

Allegato B

CAPITOLATO TECNICO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DEL “PIANO DI MARKETING TERRITORIALE DI CEFALU’ DESTINAZIONE TURISTICA” - CIG: 88196014FC.

ART. 1 OGGETTO DELL’APPALTO

La presente procedura ha per oggetto l’affidamento del servizio di progettazione e Realizzazione delle attività di promozione della Città intitolato “PIANO DI MARKETING TERRITORIALE DI CEFALU’ DESTINAZIONE TURISTICA”.

Tale servizio dovrà essere attuato tenendo conto che negli ultimi decenni Cefalù ha enormemente aumentato la propria attrattività, sia per la qualità delle proprie offerte turistiche, comune tra i più importanti ed attivi del club dei Borghi più belli d’Italia, sia per i numerosi riconoscimenti culturali che gli sono stati conferiti.

Di estrema importanza, ad esempio, è l’inserimento ufficiale della Basilica Cattedrale e del Chiostro capitolare all’interno del sito seriale UNESCO “Palermo Arabo Normanna e le Cattedrali di Cefalù e Monreale”.

Quanto sopra, attesa l’esigenza di un piano promozionale turistico integrato mirato a elevare la qualità dell’offerta culturale a favore della cittadinanza e dei fruitori, attraverso percorsi storici, artistici e naturalistici, e nello specifico avviare azioni di promozione della destinazione a 360° - anche al fine di delocalizzare I flussi turistici nel periodo di bassa stagione.

Nello specifico, il servizio richiesto consiste nelle attività di cui al art. 3

Per lo svolgimento di tutte le attività oggetto del presente appalto è richiesto il continuo raccordo del soggetto aggiudicatario con i competenti uffici del Settore Turismo e Cultura del Comune di Cefalù.

Tutto quanto realizzato dal contraente nell’ambito delle attività previste dalla presente gara rimane proprietà del Comune di Cefalù, che potrà disporre interamente nel tempo senza alcuna limitazione. Sono inclusi materiali testuali e multimediali sia cartacei che digitali, file, applicazioni informatiche e relative funzionalità e configurazioni.

ART. 2 OBIETTIVI E FINALITÀ DEL SERVIZIO

L’intervento del “PIANO DI MARKETING TERRITORIALE DI CEFALU’ DESTINAZIONE TURISTICA” persegue l’obiettivo promozionale turistico integrato descritto in premessa. Nella programmazione e attuazione di tutte le attività, il contraente dovrà adottare un metodo di lavoro basato su un processo fortemente interattivo, che preveda cicli di verifica e condivisione in tutte le fasi. Dovrà adottare soluzioni che garantiscano in ogni fase di avanzamento del lavoro la massima sinergia e lo scambio di informazioni tra tutti gli attori coinvolti anche con l’adozione di appositi strumenti di collaborazione, condivisione e coordinamento.

Il contraente dovrà inoltre prevedere un sistema di monitoraggio e valutazione idoneo a misurare l’efficacia delle attività messe in atto per raggiungere gli obiettivi del progetto sopra descritti.

ART. 3 DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

Il contraente dovrà garantire l'esecuzione dei servizi richiesti dal presente capitolato, presentando una proposta tecnica ed economica che comprenda ognuno dei punti a seguire, con la quale si espliciti in maniera univoca e inequivocabile contenuti e target.

In particolare, il progetto dovrà svilupparsi in quattro fasi prodomiche e tre azioni parallele:

- Fase 1) Analisi territoriale,**
- Fase 2) Ricerca di mercato,**
- Fase 3) Marketing plan,**
- Fase 4) Azioni di comunicazione.**

Di seguito, in maniera sintetica, vengono indicati, per ciascuna fase, le analisi da svolgere:

FASI DEL PROGETTO

Fase 1) Analisi del territorio - evidenziare i fattori attrattivi dell'area: competitività del sistema imprenditoriale, dotazioni infrastrutturali, disponibilità di agevolazioni finanziarie, qualità del capitale umano - Azioni:

1. Analisi delle risorse ambientali e paesaggistiche
2. Analisi delle risorse artistiche e culturali
3. Analisi delle risorse economiche e sociali
4. Analisi demografica e tessuto socioeconomico
5. Analisi delle infrastrutture, del contesto urbano e degli strumenti urbanistici
6. Analisi delle strutture ricettive e turistiche
7. Analisi delle risorse economiche e strutturali delle Amministrazioni

Fase 2) Ricerca di mercato - Azioni:

1. Analisi della concorrenza
2. Analisi di benchmarking territoriale: confronto tra l'area del Comune di Cefalù con altre aree potenzialmente o effettivamente concorrenti:
 - a) Valutazione degli scostamenti tra il potenziale effettivo dell'area e quello percepito
 - b) Individuazione delle azioni necessarie a colmare tali scostamenti
3. Determinanti economiche ed extra economiche della domanda turistica
4. Sondaggi d'opinione
5. Audit della percezione: attività di analisi volta ad indagare la percezione che i soggetti rappresentativi del mondo istituzionale, economico e sociale hanno di un'area:
 - a) Scelta delle aree concorrenti
 - b) Individuazione delle variabili sulla base delle quali effettuare il confronto
 - c) Costruzione degli indicatori per il posizionamento nell'area considerata
 - d) Posizionamento relativo (collocazione competitiva del territorio rispetto alle aree concorrenti)
6. Offerta/domanda
7. Analisi di alcuni indicatori statistici relativi all'irradiazione turistica

8. Analisi generale costi (benefici degli investimenti)
9. Green Tourism: la vacanza a contatto con la natura è ritenuta più sicura. Proposte outdoor, bike, trekking sono le più gettonate (Convenzioni pensate per turista che si sposta in treno in bici al fine di favorire cicloturismo).
10. Travel Experience: esempi sono escursioni nella natura, tour culturali, attività sportive, lezioni di cucina, degustazioni e tradizioni locali.
11. Sicurezza e salute: nuovo turismo legato all'andamento della pandemia
12. Promozione leve attrattive, non solo mare, ma anche cultura, outdoor, enogastronomia, nautica etc.

Fase 3) Marketing plan - Azioni:

1. Definizione del mercato turistico di riferimento
2. Individuazione del target
3. Definizione degli obiettivi
4. Individuazione dei punti di forza / debolezza interni ed esterni (Analisi Swot)
5. Definizione delle strategie

Fase 4) Comunicazione - Azioni

a: comunicazione integrata

- realizzazione di immagini promozionali coordinate del brand visitcefalù
- supporto grafico per la realizzazione di materiale promozionale legato al biglietto unico
- supporto grafico per la realizzazione di materiale promozionale legato agli eventi più importanti della destinazione turistica
- gestione del sito web visitcefalù.com con integrazione e vendita ticket on line.

b: gestione social network

- social media strategy individuazione dei canali social più adatti a comunicare efficacemente.
- gestione dei social network, creazione e programmazione di tutti i contenuti e della gestione della community.
- community management e social customer care affinché l'esperienza sui canali social del singolo utente sia sempre soddisfacente ed efficace, gestendo le interazioni, coltivando un dialogo costante con il target e stimolandone la partecipazione, con un'attenzione specifica al *social customer* e la realizzazione di un protocollo di gestione dei commenti.
- analisi del *sentiment* e della web reputation. Ciò consente di raccogliere preziose informazioni per poter elaborare una social media strategy efficace che rispecchi pienamente l'identità del brand visitcefalù, e che migliori anche la percezione che ne ha il target.
- stesura e realizzazione della social media policy e di un protocollo di gestione dei commenti.
- gestione di campagne di social media advertising sui principali social media (facebook, instagram etc.) l'obiettivo adv è far crescere la notorietà del brand e delle informazioni. La gestione delle campagne prevede il monitoraggio e l'analisi dell'attività svolta.

c: seo copywriting

- individuazione delle parole chiave più strategiche (keywords research)
- scrittura di testi secondo le regole del seo copywriting

- scrittura di articoli legati alle tradizioni, enogastronomia, eventi culturali specifici di Cefalù e della destinazione turistica, attraverso storytelling al fine di ottenere maggiori risultati sui motori di ricerca.
- scrittura di newsletter, dem e landing page
- analisi e ricerca keywords: individuazione del target che si intende raggiungere con il sito e ricerca delle keywords, al fine di ottimizzare e migliorare il posizionamento dello stesso.
- monitoraggio e reportistica.
- veicolare le notizie rilevanti anche attraverso i canali social,
- individuare opinion leader, media, giornalisti e influencer, online e offline,
- creare una press area sul sito visitcefalù e gestire, attraverso di essa, contatti continuativi con la stampa, blogger e influencer.

d: incentive events

Realizzazione di almeno tre incentive events in ottica annuale (2021-2022) - con l'individuazione di specifici target.

- Studio dei principali target in funzione della destinazione
- Calendarizzazione degli "Incentive events" in base alla destinazione
- Realizzazione del percorso dell'incentive e coordinazione dell'incentive con formazione del servizio accoglienza per tutto l'evento tramite apposito personale (i costi relativi a vitto alloggio e trasporto non sono inclusi nel presente capitolato).

e: Coordinamento a livello locale - azioni

- Coordinamento e standardizzazione della qualità degli Uffici di informazione turistica - accoglienza ed informazione intesi come ricordo e racconto del territorio. Consulenza alla scoperta degli aspetti caratteristici.
- Formazione e organizzazione degli impiegati, degli uffici, delle guide turistiche.

Il contraente dovrà assicurare costante collaborazione operativa con l'Assessorato al Turismo del Comune di Cefalù, e gli uffici ad esso collegati, nell'ambito delle predette attività.

Al contraente verrà messo a disposizione il marchio Visitcefalù – rappresentante l'identità visiva del Comune di Cefalù il quale dovrà essere utilizzato per la realizzazione dell'immagine grafica coordinata sia nella forma che nei colori.

ART. 4

OBBLIGHI DEL CONCORRENTE E DELL'ASSEGnatARIO

Il concorrente prima, e l'assegnatario poi espressamente ed irrevocabilmente:

- a) assicurano che non vi è stata mediazione o altra opera di terzi per l'affidamento del servizio;
- b) assicurano di non aver corrisposto né promesso di corrispondere ad alcuno, direttamente o attraverso terzi, ivi comprese le imprese collegate o controllate, somme di denaro o altra utilità a titolo di intermediazione o simili, comunque volte a facilitare l'affidamento del servizio;
- c) si obbligano a non versare ad alcuno, a nessun titolo, somme di danaro o altra utilità finalizzate a facilitare e/o a rendere meno onerosa l'esecuzione e/o la gestione

dell'eventuale contratto rispetto agli obblighi con esso assunti, né a compiere azioni comunque volte agli stessi fini;

d) dichiarano con riferimento alla presente procedura di non avere in corso né di aver praticato intese e/o pratiche restrittive della concorrenza e del mercato vietate ai sensi della normativa vigente e che l'offerta è stata predisposta nel pieno rispetto della predetta normativa.

ART. 5

RENDICONTAZIONE DELL'ATTIVITÀ

Tutte le attività svolte dall'azienda inerenti i servizi in oggetto saranno opportunamente tracciate e documentate tramite lo scambio di email e un apposito gestionale Web based, messo a disposizione dell'ente, al fine di permettere a quest'ultimo il monitoraggio dell'operato dell'azienda.

ART. 6

FINANZIAMENTO DEI SERVIZI

L'intervento intitolato "PIANO DI MARKETING TERRITORIALE DI CEFALU' DESTINAZIONE TURISTICA" è finanziato a valere sul bilancio pluriennale del Comune di Cefalù 2021-2022 con i proventi derivati dall'applicazione dell'imposta di soggiorno a destinazione vincolata.

ART. 7

VALORE E DURATA DEL CONTRATTO

Il valore dell'appalto, salvo il ribasso di gara è pari a **€ 81.967,21 (Euro ottantunomilanovecentosessantasette/21)** - L'importo dell'onere della sicurezza è pari a zero in quanto non sono previsti rischi di interferenza nella fornitura del servizio come specificato all'art. 3 del disciplinare di gara.

Il contratto avrà validità a decorrere dal primo giorno lavorativo successivo alla data di stipula, coincidente con il caricamento a sistema del "documento di accettazione" della RdO, firmato digitalmente dal Punto Ordinante, e si concluderà e si concluderà alla scadenza del 24° mese successivo alla stessa, con la possibilità di rinnovo agli stessi patti e condizioni del presente capitolato per ulteriori anni uno, con riduzione del 5% del prezzo di aggiudicazione.

ART. 8

PROCEDURA DI GARA E CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto sarà aggiudicato a mezzo RDO da esperire, ai sensi dell'art. 58 del d. lgs n 50/2016 - sul portale MePa **secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa** ai sensi dell'art. 95, comma 4, del D.Lgs. n. 50/2016.

ART. 9

SUBAPPALTO E CESSIONE DEL CONTRATTO

È vietata la cessione del contratto ed il subappalto.

ART. 10

RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Costituisce motivo di risoluzione del contratto un ritardo immotivato, di oltre trenta giorni, nel mancato avvio del servizio.

La risoluzione del contratto comporta l'escussione della cauzione definitiva.

ART. 11

RINVIO AD ALTRE NORME

Per quanto non previsto dal presente si rinvia e si fa riferimento alle norme del Codice civile sui contratti in generale e sul contratto d'appalto in particolare nonché alle norme del regolamento comunale sui contratti.