.

## 1.4 Bologna - Linee di prodotto identificate

Nel 2025 le priorità di azione, di cui la Città metropolitana di Bologna è capofila, riguarderanno le seguenti linee di prodotto:

- **City Break**

Offerta museale integrata con siti storici;  
Cineturismo;  
Palazzi e siti storici pubblici e privati.

- **Cultura**

Patrimonio UNESCO;  
Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione;  
Borghi del Territorio Turistico Bologna-Modena con le proprie ville, rocche e castelli.

## 1.4 Bologna - Linee di prodotto identificate

### • Outdoor Active&Slow

#### • Cicloturismo a livello sovra-metropolitano

Tracciati interregionali, come la Ciclovía del Sole;

#### • Cicloturismo nei sub-ambiti metropolitani

Appennino bolognese: Bike experience, Bologna Montana Bike Area;  
Imola: Ciclovía del Santerno\*, Bike area;  
Pianura bolognese: Ciclovía del Navile\*, Ciclovía del Reno.

#### • Cammini consolidati

Via degli Dei;  
Via della Lana e della Seta.

#### • Cammini da consolidare

Mater Dei; Linea Gotica; Flaminia Minor; Piccola Cassia;  
Cammino di S. Antonio; Bologna Art Trail; Via Brentatori;  
Via del Gesso/Via dei Gessi e dei calanchi; Cammino dei Laghi.

### • Natura e benessere

Messa a sistema e promozione delle risorse e dei servizi per la fruizione naturalistica con riferimento ai parchi, riserve, oasi e altre aree di particolare pregio ambientale, con particolare riferimento ai siti patrimonio UNESCO, e al sistema termale nell'accezione wellness.

\*Limitatamente ai tratti percorribili

## 1.4 Bologna - Linee di prodotto identificate

- **Food&Wine**

Visite alle aziende e alle aree di produzione delle eccellenze del Territorio Turistico Bologna-Modena e dei prodotti che hanno ottenuto il marchio De.Co.;  
Le visite sono realizzate in collaborazione con i consorzi territoriali;  
Scuole di cucina e show-cooking;  
Enoturismo.

- **Special interest - Musica**

Valorizzazione del patrimonio musicale presente a Bologna e a livello metropolitano.

- **Special interest - Motori**

Valorizzazione del prodotto motori attraverso il coinvolgimento dei brand territoriali, dei collezionisti privati e degli autodromi come eccellenze della Motor Valley da promuovere a livello mondiale con azioni coordinate dedicate.

## 1.4 Bologna - Linee di prodotto identificate

- **Sport**

Programmazione coordinata e promozione congiunta di eventi sportivi che insistono sul territorio metropolitano;

Valorizzazione degli eventi internazionali ricorrenti come il Gran Premio di Formula1 e Coppa Davis;

Innovazione dell'offerta (es. «extreme»);

Camp sportivi, raduni;

Corno alle Scale: progetto *Corno express* che, grazie a un accordo con Trenitalia Tper e Corno alle Scale srl, permette di raggiungere le piste dal centro città.

- **MICE**

Destinazione attrattiva per eventi business attraverso il potenziamento dei rapporti di collaborazione esistenti e sviluppo di nuove collaborazioni, anche grazie al Bologna Convention Bureau (BCB), una divisione di Fondazione Bologna Welcome che ne finanzia le attività insieme ad altre fonti terze.

Ampliamento delle proposte da inserire a catalogo per gli incentive e il team building, tra le quali il golf.

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

Nel 2025 le priorità di azione, di cui la Provincia di Modena è capofila, riguarderanno le seguenti linee di prodotto:

### **City Break**

Soggiorni di 1 o 2 notti in abbinamento alle esperienze top del territorio;  
Esperienze calendarizzate e fruibili a raccolta con prenotazione online;  
Potenziamento immagine e offerte Patrimonio Unesco.

### **Cultura**

Castelli e borghi nel territorio turistico Bologna-Modena;  
Itinerari legati al Romanico / Medioevo;  
Itinerari legati al Rinascimento, anche sovra territoriali.  
Ducato Estense - con itinerari anche sovra territoriali (Reggio Emilia/Ferrara)  
Musica / Opera / Luciano Pavarotti;  
Produzioni tematiche e artigianato artistico;  
Cineturismo;  
Collaborazione con gli organizzatori delle mostre e loro promozione.

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

### • Outdoor Active&Slow

#### Cicloturismo a livello sovra-provinciale

Tracciati che caratterizzano il Territorio Turistico Bologna-Modena, come la Ciclovia del Sole;  
Tracciati che raggiungo aree limitrofe, come Ferrara e Ravenna. Percorsi sull'Appennino Tosco-Emiliano.

#### Cicloturismo in ambito provinciale

Itinerari in bicicletta fruibili da diverse tipologie di target e che comprendano le varie aree del territorio;  
Attività mirate a promozione di percorsi strategici in corso di introduzione come la variante panoramica Ciclovia del Sole verso Modena e la nuova Ciclovia del Mito Modena-Maranello  
Itinerari Pedalare-Camminare e altri in via di codifica.

Favorire interoperabilità e attivazione di esperienze lungo i percorsi.

#### Cammini

Accompagnare e favorire lo sviluppo e promozione dei cammini presenti sul territorio: Via Vandelli, Via Romea Nonantolana, Via Romea Germanica Imperiale, Romea Strata, Via Bibulca, Cammino dell'Unione, Cammino di Santa Giulia.

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

- **Natura e benessere**

Offerte da alcune ore a più giorni, rivolte sia a gruppi che a turisti individuali e gruppi, relative al sistema dei parchi, MAB Unesco, soggiorni ed esperienze termali;

Valorizzazione di attività ed esperienze per famiglie;

Natura/appennino verde: attività estive e autunnali (foliage), primavera in crescita: escursioni;

Proposte per incentive e team building in appennino. Proposte rivolte ad aziende di piccole, medie dimensioni

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

- **Food&Wine**

Esperienze con durata variabile da una sosta di poche ore durante un viaggio verso altre mete, a tour di una settimana;

Visite alle aziende agricole (acetaie, caseifici, prosciuttifici, cantine) musei del gusto, degustazioni, corsi di cucina, incontri professionali, ristorazione di qualità;

Attivazione di percorsi sensoriali e esperienziali sui prodotti nei luoghi di produzione su tutto il territorio provinciale (cene in vigna, in campi di lavanda, uliveti, acetaie, aziende agricole) presentate anche in forma di rassegna / calendario eventi in collaborazione con ristoratori, catering ed aziende agricole del territorio;

Spinta sull'autunno collina e appennino tra sagre e richiamo evocativo del foliage.

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

- **Special interest – Motori**

Consolidamento della collaborazione con i brand territoriali e i luoghi dei motori per continuare a promuovere le esperienze nella Motor Valley in modo sinergico e coordinato. Oltre alle proposte che già raccolgono risultati molto importanti come le visite ai luoghi dei motori (fabbriche, musei, collezioni private, artigiani della filiera automotive) per individuali e gruppi, B2B e B2C, si ritiene che ci siano ancora potenzialità importanti da esprimere sui soggiorni tecnici di formazione per università, master, centri professionali per i quali la domanda sta aumentando e che necessitano proposte mirate.

Da continuare a promuovere energicamente gli eventi all'interno dei luoghi dei motori, proposte per incentive e team building in pista, tour con auto d'epoca, mototurismo (anche appennino) e proposte abbinare ai grandi eventi (Motor Valley fest, Modena 100 ore, Concourse d'elegance Salvarola Terme, passaggio in regione della 1000 miglia, GP formula1..)

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

### • **Sport**

- Pianura: Modena come sede per ospitare eventi, tornei, competizioni internazionali grazie alla ricca offerta di impianti sportivi e alla rete di associazioni sportive del territorio;
- Appennino: proposte per Camp sportivi, eventi sportivi, settimane bianche per gruppi, ASD, scuole, team building;
- Appennino bianco: soggiorni neve da 1 giorno a 1 settimana, offerte comprensive di skipass e agevolazioni. Non solo sci: ciaspolate e altre attività sulla neve.

## 1.5 Modena - Linee di prodotto identificate

- **MICE**

È un territorio che ospita molte aziende appartenenti a settori industriali diversi, un'importante università catalizzatrice di molti congressi, brand e prodotti evocativi e riconducibili ad una altissima qualità (Ferrari, Maserati, Pavarotti, Balsamico.) e di richiamo per potenziali organizzatori. Sul territorio sono inoltre presenti numerosi luoghi che possono ospitare congressi e meeting di diverse dimensioni. Uno dei prodotti sul quale puntare sarà anche il “congresso diffuso” e sostenibile che possa coinvolgere non solo classiche location per congressi ed eventi ma anche borghi, castelli, luoghi dei motori per poter rafforzare anche l'effetto promozionale insito nell'evento stesso.

## 1.6 Mercati target 2025

I mercati individuati dal quadro di riferimento per il 2025 tengono conto di:

- **Crescita del turismo internazionale**

A fronte della costante crescita del turismo internazionale e in continuità con il 2024, si propone di concentrare gli investimenti in azioni finalizzate a migliorare l'impatto del turismo sul Capoluogo, valorizzando l'organizzazione dell'offerta e la qualità dell'accoglienza, e ad attrarre i mercati internazionali nell'area extra-urbana, senza dimenticare la componente domestica che rimane un mercato strategico da fidelizzare.

- **Sviluppo orizzontale dell'offerta**

L'offerta coordinata su un'area turistica vasta è in grado di rafforzare il posizionamento del Territorio Turistico Bologna-Modena anche rispetto ai mercati di medio-lungo raggio, rappresentando un elemento di forte attrattività.

Si conferma, dunque, l'interesse a rafforzare il posizionamento del Territorio Turistico Bologna-Modena nei confronti dei mercati di lunga percorrenza con azioni trasversali dell'area turistica vasta; tra questi si annoverano gli USA, a fronte del consolidamento delle presenze turistiche registrate nel 2024, e il Giappone, a fronte della progressiva ripresa del mercato asiatico verso l'Europa e degli interventi di carattere promo-commerciale e istituzionale del 2024.

La crescita a livello orizzontale dell'offerta turistica, legata all'ampliamento del territorio di riferimento, rappresenta, inoltre, un fattore strategico per l'aumento della permanenza media dei turisti nella destinazione e una motivazione di visita delle aree limitrofe per i residenti in veste di turisti di prossimità.

# 1.6 Matrice mercati target, ambiti territoriali, linee di prodotto

## Mercato nazionale

**Prodotti:** Sport; Outdoor Active&Slow (trekking, biking, vacanza attiva, terme e benessere); Special Interest-Motori, Food&Wine, Cultura, Special Interest-Musica, City break

## Mercati internazionali di corto raggio

Germania, Regno Unito, Spagna, Francia, Paesi Scandinavi, Polonia, Paesi Bassi e Svizzera

**Prodotti:** City Break; Outdoor Active&Slow (trekking, biking, vacanza attiva, terme e benessere); Special Interest-Motori; Food&Wine; Cultura, Sport, Special Interest-Musica, MICE

## Mercati internazionali di medio-lungo raggio

USA, Giappone, Corea, Brasile, Emirati Arabi

**Prodotti:** Cultura; Food&Wine; Special Interest - Motori; Special Interest - Musica; MICE; Luxury

## 1. QUADRO DI RIFERIMENTO

### Capitolo 2

# AZIONI DI PROMO- COMMERCIALIZZAZIONE

## 3. ADESIONE DEI PRIVATI

## 4. BUDGET

## Premessa

Delle azioni di cui la Città metropolitana di Bologna e la Provincia di Modena sono enti attuatori attraverso le rispettive DMO territoriali, alcune hanno una vocazione di area turistica vasta Bologna-Modena, altre, invece, valorizzano le specificità che caratterizzano gli ambiti bolognese e modenese.

Le azioni potranno essere rimodulate a fronte di fattori che incidano sull'industria turistica, per garantirne la massimizzazione dell'efficacia e dell'efficienza.

## Premessa

Le risorse necessarie allo sviluppo di tali azioni sono individuate in percentuali di budget previsionale a carico, rispettivamente, della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena.

Le azioni potranno essere rimodulate una volta definite le risorse disponibili al loro sviluppo.

## 2.1 Comunicazione

1. Identità visiva e supporti di comunicazione:  
Guidare un percorso collettivo di elaborazione del nuovo posizionamento della destinazione e di traduzione dello stesso in un racconto coerente.
2. Press, Creator e influenzatori:  
Definire una strategia di intervento unitaria nei confronti dei diversi opinion maker per veicolare i valori, le esperienze e le storie di successo della destinazione, consolidandone e aumentandone la desiderabilità negli interlocutori, in linea con le peculiarità e i bisogni dei diversi sub-ambiti territoriali.

## 2.1.1 Identità visiva e supporti di comunicazione

A partire da una fotografia del percepito corrente, si intende approntare un'analisi per definire il nuovo posizionamento della destinazione da perseguire e consolidare attraverso un rinnovato racconto integrato della destinazione, da veicolare attraverso architetture informative differenziate. Il racconto integrato, basato su un palinsesto editoriale condiviso, prevede l'apertura di spazi narrativi dedicati ai partner territoriali differenziati in base alle esigenze specifiche dei diversi territori metropolitani; il racconto proposto viene veicolato su un sistema di distribuzione multicanale.

## 2.1.2 Press, Creator e influenzatori

La promozione dell'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, che viene condotta verso i target di riferimento attraverso attività di media relation, segue una duplice direttrice di sviluppo:

1. Parziale sostituzione dei viaggi stampa con «giornalisti» verso attività di collaborazione strutturata con creator in grado di creare in modo continuativo materiali «a fuoco» rispetto agli obiettivi del Territorio Turistico Bologna-Modena;
2. Declinazione delle attività di media relation rispetto ai temi trasversali che caratterizzano l'area vasta o comunque l'area metropolitana, limitando le attività sul Capoluogo ai soli temi culturali.

## 2.2 Ecosistema digitale e promozione

1. Siti web, canali social e newsletter:  
Garantire una migliore «accoglienza informativa» ai target di riferimento consolidando il sistema di touch point digitali.
2. E-commerce:  
Costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile.
3. Campagne promozionali:  
Favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale.
4. Promozione iniziative del Territorio Turistico:  
Promuovere presso i target di riferimento attrattori, esperienze, iniziative ed eventi del Territorio Turistico Bologna-Modena.

## 2.2.1 Siti web, canali social e newsletter

L'attività della redazione «allargata» (Redazioni Locali\* del sistema turistico regionale, di cui gli IAT-R sono sede, coordinate dalla redazione centrale della DMO bolognese, in sinergia con eXtraBO) segue una duplice direttrice di sviluppo:

1. Promuovere il territorio vasto per fare conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e per facilitare l'esperienza d'acquisto e fruizione dei consumatori;
2. Concentrare gli sforzi promozionali a favore del Capoluogo sulla qualità dell'accoglienza.

## 2.2.1 Siti web, canali social e newsletter

L'approccio proposto si traduce nell'esigenza di lavorare a livello di architetture sulla piattaforma multicanale formata dal sistema di siti web gestiti dalla redazione centrale, in primis sul portale turistico ufficiale del territorio metropolitano **bolognawelcome.com** insieme a eXtraBO, mantenendo un costante allineamento con il sistema dei siti delle Redazioni Locali e potendo contare su un supporto in termini di consulenza e formazione in chiave SEO.

Il medesimo approccio di sviluppo viene veicolato attraverso il circuito dei canali social Bologna Welcome e il network complementare tematizzato eXtraBO entrambi gestiti dalla redazione centrale.

## 2.2.2 E-commerce

Il sistema di e-commerce valorizza lo sviluppo dell'offerta turistica in termini di varietà dei prodotti e di ampliamento del territorio di riferimento, rendendo prodotti, esperienze e ticketing di eventi e musei acquistabili singolarmente o componibili in proposte di fruizione del territorio costruite in completa autonomia dall'utente grazie alla funzione di «pacchetto dinamico».

Lo strumento si rivolge sia all'operatore turistico sia al turista che sta pianificando la visita o che è già presente nella destinazione, massimizzando le occasioni di prenotazione dei servizi e favorendo, così, l'organizzazione del proprio soggiorno.

## 2.2.2 E-commerce

Lo strumento selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali per le attività di e-commerce è stato adottato anche dagli IAT-R per la promo-commercializzazione dei servizi sia presso i punti fisici, che attraverso i propri siti, coincidenti con quelli delle Redazioni Locali.

Ciò permette di connettere gli operatori del territorio e di favorire un'azione di coordinamento da parte della DMO territoriale bolognese per integrare, mettere organicamente in rete e ottimizzare l'offerta dell'area turistica vasta, facilitando così la programmazione del turista: maggiore è la diffusione del partenariato sulla piattaforma e-commerce e maggiore è il numero di touch point attraverso cui l'utente può prenotare le esperienze promo-commercializzate nel Territorio Turistico Bologna-Modena.

## 2.2.3 Campagne promozionali

L'elevata possibilità di customizzazione delle campagne promozionali consente di perseguire una promozione differenziata a seconda del diverso grado di sviluppo turistico territoriale: volano per la valorizzazione dell'offerta turistica, in chiave di *awareness* e di *purchase*, nel territorio extra-urbano e della qualità dell'accoglienza, che passa anche dall'organizzazione dell'offerta turistica, nel Capoluogo.

Accanto alle campagne realizzate attraverso azioni di posizionamento sponsorizzato su Google e post sponsorizzati sul circuito Meta risulta strategico indagare i comportamenti degli utenti e la cosiddetta esperienza-utente attraverso studi e relative consulenze.

## 2.2.4 Promozione iniziative del Territorio Turistico

La promozione delle iniziative locali pone le basi per il futuro sviluppo di prodotti turistici, consolidando la rete di operatori e la cooperazione pubblico-privata e favorisce il coinvolgimento dei residenti in qualità di turisti di prossimità, ampliando la risonanza delle esperienze cui prendono parte.

Si intende realizzare azioni di supporto alla crescita del sistema locale e di integrazione settoriale e sviluppare strategie di comunicazione attraverso la progettazione e gestione degli strumenti di comunicazione tradizionale e digitale.

## 2.3 Promo-commercializzazione

1. Sviluppo prodotti:  
Guidare il rinnovamento e la riorganizzazione dell'offerta turistica della destinazione attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti che includa esperienze organizzate in proprio e di concerto con operatori terzi.
2. Eventi di settore:  
Creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale.
3. Fam trip:  
Far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi.

## 2.3.1 Sviluppo prodotti

In vista di un arricchimento del catalogo prodotti si sostiene lo sviluppo, in un'ottica di prodotto turistico, di quelle esperienze che insistono su un perimetro territoriale ampio, preferibilmente di area vasta, che afferiscono a cluster di prodotto differenti e che sono, dunque, in grado di contribuire all'estensione della permanenza media sul territorio.

Il supporto si traduce nel potenziamento o creazione di un servizio di trasporto (es. ottimizzazione fruizione servizi di trasporto pubblico e integrazione servizi di car sharing), di servizi a supporto di cammini e ciclovie (es. trasporto bagagli) e di tutti quei servizi che almeno in una fase iniziale non trovano copertura finanziaria nel prezzo di vendita, a meno di non uscire dagli standard di mercato.

## 2.3.2 Eventi di settore

Al fine di ottimizzare l'efficacia e l'efficienza della partecipazione a eventi di settore di carattere promo-commerciale, si propone di:

- Partecipare alle fiere generaliste previste nel piano ENIT e/o APT, mantenendo la sola presenza istituzionale;
- Partecipare a fiere di settore, rivolte a mercati rilevanti che mirano a valorizzare linee di prodotto specifiche in collaborazione con Modena e altre Destinazioni turistiche;
- Realizzare due eventi promo-commerciali in prossimità di fiere o workshop in collaborazione con istituzioni, eccellenze del territorio e/o altri territori che ottimizzino la visibilità della destinazione su mercati di lungo raggio (es. USA e Giappone).

## 2.3.2 Eventi di settore

| FIERE E WORKSHOP                | SEDE EVENTO          | TIPOLOGIA EVENTO | DATE          | TARGET    | PARTECIPAZIONE |
|---------------------------------|----------------------|------------------|---------------|-----------|----------------|
| MATKA NORDIC TRAVEL FAIR        | Helsinki             | Tematica         | 17-19/01      | B2B+B2C   | Autonoma       |
| FITUR                           | Madrid               | Generalista      | 22-26/01      | B2C       | Istituzionale  |
| FESPO                           | Zurigo               | Tematica         | 30/01 - 02/02 | B2C       | Autonoma       |
| FIETS EN WANDELBEURS            | Utrecht              | Tematica         | 14-16/02      | B2C       | Autonoma       |
| BMT                             | Napoli               | Generalista      | 13-15/03      | B2B+B2C   | Istituzionale  |
| SALON DU RANDONNEUR             | Lione                | Tematica         | 21-23/03      | B2B+B2C   | Autonoma       |
| AGRITRAVEL EXPO                 | Bergamo              | Tematica         | 04-06/04      | B2C       | Autonoma       |
| FIERA DEI GRANDI CAMMINI        | Milano               | Tematica         | xx/xx         | B2C       | Istituzionale  |
| FIERA CICLOTURISMO              | Bologna              | Tematica         | 4-6/04        | B2C       | Autonoma       |
| WORKSHOP ITW NOVA               | Lago di Garda        | Tematico         | 07/04         | B2B       |                |
| CITIES BOLOGNA                  | Bologna              | Generalista      | xx/xx         | B2B       |                |
| ITALIAN BIKE FESTIVAL           | Misano               | Tematica         | 12-14/09      | B2C       | Istituzionale  |
| WORKSHOP WTE Unesco             | TBD                  | Tematico         | xx/xx         | B2B       |                |
| TEJ + roadshow Giappone e Corea | Tokyo                | Generalista      | 25/09-02/10   | B2B + B2C | Autonoma       |
| GOOD ITALY                      | TBD                  | Generalista      | 01/10         | B2B       |                |
| TTG Travel Experience           | Rimini               | Generalista      | 08-10/10      | B2B+B2C   | Istituzionale  |
| ITW NY-TORONTO                  | New York,<br>Toronto | Generalista      | 21-23/10      | B2B       | Autonoma       |
| WTM                             | Londra               | Generalista      | 04-06/11      | B2B+B2C   | Istituzionale  |
| ITW Vienna                      | Vienna               | Generalista      | 02/12         | B2B       |                |
| WORKSHOP NORD EUROPA            | TBD                  | Tematico         | xx/xx         | B2B       |                |

## 2.3.3 Fam trip

Organizzati autonomamente o in collaborazione con partner commerciali, si intende ospitare 6 fam trip nel 2025, che siano collegati a eventi promo-commerciale di settore (per dare seguito ai contatti diretti creati) o a cluster tematici specifici (es. cammini, ciclovie o nuovi prodotti lanciati), ove possibile di area vasta.

In un'ottica di efficienza ed efficacia, i fam trip vengono organizzati in prossimità di eventi promo-commerciale di settore ospitati a Bologna o nei territori limitrofi.

## 2.4 Accoglienza

1. Outdoor infopoint:  
Mettere a disposizione dei territori extra-urbani un spazio dove trovare visibilità e rappresentanza.

## 2.4.1 Outdoor infopoint

L'outdoor infopoint di Bologna, eXtraBO, è il punto di riferimento dell'area metropolitana per le attività di commercializzazione e costituisce un luogo di sintesi dei progetti che si sviluppano sul territorio, offrendo una vetrina nel cuore della città agli operatori che animano i tre sub-ambiti metropolitani (Pianura bolognese, Appennino bolognese e Imolese).

All'attività di gestione del punto se ne aggiunge una di animazione, con un focus sull'organizzazione di eventi e presentazioni atti a promuovere e sviluppare le eccellenze territoriali (eventi, prodotti, nuovi progetti).

## 2.5.1 Budget per mercati

| ATTIVITÀ   | IMPORTO               | NAZIONALE           | INTERNAZIONALE      |
|--|-----------------------|---------------------|---------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>                             |                       |                     |                     |
| • Identità visiva e supporti di comunicazione    | € 115.000,00          |                     |                     |
| • Press, creator e influenzatori                 | € 110.000,00          |                     |                     |
| <b>Totale Comunicazione</b>                      | <b>€ 225.000,00</b>   | <b>€ 117.500,00</b> | <b>€ 107.500,00</b> |
| <b>ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>           |                       |                     |                     |
| • Siti web, canali social, newsletter            | € 104.000,00          |                     |                     |
| • E-commerce                                     | € 70.240,00           |                     |                     |
| • Campagne promozionali                          | € 97.760,00           |                     |                     |
| • Promozione iniziative del Territorio Turistico | € 67.000,00           |                     |                     |
| <b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>   | <b>€ 339.000,00</b>   | <b>€ 235.000,00</b> | <b>€ 104.000,00</b> |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>                 |                       |                     |                     |
| • Sviluppo prodotti                              | € 86.000,00           |                     |                     |
| • Eventi di settore                              | € 280.000,00          |                     |                     |
| • Fam trip                                       | € 39.000,00           |                     |                     |
| <b>Totale Promo-commercializzazione</b>          | <b>€ 405.000,00</b>   | <b>€ 127.000,00</b> | <b>€ 278.000,00</b> |
| <b>ACCOGLIENZA</b>                               |                       |                     |                     |
| • Outdoor infopoint                              | € 95.000,00           |                     |                     |
| <b>Totale Accoglienza</b>                        | <b>€ 95.000,00</b>    | <b>€ 47.500,00</b>  | <b>€ 47.500,00</b>  |
| <b>SPESE GENERALI</b>                            |                       |                     |                     |
| • Spese generali                                 | € 76.000,00           |                     |                     |
| <b>Totale Spese generali</b>                     | <b>€ 76.000,00</b>    | <b>€ 76.000,00</b>  | <b>€ 0,00</b>       |
| <b>TOTALE</b>                                    | <b>€ 1.140.000,00</b> | <b>€ 603.000,00</b> | <b>€ 537.000,00</b> |

## 2.5.1 Budget per mercati

| ATTIVITÀ   | IMPORTO               | METROPOLITANO       | AREA TURISTICA VASTA |
|--|-----------------------|---------------------|----------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>                             |                       |                     |                      |
| • Identità visiva e supporti di comunicazione    | € 115.000,00          |                     |                      |
| • Press, creator e influenzatori                 | € 110.000,00          |                     |                      |
| <b>Totale Comunicazione</b>                      | <b>€ 225.000,00</b>   | <b>€ 180.000,00</b> | <b>€ 45.000,00</b>   |
| <b>ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>           |                       |                     |                      |
| • Siti web, canali social, newsletter            | € 104.000,00          |                     |                      |
| • E-commerce                                     | € 70.240,00           |                     |                      |
| • Campagne promozionali                          | € 97.760,00           |                     |                      |
| • Promozione iniziative del Territorio Turistico | € 67.000,00           |                     |                      |
| <b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>   | <b>€ 339.000,00</b>   | <b>€ 298.000,00</b> | <b>€ 41.000,00</b>   |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>                 |                       |                     |                      |
| • Sviluppo prodotti                              | € 86.000,00           |                     |                      |
| • Eventi di settore                              | € 280.000,00          |                     |                      |
| • Fam trip                                       | € 39.000,00           |                     |                      |
| <b>Totale Promo-commercializzazione</b>          | <b>€ 405.000,00</b>   | <b>€ 236.000,00</b> | <b>€ 169.000,00</b>  |
| <b>ACCOGLIENZA</b>                               |                       |                     |                      |
| • Outdoor infopoint                              | € 95.000,00           |                     |                      |
| <b>Totale Accoglienza</b>                        | <b>€ 95.000,00</b>    | <b>€ 95.000,00</b>  | <b>€ 0,00</b>        |
| <b>SPESE GENERALI</b>                            |                       |                     |                      |
| • Spese generali                                 | € 76.000,00           |                     |                      |
| <b>Totale Spese generali</b>                     | <b>€ 76.000,00</b>    | <b>€ 60.000,00</b>  | <b>€ 16.000,00</b>   |
| <b>TOTALE</b>                                    | <b>€ 1.140.000,00</b> | <b>€ 869.000,00</b> | <b>€ 271.000,00</b>  |

## 2.6 Comunicazione

1. Identità visiva e supporti di comunicazione:  
Veicolare l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena, su supporti dedicati B2B e B2C.  
Creazione di elementi di immagine coordinata per il Territorio Turistico Bologna-Modena.
2. Press, Creator e influenzatori:  
Aumentare la visibilità e l'attrattività del Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso collaborazioni mirate con media tradizionali, creator digitali e influenzatori, per promuovere le esperienze uniche e autentiche del territorio sia a livello nazionale che internazionale.

## 2.6.1 Identità visiva e supporti di comunicazione

- Progettazione e realizzazione di materiali promo-commerciali in formato digitale e/o cartaceo, da utilizzare a supporto di partecipazione a fiere, workshop, eventi e finalizzati ad agevolare il visitatore nell'organizzazione del proprio viaggio e/o l'operatore nel proporre l'area turistica vasta come meta dei viaggi dei propri clienti.
- Progettazione e realizzazione di materiali promo-commerciali e informativi in formato digitale e/o cartaceo, da utilizzare per informare i viaggiatori sulle opportunità offerte dal territorio durante il soggiorno per favorire una maggiore fruibilità di eventi ed esperienze.
- Realizzare materiali comuni quali layout per stand fieristici, brochure di presentazione ed eventuali altri supporti rispetto ai quali ci si riserva una valutazione tecnico-economica;
- Proseguire il lavoro di armonizzazione dell'immagine coordinata di Modena con il brand territoriale.

## 2.6.2 Press, Creator e influenzatori

- La DMO modenese ospiterà **n.30 iniziative / press trip / collaborazioni** rivolte a giornalisti italiani o stranieri, content creator o influencer che possano promuovere i prodotti identificati. Questa attività sarà realizzata in autonomia o in sinergia con altri soggetti pubblici o privati.
- La promozione dell'offerta turistica verso i target di riferimento, attraverso media digitali e tradizionali, sarà sviluppata grazie ad azioni di supporto rivolte agli operatori dei media. Di questi, ne prevediamo almeno 2 declinati sui temi trasversali che caratterizzano l'area vasta.

## 2.7 Ecosistema digitale e promozione

1. Siti web, canali social e newsletter:  
Far conoscere gli elementi caratterizzanti l'identità territoriale e facilitare l'esperienza di acquisto e fruizione dei consumatori
2. E-commerce:  
Costruire una destinazione integrata con un'ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile.
3. Campagne promozionali:  
Favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale.

## 2.7.1 Siti web, canali social e newsletter

- La narrazione e promo-commercializzazione del territorio modenese è realizzata attraverso l'attività delle due Redazioni Locali (Modena e pianura, Appennino) e dalla DMO per la promo-commercializzazione.
- La DMO funge anche da raccordo e coordinamento tra le due redazioni per favorire una comunicazione che rispetti le specificità dei territori nell'ambito di una comunicazione coordinata ed efficace e collabora alla gestione dei canali social (facebook, instagram principalmente).
- Il sito ufficiale del territorio è **visitmodena.it**, che funge da porta di ingresso anche per gli altri siti dell'ecosistema digitale del territorio. Il piano prevede supporto allo sviluppo tecnologico del sito in particolare per quanto riguarda l'aspetto delle funzionalità di promo-commercializzazione.
- Gestione dei Social Media: potenziamento della presenza sui social media attraverso contenuti regolari e coinvolgenti, in grado di instaurare un dialogo diretto con i viaggiatori. Verrà data particolare attenzione alla promozione del catalogo delle esperienze prenotabili online, orientato sia al mercato italiano che internazionale.

## 2.7.2 E-commerce

Il sistema di e-commerce valorizza lo sviluppo dell'offerta turistica in termini di varietà dei prodotti e di ampliamento del territorio di riferimento, rendendo prodotti, esperienze e ticketing di eventi e musei acquistabili singolarmente o componibili in proposte di fruizione del territorio costruite in completa autonomia dall'utente grazie alla funzione di «pacchetto dinamico».

Lo strumento si rivolge sia all'operatore turistico sia al turista che sta pianificando la visita o che è già presente nella destinazione, massimizzando le occasioni di prenotazione dei servizi e favorendo, così, l'organizzazione del proprio soggiorno.

Il sistema di e-commerce adottato dalla DMO modenese, compatibile e interoperabile con quello adottato dalla DMO di Bologna, renderà accessibili e prenotabili online in qualsiasi momento, esperienze, prodotti con prenotazione online, sia da parte del turista che da parte di operatori turistici e dalla rete degli uffici IAT-R regionali.

Il sistema è integrato su [visitmodena.it](http://visitmodena.it) ed è integrabile su siti di eventi, partner e intermediari dell'offerta. Nel 2025 la DMO opererà per incrementare il numero e la varietà di offerte presentate sull'e-commerce con il massimo coinvolgimento degli operatori/fornitori del territorio e l'ampliamento della rete di distribuzione.

## 2.7.2 E-commerce

- I fornitori di esperienze e di proposte del territorio, i proprietari o gestori di luoghi di interesse turistico saranno invitati ad aderire all'e-commerce e a collaborare con il sistema attraverso linee guida che mireranno a costruire un'offerta sempre fruibile e facile da acquistare e aderente alle linee di prodotto, target e mercati identificati. La DMO accompagnerà gli organizzatori delle esperienze nella costruzione delle offerte, nella pubblicazione online e nella gestione dei diversi aspetti della prenotazione.
- Saranno coinvolti anche gli intermediari della domanda per la costruzione di una rete di partner e affiliati che possano ulteriormente amplificare la portata commerciale dello strumento (es.: hotel, agenzie di viaggio ecc.)

## 2.7.3 Campagne promozionali

- Investimenti in campagne di web advertising su piattaforme come Google Ads e social media, mirate a incrementare la visibilità di visitmodena.it e dei canali b2b della DMO, con un focus su contenuti che stimolino l'interazione e il coinvolgimento dei viaggiatori.
- Il piano potrà anche eventualmente prevedere la realizzazione di spot televisivi e programmi dedicati che raccontino le bellezze del territorio, le esperienze uniche offerte e le iniziative speciali disponibili. Questi contenuti potranno essere veicolati su canali nazionali e locali regionali per quanto riguarda il turismo di prossimità, in fasce orarie strategiche per raggiungere il pubblico target.
- Potranno essere attivate campagne con emittenti radiofoniche per la creazione di segmenti tematici, interviste, e spot che promuovano il territorio e le sue offerte. Le campagne radiofoniche saranno particolarmente utili per raggiungere un pubblico ampio.
- Verranno costantemente monitorate le performance delle campagne attraverso strumenti di analisi e reportistica, con l'obiettivo di ottimizzare le strategie promozionali in corso d'opera e adattarle alle esigenze del mercato.

## 2.8 Promo-commercializzazione

1. Sviluppo prodotti:  
Mettere a sistema l'offerta turistica e favorire lo sviluppo di nuovi prodotti.
2. Eventi di settore:  
Creare un contatto diretto con gli operatori e con il pubblico finale.
3. Supporto agli organizzatori di eventi:  
incentivare l'organizzazione di eventi sul territorio in modo coordinato e mirato a mettere a sistema sinergie e opportunità di sviluppo turistico e destagionalizzazione
4. Fam trip:  
Far esperire agli operatori l'offerta turistica del territorio in modo che ne inseriscano i prodotti all'interno dei propri cataloghi.
5. Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor: raggiungere il target legato alla linea di prodotto Sport e outdoor con una promozione che passa attraverso la Grande Distribuzione e le associazioni.

## 2.8.1 Sviluppo prodotti

Per il territorio modenese, uno degli obiettivi primari per il 2025 sarà il consolidamento e la sistematizzazione delle linee di prodotto individuate, attraverso un processo inclusivo che coinvolga l'intera filiera dell'offerta turistica e il territorio. Sarà fondamentale mantenere **una visione unitaria dell'offerta complessiva** della destinazione, evitando di promuovere ogni elemento o parti del territorio in modo isolato. Questo approccio garantirà una **valorizzazione coerente e coordinata** del "paniere" di proposte che Modena ha da offrire, potenziando l'attrattività.

- Favorire e coordinare l'attivazione di esperienze, percorsi sensoriali legati sui prodotti nei luoghi di produzione, tour e proposte legate ai temi di prodotto del territorio (Arte, sapori, motori, natura, benessere, outdoor, sport..)
- Presentare le esperienze anche in forma di rassegna o calendario eventi per facilitare non solo la fruizione da parte dei turisti, ma anche per amplificare l'impatto promozionale, la valorizzazione del territorio, e la collaborazione tra le realtà locali.
- Realizzare di raccolte di esperienze da proporre congiuntamente con il territorio bolognese, per la valorizzazione delle linee di prodotto comuni.
- Attività di analisi e valutazione su nuove potenzialità turistiche legate ai settori produttivi con particolare riferimento al settore della moda e dell'artigianato.

## 2.8.2 Eventi di settore

- Si prevede la partecipazione ad alcune fiere generaliste ma rilevanti previste nel piano ENIT e/o APT indicate nel piano come partecipazione Istituzionale. In queste fiere può essere prevista la sola presenza al desk istituzionale dello stand o, quando possibile, anche l'attivazione di un desk per contatti commerciali.
- In continuità con il percorso iniziato nel 2024, anche per il 2025 si prevede la partecipazione a una serie di eventi e workshop di carattere innovativo, organizzati da importanti player del settore. Questi eventi sono specificamente progettati per intercettare target e mercati in linea con gli obiettivi strategici del TTBOMO (Territorio Turistico Bologna-Modena) e con le linee guida regionali. Sebbene alcuni di questi eventi non siano generalmente inclusi nei calendari ufficiali di APT ed ENIT, la partecipazione della DMO avverrà in stretta collaborazione e coordinamento con questi enti, assicurando una sinergia efficace che rafforzi la presenza del territorio a livello internazionale
- Durante l'anno saranno inoltre attivati 2 eventi promo-commerciali anche in collaborazione con il sistema dei consorzi dei prodotti tipici del territorio per realizzazione di sinergie promozionali. Questi eventi potranno essere organizzati come iniziative indipendenti da altri eventi di settore come fiere, workshop e fam trip o in abbinamento ad essi. Si ipotizza un evento negli Stati Uniti e uno In Europa.
- In occasione di tutti gli eventi, è presentata l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena: a partire da una postazione istituzionale e una commerciale - se e dove consentito,- vengono veicolati supporti cartacei e multimediali funzionali alla promo-commercializzazione dell'area turistica vasta.

## 2.8.2 Eventi di settore

| FIERE E WORKSHOPS                                      | SEDE EVENTO        | TIPOLOGIA EVENTO | DATE              | TARGET  | PARTECIPAZIONE           |
|--|--------------------|------------------|-------------------|---------|--------------------------|
| L.E. MIAMI - MASTERPASS                                | Miami              | Tematica         | Maggio            | B2B     | Autonoma                 |
| TOURMEON - UAE B2B SUMMER MISSION O TOURMEON - TRAVEL# | Dubai              | Tematica         | Luglio o Novembre | B2C     | Autonoma                 |
| ITALIAN BIKE FESTIVAL                                  | Misano             | Tematica         | Settembre         | B2B+B2C | Istituzionale            |
| IFTM   | Parigi             | Generalista      | Settembre         | B2B     | Istituzionale            |
| SALONE DEL CAMPER                                      | Parma              | Generalista      | Settembre         | B”C     | Istituzionale            |
| GOOD ITALY WORKSHOP                                    | tbd                | Generalista      | Settembre         | B2B     | Autonoma                 |
| TTG TRAVEL EXPERIENCE                                  | Rimini             | Tematica         | Ottobre           | B2B+B2C | Istituzionale            |
| AUTO E MOTO D'EPOCA                                    | Bologna            | Tematica         | Ottobre           | B2C     | Autonoma                 |
| ART CITIES EXCHANGE                                    | ROMA               | Generalista      | Ottobre           |         | Autonoma                 |
| CONNECTIONS - UK IRELAND                               | UK                 | Tematico         | Ottobre           | B2B     | Autonoma                 |
| WS JOURNEYS ITALY                                      | ITALIA             | Tematica         | Settembre         | B2C     | Autonoma                 |
| CONNECTIONS - USA                                      | USA                | Tematico         | Novembre          | B2B     | Autonoma                 |
| WTM  | Londra             | Generalista      | Novembre          | B2B+B2C | Istituzionale            |
| IBTM   | Barcellona         | Tematica         | Novembre          | B2B     | Istituzionale            |
| ILTM (IN ALTERNATIVA T-FEST)                           | Cannes (o Messico) | Tematica         | Dicembre          | B2B     | Istituzionale o Autonoma |

Il calendario esposto è indicativo. Si prevede complessivamente la partecipazione a 18/19 eventi. In caso di modifiche e sostituzione di eventi saranno mantenuti gli equilibri strategici relativi ai mercati e target individuali.

Partecipazione istituzionale si intende nell'ambito di stand organizzati da APT e/o ENIT.

## 2.8.3 Supporto agli organizzatori di eventi del territorio

Gli eventi sono un'occasione ideale per mettere in mostra le peculiarità di un territorio.

Supportando gli organizzatori **con strategie promozionali mirate**, che incentivino e facilitino l'attrazione di eventi sul territorio si amplifica la visibilità non solo dell'evento stesso, ma anche delle attrazioni, delle offerte culturali e delle esperienze uniche che il territorio può offrire.

Questo attrae sia i partecipanti agli eventi sia un pubblico più ampio, interessato alla destinazione. Supportare gli eventi significa inoltre **integrare queste iniziative nell'offerta turistica** complessiva del territorio. Creare pacchetti che combinano partecipazione all'evento, soggiorni e altre esperienze locali rende la destinazione più attraente e completa, stimolando una permanenza più lunga e incrementando il valore del turismo.

## 2.8.3 Supporto agli organizzatori di eventi del territorio

- Messa a disposizione degli organizzatori di eventi sul territorio, di consulenza e supporto strategico per la promozione e la commercializzazione delle loro iniziative.
- Organizzazione appuntamenti mirati con referenti chiave, per discutere e pianificare strategie di promozione e commercializzazione in linea con gli obiettivi dell'evento.
- Sviluppo di strategie Promo-Commerciali: collaborazione con gli organizzatori per studiare e implementare strategie promo-commerciali efficaci, che includano la definizione di obiettivi specifici, l'identificazione dei canali promozionali più adatti e la creazione di campagne mirate.
- Creazione e raccolta di offerte e proposte: coordinamento, creazione e raccolta di offerte e proposte di esperienze e soggiorno, che possano essere promosse in occasione degli eventi.
- Pianificazione di azioni rivolte direttamente al consumatore finale
- Monitoraggio dell'efficacia delle azioni promozionali per adattare le strategie in tempo reale per massimizzare l'impatto delle iniziative sul pubblico target.

## 2.8.4 Fam trip

- Organizzazione di **cinque fam** trip dedicati, rivolti a operatori italiani e stranieri specializzati nel turismo leisure e/o MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). Questi fam trip saranno personalizzati, ove possibile, in base ai temi trasversali che caratterizzano l'area vasta, per offrire un'esperienza completa e rappresentativa delle diverse peculiarità del territorio.
- Questa attività potrà essere realizzata in autonomia dalla DMO o in stretta sinergia con altri soggetti pubblici o privati, a seconda delle opportunità e delle esigenze specifiche. Durante i fam trip, la DMO si impegnerà a garantire tutti i servizi di accoglienza e supporto logistico-organizzativo necessari per il successo dell'iniziativa.
- Dove possibile, le date dei fam trip saranno scelte per coincidere con eventi ricorrenti di rilevanza territoriale, in modo da arricchire l'offerta turistica presentata e fornire agli operatori una visione più completa delle potenzialità del territorio.

## 2.8.5 Azioni promo-commerciali turismo sportivo-outdoor:

- Distribuzione di materiale promozionale e organizzazione di presentazioni all'interno dei punti vendita focalizzati sul target sport e outdoor in generale sia sul prodotto neve che outdoor nella sua accezione «verde» in particolare e legati ai punti vendita della grande distribuzione sportiva, in collaborazione con gli operatori privati del territorio.
- Attività di direct marketing rivolta a promuovere il prodotto Outdoor e sport nella sua accezione «verde», supportando le associazioni sportive per l'organizzazione di camp estivi ed eventi attraverso appuntamenti con referenti associazioni e invio materiale promozionale.

## 2.5.1 Budget per mercati

| ATTIVITÀ                                       | IMPORTO             | NAZIONALE           | INTERNAZIONALE      |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>                           |                     |                     |                     |
| • Identità visiva e supporti di comunicazione  | € 30.000,00         |                     |                     |
| • Press, creator e influenzatori               | € 50.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Comunicazione</b>                    | <b>€ 80.000,00</b>  | <b>€ 35.000,00</b>  | <b>€ 45.000,00</b>  |
| <b>ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>         |                     |                     |                     |
| • Siti web, canali social, newsletter          | € 20.000,00         |                     |                     |
| • E-commerce                                   | € 15.000,00         |                     |                     |
| • Campagne promozionali                        | € 95.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b> | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 95.000,00</b>  | <b>€ 35.000,00</b>  |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>               |                     |                     |                     |
| • Sviluppo prodotti                            | € 15.000,00         |                     |                     |
| • Eventi di settore                            | € 115.000,00        |                     |                     |
| • Fam trip                                     | € 45.000,00         |                     |                     |
| • Supporto eventi del territorio               | € 15.000,00         |                     |                     |
| • Direct Marketing sport e outdoor             | € 15.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Promo-commercializzazione</b>        | <b>€ 205.000,00</b> | <b>€ 59.500,00</b>  | <b>€ 145.500,00</b> |
| <b>SPESE GENERALI</b>                          |                     |                     |                     |
| • Spese generali                               | € 25.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Spese generali</b>                   | <b>€ 25.000,00</b>  | <b>€ 25.000,00</b>  | <b>€ 0,00</b>       |
| <b>TOTALE</b>                                  | <b>€ 440.000,00</b> | <b>€ 214.500,00</b> | <b>€ 225.500,00</b> |

## 2.5.1 Budget per ambiti territoriali

| ATTIVITÀ                                       | IMPORTO             | MODENESE            | AREA VASTA          |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>                           |                     |                     |                     |
| • Identità visiva e supporti di comunicazione  | € 30.000,00         |                     |                     |
| • Press, creator e influenzatori               | € 50.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Comunicazione</b>                    | <b>€ 80.000,00</b>  | <b>€ 66.000,00</b>  | <b>€ 14.000,00</b>  |
| <b>ECOSITEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>         |                     |                     |                     |
| • Siti web, canali social, newsletter          | € 20.000,00         |                     |                     |
| • E-commerce                                   | € 15.000,00         |                     |                     |
| • Campagne promozionali                        | € 95.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b> | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 110.000,00</b> | <b>€ 20.000,00</b>  |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>               |                     |                     |                     |
| • Sviluppo prodotti                            | € 15.000,00         |                     |                     |
| • Eventi di settore                            | € 115.000,00        |                     |                     |
| • Fam trip                                     | € 45.000,00         |                     |                     |
| • Supporto eventi del territorio               | € 15.000,00         |                     |                     |
| • Direct Marketing sport e outdoor             | € 15.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Promo-commercializzazione</b>        | <b>€ 205.000,00</b> | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 75.000,00</b>  |
| <b>SPESE GENERALI</b>                          |                     |                     |                     |
| • Spese generali                               | € 25.000,00         |                     |                     |
| <b>Totale Spese generali</b>                   | <b>€ 25.000,00</b>  | <b>€ 22.000,00</b>  | <b>€ 3.000,00</b>   |
| <b>TOTALE</b>                                  | <b>€ 440.000,00</b> | <b>€ 328.000,00</b> | <b>€ 112.000,00</b> |

1. QUADRO DI RIFERIMENTO
2. AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE

Capitolo 3

# PARTECIPAZIONE DEI PRIVATI

4. BUDGET



## Premessa

La partecipazione dei privati al PPCT formalizza l'accesso degli iscritti alle azioni del Programma.

Al fine di massimizzare il coinvolgimento degli stakeholder privati del Territorio Turistico Bologna-Modena, si intende integrare le azioni verso i privati, prevedendo, nell'ambito del Programma 2025, alcuni momenti di approfondimento e conoscenza delle eccellenze del territorio rivolti a quegli operatori economici che nello svolgimento della propria attività sono i primi a entrare in contatto con il turista e a veicolare l'immagine della destinazione.

## 3.1 Livello unico di adesione

I privati interessati ad accedere al bando regionale rivolto a progetti di promozione e commercializzazione turistica presentati dalle imprese, anche in forma associata, sono tenuti a manifestare il proprio interesse alla partecipazione con adesione al PPCT 2025, che ne costituisce condizione necessaria, ma non sufficiente\*.

In continuità con lo scorso anno, viene proposto un unico livello di adesione: tutti i privati aderenti al PPCT 2025 avranno l'opportunità di essere coinvolti nel processo di lavoro comune nei gruppi di lavoro, quali spazi di confronto operativo e di condivisione di progettualità. A tale scopo, è sufficiente indicare il proprio cluster di riferimento in fase di adesione.

\*Il richiedente deve soddisfare anche gli altri requisiti previsti dalle norme di attuazione regionali.

## 3.2 Quota e vantaggi

- La quota di partecipazione nel 2025 è pari a € 300.  
Tale quota non ha mai subito variazioni nell'avvicinarsi dei diversi PPCT.
- Vantaggi:
  - Assolvimento della condizione necessaria ma non sufficiente\* per la partecipazione ai bandi di co-marketing RER;
  - Coinvolgimento nelle fasi di analisi, programmazione e attuazione delle azioni nell'ambito dei gruppi di lavoro dedicati ai temi trasversali che interessano il Territorio Turistico Bologna-Modena: *Cultura, Outdoor Active&Slow, Food&Wine, Special interest - Motori*;
  - Accesso alla banca immagini del Territorio Turistico Bologna-Modena con possibilità di utilizzo gratuito;
  - Accesso a studi, analisi, report informativi sull'evoluzione del settore.

\*Il richiedente deve soddisfare anche gli altri requisiti previsti dalle norme di attuazione regionali.



1. QUADRO DI RIFERIMENTO
2. AZIONI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE
3. PARTECIPAZIONE DEI PRIVATI

Capitolo 4

# BUDGET

## 4.1 Priorità nell'allocazione delle risorse

La progettualità del Territorio Turistico Bologna-Modena tiene conto delle priorità dell'intero sistema e delle risorse disponibili nel 2024 (€ 1.580.000,00).

Le risorse disponibili alla realizzazione della progettualità 2025 saranno allocate secondo il seguente ordine di priorità:

- Copertura finanziaria delle azioni per le quali la Città metropolitana rappresenta l'ente attuatore fino a € 1.140.000,00 (co-finanziamento del 10% da parte dell'ente di riferimento e IVA inclusi)
- Copertura finanziaria delle azioni per le quali la Provincia di Modena rappresenta l'ente attuatore fino a € 440.000,00 (co-finanziamento del 10% da parte dell'ente di riferimento e IVA inclusi)

Fermo restando la priorità nell'allocazione delle risorse, le azioni potranno essere rimodulate alla luce delle effettive risorse disponibili al loro sviluppo.

## 4.2 Budget previsionale complessivo per mercati

|                                  | ATTIVITÀ   | IMPORTO               | NAZIONALE           | INTERNAZIONALE      | Cm*                         | Prov. Mo*                 |
|----------------------------------|--|-----------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|---------------------------|
| COMUNICAZIONE                    | • Identità visiva e supporti di comunicazione    | € 145.000,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Press, creator e influenzatori                 | € 160.000,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | <b>Totale Comunicazione</b>                      | <b>€ 305.000,00</b>   | <b>€ 152.500,00</b> | <b>€ 152.500,00</b> | 74% (€ 225.000,00 )         | 26% (€ 80.000,00)         |
| ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE | • Siti web, canali social, newsletter            | € 124.000,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • E-commerce                                     | € 85.240,00           |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Campagne promozionali                          | € 192.760,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Promozione iniziative del Territorio Turistico | € 67.000,00           |                     |                     |                             |                           |
|                                  | <b>Totale Ecosistema digitale e promozione</b>   | <b>€ 469.000,00</b>   | <b>€ 330.000,00</b> | <b>€ 139.000,00</b> | 72% (€ 339.000,00 )         | 28% (€ 130.000,00)        |
| PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE        | • Sviluppo prodotti                              | € 101.000,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Eventi di settore                              | € 395.000,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Fam trip                                       | € 84.000,00           |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Supporto eventi del territorio                 | € 15.000,00           |                     |                     |                             |                           |
|                                  | • Direct marketing sport e outdoor               | € 15.000,00           |                     |                     |                             |                           |
|                                  | <b>Totale Promo-commercializzazione</b>          | <b>€ 610.000,00</b>   | <b>€ 186.500,00</b> | <b>€ 423.500,00</b> | 66% (€ 405.000,00 )         | 34% (€ 205.000,00)        |
| ACCOGLIENZA                      | • Outdoor infopoint                              | € 95.000,00           |                     |                     |                             |                           |
|                                  | <b>Totale Accoglienza</b>                        | <b>€ 95.000,00</b>    | <b>€ 47.500,00</b>  | <b>€ 47.500,00</b>  | 100% (€ 95.000,00 )         | 0% (€ 0,00)               |
| SPESE GENERALI                   | • Spese generali                                 | € 101.000,00          |                     |                     |                             |                           |
|                                  | <b>Totale Spese generali</b>                     | <b>€ 101.000,00</b>   | <b>€ 101.000,00</b> | <b>€ 0,00</b>       | 75% (€ 76.000,00)           | 25% (€ 25.000,00)         |
| <b>TOTALE GENERALE</b>           |  | <b>€ 1.580.000,00</b> | <b>€ 817.500,00</b> | <b>€ 762.500,00</b> | <b>72% (€ 1.140.000,00)</b> | <b>28% (€ 440.000,00)</b> |

\*Percentuali di budget previsionale a carico della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena per lo sviluppo dei filoni di attività di cui sono rispettivamente gli attuatori.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

**SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI  
ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI  
MODENA PREVISTE DAL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025  
DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.**

**CPV 75112100-5 CUP G99I24001090002**

**RELAZIONE DI DETERMINAZIONE DELL'IMPORTO A BASE D'ASTA**

L'importo a base d'asta del servizio in oggetto corrisponde al budget del progetto, il quale tiene conto del budget del Programma di promo-commercializzazione, strutturato per attività e mercati, in una logica progettuale sviluppata ad un primo livello tramite interventi trasversali e che interessano l'intero territorio di area vasta del Programma, declinati in un secondo livello da attività mirate e volte a valorizzare aree di prodotto turistico che interessano direttamente specifici ambiti locali (con esclusione delle attività amministrative trasversali di gestione, cui provvede il personale impiegato presso gli Uffici della Provincia, in relazione alle quali è prevista la voce Spese Generali).

Gli importi delle singole attività previste dal PPCT 2025, comprensivi di IVA, sono di seguito elencati:

| ATTIVITÀ  | Totale                     | Nazionale                  | Internazionale             |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>  | <b>€ 80.000,00</b>         | <b>€ 35.000,00</b>         | <b>€ 45.000,00</b>         |
| - identità visiva e supporti di comunicazione                           | € 30.000,00                |                            |                            |
| - press, creator e influenzatori  | € 50.000,00                |                            |                            |
| <b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>                                 | <b>€ 130.000,00</b>        | <b>€ 95.000,00</b>         | <b>€ 35.000,00</b>         |
| - siti web, canali social, newsletter                                   | € 20.000,00                |                            |                            |
| - e-commerce  | € 15.000,00                |                            |                            |
| - campagna promozionali   | € 95.000,00                |                            |                            |
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>  | <b>€ 205.000,00</b>        | <b>€ 59.500,00</b>         | <b>€ 145.500,00</b>        |
| - sviluppo prodotti   | € 15.000,00                |                            |                            |
| - eventi di settore   | € 115.000,00               |                            |                            |
| - fam trip  | € 45.000,00                |                            |                            |
| - supporto eventi del territorio  | € 15.000,00                |                            |                            |
| direct marketing sport e outdoor  | € 15.000,00                |                            |                            |
| <b><u>TOTALE AZIONI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO</u></b> | <b><u>€ 415.000,00</u></b> | <b><u>€ 189.500,00</u></b> | <b><u>€ 225.500,00</u></b> |
| Spese generali  | € 25.000,00                | € 25.000,00                | € 0,00                     |
| TOTALE progetto di attuazione PPCT 2024                                 | € 440.000,00               | € 214.500,00               | € 225.500,00               |

| ATTIVITÀ                                      | Totale              | Modenese            | Area vasta Territorio Turistico |
|---|---------------------|---------------------|---------------------------------|
| <b>COMUNICAZIONE</b>                          | <b>€ 80.000,00</b>  | <b>€ 66.000,00</b>  | <b>€ 14.000,00</b>              |
| - identità visiva e supporti di comunicazione | € 30.000,00         |                     |                                 |
| - press, creator e influenzatori              | € 50.000,00         |                     |                                 |
| <b>ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE</b>       | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 110.000,00</b> | <b>€ 20.000,00</b>              |
| - siti web, canali social, newsletter         | € 20.000,00         |                     |                                 |
| - e-commerce                                  | € 15.000,00         |                     |                                 |
| - campagna promozionali                       | € 95.000,00         |                     |                                 |

|  |                     |                     |                     |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE</b>   | <b>€ 205.000,00</b> | <b>€ 130.000,00</b> | <b>€ 75.000,00</b>  |
| - sviluppo prodotti  | € 15.000,00         |                     |                     |
| - eventi di settore  | € 115.000,00        |                     |                     |
| - fam trip   | € 45.000,00         |                     |                     |
| - supporto eventi del territorio   | € 15.000,00         |                     |                     |
| direct marketing sport e outdoor   | € 15.000,00         |                     |                     |
| <b>TOTALE AZIONI SERVIZI<br/>DI PROMOZIONE E<br/>MARKETING TURISTICO</b> | <b>€ 415.000,00</b> | <b>€ 189.500,00</b> | <b>€ 225.500,00</b> |
| Spese generali   | € 25.000,00         | € 22.000,00         | € 3.000,00          |
| TOTALE progetto di attuazione<br>PPCT 2024                               | € 440.000,00        | € 214.500,00        | € 225.500,00        |

L'attuazione di ogni singola azione richiede in particolare modo lo svolgimento di attività di pianificazione e progettazione, che attengono ad analisi del contesto, ideazione dell'attività, incontri di coordinamento, analisi dei risultati e redazione relazioni di rendicontazione.

Alcune azioni comportano attività di individuazione fornitori, prenotazioni di servizi e/o richiedono lo svolgimento di attività di organizzazione ed assistenza, quali personale presente in fiere e workshop, attività di accompagnamento e guida, assistenza a giornalisti.

Per alcune azioni, inoltre, i costi del servizio ricomprendono quote allestimenti e quote di adesione per la partecipazione a fiere e workshop, canoni sistemi informatici spese per comunicazione e pubblicità, stampa, acquisto di materiale fotografico/video, spese di viaggio, vitto e alloggio per trasferte, spese vitto, alloggio, trasporti relative a fam trip e press trip.

Il servizio deve essere qualificato come **di natura prevalentemente intellettuale**, dal momento che è richiesto in via del tutto prevalente lo svolgimento di prestazioni professionali, svolte in via eminentemente personale, costituenti ideazione di soluzioni o elaborazione di strategie, prevalenti nel contesto della prestazione erogata rispetto alle attività materiali e all'organizzazione di mezzi e risorse.

Non è pertanto necessario procedere alla determinazione del costo della manodopera.

Per l'appalto in oggetto inoltre non è richiesta la redazione del Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (D.U.V.R.I.), in quanto non si realizzano le condizioni previste dalla normativa vigente.

Di conseguenza, i relativi oneri per la sicurezza sono pari a € 0,00 (zero).

L'importo totale posto a base di gara per l'intera durata dell'affidamento è quindi computato in € **340.163,94**, oltre IVA al 22%, pari a € **74.836,06**, per un totale di € **415.000,00**.



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

cl. 08-07-03 fasc. 59.1

## DISCIPLINARE DI GARA

**PROCEDURA APERTA PER L’AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL’ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA PREVISTE DAL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA.**

**CPV 75112100-5 CUP G99I24001090002**



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

|   |    |
|---|----|
| PREMESSE.....   | 4  |
| 1. PIATTAFORMA TELEMATICA .....   | 4  |
| 1.1. LA PIATTAFORMA TELEMATICA DI NEGOZIAZIONE .....  | 4  |
| 1.2. DOTAZIONI TECNICHE.....  | 5  |
| 1.3. IDENTIFICAZIONE.....   | 6  |
| 2. DOCUMENTAZIONE DI GARA, CHIARIMENTI E COMUNICAZIONI.....   | 6  |
| 2.1. DOCUMENTI DI GARA .....  | 6  |
| 2.2. CHIARIMENTI.....   | 6  |
| 2.3. COMUNICAZIONI.....   | 7  |
| 3. OGGETTO DELL'APPALTO, IMPORTO E SUDDIVISIONE IN LOTTI .....  | 7  |
| 3.1. DURATA.....  | 8  |
| 3.2. REVISIONE PREZZI.....  | 8  |
| 3.3. MODIFICA DEL CONTRATTO IN FASE DI ESECUZIONE.....  | 8  |
| 4. SOGGETTI AMMESSI IN FORMA SINGOLA E ASSOCIATA E CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE .....   | 9  |
| 5. REQUISITI DI ORDINE GENERALE E ALTRE CAUSE DI ESCLUSIONE .....   | 10 |
| 6. REQUISITI DI ORDINE SPECIALE E MEZZI DI PROVA .....  | 11 |
| 6.1. REQUISITI DI IDONEITÀ PROFESSIONALE .....  | 11 |
| 6.2. REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA.....   | 11 |
| 6.3. REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE.....   | 11 |
| 6.4. INDICAZIONI SUI REQUISITI SPECIALI NEI RAGGRUPPAMENTI TEMPORANEI,<br>CONSORZI ORDINARI, AGGREGAZIONI DI IMPRESE DI RETE, GEIE.....   | 12 |
| 6.5. INDICAZIONI SUI REQUISITI SPECIALI NEI CONSORZI DI COOPERATIVE, CONSORZI DI<br>IMPRESE ARTIGIANE, CONSORZI STABILI .....   | 12 |
| 7. AVVALIMENTO.....   | 13 |
| 8. SUBAPPALTO.....  | 14 |
| 9. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA E SOTTOSCRIZIONE DEI DOCUMENTI DI<br>GARA.....  | 15 |
| 10. SOCCORSO ISTRUTTORIO.....   | 16 |
| 11. DOMANDA DI PARTECIPAZIONE E DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA.....  | 17 |
| 11.1. DOMANDA DI PARTECIPAZIONE .....   | 17 |
| 11.2. DOCUMENTO DI GARA UNICO EUROPEO - DGUE.....   | 22 |
| 11.3. GARANZIA PROVVISORIA .....  | 22 |
| 11.4. PAGAMENTO DEL CONTRIBUTO a favore dell'Autorità Nazionale Anticorruzione A.N.AC...22  |    |
| 11.5. DICHIARAZIONI DA RENDERE A CURA DEGLI OPERATORI ECONOMICI AMMESSI AL<br>CONCORDATO PREVENTIVO CON CONTINUITÀ AZIENDALE DI CUI ALL'ARTICOLO 372<br>del DECRETO LEGISLATIVO 12 GENNAIO 2019, n. 14..... | 23 |
| 11.6. DOCUMENTAZIONE IN CASO DI AVVALIMENTO .....   | 24 |
| 11.7. DOCUMENTAZIONE ULTERIORE PER I SOGGETTI ASSOCIATI.....  | 24 |
| 12. OFFERTA TECNICA.....  | 25 |
| 13. OFFERTA ECONOMICA.....  | 25 |



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

Il prezzo è fisso e pertanto, ai sensi dell'art. 108 comma 5 del D.lgs. 36/2023, il valore che sarà contrattualizzato equivale al valore economico posto a base di gara .....27

14. CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE.....27

14.1. CRITERI DI VALUTAZIONE E METODO DI ATTRIBUZIONE DEL COEFFICIENTE PER IL CALCOLO DEL PUNTEGGIO DELL'OFFERTA TECNICA – PUNTI COMPLESSIVI 100.....27

14.2. METODO DI CALCOLO DEI PUNTEGGI.....30

15. COMMISSIONE GIUDICATRICE .....30

16. SVOLGIMENTO DELLE OPERAZIONI DI GARA .....31

17. VERIFICA DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA.....31

18. VALUTAZIONE DELLE OFFERTE TECNICHE .....31

19. AGGIUDICAZIONE DELL'APPALTO E STIPULA DEL CONTRATTO .....31

20. OBBLIGHI RELATIVI ALLA TRACCIABILITÀ DEI FLUSSI FINANZIARI.....32

21. CODICE DI COMPORTAMENTO .....33

22. ACCESSO AGLI ATTI.....33

23. DEFINIZIONE DELLE CONTROVERSIE .....33

24. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI .....33



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

## PREMESSE

Con Atto del Presidente n. 117 del 10/10/2024 la Provincia di Modena ha approvato il Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025, contestualmente approvato anche dalla Città metropolitana di Bologna con Deliberazione del Consiglio n. 41 del 25/09/2024, successivamente trasmesso alla Regione.

La Regione con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024 ha approvato il suddetto Programma unitario di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena per l'anno 2025 e assegnato le risorse economiche necessarie.

La Provincia di Modena intende affidare ad un partner specializzato le attività di promo-commercializzazione previste dal progetto costituente capitolato speciale prestazionale approvato con determina \_\_\_\_\_ per l'attuazione del Programma di cui sopra ed individuate tra quelle di competenza dell'ente stesso, meglio specificate al paragrafo 3 "Oggetto dell'appalto".

La presente procedura è interamente svolta attraverso la piattaforma telematica di negoziazione piattaforma SATER di Intercent-Er, accessibile all'indirizzo <http://intercenter.regione.emilia-romagna.it/> L'affidamento avviene mediante procedura aperta con applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, avendo a riferimento solo l'elemento qualitativo.

La durata del procedimento è prevista pari a massimo 9 mesi dalla pubblicazione del bando, salvo i casi di cui agli artt. 4 e 5 Allegato 1.3 del Codice.

L'affidamento avviene mediante procedura aperta con applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 108, comma 5, del Codice, avendo a riferimento solo l'elemento qualitativo.

Il presente appalto non è soggetto all'applicazione dei criteri ambientali minimi di cui al Codice in ragione della natura delle prestazioni richieste, che non rientrano tra quelle di cui al relativo decreto ministeriale.

Il luogo di svolgimento del servizio è il territorio della Provincia di Modena.

Il codice NUTS è: ITH54

Il Responsabile unica del progetto è il Dirigente del Servizio Affari Generali e Polizia Provinciale.

## 1. PIATTAFORMA TELEMATICA

### 1.1. LA PIATTAFORMA TELEMATICA DI NEGOZIAZIONE

L'utilizzo della Piattaforma comporta l'accettazione tacita ed incondizionata di tutti i termini, le condizioni di utilizzo e le avvertenze contenute nei documenti di gara, in particolare, del Regolamento UE n. 910/2014 (di seguito Regolamento eIDAS - electronic IDentification Authentication and Signature), del decreto legislativo n. 82/2005 recante Codice dell'amministrazione digitale (CAD) e delle Linee guida dell'AGID, nonché di quanto portato a conoscenza degli utenti tramite le comunicazioni sulla Piattaforma.

L'utilizzo della Piattaforma avviene nel rispetto dei principi di autoresponsabilità e di diligenza professionale, secondo quanto previsto dall'articolo 1176, comma 2, del Codice civile.

La Stazione appaltante non assume alcuna responsabilità per perdita di documenti e dati, danneggiamento di file e documenti, ritardi nell'inserimento di dati, documenti e/o nella presentazione della domanda, malfunzionamento, danni, pregiudizi derivanti all'operatore economico, da:

- difetti di funzionamento delle apparecchiature e dei sistemi di collegamento e programmi impiegati dal singolo operatore economico per il collegamento alla Piattaforma;
- utilizzo della Piattaforma da parte dell'operatore economico in maniera non conforme al Disciplinare e a quanto previsto nelle guide per l'utilizzo del sistema telematico regionale accessibili al sito



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

<http://intercenter.regione.emiliaromagna.it/agenzia/utilizzo-del-sistema/guide/>.

In caso di mancato funzionamento della Piattaforma o di malfunzionamento della stessa, non dovuti alle predette circostanze, che impediscono la corretta presentazione delle offerte, al fine di assicurare la massima partecipazione, la stazione appaltante può disporre la sospensione del termine di presentazione delle offerte per un periodo di tempo necessario a ripristinare il normale funzionamento della Piattaforma e la proroga dello stesso per una durata proporzionale alla durata del mancato o non corretto funzionamento, tenuto conto della gravità dello stesso.

La stazione appaltante si riserva di agire in tal modo anche quando, esclusa la negligenza dell'operatore economico, non sia possibile accertare la causa del mancato funzionamento o del malfunzionamento.

Le attività e le operazioni effettuate nell'ambito della Piattaforma sono registrate e attribuite all'operatore economico e si intendono compiute nell'ora e nel giorno risultanti dalle registrazioni di sistema.

Il sistema operativo della Piattaforma è sincronizzato sulla scala di tempo nazionale di cui al decreto del Ministro dell'industria, del commercio e dell'artigianato 30 novembre 1993, n. 591, tramite protocollo NTP o standard superiore.

L'utilizzo e il funzionamento di SATER avvengono in conformità a quanto riportato nel Regolamento di utilizzo del sistema, disponibile all'indirizzo <http://intercenter.regione.emiliaromagna.it/sistema-acquisti-sater/regolamenti>.

L'acquisto, l'installazione e la configurazione dell'hardware, del software, dei certificati digitali di firma, della casella di PEC o comunque di un indirizzo di servizio elettronico di recapito certificato qualificato, nonché dei collegamenti per l'accesso alla rete Internet, restano a esclusivo carico dell'operatore economico.

La Piattaforma è accessibile in qualsiasi orario dalla data di pubblicazione del bando alla data di scadenza del termine di presentazione delle offerte.

## 1.2. DOTAZIONI TECNICHE

Ai fini della partecipazione alla presente procedura, ogni operatore economico deve dotarsi, a propria cura, spesa e responsabilità, della strumentazione tecnica ed informatica conforme a quella indicata nel presente disciplinare e nelle guide per l'utilizzo del Sistema telematico regionale accessibili al sito <http://intercenter.regione.emilia-romagna.it/agenzia/utilizzodel-sistema/guide/>, che disciplina il funzionamento e l'utilizzo della Piattaforma.

In ogni caso è indispensabile:

- a) disporre almeno di un personal computer conforme agli standard aggiornati di mercato, con connessione internet e dotato di un comune browser idoneo ad operare in modo corretto sulla Piattaforma;
- b) disporre di un sistema pubblico per la gestione dell'identità digitale (SPID) di cui all'articolo 64 del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 o di altri mezzi di identificazione elettronica per il riconoscimento reciproco transfrontaliero ai sensi del Regolamento eIDAS;
- c) avere un domicilio digitale presente negli indici di cui agli articoli 6-bis e 6 ter del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 Pag. 4 a 35 o, per l'operatore economico transfrontaliero, un indirizzo di servizio elettronico di recapito certificato qualificato ai sensi del Regolamento eIDAS;
- d) avere da parte del legale rappresentante dell'operatore economico (o da persona munita di idonei poteri di firma) un certificato di firma digitale, in corso di validità, rilasciato da:
  - un organismo incluso nell'elenco pubblico dei certificatori tenuto dall'Agenzia per l'Italia Digitale (previsto dall'articolo 29 del decreto legislativo n. 82/05);
  - un certificatore operante in base a una licenza o autorizzazione rilasciata da uno Stato membro dell'Unione europea e in possesso dei requisiti previsti dal Regolamento n. 910/14;



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- un certificatore stabilito in uno Stato non facente parte dell'Unione europea quando ricorre una delle seguenti condizioni:
  - i. il certificatore possiede i requisiti previsti dal Regolamento n. 910/14 ed è qualificato in uno stato membro;
  - ii. il certificato qualificato è garantito da un certificatore stabilito nell'Unione Europea, in possesso dei requisiti di cui al regolamento n. 910014;
  - iii. il certificato qualificato, o il certificatore, è riconosciuto in forza di un accordo bilaterale o multilaterale tra l'Unione Europea e paesi terzi o organizzazioni internazionali.

## 1.3. IDENTIFICAZIONE

Per poter presentare offerta è necessario accedere alla Piattaforma SATER.

L'accesso è gratuito ed è consentito a seguito dell'identificazione online dell'operatore economico. L'identificazione avviene o mediante il sistema pubblico per la gestione dell'identità digitale di cittadini e imprese (SPID) o attraverso gli altri mezzi di identificazione elettronica per il riconoscimento reciproco transfrontaliero ai sensi del Regolamento eIDAS.

Una volta completata la procedura di identificazione, ad ogni operatore economico identificato viene attribuito un profilo da utilizzare nella procedura di gara.

## 2. DOCUMENTAZIONE DI GARA, CHIARIMENTI E COMUNICAZIONI

### 2.1. DOCUMENTI DI GARA

La documentazione di gara comprende:

1. Disciplinare di gara;
2. Istanza di partecipazione e autodichiarazione – Modello MA;
3. Capitolato speciale – disciplinare tecnico prestazionale e relativi allegati;
  - All. A) - PPCT 2025 approvato congiuntamente dalla Città metropolitana di Bologna e dalla Provincia di Modena rispettivamente con Deliberazione del Consiglio metropolitano n. 41 del 25/09/2024 e con Atto del Presidente Atto numero 117 del 10/10/2024, successivamente approvato con delibera della Giunta Regionale n. 2122 dell'11/11/2024;
  - All. B - relazione di determinazione dell'importo a base d'asta.
4. Documento di gara unico europeo (DGUE) strutturato in piattaforma.

I documenti di gara sono disponibili ad accesso gratuito, illimitato e diretto sul sito internet della stazione appaltante <http://provincia.modena.it>, nella sezione "Bandi di gara" e sulla Piattaforma <http://intercenter.regione.emilia-romagna.it> – sezione "Bandi e avvisi".

### 2.2. CHIARIMENTI

È possibile ottenere chiarimenti sulla presente procedura mediante la proposizione di quesiti scritti da inoltrare entro le ore \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ attraverso la sezione di SATER riservata alle richieste di chiarimenti previa registrazione alla Piattaforma stessa. Le richieste di chiarimenti e le relative risposte sono formulate esclusivamente in lingua italiana.

NON verranno evase richieste di chiarimento pervenute in modalità diversa da quella esplicitata.

Le risposte alle richieste di chiarimenti presentate in tempo utile sono fornite in formato elettronico almeno 4 giorni prima della scadenza del termine fissato per la presentazione delle offerte, mediante pubblicazione delle richieste in forma anonima e delle relative risposte sulla Piattaforma in forma anonima. La Piattaforma invia automaticamente agli operatori economici una segnalazione di avviso.

Non viene fornita risposta alle richieste presentate con modalità diverse da quelle sopra indicate.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### 2.3. COMUNICAZIONI

Le comunicazioni tra stazione appaltante e operatori economici avvengono tramite la Piattaforma SATER. È onere esclusivo dell'operatore economico prenderne visione. Gli operatori economici sono tenuti ad indicare, in sede di registrazione alla Piattaforma SATER, l'indirizzo PEC o, solo per i concorrenti aventi sede in altri Stati, l'indirizzo di posta elettronica, presso il quale eleggono domicilio.

Tutte le comunicazioni saranno effettuate mediante la Piattaforma SATER all'indirizzo dichiarato dall'operatore economico in fase di registrazione. È onere dell'operatore economico provvedere tempestivamente a modificare i recapiti suindicati secondo le modalità esplicitate nelle guide per l'utilizzo della piattaforma accessibili dal sito <https://intercenter.regione.emilia-romagna.it/help/guide>

Le comunicazioni relative all'attivazione del soccorso istruttorio, al sub procedimento di verifica dell'anomalia dell'offerta anomala, all'aggiudicazione, all'esclusione, alla decisione di non aggiudicare l'appalto avvengono presso la Piattaforma.

In caso di raggruppamenti temporanei, GEIE, aggregazioni di rete o consorzi ordinari, anche se non ancora costituiti formalmente, gli operatori economici raggruppati, aggregati o consorziati eleggono domicilio digitale presso il mandatario/capofila al fine della ricezione delle comunicazioni relative alla presente procedura.

In caso di consorzi di cui all'articolo 65, lett. b), c), d) del Codice, la comunicazione recapitata nei modi sopra indicati al consorzio si intende validamente resa a tutte le consorziate.

In caso di avvalimento, la comunicazione recapitata all'offerente nei modi sopra indicati si intende validamente resa a tutti gli operatori economici ausiliari.

In caso di malfunzionamento della piattaforma, la stazione appaltante provvederà all'invio di qualsiasi comunicazione al domicilio digitale presente negli indici di cui ai richiamati articoli 6-bis, 6-ter, 6-quater del decreto legislativo n. 82/05.

### 3. OGGETTO DELL'APPALTO, IMPORTO E SUDDIVISIONE IN LOTTI

L'appalto ha ad oggetto l'acquisizione di servizi di promozione e marketing turistico finalizzati all'attuazione di attività di competenza della Provincia di Modena previste dal Programma di Promozionalizzazione 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena meglio specificati nel capitolato speciale prestazionale.

La procedura è volta all'individuazione di n. 1 impresa specializzata in servizi di promozione e marketing turistico, alla quale affidare la funzione di supporto organizzativo ed operativo ai fini della realizzazione delle attività di cui sopra.

L'appalto è costituito da un unico lotto, in quanto ha ad oggetto un servizio unitario afferente all'attuazione del Programma di promo-commercializzazione 2025, in relazione alla quale sussiste la necessità di individuare un unico soggetto che ponga in essere tutte le attività del PPCT, in una logica integrata e trasversale, svolgendo un ruolo centrale di coordinamento, assicurando su più livelli l'analisi dei fattori economici, la progettazione delle azioni di promo-commercializzazione, i compiti operativi tipici di operatore incoming e gestore di siti turistici, assicurando la "regia unitaria" delle attività rivolte al territorio nel suo complesso.

Nel quadro sopra delineato l'appalto deve quindi necessariamente mantenere la sua unitarietà.

L'importo totale per l'intera durata dell'affidamento è pari a € 340.163,94, oltre IVA al 22%.

Per l'appalto in oggetto non è richiesta la redazione del Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze (D.U.V.R.I.), in quanto non si realizzano le condizioni previste dalla normativa vigente. Di conseguenza, i relativi oneri per la sicurezza sono pari a zero.

L'importo complessivo è al netto di Iva.



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

Il calcolo della base d'asta tiene conto degli elementi indicati nella Relazione di valutazione dell'importo a base d'asta allegata al progetto approvato con la determina citata.

L'appalto è finanziato in Bilancio nel seguente modo:

- per la parte riferita all'entrata, in parte sul cap. 2556 "Trasferimenti regionali per l'attuazione del PPCT – L.R. 4/2016", in parte con risorse proprie;
- per la parte riferita alla spesa, in parte sul cap. 4788 "Attuazione PPCT ai sensi L.R. n. 4/2016 - Affidamento servizi", missione 07 Programma 01 "Sviluppo e valorizzazione del turismo", in parte sul cap. 4718 "Sviluppo e valorizzazione del Turismo", missione 07 Programma 01 "Sviluppo e valorizzazione del turismo";

### 3.1. DURATA

L'appalto deve essere eseguito entro il 31/12/2025, in quanto attuazione delle misure e delle azioni previste nel Programma di cui al punto 1.4. del Progetto.

### 3.2. REVISIONE PREZZI

Qualora nel corso di esecuzione del contratto, al verificarsi di particolari condizioni di natura oggettiva, si determina una variazione, in aumento o in diminuzione, del costo del servizio superiore al cinque per cento, dell'importo complessivo, i prezzi sono aggiornati, nella misura dell'ottanta per cento della variazione, in relazione alle prestazioni da eseguire. Ai fini del calcolo della variazione dei prezzi si terrà conto, tra quelli indicati all'articolo 60, comma 3, lettera b del Codice, dell'indice dei prezzi al consumo per famiglie di operai ed impiegati in Italia, al netto dei tabacchi (indice F.O.I.) pubblicati, unitamente alla relativa metodologia di calcolo, sul portale istituzionale dell'ISTAT in conformità alle pertinenti disposizioni normative europee e nazionali in materia di comunicazione e diffusione dell'informazione statistica ufficiale.

### 3.3. MODIFICA DEL CONTRATTO IN FASE DI ESECUZIONE

**Opzione di proroga del contratto:** in casi eccezionali, il contratto in corso di esecuzione può essere prorogato per il tempo strettamente necessario alla conclusione della procedura di individuazione del nuovo contraente se si verificano le condizioni indicate all'articolo 120, comma 11, del Codice. In tal caso il contraente è tenuto all'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto agli stessi prezzi, patti e condizioni previsti nel contratto.

**Variazione fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto:** qualora in corso di esecuzione si renda necessario un aumento o una diminuzione delle prestazioni fino alla concorrenza del quinto dell'importo del contratto, la stazione appaltante può imporre all'appaltatore l'esecuzione alle condizioni originariamente previste. In tal caso l'appaltatore non può fare valere il diritto alla risoluzione del contratto.

Il **valore globale stimato** dell'appalto è pari ad € 408.196,72 al netto di Iva, nonché degli oneri per la sicurezza dovuti a rischi da interferenze, come indicato nella tabella sottostante:

|  |                     |
|--|---------------------|
| <b>Importo complessivo (IVA esclusa)</b>                               | <b>€ 340.163,94</b> |
| Importo massimo del quinto d'obbligo, in caso di variazioni in aumento | € 68.032,78         |
| <b>Valore globale stimato</b>  | <b>€ 408.196,72</b> |



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

#### 4. SOGGETTI AMMESSI IN FORMA SINGOLA E ASSOCIATA E CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

Gli operatori economici possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata.

Ai soggetti costituiti in forma associata si applicano le disposizioni di cui agli artt. 67 e 68 del Codice.

I consorzi di cui all'articolo 65, comma 2 del Codice che intendono eseguire le prestazioni tramite i propri consorziati sono tenuti ad indicare per quali consorziati il consorzio concorre.

I consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lettere b) e c) sono tenuti ad indicare per quali consorziati il consorzio concorre.

Il concorrente che partecipa al singolo lotto in una delle forme di seguito indicate è escluso nel caso in cui la stazione appaltante accerti la sussistenza di rilevanti indizi tali da far ritenere che le offerte degli operatori economici siano imputabili ad un unico centro decisionale a cagione di accordi intercorsi con altri operatori economici partecipanti alla stessa gara:

- partecipazione in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti o aggregazione di operatori economici aderenti al contratto di rete (nel prosieguo, aggregazione di retisti)
- partecipazione sia in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti sia in forma individuale;
- partecipazione sia in aggregazione di retisti sia in forma individuale. Tale esclusione non si applica alle retiste non partecipanti all'aggregazione, le quali possono presentare offerta, per il singolo lotto, in forma singola o associata;
- partecipazione di un consorzio che ha designato un consorziato esecutore il quale, a sua volta, partecipa in una qualsiasi altra forma.

Nel caso venga accertato quanto sopra, si provvede ad informare gli operatori economici coinvolti i quali possono, **entro 2 giorni** dimostrare che la circostanza non ha influito sulla gara, né è idonea a incidere sulla capacità di rispettare gli obblighi contrattuali.

Le aggregazioni di retisti di cui all'articolo 65, comma 2 lettera g) del Codice, rispettano la disciplina prevista per i raggruppamenti temporanei in quanto compatibile. In particolare:

- a) nel caso in cui la rete sia dotata di organo comune con potere di rappresentanza e soggettività giuridica (cd. Rete – soggetto), l'aggregazione di retisti partecipa a mezzo dell'organo comune, che assume il ruolo del mandatario, qualora in possesso dei relativi requisiti. L'organo comune può indicare anche solo alcuni tra i retisti per la partecipazione alla gara ma deve obbligatoriamente far parte di questi;
- b) nel caso in cui la rete sia dotata di organo comune con potere di rappresentanza ma priva di soggettività giuridica (cd. Rete – contratto), l'aggregazione di retisti partecipa a mezzo dell'organo comune, che assume il ruolo del mandatario, qualora in possesso dei requisiti previsti per la mandataria e qualora il contratto di rete rechi mandato allo stesso a presentare domanda di partecipazione o offerta per determinate tipologie di procedure di gara. L'organo comune può indicare anche solo alcuni tra i retisti per la partecipazione alla gara ma deve obbligatoriamente far parte di questi;
- c) nel caso in cui la rete sia dotata di organo comune privo di potere di rappresentanza ovvero sia sprovvista di organo comune, oppure se l'organo comune è privo dei requisiti di qualificazione, l'aggregazione di retisti partecipa nella forma del raggruppamento costituito o costituendo, con applicazione integrale delle relative regole.

Per tutte le tipologie di rete, la partecipazione congiunta alle gare deve risultare individuata nel contratto di rete come uno degli scopi strategici inclusi nel programma comune, mentre la durata dello stesso dovrà essere commisurata ai tempi di realizzazione dell'appalto.

Ad un raggruppamento temporaneo può partecipare anche un consorzio di cui all'articolo 65, comma 2, lettera b), c), d).

L'impresa in concordato preventivo può concorrere anche riunita in raggruppamento temporaneo di imprese e sempre che le altre imprese aderenti al raggruppamento temporaneo di imprese non siano assoggettate ad una procedura concorsuale.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### 5. REQUISITI DI ORDINE GENERALE E ALTRE CAUSE DI ESCLUSIONE

I concorrenti devono essere in possesso, a pena di esclusione, dei requisiti di ordine generale previsti dal Codice nonché degli ulteriori requisiti indicati nel presente articolo.

La stazione appaltante verifica il possesso dei requisiti di ordine generale accedendo al fascicolo virtuale dell'operatore economico (di seguito: FVOE).

Le circostanze di cui all'articolo 94 del Codice sono cause di esclusione automatica. La sussistenza delle circostanze di cui all'articolo 95 del Codice è accertata previo contraddittorio con l'operatore economico.

In caso di partecipazione di consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lettere b) e c) del Codice, i requisiti di cui al punto 5 sono posseduti dal consorzio e dalle consorziate indicate quali esecutrici.

In caso di partecipazione di consorzi stabili di cui all'articolo 65, comma 2, lett. d) del Codice, i requisiti di cui al punto 5 sono posseduti dal consorzio, dalle consorziate indicate quali esecutrici e dalle consorziate che prestano i requisiti.

#### **Self cleaning**

Un operatore economico che si trovi in una delle situazioni di cui agli articoli 94 e 95, ad eccezione delle irregolarità contributive e fiscali definitivamente e non definitivamente accertate, può fornire prova di aver adottato misure (c.d. self cleaning) sufficienti a dimostrare la sua affidabilità.

Se la causa di esclusione si è verificata prima della presentazione dell'offerta, l'operatore economico indica nel DGUE la causa ostativa e, alternativamente:

- descrive le misure adottate ai sensi dell'articolo 96, comma 6 del Codice;
- motiva l'impossibilità ad adottare dette misure e si impegna a provvedere successivamente. L'adozione delle misure è comunicata alla stazione appaltante.

Se la causa di esclusione si è verificata successivamente alla presentazione dell'offerta, l'operatore economico adotta le misure di cui al comma 6 dell'articolo 96 del Codice dandone comunicazione alla stazione appaltante.

Sono considerate misure sufficienti il risarcimento o l'impegno a risarcire qualunque danno causato dal reato o dall'illecito, la dimostrazione di aver chiarito i fatti e le circostanze in modo globale collaborando attivamente con le autorità investigative e di aver adottato provvedimenti concreti, di carattere tecnico, organizzativo o relativi al personale idonei a prevenire ulteriori reati o illeciti

Se le misure adottate sono ritenute sufficienti e tempestive, l'operatore economico non è escluso. Se dette misure sono ritenute insufficienti e intempestive, la stazione appaltante ne comunica le ragioni all'operatore economico.

Non può avvalersi del self-cleaning l'operatore economico escluso con sentenza definitiva dalla partecipazione alle procedure di affidamento o di concessione, nel corso del periodo di esclusione derivante da tale sentenza.

Nel caso in cui un raggruppamento/consorzio abbia estromesso o sostituito un partecipante/esecutore interessato da una clausola di esclusione di cui agli articoli 94 e 95 del Codice, si valutano le misure adottate ai sensi dell'articolo 97 del Codice al fine di decidere sull'esclusione.

#### **Altre cause di esclusione**

Sono esclusi gli operatori economici che abbiano affidato incarichi in violazione dell'articolo 53, comma 16-ter, del decreto legislativo del 2001 n. 165 a soggetti che hanno esercitato, in qualità di dipendenti, poteri autoritativi o negoziali presso l'amministrazione affidante negli ultimi tre anni.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### 6. REQUISITI DI ORDINE SPECIALE E MEZZI DI PROVA

I concorrenti devono possedere, a pena di esclusione, i requisiti previsti nei commi seguenti.

La stazione appaltante verifica il possesso dei requisiti di ordine speciale accedendo al fascicolo virtuale dell'operatore economico (FVOE).

L'operatore economico è tenuto ad inserire nel FVOE i dati e le informazioni richiesti per la comprova del requisito, qualora questi non siano già presenti nel fascicolo o non siano già in possesso della stazione appaltante e non possano essere acquisiti d'ufficio da quest'ultima.

#### 6.1. REQUISITI DI IDONEITÀ PROFESSIONALE

a) **Iscrizione** nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane per attività pertinenti con quelle oggetto della presente procedura di gara.

Per l'operatore economico di altro Stato membro, non residente in Italia: iscrizione in uno dei registri professionali o commerciali degli altri Stati membri di cui all'allegato II.11 del Codice;

Ai fini della comprova, l'iscrizione nel Registro è acquisita d'ufficio dalla stazione appaltante tramite il FVOE. Gli operatori stabiliti in altri Stati membri caricano nel fascicolo virtuale i dati e le informazioni utili alla comprova del requisito, se disponibili.

b) detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio.

Per la comprova del requisito sono acquisiti d'ufficio i documenti in possesso di pubbliche amministrazioni, previa indicazione, da parte dell'operatore economico, degli elementi indispensabili per il reperimento delle informazioni o dei dati richiesti.

#### 6.2. REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA

a) avere realizzato un fatturato globale nel settore di attività oggetto dell'appalto, riferito agli ultimi tre esercizi relativi agli anni 2021-2022-2023, non inferiore a € 800.000,00 IVA esclusa.

La comprova del requisito è fornita mediante uno dei seguenti documenti:

- per le società di capitali mediante bilanci, o estratti di essi, approvati alla data di scadenza del termine per la presentazione delle offerte corredati della nota integrativa;

- per gli operatori economici costituiti in forma d'impresa individuale ovvero di società di persone mediante copia del Modello Unico o la Dichiarazione IVA;

- dichiarazione resa, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 47 del decreto del Presidente della Repubblica n. 445/2000, dal soggetto o organo preposto al controllo contabile della società ove presente (sia esso il Collegio sindacale, il revisore contabile o la società di revisione), attestante la misura (importo) del fatturato dichiarato in sede di partecipazione.

Per le imprese che abbiano iniziato l'attività da meno di tre anni, il requisito di fatturato è rapportato al periodo di attività effettivamente svolto.

b) avere copertura assicurativa in corso di validità contro i rischi professionali di importo pari ad almeno € 3.000.000,00 o eventuale impegno ad adeguare il valore della polizza nel caso in cui il valore attuale fosse inferiore al valore dell'appalto.

#### 6.3. REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE

a) L'operatore deve mettere a disposizione del servizio oggetto dell'appalto una dotazione di personale composta come segue:

a.1) almeno **1 dipendente/collaboratore** deve possedere i seguenti requisiti:



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- avere l'abilitazione all'esercizio dell'attività di direttore tecnico di agenzia di viaggio e di turismo, in base della normativa vigente (Decreto Ministeriale 1432/2021 e relativi atti attuativi);
  - essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera;
- a.2) almeno **1 ulteriore dipendente/collaboratore** deve possedere il seguente requisito:
- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera.

La comprova di tali requisiti è fornita mediante certificazioni da parte di enti e/o organismi competenti.

#### **6.4. INDICAZIONI SUI REQUISITI SPECIALI NEI RAGGRUPPAMENTI TEMPORANEI, CONSORZI ORDINARI, AGGREGAZIONI DI IMPRESE DI RETE, GEIE**

I soggetti di cui all'articolo 65 comma 2, lettera e), f), g) e h) del Codice devono possedere i requisiti di ordine speciale nei termini di seguito indicati.

Alle aggregazioni di retisti, ai consorzi ordinari ed ai GEIE si applica la disciplina prevista per i raggruppamenti temporanei.

##### **Requisiti di idoneità professionale**

a) Il requisito relativo all'iscrizione nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane di cui al punto 6.1 lett. a) deve essere posseduto:

- da ciascun componente del raggruppamento/consorzio/GEIE anche da costituire, nonché dal GEIE medesimo;
- da ciascun componente dell'aggregazione di rete nonché dall'organo comune nel caso in cui questi abbia soggettività giuridica.

b) Il requisito di cui al punto 6.1 lett. b) deve essere posseduto dall'esecutore.

##### **Requisiti di capacità economico finanziaria**

I requisiti di cui al punto 6.2 devono essere soddisfatti dal raggruppamento temporaneo nel complesso.

##### **Requisiti di capacità tecnico-professionale**

I requisiti di cui al precedente punto 6.3 devono essere posseduti dal raggruppamento nel complesso.

Nel caso in cui un raggruppamento abbia estromesso o sostituito un partecipante allo stesso poiché privo di un requisito di ordine speciale di cui all'articolo 100 del Codice, si valutano le misure adottate ai sensi dell'articolo 97 del Codice al fine di decidere sull'esclusione del raggruppamento.

#### **6.5. INDICAZIONI SUI REQUISITI SPECIALI NEI CONSORZI DI COOPERATIVE, CONSORZI DI IMPRESE ARTIGIANE, CONSORZI STABILI**

##### **Requisiti di idoneità professionale**



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- a) Il requisito relativo all'iscrizione nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane di cui di cui al punto 6.1 lett. a) deve essere posseduto dal consorzio e dai consorziati indicati come esecutori.
- b) Il requisito di cui al punto 6.1 lett. b) deve essere posseduto dal consorziato esecutore.

## **Requisiti di capacità economico finanziaria e tecnico-professionale**

Circa i requisiti di capacità economica e finanziaria nonché tecnica e professionale cui ai punti 6.2 e 6.3:

- I consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lettera b) e c) del Codice, utilizzano i requisiti propri e, nel novero di questi, fanno valere i mezzi nella disponibilità delle consorziate che li costituiscono.
- Per i consorzi di cui all'articolo 65, comma 2, lett. d) del Codice, i requisiti di capacità tecnica e finanziaria sono computati cumulativamente in capo al consorzio ancorché posseduti dalle singole consorziate.

Nel caso in cui un consorzio abbia estromesso o sostituito una consorziata poiché priva di un requisito di ordine speciale di cui all'articolo 100 del Codice, si valutano le misure adottate ai sensi dell'articolo 97 del Codice al fine di decidere sull'esclusione.

## **7. AVVALIMENTO**

Il concorrente può avvalersi di dotazioni tecniche, risorse umane e strumentali messe a disposizione da uno o più operatori economici ausiliari per dimostrare il possesso dei requisiti di ordine speciale di cui al punto 6 e/o per migliorare la propria offerta.

Nel contratto di avvalimento le parti specificano le risorse strumentali e umane che l'ausiliario mette a disposizione del concorrente e indicano se l'avvalimento è finalizzato ad acquisire un requisito di partecipazione o a migliorare l'offerta del concorrente, o se serve ad entrambe le finalità.

Nei casi in cui l'avvalimento sia finalizzato a migliorare l'offerta, non è consentito che alla stessa gara partecipino sia l'ausiliario che l'operatore che si avvale delle risorse da questo a messe a disposizione, pena l'esclusione di entrambi i soggetti.

Ai sensi dell'articolo 372, comma 4 del codice della crisi di impresa e dell'insolvenza, per la partecipazione alla presente procedura tra il momento del deposito della domanda di cui all'articolo 40 del succitato codice e il momento del deposito del decreto previsto dall'articolo 47 del codice medesimo è sempre necessario l'avvalimento dei requisiti di un altro soggetto. L'avvalimento non è necessario in caso di ammissione al concordato preventivo.

Il concorrente e l'ausiliario sono responsabili in solido nei confronti della stazione appaltante in relazione alle prestazioni oggetto del contratto.

Non è consentito l'avvalimento per soddisfare i requisiti di ordine generale e dell'iscrizione alla Camera di commercio.

Il concorrente può avvalersi di un ausiliario per comprovare il possesso del requisito di cui al punto 6.1 lett. b) solo se l'ausiliario esegue direttamente la prestazione per cui tale requisito è richiesto. In tal caso, l'ausiliario agisce in qualità di subappaltatore.

Il concorrente può avvalersi di un ausiliario per comprovare il possesso dei requisiti di capacità tecnica di cui al punto 6.3 solo se l'ausiliario esegue direttamente la prestazione per cui tale requisito è richiesto. In tal caso, l'ausiliario agisce in qualità di subappaltatore.

Ai sensi dell'articolo 104, comma 11, del Codice, i seguenti compiti essenziali: programmazione e pianificazione delle azioni sono direttamente svolti dall'offerente o, nel caso di offerta presentata da un raggruppamento, da un partecipante al raggruppamento.



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

L'ausiliario deve:

- a) possedere i requisiti previsti dall'articolo 5 e dichiararli presentando un proprio DGUE, da compilare nelle parti pertinenti;
- b) possedere i requisiti i di cui all'articolo 6 oggetto di avalimento e dichiararli nel proprio DGUE, da compilare nelle parti pertinenti;
- c) impegnarsi, verso il concorrente che si avvale e verso la stazione appaltante, a mettere a disposizione, per tutta la durata dell'appalto, le risorse (riferite a requisiti di partecipazione e/o premiali) oggetto di avalimento

Il concorrente allega alla domanda di partecipazione il contratto di avalimento, che deve essere nativo digitale e firmato digitalmente dalle parti, nonché le dichiarazioni dell'ausiliario.

È sanabile, mediante soccorso istruttorio, la mancata produzione delle dichiarazioni dell'ausiliario.

È sanabile, mediante soccorso istruttorio, la mancata produzione del contratto di avalimento a condizione che il contratto sia stato stipulato prima del termine di presentazione dell'offerta e che tale circostanza sia comprovabile con data certa.

Non è sanabile la mancata indicazione delle risorse messe a disposizione dall'ausiliario in quanto causa di nullità del contratto di avalimento.

Qualora per l'ausiliario sussistano motivi di esclusione o laddove esso non soddisfi i requisiti di ordine speciale, il concorrente sostituisce l'ausiliario entro 10 giorni decorrenti dal ricevimento della richiesta da parte della stazione appaltante. Contestualmente il concorrente produce i documenti richiesti per l'avalimento.

Nel caso in cui l'ausiliario si sia reso responsabile di una falsa dichiarazione sul possesso dei requisiti, la stazione appaltante procede a segnalare all'Autorità nazionale anticorruzione il comportamento tenuto dall'ausiliario per consentire le valutazioni di cui all'articolo 96, comma 15, del Codice. L'operatore economico può indicare un altro ausiliario nel termine di dieci giorni, pena l'esclusione dalla gara. La sostituzione può essere effettuata soltanto nel caso in cui non conduca a una modifica sostanziale dell'offerta. Il mancato rispetto del termine assegnato per la sostituzione comporta l'esclusione del concorrente.

## **8. SUBAPPALTO**

Il concorrente indica le prestazioni che intende subappaltare o concedere in cottimo. In caso di mancata indicazione il subappalto è vietato.

Non può essere affidata in subappalto l'integrale esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto.

L'affidatario deve eseguire direttamente le seguenti prestazioni: programmazione e pianificazione delle azioni. Ciò in ragione dell'esigenza di garantire il pieno raccordo con le strategie dell'amministrazione.

L'aggiudicatario e il subappaltatore sono responsabili in solido nei confronti della stazione appaltante dell'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto di subappalto.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### 9. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELL'OFFERTA E SOTTOSCRIZIONE DEI DOCUMENTI DI GARA

L'offerta e la documentazione relativa alla procedura devono essere presentate esclusivamente attraverso la Piattaforma Intercent -ER SATER. Non sono considerate valide le offerte presentate attraverso modalità diverse da quelle previste nel presente disciplinare. L'offerta e la documentazione deve essere sottoscritta con firma digitale o altra firma elettronica qualificata o firma elettronica avanzata. Le dichiarazioni sostitutive si redigono ai sensi degli articoli 19, 46 e 47 del decreto del Presidente della Repubblica n. 445/2000.

La documentazione presentata in copia è accompagnata da dichiarazione di conformità all'originale ai sensi del decreto legislativo n. 82/05.

**L'offerta deve essere collocata sul sistema SATER entro il termine perentorio delle**

**Ore \_\_\_\_\_ del giorno \_\_\_\_\_**

La Piattaforma non accetta offerte presentate dopo la data e l'orario stabiliti come termine ultimo di presentazione dell'offerta.

Per l'individuazione di data e ora di arrivo dell'offerta fa fede l'orario registrato dalla Piattaforma.

Le operazioni di inserimento sulla Piattaforma di tutta la documentazione richiesta rimangono ad esclusivo rischio del concorrente. Si invitano pertanto i concorrenti ad avviare tali attività con congruo anticipo rispetto alla scadenza prevista onde evitare la non completa e quindi mancata trasmissione dell'offerta entro il termine previsto. Qualora si verifichi un mancato funzionamento o un malfunzionamento della Piattaforma si applica quanto previsto al paragrafo 1.

#### **Regole per la presentazione dell'offerta**

Fermo restando le indicazioni tecniche, di seguito sono indicate le modalità di caricamento dell'offerta nella Piattaforma.

**L'“OFFERTA” è composta da:**

- A) Documentazione amministrativa da inserire nella Busta Amministrativa.**
- B) Offerta tecnica, da inserire nella Busta Tecnica.**

L'operatore economico ha facoltà di inserire nella Piattaforma offerte successive che sostituiscono la precedente, ovvero ritirare l'offerta presentata, nel periodo di tempo compreso tra la data e ora di inizio e la data e ora di chiusura della fase di presentazione delle offerte. La stazione appaltante considera esclusivamente l'ultima offerta presentata.

Si precisa inoltre che:

- l'offerta è vincolante per il concorrente;
- con la trasmissione dell'offerta, il concorrente accetta tutta la documentazione di gara, allegati e chiarimenti inclusi.

Al momento della ricezione delle offerte, ciascun concorrente riceve notifica del corretto recepimento della documentazione inviata.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

La Piattaforma consente al concorrente di visualizzare l'avvenuta trasmissione della domanda.

Il concorrente che intenda partecipare in forma associata (per esempio raggruppamento temporaneo di imprese/Consorti, sia costituiti che costituendi) in sede di presentazione dell'offerta indica la forma di partecipazione e indica gli operatori economici riuniti o consorziati.

Le dichiarazioni sono redatte sui modelli predisposti e messi a disposizione nella Piattaforma.

Tutta la documentazione da produrre deve essere in lingua italiana.

L'offerta vincola il concorrente per 180 giorni dalla scadenza del termine indicato per la presentazione dell'offerta.

Nel caso in cui alla data di scadenza della validità delle offerte le operazioni di gara siano ancora in corso, sarà richiesto agli offerenti di confermare la validità dell'offerta sino alla data indicata.

Il mancato riscontro alla richiesta della stazione appaltante entro il termine fissato da quest'ultima è considerato come rinuncia del concorrente alla partecipazione alla gara.

Fino al giorno fissato per l'apertura, l'operatore economico può effettuare, tramite la Piattaforma, la richiesta di rettifica di un errore materiale contenuto nell'offerta tecnica o nell'offerta economica, di cui si sia avveduto dopo la scadenza del termine per la loro presentazione. A tal fine, richiede di potersi avvalere di tale facoltà.

A seguito della richiesta, sono comunicate all'operatore economico le modalità e i tempi con cui procedere all'indicazione degli elementi che consentono l'individuazione dell'errore materiale e la sua correzione. La rettifica è operata nel rispetto della segretezza dell'offerta e non può comportare la presentazione di una nuova offerta, né la sua modifica sostanziale.

Se la rettifica è ritenuta non accoglibile perché sostanziale, è valutata la possibilità di dichiarare l'offerta inammissibile.

### 10. SOCCORSO ISTRUTTORIO

Con la procedura di soccorso istruttorio di cui all'articolo 101 del Codice, possono essere sanate le carenze della documentazione trasmessa con la domanda di partecipazione ma non quelle della documentazione che compone l'offerta tecnica e l'offerta economica.

Con la medesima procedura può essere sanata ogni omissione, inesattezza o irregolarità della domanda di partecipazione e di ogni altro documento richiesto per la partecipazione alla procedura di gara, con esclusione della documentazione che compone l'offerta tecnica e l'offerta economica. Non sono sanabili le omissioni, le inesattezze e irregolarità che rendono assolutamente incerta l'identità del concorrente. A titolo esemplificativo, si chiarisce che:

- il mancato possesso dei prescritti requisiti di partecipazione non è sanabile mediante soccorso istruttorio ed è causa di esclusione dalla procedura di gara;
- l'omessa o incompleta nonché irregolare presentazione delle dichiarazioni sul possesso dei requisiti di partecipazione e ogni altra mancanza, incompletezza o irregolarità della domanda, sono sanabili, ad eccezione delle false dichiarazioni;
- la mancata produzione del contratto di avvalimento, del mandato collettivo speciale o dell'impegno a conferire mandato collettivo può essere oggetto di soccorso istruttorio solo se i citati documenti sono preesistenti e comprovabili con data certa anteriore al termine di presentazione dell'offerta;
- il difetto di sottoscrizione della domanda di partecipazione, delle dichiarazioni richieste e dell'offerta è sanabile;
- non è sanabile mediante soccorso istruttorio l'omessa indicazione, delle modalità con le quali l'operatore intende assicurare, in caso di aggiudicazione del contratto, il rispetto delle condizioni di partecipazione e di esecuzione di cui all'articolo 9 del presente bando.



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

Ai fini del soccorso istruttorio è assegnato al concorrente un termine di cinque giorni affinché siano rese, integrate o regolarizzate le dichiarazioni necessarie, indicando il contenuto e i soggetti che le devono rendere nonché la sezione della Piattaforma dove deve essere inserita la documentazione richiesta. In caso di inutile decorso del termine, la stazione appaltante procede all'esclusione del concorrente dalla procedura.

Ove il concorrente produca dichiarazioni o documenti non perfettamente coerenti con la richiesta, la stazione appaltante può chiedere ulteriori precisazioni o chiarimenti, limitati alla documentazione presentata in fase di soccorso istruttorio, fissando un termine a pena di esclusione.

La stazione appaltante può sempre chiedere chiarimenti sui contenuti dell'offerta tecnica e dell'offerta economica e su ogni loro allegato. L'operatore economico è tenuto a fornire risposta nel termine di cinque giorni. I chiarimenti resi dall'operatore economico non possono modificare il contenuto dell'offerta.

## 11. DOMANDA DI PARTECIPAZIONE E DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA

L'operatore economico inserisce sulla Piattaforma nella "Busta amministrativa" la seguente documentazione:

- A) DOMANDA di partecipazione
- B) DGUE strutturato in piattaforma
- C) copia informatica della ricevuta di avvenuto pagamento del contributo all'ANAC
- D) documentazione in caso di avvalimento di cui al punto 11.6
- E) documentazione per i soggetti associati di cui al punto 11.7

### 11.1. DOMANDA DI PARTECIPAZIONE

La domanda di partecipazione è redatta secondo il modello di cui all'allegato **MA-Modello Autodichiarazioni** predisposto dall'amministrazione ed allegato al presente disciplinare.

Nella domanda di partecipazione **il concorrente dichiara:**

**a)-** di aver preso piena ed integrale conoscenza di tutte le disposizioni del Disciplinare, del Capitolato speciale descrittivo e prestazionale, del Regolamento per la disciplina dei contratti della Provincia e di tutti gli altri elaborati di gara e di accettarne tutte le condizioni;

**b)-** di aver tenuto conto, nella formulazione dell'offerta, degli oneri previsti per il rispetto delle norme di sicurezza e igiene del lavoro come da normativa vigente, nonché degli oneri assicurativi e previdenziali previsti dalle leggi, dai contratti e dagli accordi locali vigenti nel luogo in cui verranno eseguiti i servizi.

**c)-** che l'impresa risulta iscritta al Registro delle imprese presso la competente Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura, ovvero presso i Registri professionali dello Stato di provenienza, con indicazione della specifica attività di impresa e relativo codice;

**Avvertenza:** La suddetta dichiarazione deve contenere:

- se trattasi di Impresa individuale, i nominativi del titolare, del/i direttore/i tecnico/i;
- se trattasi di Società in nome collettivo, i nominativi di un socio o del/i direttore/i tecnico/i;
- se trattasi di Società in accomandita semplice, i nominativi dei soci accomandatari o del/i direttore/i tecnico/i;

-per tutti gli altri tipi di società o consorzio, i nominativi dei membri del consiglio di amministrazione cui sia stata conferita la legale rappresentanza, ivi compresi institori e procuratori generali, dei membri degli organi con poteri di direzione o di vigilanza o dei soggetti muniti di poteri di rappresentanza, di direzione o di controllo, del direttore tecnico o del socio unico persona fisica e dell'amministratore di fatto.

**c-bis)-** i nominativi dei soggetti cessati dalle suddette cariche, nell'anno antecedente la data di pubblicazione del bando di gara;

**d)-** in caso di cooperative o consorzi di cooperative, di essere iscritta, ai sensi del D.M. 23 giugno 2004, all'Albo delle Società Cooperative istituite presso il Ministero delle Attività Produttive (ora dello Sviluppo Economico);



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- in caso di cooperative sociali, di essere iscritta all'apposito Albo regionale delle cooperative sociali, nella sezione corrispondente all'oggetto della presente gara;

**e)-** in caso di organizzazioni di volontariato e/o di associazioni di promozione sociale, di essere iscritte nei rispettivi albi, registri o elenchi regionali (qualora non fossero istituiti si considerano i rispettivi albi, registri o elenchi nazionali);

- per gli altri soggetti senza scopo di lucro produrre copia dello statuto e atto costitutivo da cui evincere la compatibilità della natura giuridica e dello scopo sociale degli stessi soggetti partecipanti con le attività oggetto della gara.

**f)-** di essere in possesso (per ciascuno dei soggetti indicati alla "Avvertenza" di cui al precedente punto c e per gli altri soggetti partecipanti) della cittadinanza italiana o di altro Stato appartenente all'Unione Europea, ovvero della residenza in Italia per gli stranieri imprenditori ed amministratori di società commerciali legalmente costituite, se appartengono a Stati che concedono il trattamento di reciprocità nei riguardi dei cittadini italiani;

**g)-** la non sussistenza di alcuna delle condizioni di esclusione dalla partecipazione alle gare pubbliche previste dall'articolo 94, del D.Lgs. n. 36/2023 e da qualsiasi altra disposizione legislativa e regolamentare, ed in particolare DICHIARA il possesso dei requisiti di ordine generale e assenza delle cause di esclusione automatica di cui all'articolo 94 del d.lgs 36/2023 e l'assenza delle cause di esclusione non automatica di cui all'articolo 95 del d.lgs 36/2023;

**g-bis)-** che nei propri confronti e nei confronti di tutti i soggetti indicati al medesimo art. 94, non è stata pronunciata sentenza di condanna definitiva, né emesso decreto penale di condanna divenuto irrevocabile, oppure sentenza di applicazione della pena su richiesta, ai sensi dell'articolo 444 del c.p.p. per uno dei reati previsti dall'articolo 94, comma 1, lettera a), b), c), d), e), f), g), h), del D.Lgs. n. 36/2023;

**g-ter)-** che nei propri confronti e nei confronti di tutti i soggetti indicati al medesimo art. 94 comma 3 non sussistono cause di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'articolo 67 del codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'articolo 84, comma 4, del medesimo codice. Resta fermo quanto previsto dagli articoli 88, comma 4-bis, e 92, commi 2 e 3, del codice di cui al decreto legislativo n. 159 del 2011, con riferimento rispettivamente alle comunicazioni antimafia e alle informazioni antimafia. La causa di esclusione di cui all'articolo 84, comma 4, del medesimo codice di cui al decreto legislativo n. 159 del 2011 non opera se, entro la data dell'aggiudicazione, l'impresa sia stata ammessa al controllo giudiziario ai sensi dell'articolo 34-bis del medesimo codice. In nessun caso l'aggiudicazione può subire dilazioni in ragione della pendenza del procedimento suindicato. (articolo 94, comma 2, del D.Lgs. n. 36/2023);

**N.B. – Se gli elementi di cui ai punti f, g, g-bis, g-ter, non sono di piena e diretta conoscenza del dichiarante è necessario che tali dichiarazioni vengano rese dai singoli soggetti interessati con le medesime modalità.**

**h)-** di non aver commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, degli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse o dei contributi previdenziali, secondo la legislazione italiana o quella dello Stato in cui sono stabiliti, come previsto dall'articolo 94, comma 6, del D. Lgs. n. 50/2016. (Costituiscono gravi violazioni definitivamente accertate quelle indicate nell'allegato II.10.);

**i)-** di non aver commesso, gravi infrazioni, debitamente accertate con qualunque mezzo adeguato, alle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro nonché agli obblighi in materia ambientale, sociale e del lavoro stabiliti dalla normativa europea e nazionale, dai contratti collettivi o dalle disposizioni internazionali elencate nell'allegato X alla direttiva 2014/24/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014, come previsto dall'art.95 comma 1 lettera a) del d.lgs. 36/2023;

**j)-** ai sensi dell'art. 53 comma 16 ter del D.lgs. 165/2001, di non aver concluso contratti di lavoro subordinato o autonomo e comunque di non aver attribuito incarichi ad ex dipendenti che hanno esercitato poteri autoritativi o negoziali per conto della Provincia di Modena, nei tre anni precedenti;

**j bis)-** di aver adempiuto all'interno della propria azienda agli obblighi previsti dalle vigenti norme in materia di sicurezza e che l'impresa possiede le seguenti posizioni previdenziali e assicurative:



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| INAIL Codice ditta   |  | INAIL – Posizioni assicurativa territoriali |  |
| INPS- Matricola azienda  |  | INPS – Sede competente                      |  |
| INPS – Posizione Contributiva individuale titolare soci imprese artigiane. |  | INPS – Sede competente                      |  |
| CASSA EDILE Codice Impresa   |  | CASSA EDILE - Codice cassa                  |  |

**k)-** di non trovarsi nello stato di fallimento, liquidazione coatta o concordato preventivo, oppure, che ricorrendo l'ipotesi di concordato preventivo con continuità aziendale e di fallimento in esercizio provvisorio, di essere in possesso delle autorizzazioni necessarie per poter partecipare alla procedura di gara da parte del Giudice delegato, allegando all'uopo la documentazione prevista ai sensi dall'art. 124 comma 4 del d.lgs. 36/2023;

**k-bis)-** come previsto dall'art. 94 comma 5 lettera d) del D.lgs.n. 36/2023, di non essere stato sottoposto a liquidazione giudiziale o di non trovarsi in stato di liquidazione coatta o di concordato preventivo o di non avere in corso un procedimento per l'accesso a una di tali procedure, fermo restando quanto previsto dall'articolo 95 del codice della crisi di impresa e dell'insolvenza, di cui al decreto legislativo 12 gennaio 2019, n. 14, dall'articolo 186-bis, comma 5, del regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 e dall'articolo 124 del presente codice.

**l)-** di non aver commesso un illecito professionale grave, tale da rendere dubbia la sua integrità o affidabilità, dimostrabile dalla stazione appaltante con mezzi adeguati come previsto dagli articoli 95 comma 1 lettera e) e 98 del d.lgs. 36/2023;

**m)-** di non trovarsi in una situazione di conflitto di interesse di cui all'art. 16 del d.lgs. 36/2023 non diversamente risolvibile, come previsto dall'art. 95 comma 1 lettera b) del d.lgs. 36/2023;

**n)-** di essere disponibile alla consegna anticipata del servizio e ad eseguirlo anche in pendenza della stipulazione del contratto ai sensi dell'art. 17, commi 8 e 9 e dell'art. 50, comma 6 del D.lgs. 36/2023;

**o)-**  di non essere stati destinatari di sanzione interdittiva di cui all'art. 9, comma 2 lettera c) del D.Lgs. 231/2001 o altra sanzione che comporta il divieto di contrarre con la pubblica amministrazione, compresi i provvedimenti interdittivi di cui all'art.14 del D.Lgs. n. 81/2008, come previsto dall'art. 94, comma 5, lettera a) del D.Lgs. n. 36/2023

o in alternativa

di essere stati destinatari di sanzione interdittiva di cui all'art.9, comma 2 lettera c) del D.Lgs. 231/2001 o altra sanzione che comporta il divieto di contrarre con la pubblica amministrazione, compresi i provvedimenti interdittivi di cui all'art.14 del D.Lgs. n. 81/2008, come previsto dall'art. 94, comma 5, lettera a) del D.Lgs. n. 36/2023 (in tale caso occorre indicare gli estremi di notifica del provvedimento interdittivo);

**p)-** che nei propri confronti, non risulta l'iscrizione nel casellario informatico tenuto dall' A.N.AC. per avere presentato false dichiarazioni o falsa documentazione nelle procedure di gara e negli affidamenti di subappalti o ai fini del rilascio dell'attestazione di qualificazione, ai sensi dell'art. 94, comma 5, lettere e) e f) del D.lgs. n. 36/2023;

**q)-** di non aver violato il divieto di intestazione fiduciaria posto all'art. 17 della Legge 19 marzo 1990 n. 55, come previsto dall'art.98, comma 3, lettera e) del D.lgs. n. 36/2023;

**r)-** che, relativamente all'applicazione della Legge 12 marzo 1999 n. 68, ai sensi di quanto previsto dall'art. 94, comma 5, lettera b) del D.Lgs. n. 36/2023:

- l'impresa, in quanto soggetta, è in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili;
- l'impresa non è tenuta al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, avendo alle proprie dipendenze un numero di lavoratori inferiore a 15;



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- l'impresa non è tenuta al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, avendo alle proprie dipendenze un numero di dipendenti compreso tra 15 e 35 e non avendo effettuato nuove assunzioni;
- s)-** di non essere stato vittima dei reati previsti e puniti dagli articoli 317 e 629 del codice penale, aggravati ai sensi dell'articolo 416-bis.1 del medesimo codice, o, essendo stato vittima dei medesimi reati citati, di non aver omesso la denuncia dei fatti all'autorità giudiziaria, salvo che ricorrano i casi previsti dall'art.4 primo comma della L.24.11.1981 n.689, come previsto dall'art. 98, comma 3, lettera f) del D.lgs. 36/2023;
- t)- REQUISITI DI IDONEITA' PROFESSIONALE** art. 100, comma 1, lett. a) del D.lgs. 36/2023
  - a) Iscrizione nel Registro delle Imprese oppure nell'Albo delle Imprese artigiane per attività pertinenti con quelle oggetto della presente procedura di gara.  
(*indicare estremi di iscrizione*) .....
  - b) di detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio.  
(*indicare estremi di iscrizione*) .....

Per l'operatore economico di altro Stato membro, non residente in Italia: iscrizione in uno dei registri professionali o commerciali degli altri Stati membri di cui all'allegato II.11 del Codice;

Ai fini della comprova, l'iscrizione nel Registro è acquisita d'ufficio dalla stazione appaltante tramite il FVOE. Gli operatori stabiliti in altri Stati membri caricano nel fascicolo virtuale i dati e le informazioni utili alla comprova del requisito, se disponibili.

- b) detenere apposita autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di viaggio.

**t-bis)- REQUISITI DI CAPACITÀ ECONOMICA E FINANZIARIA** art. 100, comma 1, lett. b), del D.lgs. 36/2023

- a) avere realizzato un fatturato globale nel settore di attività oggetto dell'appalto, riferito agli ultimi tre esercizi relativi agli anni 2021-2022-2023, non inferiore a € 800.000,00 IVA esclusa.
- b) avere copertura assicurativa in corso di validità contro i rischi professionali di importo pari ad almeno € 3.000.000,00 o eventuale impegno ad adeguare il valore della polizza nel caso in cui il valore attuale fosse inferiore al valore dell'appalto.

**t-ter)- REQUISITI DI CAPACITÀ TECNICA E PROFESSIONALE**

a) L'operatore deve mettere a disposizione del servizio oggetto dell'appalto una dotazione di personale composta come segue:

a.1) almeno 1 dipendente/collaboratore deve possedere i seguenti requisiti:

- avere l'abilitazione all'esercizio dell'attività di direttore tecnico di agenzia di viaggio e di turismo, in base della normativa vigente (Decreto Ministeriale 1432/2021 e relativi atti attuativi);
- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera;

a.2) almeno 1 ulteriore dipendente/collaboratore deve possedere il seguente requisito:

- essere in possesso di una certificazione pari o superiore al livello B1 del Quadro comune europeo di riferimento per la conoscenza delle lingue (QCER) - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR), rilasciata da enti certificatori riconosciuti, di conoscenza di una lingua straniera.

**t-quater)-** che l'impresa è in possesso della certificazione del sistema di qualità conforme alle norme europee della serie UNI CEI ISO 9000 rilasciata da organismi accreditati, ai sensi delle norme europee della serie UNI CEI EN 45000 e della serie UNI CEI EN ISO/IEC 17000;

**u)-** di non ricadere in una delle seguenti ipotesi di partecipazione:



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- partecipazione in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario di concorrenti o aggregazione di operatori economici aderenti al contratto di rete (nel prosieguo, aggregazione di retisti)
- partecipazione sia in raggruppamento o consorzio ordinario di concorrenti sia in forma individuale
- partecipazione sia in aggregazione di retisti sia in forma individuale. Tale esclusione non si applica alle retiste non partecipanti all'aggregazione, le quali possono presentare offerta, per la medesima gara, in forma singola o associata;
- partecipazione di un consorzio che ha designato un consorziato esecutore il quale, a sua volta, partecipa in una qualsiasi altra forma.

**v)** - in merito alle norme sul diritto di accesso:

di autorizzare la stazione appaltante ad attivare il diritto di accesso, ai sensi e secondo le modalità stabilite nell'art. 35 del D.Lgs. n. 36/2023 nonché dalle disposizioni della L. n.241/1990, da parte dei concorrenti, agli atti ed alle informazioni fornite dagli offerenti nell'ambito delle offerte ovvero a giustificazioni delle medesime che non costituiscano, secondo motivata e comprovata dichiarazione dell'offerente, segreti tecnici o commerciali;

o in alternativa

di non autorizzare le parti relative all'offerta tecnica che saranno espressamente indicate in apposita dichiarazione in calce all'offerta stessa, ovvero delle giustificazioni dei prezzi di cui all'offerta economica in quanto coperte da segreto tecnico/commerciale (da motivare in modo preciso e compiuto; non saranno prese in considerazione affermazioni generiche e/o non supportate da validi motivi);

**w)**- di prendere atto che, ai sensi del D.Lgs. 30 giugno 2003 n.196 (Codice in materia di protezione dei dati personali) ed in attuazione del regolamento UE 679/2016, i dati personali relativi alle imprese partecipanti alla gara saranno oggetto di trattamento con o senza l'ausilio di mezzi elettronici. Titolare del trattamento dei dati personali è l'Ente Provincia di Modena, nella persona del Presidente della Provincia pro-tempore, con sede in Modena, Viale Martiri della libertà n. 34, CAP 41121. L'Ente Provincia di Modena ha designato quale Responsabile della protezione dei dati la società Lepida S.c.p.A., contattabile tramite e-mail [dpo-team@lepida.it](mailto:dpo-team@lepida.it) oppure telefonicamente al numero 051/6338860. L'Ente ha designato i Responsabili del trattamento nelle persone dei Direttori d'Area in cui si articola l'organizzazione provinciale, che sono preposti al trattamento dei dati contenuti nelle banche dati esistenti nelle articolazioni organizzative di loro competenza.

**x)**- di essere edotto degli obblighi derivanti dal Codice di comportamento adottato dalla stazione appaltante reperibile sul sito istituzionale dell'Ente al link [Provincia di Modena » Approvazione dell'aggiornamento del Codice di comportamento dei dipendenti della Provincia di Modena](#) e di impegnarsi, in caso di aggiudicazione, ad osservare e a far osservare ai propri dipendenti e collaboratori, per quanto applicabile, il suddetto codice, pena la risoluzione del contratto;

**y)**- di accettare il "Protocollo d'intesa per la prevenzione dei tentativi d'infiltrazione della criminalità organizzata nel settore degli appalti e concessioni di lavori pubblici" - Accordo del 31/03/2011 siglato tra la Prefettura di Modena e l'Amministrazione provinciale, impegnandosi a rispettare tutte le norme ivi contenute e le relative disposizioni operative contenute nelle Linee Guida approvate con deliberazione della Giunta provinciale n. 426/2011, confermati con deliberazione G.P. n. 340/2013 (visionabili sul sito istituzionale dell'Ente al link [Provincia di Modena » Accordo del 31/03/2011 "Protocollo d'intesa per la prevenzione dei tentativi di infiltrazione della criminalità organizzata nel settore degli appalti e concessioni di lavori pubblici"](#)).

N.B.: Alle dichiarazioni previste, dovrà essere allegata copia fotostatica di un documento valido di identità di coloro che sottoscrivono l'atto (ex art. 38-45 D.P.R. n. 445/2000).

\*\*\*\* \* \* \* \*

La domanda e le relative dichiarazioni sono sottoscritte ai sensi del decreto legislativo n. 82/2005:

- dal concorrente che partecipa in forma singola;
- nel caso di raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario o GEIE costituiti, dalla mandataria/capofila;



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- nel caso di raggruppamento temporaneo o consorzio ordinario o GEIE non ancora costituiti, da tutti i soggetti che costituiranno il raggruppamento o il consorzio o il gruppo;
- nel caso di aggregazioni di retisti:
  - a. se la rete è dotata di un organo comune con potere di rappresentanza e con soggettività giuridica, ai sensi dell'articolo 3, comma 4-*quater*, del decreto legge 10 febbraio 2009, n. 5, la domanda di partecipazione deve essere sottoscritta dal solo operatore economico che riveste la funzione di organo comune;
  - b. se la rete è dotata di un organo comune con potere di rappresentanza ma è priva di soggettività giuridica, ai sensi dell'articolo 3, comma 4-*quater*, del decreto legge 10 febbraio 2009, n. 5, la domanda di partecipazione deve essere sottoscritta dall'impresa che riveste le funzioni di organo comune nonché da ognuno dei retisti che partecipa alla gara;
  - c. se la rete è dotata di un organo comune privo del potere di rappresentanza o se la rete è sprovvista di organo comune, oppure se l'organo comune è privo dei requisiti di qualificazione richiesti per assumere la veste di mandataria, la domanda di partecipazione deve essere sottoscritta dal retista che riveste la qualifica di mandatario, ovvero, in caso di partecipazione nelle forme del raggruppamento da costituirsi, da ognuno dei retisti che partecipa alla gara.
- nel caso di consorzio di cooperative e imprese artigiane o di consorzio stabile di cui all'articolo 65, comma 2, lettera b), c) e d) del Codice, la domanda è sottoscritta digitalmente dal consorzio medesimo.

La domanda e le relative dichiarazioni sono firmate dal legale rappresentante del concorrente o da un suo procuratore munito della relativa procura. In tal caso, il concorrente allega alla domanda copia conforme all'originale della procura. Non è necessario allegare la procura se dalla visura camerale del concorrente risulti l'indicazione espressa dei poteri rappresentativi conferiti al procuratore.

## 11.2 DOCUMENTO DI GARA UNICO EUROPEO - DGUE

Il concorrente compila il Documento di gara unico europeo tramite il modello strutturato presente su SATER sottoscritto digitalmente ed accompagnato da copia del documento d'identità del sottoscrittore.

Occorre presentare un distinto Documento di gara unico europeo per

- ciascuno degli operatori economici facenti parte del RTI, consorzio, rete o GEIE, o per ognuna consorziata/e indicata/e come esecutrice/i,
- ciascuna ausiliaria, dal quale risulti il possesso dei requisiti e compilato per le parti relative ai requisiti oggetto di avvalimento.

Il modello disponibile sulla piattaforma è utilizzabile da parte della mandataria, della mandante, dell'ausiliaria e delle imprese consorziate

## 11.3 GARANZIA PROVVISORIA

Conformemente a quanto previsto dall'art. 53, comma 1 del Codice, non si richiede la costituzione di garanzia provvisoria di cui all'art. 106 del D.Lgs. 36/2023, da parte dei concorrenti ai fini della partecipazione alla presente gara.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

La garanzia definitiva dovrà essere prestata nelle modalità di cui all'art. 117 del D.lgs. 36/2023, prima della formale sottoscrizione del contratto dall'aggiudicatario, nella misura del 5% dell'importo contrattuale, ai sensi dell'art. 53 comma 4.

### **11.4 PAGAMENTO DEL CONTRIBUTO A FAVORE DELL'AUTORITÀ NAZIONALE ANTICORRUZIONE A.N.AC.**

I concorrenti effettuano il pagamento del contributo previsto dalla legge in favore dell'Autorità Nazionale Anticorruzione per un importo pari a € 33,00 secondo le modalità di cui alla delibera ANAC n. 610 del 19/12/2023 (pubblicata al seguente <https://www.anticorruzione.it/-/gestione-contributi-gara>).

L'Autorità, come previsto dall'art. 5 del Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD) e dall'art. 15, co. 5-bis, del decreto legge 18 ottobre 2012, n. 179, ha aderito al sistema pagoPA, il sistema di pagamenti elettronici realizzato dall'Agenzia per l'Italia Digitale (Agid).

Il servizio di Gestione Contributi Gara (GCG) permette di effettuare il versamento del contributo in favore dell'Autorità e generare avvisi di pagamento pagoPA (identificati dallo IUV, Identificativo Univoco Versamento) con pagamento, da parte del contribuente operatore economico, tramite una delle seguenti modalità:

- "Pagamento on line" mediante il nuovo Portale dei pagamenti dell'A.N.AC., scegliendo tra i canali di pagamento disponibili sul sistema pagoPA.
- "Pagamento mediante avviso" utilizzando le infrastrutture messe a disposizione da un Prestatore dei Servizi di Pagamento (PSP) abilitato a pagoPA (sportelli ATM, applicazioni di home banking - servizio CBILL e di mobile payment, punti della rete di vendita dei generi di monopolio - tabaccai, SISAL e Lottomatica, casse predisposte presso la Grande Distribuzione Organizzata, ecc.). Si precisa che il nuovo servizio non consente il pagamento presso i PSP senza l'avviso di pagamento ovvero con la sola indicazione del CIG e del codice fiscale dell'OE.

Per entrambe le modalità sopra descritte, le ricevute di pagamento sono disponibili nella sezione "Pagamenti effettuati" del Portale dei pagamenti dell'A.N.AC., a conclusione dell'operazione di pagamento con esito positivo e alla ricezione, da parte dell'Autorità, della ricevuta telematica inviata dai PSP.

La ricevuta di pagamento del contributo va inserita nella Busta Amministrativa.

Il pagamento del contributo è condizione di ammissibilità dell'offerta.

Il pagamento è verificato mediante il FVOE.

In caso di esito negativo della verifica, è attivata la procedura di soccorso istruttorio. In caso di mancata regolarizzazione nel termine assegnato, l'offerta è dichiarata inammissibile.

### **11.5 DICHIARAZIONI DA RENDERE A CURA DEGLI OPERATORI ECONOMICI AMMESSI AL CONCORDATO PREVENTIVO CON CONTINUITÀ AZIENDALE DI CUI ALL'ARTICOLO 372 DEL DECRETO LEGISLATIVO 12 GENNAIO 2019, n. 14**

Il concorrente dichiara ai sensi degli articoli 46 e 47 del decreto del Presidente della Repubblica n. 445/2000 gli estremi del provvedimento di ammissione al concordato e del provvedimento di autorizzazione a partecipare alle gare, nonché dichiara che le altre imprese aderenti al raggruppamento non sono assoggettate ad una procedura concorsuale, ai sensi dell'articolo 95, commi 4 e 5, del decreto legislativo n. 14/2019

Il concorrente presenta una relazione di un professionista in possesso dei requisiti di cui all'articolo 2, comma 1, lettera o) del decreto legislativo succitato che attesta la conformità al piano e la ragionevole capacità di adempimento del contratto.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### **11.6 DOCUMENTAZIONE IN CASO DI AVVALIMENTO**

L'impresa ausiliaria rende le dichiarazioni sul possesso dei requisiti di ordine generale mediante compilazione dell'apposita sezione del DGUE.

Il concorrente, per ciascuna ausiliaria, allega:

- 1) la dichiarazione di avvalimento;
- 2) il contratto di avvalimento;

### **11.7 DOCUMENTAZIONE ULTERIORE PER I SOGGETTI ASSOCIATI**

#### **Per i raggruppamenti temporanei già costituiti**

- copia del mandato collettivo irrevocabile con rappresentanza conferito alla mandataria per atto pubblico o scrittura privata autenticata;
- dichiarazione delle parti del servizio/fornitura, ovvero della percentuale in caso di servizio/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici riuniti o consorziati.

#### **Per i consorzi ordinari o GEIE già costituiti**

- copia dell'atto costitutivo e dello statuto del consorzio o GEIE, con indicazione del soggetto designato quale capofila;
- dichiarazione sottoscritta delle parti del servizio/fornitura, ovvero la percentuale in caso di servizi/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici consorziati.

#### **Per i raggruppamenti temporanei o consorzi ordinari o GEIE non ancora costituiti**

- dichiarazione rese da ciascun concorrente, attestante:
  - a. a quale operatore economico, in caso di aggiudicazione, sarà conferito mandato speciale con rappresentanza o funzioni di capogruppo;
  - b. l'impegno, in caso di aggiudicazione, ad uniformarsi alla disciplina vigente con riguardo ai raggruppamenti temporanei o consorzi o GEIE ai sensi dell'articolo 68 del Codice conferendo mandato collettivo speciale con rappresentanza all'impresa qualificata come mandataria che stipulerà il contratto in nome e per conto delle mandanti/consorziate;
  - c. le parti del servizio/fornitura, ovvero la percentuale in caso di servizio/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici riuniti o consorziati.

#### **Per le aggregazioni di retisti: se la rete è dotata di un organo comune con potere di rappresentanza e soggettività giuridica**

- copia del contratto di rete, con indicazione dell'organo comune che agisce in rappresentanza della rete.
- dichiarazione che indichi per quali imprese la rete concorre;
- dichiarazione sottoscritta con firma digitale delle parti del servizio o della fornitura, ovvero la percentuale in caso di servizio/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici aggregati in rete.

#### **Per le aggregazioni di retisti: se la rete è dotata di un organo comune con potere di rappresentanza ma è priva di soggettività giuridica**

- copia del contratto di rete;
- copia del mandato collettivo irrevocabile con rappresentanza conferito all'organo comune;
- dichiarazione delle parti del servizio o della fornitura, ovvero la percentuale in caso di servizio/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici aggregati in rete.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

**Per le aggregazioni di imprese aderenti al contratto di rete: se la rete è dotata di un organo comune privo del potere di rappresentanza o se la rete è sprovvista di organo comune, ovvero, se l'organo comune è privo dei requisiti di qualificazione richiesti, partecipa nelle forme del raggruppamento temporaneo di imprese costituito o costituendo**

- **in caso di raggruppamento temporaneo di imprese costituito:**
  - copia del contratto di rete
  - copia del mandato collettivo irrevocabile con rappresentanza conferito alla mandataria
  - dichiarazione delle parti del servizio o della fornitura, ovvero la percentuale in caso di servizio/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici aggregati in rete.
- **in caso di raggruppamento temporaneo di imprese costituendo:**
  - copia del contratto di rete
  - dichiarazioni, rese da ciascun concorrente aderente all'aggregazione di rete, attestanti:
    - a. a quale concorrente, in caso di aggiudicazione, sarà conferito mandato speciale con rappresentanza o funzioni di capogruppo;
    - b. l'impegno, in caso di aggiudicazione, ad uniformarsi alla disciplina vigente in materia di raggruppamenti temporanei;
    - c. le parti del servizio o della fornitura, ovvero la percentuale in caso di servizio/forniture indivisibili, che saranno eseguite dai singoli operatori economici aggregati in rete.

### 12. OFFERTA TECNICA

L'operatore economico inserisce la documentazione relativa all'offerta tecnica nella Piattaforma all'interno della "Busta Tecnica".

L'offerta, **sottoscritta digitalmente dal legale rappresentante o da un suo procuratore** munito di apposita procura attestante i poteri di firma, secondo le modalità previste al precedente punto deve contenere, **a pena di esclusione**, i seguenti documenti:

- a) **Relazione tecnica delle attività di promo-commercializzazione previste dal Programma di cui al punto 1.4. del progetto, comprensiva di crono-programma riferito all'anno 2025.**

La relazione contiene una descrizione dei servizi offerti articolata in singoli capitoli rubricati in modo corrispondente a ognuno dei criteri e sub-criteri di valutazione indicati nella tabella di cui al successivo punto 14; i punti dovranno essere titolati, nell'ordine in cui gli stessi sono esposti nella tabella e completamente separati fra loro. La relazione tecnica dovrà essere costituita da un massimo di 20 facciate, formato A4, Arial carattere 12, interlinea 1,5, margini del foglio superiore 3,5 – inferiore 3 – destro 2 e sinistro pari a 3 cm. Le pagine in eccesso non saranno oggetto di valutazione da parte della commissione tecnica.

La relazione tecnica puramente descrittiva, deve essere priva di qualsiasi indicazione di carattere economico, con una numerazione progressiva delle pagine. È ammissibile presentare le stesse migliori per ogni lotto.

In particolare, la relazione contiene una proposta tecnico-organizzativa che individui nei dettagli le azioni di promo-commercializzazione nell'area territoriale di riferimento, in coerenza con gli obiettivi e le azioni previste dal PPCT 2025 ed illustri **con riferimento alle azioni previste dal progetto le modalità di attuazione, evidenziando** i seguenti **elementi** con riferimento ai criteri e sub-criteri di valutazione indicati nella tabella di cui al successivo punto 14:

CURRICULUM AZIENDALE



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

- elementi di-esperienza pregressa di almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna;
- sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come area territoriale corrispondente al territorio della Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (inteso come sopra), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto;
- collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento;
- realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna;

### MARKETING e MANAGEMENT

- punti di forza delle strategie e delle azioni e l'innovatività della proposta progettuale, nonché il coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze);

### SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA

- elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi trasversali del Territorio Bologna Modena afferenti in particolare a Cultura, Food&wine e Outdoor Active&Slow, Motori;

### SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (flussi di incoming dai mercati internazionali)

- azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promo-commercializzazione previste dal Programma;

### SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO

- previsione di sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive, nonché illustrare le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici;

### ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

- caratteristiche della struttura operativa adibita all'attuazione del servizio in appalto, in termini di organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

### 13. OFFERTA ECONOMICA

Il prezzo è fisso e pertanto, ai sensi dell'art. 108 comma 5 del D.lgs. 36/2023, il valore che sarà contrattualizzato equivale al valore economico posto a base di gara

### 14. CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'articolo 108, comma 5, del Codice avendo a riferimento solo l'elemento qualitativo.

Il punteggio massimo per l'offerta tecnica è pari a 100:

|   | Criteri                    | Punteggio massimo |
|---|----------------------------|-------------------|
| A | Offerta tecnica - qualità  | 100               |
| B | Offerta economica - prezzo | 0                 |
|   | <b>TOTALE</b>              | <b>100</b>        |

#### 14.1. CRITERI DI VALUTAZIONE E METODO DI ATTRIBUZIONE DEL COEFFICIENTE PER IL CALCOLO DEL PUNTEGGIO DELL'OFFERTA TECNICA – PUNTI COMPLESSIVI 100.

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

Nella colonna identificata con la lettera D vengono indicati i “punteggi discrezionali”, vale a dire i punteggi il cui coefficiente è attribuito in ragione dell'esercizio della discrezionalità spettante alla commissione giudicatrice.

#### *Tabella dei criteri discrezionali (D)-di valutazione dell'offerta tecnica*

| N° | CRITERI DI VALUTAZIONE | PUNTI MAX |     | SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE  | PUNTI D MAX |
|----|------------------------|-----------|-----|---|-------------|
| 1  | CURRICULUM AZIENDALE   | 25        | 1.1 | La commissione valuterà l'esperienza pregressa da almeno 5 anni nel comparto della promozione e marketing turistico nel territorio della Regione Emilia-Romagna | 5           |
|    |                        |           | 1.2 | La commissione valuterà la previsione di una sede operativa nel Territorio  | 5           |



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

|   |                        |    |     |   |    |
|---|------------------------|----|-----|---|----|
|   |                        |    |     | <p>Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), come risultante da visura camerale; in alternativa, l'impegno in sede di presentazione dell'offerta di dotarsi di almeno una sede operativa nel Territorio Turistico Bologna-Modena (Provincia di Modena), il cui costo di allestimento della struttura non incida nella spesa prevista per i servizi in oggetto</p> |    |
|   |                        |    | 1.3 | <p>La commissione valuterà le collaborazioni pregresse con la DMO territoriale operante nel versante bolognese del territorio di riferimento</p>  | 10 |
|   |                        |    | 1.4 | <p>Verrà valutata la realizzazione di progetti di promo-commercializzazione turistica tramite cofinanziamenti della Regione Emilia Romagna</p>  | 5  |
| 2 | MARKETING e MANAGEMENT | 20 | 2.1 | <p>La commissione valuterà i punti di forza delle strategie e delle azioni ed innovatività della proposta progettuale</p>   | 10 |
|   |                        |    | 2.2 | <p>La commissione valuterà la capacità di coinvolgimento del sistema imprenditoriale locale e degli attrattori (luoghi della cultura ed eccellenze)</p>   | 10 |



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

|        |  |     |     |  |    |
|--------|--|-----|-----|--|----|
| 3      | SVILUPPO TEMI TRASVERSALI DEL TERRITORIO BOLOGNA-MODENA        | 20  | 3   | La commissione valuterà gli elementi strategico operativo e le azioni finalizzati a sviluppare i temi CULTURA, FOOD&WINE, OUTDOOR ACTIVE & SLOW, MOTORI  | 20 |
| 4      | SVILUPPO TASSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE                       | 20  | 4   | La commissione valuterà le azioni volte al consolidamento e crescita dell'offerta turistica del territorio, sia in termini di prodotto che di relazioni con la filiera turistica, con evidenza anche sulle modalità di sviluppo ed attuazione delle azioni di promo-commercializzazione previste dal Programma | 20 |
| 5      | SVILUPPO DEL TURISMO SOSTENIBILE E RESPONSABILE DEL TERRITORIO | 10  | 5.1 | La commissione valuterà lo sviluppo di azioni sistemiche di promozione e commercializzazione dei prodotti consolidati, con incremento delle iniziative di sostegno ai prodotti brand legati alle filiere e alle reti produttive  | 5  |
|        |  |     | 5.2 | La commissione valuterà le azioni volte alla destagionalizzazione dei flussi turistici   | 5  |
| 6      | ORGANIZZAZIONE AZIENDALE                                       | 5   | 6   | La commissione valuterà organizzazione, professionalità impiegate e organico del personale   | 5  |
| Totale |  | 100 |     |  |    |



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

A ciascuno degli elementi qualitativi sopra indicati è attribuito discrezionalmente un coefficiente variabile da zero a uno da parte di ciascun commissario. I suddetti coefficienti verranno assegnati sulla base dei diversi livelli di valutazione, come di seguito indicato:

### Scala di valutazione - Valutazione Coefficiente

Non trattato / Non valutabile 0

Non pertinente 0,10

Scarso 0,30

Parzialmente adeguato 0,50

Adeguito 0,60

Discreto 0,70

Buono 0,80

Molto buono 0,90

Eccellente 1

- ciascun commissario di gara attribuirà un coefficiente, variabile tra 1 e 0, a ciascun criterio/sub-criterio oggetto di valutazione;
- si procederà al calcolo della media dei coefficienti attribuiti da ciascun commissario in relazione a ciascun criterio/sub-criterio valutato, così ottenendo dei coefficienti medi definitivi.

#### 14.2. METODO DI CALCOLO DEI PUNTEGGI

La commissione, terminata l'attribuzione dei coefficienti agli elementi qualitativi, procede, in relazione a ciascuna offerta, all'attribuzione dei punteggi per ogni singolo criterio secondo il seguente metodo: *aggregativo compensatore*.

Il punteggio per il concorrente *i-esimo* è dato dalla seguente formula:

$$P_i = \sum_{x=1}^n C_{xi} \cdot P_x$$

dove

$P_i$  = punteggio del concorrente *i-esimo*

$C_{xi}$  = coefficiente (sub)criterio di valutazione X per il concorrente *i-esimo*

$P_x$  = punteggio criterio X

X = 1, 2, ..., 6

#### 15. COMMISSIONE GIUDICATRICE

La commissione giudicatrice è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte ed è composta da un numero dispari pari a n. 3 membri, esperti nello specifico settore cui si riferisce



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

l'oggetto del contratto. In capo ai commissari non devono sussistere cause ostative alla nomina ai sensi dell'articolo 93 comma 5 del Codice. A tal fine viene richiesta, prima del conferimento dell'incarico, apposita dichiarazione.

La composizione della commissione giudicatrice e i curricula dei componenti sono pubblicati sul sito istituzionale nella sezione "Amministrazione trasparente".

La commissione giudicatrice è responsabile della valutazione delle offerte tecniche ed economiche dei concorrenti, può riunirsi con modalità telematiche che salvaguardino la riservatezza delle comunicazioni ed opera attraverso la piattaforma di approvvigionamento digitale.

### 16. SVOLGIMENTO DELLE OPERAZIONI DI GARA

La prima seduta avrà luogo il giorno \_\_\_\_\_ alle ore \_\_\_\_\_ presso la sede della Provincia di Modena, viale Martiri della Libertà 34 Modena.

Tale seduta, se necessario, è aggiornata ad altra ora o a giorni successivi, nella data e negli orari comunicati ai concorrenti tramite la Piattaforma.

La Piattaforma consente la pubblicità delle sedute di gara preordinate all'apertura:

- della documentazione amministrativa;
- delle offerte tecniche;
- delle offerte economiche.

La pubblicità delle sedute è garantita mediante collegamento dei concorrenti da remoto per consentire a ciascun soggetto interessato di visualizzare le operazioni della seduta.

### 17. VERIFICA DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA

Nella prima seduta il seggio di gara accede alla documentazione amministrativa di ciascun concorrente, mentre l'offerta tecnica e l'offerta economica restano, chiuse, segrete e bloccate dal sistema, e procede a:

- a) controllare la completezza della documentazione amministrativa presentata;
- b) verificare la conformità della documentazione amministrativa a quanto richiesto nel presente disciplinare;
- c) redigere apposito verbale.

Ad esito delle verifiche di cui sopra il RUP provvede ad attivare l'eventuale procedura di soccorso istruttorio.

La prosecuzione della procedura è limitata ai soli concorrenti ammessi.

### 18. VALUTAZIONE DELLE OFFERTE TECNICHE

La data e l'ora della seduta pubblica in cui si procede all'apertura delle offerte tecniche sono comunicate tramite la Piattaforma ai concorrenti ammessi alla presente fase di gara.

La commissione giudicatrice nominata procede all'apertura, esame e valutazione delle offerte tecniche presentate dai predetti concorrenti e all'assegnazione dei relativi punteggi applicando i criteri e le formule indicati nel bando e nel presente disciplinare. Gli esiti della valutazione sono registrati dalla Piattaforma.

### 19. AGGIUDICAZIONE DELL'APPALTO E STIPULA DEL CONTRATTO

La proposta di aggiudicazione è formulata in favore del concorrente che ha presentato la migliore offerta.



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

Qualora nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto, la stazione appaltante può decidere, entro 30 giorni dalla conclusione delle valutazioni delle offerte, di non procedere all'aggiudicazione.

Non si procede all'aggiudicazione dell'appalto all'offerente che ha presentato l'offerta economicamente più vantaggiosa qualora venga accertato che tale offerta non soddisfa gli obblighi in materia ambientale, sociale e del lavoro stabiliti dalla normativa europea e nazionale, dai contratti collettivi o dalle disposizioni internazionali elencate nell'allegato X della direttiva 2014/24/UE.

L'aggiudicazione è disposta all'esito positivo della verifica del possesso dei requisiti prescritti dal presente disciplinare ed è immediatamente efficace. In caso di esito negativo delle verifiche, si procede all'esclusione ed alla segnalazione all'ANAC.

Successivamente si procede a ricalcolare i punteggi e a riformulare la graduatoria procedendo altresì, alle verifiche nei termini sopra indicati. Nell'ipotesi di ulteriore esito negativo delle verifiche si procede nei termini sopra detti, scorrendo la graduatoria.

Il contratto è stipulato non prima di 35 giorni dall'invio dell'ultima delle comunicazioni del provvedimento di aggiudicazione e comunque entro 60 giorni dall'aggiudicazione, salvo quanto previsto dall'articolo 18 comma 2 del Codice.

A seguito di richiesta motivata proveniente dall'aggiudicatario la data di stipula del contratto può essere differita purché ritenuta compatibile con la sollecita esecuzione del contratto stesso.

All'atto della stipulazione del contratto, l'aggiudicatario deve presentare la garanzia definitiva pari al 5% dell'importo contrattuale, come previsto dall'articolo 53, comma 4, del Codice.

Se la stipula del contratto non avviene nel termine per fatto della stazione appaltante, l'aggiudicatario può farne constatare il silenzio inadempimento o, in alternativa, può sciogliersi da ogni vincolo mediante atto notificato. All'aggiudicatario non spetta alcun indennizzo, salvo il rimborso delle spese contrattuali.

Se la stipula del contratto non avviene nel termine fissato per fatto dell'aggiudicatario può costituire motivo di revoca dell'aggiudicazione.

La mancata o tardiva stipula del contratto al di fuori delle ipotesi predette, costituisce violazione del dovere di buona fede, anche in pendenza di contenzioso.

L'aggiudicatario deposita, prima o contestualmente alla sottoscrizione del contratto di appalto, i contratti continuativi di cooperazione, servizio e/o fornitura di cui all'articolo 119, comma 3, lett. d) del Codice.

L'affidatario comunica, per ogni sub-contratto che non costituisce subappalto, l'importo e l'oggetto del medesimo, nonché il nome del sub-contraente, prima dell'inizio della prestazione.

Il contratto è stipulato in forma pubblica amministrativa a cura dell'Ufficiale rogante.

Sono a carico dell'aggiudicatario tutte le spese contrattuali, gli oneri fiscali quali imposte e tasse - ivi comprese quelle di registro ove dovute - relative alla stipulazione del contratto.

### **20. OBBLIGHI RELATIVI ALLA TRACCIABILITÀ DEI FLUSSI FINANZIARI**

Il contratto d'appalto è soggetto agli obblighi in tema di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla legge 13 agosto 2010, n. 136.

L'affidatario deve comunicare alla stazione appaltante:

- gli estremi identificativi dei conti correnti bancari o postali dedicati, con l'indicazione dell'opera/servizio/fornitura alla quale sono dedicati;
- le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare sugli stessi;
- ogni modifica relativa ai dati trasmessi.

La comunicazione deve essere effettuata entro sette giorni dall'accensione del conto corrente ovvero, nel caso di conti correnti già esistenti, dalla loro prima utilizzazione in operazioni finanziarie relative ad una commessa pubblica. In caso di persone giuridiche, la comunicazione de quo deve essere sottoscritta da



# Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

un legale rappresentante ovvero da un soggetto munito di apposita procura. L'omessa, tardiva o incompleta comunicazione degli elementi informativi comporta, a carico del soggetto inadempiente, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 500 a 3.000 euro.

Il mancato adempimento agli obblighi previsti per la tracciabilità dei flussi finanziari relativi all'appalto comporta la risoluzione di diritto del contratto.

In occasione di ogni pagamento all'appaltatore o di interventi di controllo ulteriori si procede alla verifica dell'assolvimento degli obblighi relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari.

Il contratto è sottoposto alla condizione risolutiva in tutti i casi in cui le transazioni siano state eseguite senza avvalersi di banche o di Società Poste Italiane S.p.a. o anche senza strumenti diversi dal bonifico bancario o postale che siano idonei a garantire la piena tracciabilità delle operazioni per il corrispettivo dovuto in dipendenza del presente contratto.

## **21. CODICE DI COMPORTAMENTO**

Nello svolgimento delle attività oggetto del contratto di appalto, l'aggiudicatario deve uniformarsi ai principi e, per quanto compatibili, ai doveri di condotta richiamati nel Decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013 n. 62 e nel codice di comportamento di questa stazione appaltante e nel Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e della Trasparenza, *nonché* nella sottosezione Rischi corruttivi e trasparenza del PIAO.

In seguito alla comunicazione di aggiudicazione e prima della stipula del contratto, ha l'onere di prendere visione dei predetti documenti.

## **22. ACCESSO AGLI ATTI**

L'accesso agli atti della procedura è assicurato in modalità digitale mediante acquisizione diretta dei dati e delle informazioni inseriti nelle piattaforme di e-procurement, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 35 del Codice e dalle vigenti disposizioni in materia di diritto di accesso ai documenti amministrativi, secondo le modalità indicate all'articolo 36 del codice.

## **23. DEFINIZIONE DELLE CONTROVERSIE**

Per le controversie derivanti dalla presente procedura di gara è competente il Tribunale Amministrativo Regionale di Bologna.

## **24. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

Ai sensi del Regolamento UE/2016/679 (GDPR) si informa che il trattamento dei dati personali conferiti nell'ambito della procedura di acquisizione di beni o servizi, o comunque raccolti dalla Stazione unica appaltante a tale scopo, è finalizzato unicamente all'espletamento della predetta procedura, nonché delle attività ad essa correlate e conseguenti.

In relazione alle descritte finalità, il trattamento dei dati personali avviene mediante strumenti manuali, informatici e telematici, con logiche strettamente correlate alle finalità predette e, comunque, in modo da



## Provincia di Modena

Area Amministrativa  
Affari generali e Polizia Provinciale  
Promozione e Qualificazione turistica del territorio

garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati stessi. I dati potranno essere trattati anche in base ai criteri qualitativi, quantitativi e temporali di volta in volta individuati.

Il trattamento dei dati giudiziari è effettuato esclusivamente per valutare il possesso dei requisiti e delle qualità previsti dalla vigente normativa in materia di acquisizione di beni e servizi ed avviene sulla base dell'Autorizzazione al trattamento dei dati a carattere giudiziario da parte di privati, di enti pubblici economici e di soggetti pubblici, rilasciata dal Garante per la protezione dei dati personali.

Il conferimento dei dati è necessario per valutare il possesso dei requisiti e delle qualità richiesti per la partecipazione alla procedura nel cui ambito i dati stessi sono acquisiti; pertanto, la loro mancata indicazione può precludere l'effettuazione della relativa istruttoria.

In qualunque momento l'interessato può esercitare i diritti previsti dagli artt. 7 e da 15 a 22 del Regolamento UE/2016/679 (GDPR). In particolare, l'interessato ha il diritto di ottenere la conferma dell'esistenza o meno dei propri dati e di conoscerne il contenuto e l'origine, di verificarne l'esattezza o chiederne l'integrazione o l'aggiornamento, oppure la rettifica; ha altresì il diritto di chiedere la cancellazione o la limitazione al trattamento, la trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione di legge, nonché di opporsi in ogni caso, per motivi legittimi, al loro trattamento ovvero revocare il trattamento.

La relativa richiesta va rivolta: Provincia di Modena - Agenzia Intercent- ER, Via dei Mille 21, 40121 Bologna. L'interessato ha altresì il diritto di proporre reclamo all'autorità Garante per la protezione dei Dati personali ([www.garanteprivacy.it](http://www.garanteprivacy.it)).

Il Responsabile della protezione dei dati è Lepida S.p.A., con sede in via della Liberazione, 15 – 40128 Bologna, Tel. 051/6338860. Indirizzo email: [dpo-team@lepida.it](mailto:dpo-team@lepida.it); [segreteria@pec.lepida.it](mailto:segreteria@pec.lepida.it) Titolari del trattamento dei dati personali di cui alla presente informativa sono:

- l'Agenzia Intercent-ER, con sede in Bologna, Via dei Mille 21, CAP 40121. L'elenco aggiornato dei responsabili del trattamento designati dall'Agenzia è disponibile, su espressa richiesta, da inoltrare ai seguenti recapiti: Agenzia Intercent-ER, Via dei Mille 21, 40121 Bologna (Italia), tel. 051 527.3081 – 527.3082, fax 051 527.3084, e-mail: [intercenter@regione.emilia-romagna.it](mailto:intercenter@regione.emilia-romagna.it). La Giunta della Regione Emilia- Romagna ha designato quale Responsabile della protezione dei dati l'Ing. Alessandro Zucchini ([dpo@regione.emilia-romagna.it](mailto:dpo@regione.emilia-romagna.it)).

- Provincia di Modena - Le informazioni su titolare del trattamento, responsabile della protezione dati e diritti dell'interessato sono disponibili sul sito web [www.provincia.modena.it](http://www.provincia.modena.it).



Provincia di Modena

## **VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE**

**Bilancio e Contabilità finanziaria**

**Determinazione n. 2449 del 20/12/2024**

Proposta n. 5675/2024 - Area Amministrativa - Promozione e Qualificazione turistica del territorio

**OGGETTO: PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - DETERMINAZIONE A CONTRARRE PER L'AFFIDAMENTO DI SERVIZI DI PROMOZIONE E MARKETING TURISTICO FINALIZZATI ALL'ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMPETENZA DELLA PROVINCIA DI MODENA E IMPEGNO DI SPESA PER CONTRIBUTO ANAC**

Ai sensi dell' art. 151 del Decreto legislativo n. 267 del 18 agosto 2000, si appone il visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria.

Modena li, 23/12/2024

Il Dirigente  
GAMBARINI PATRIZIA

(Sottoscritto digitalmente ai sensi  
dell'art. 21 D.L.gs n 82/2005 e s.m.i.)