



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

00.07.01.00 - Direzione Generale del Turismo

00.07.01.04 - Servizio Marketing e Comunicazione

Affidamento di servizi professionali

**Pianificazione di campagne promozionali on e
off line, media center e consulenza
nella realizzazione e nella gestione
di attività di comunicazione e marketing**

CAPITOLATO TECNICO

CUI S80002870923202000105

CUP E79J21012600009

Approvato con DDS n. 1329 - Prot. n. 18462 del 13/12/2021

1/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

Sommario

Articolo 1.	Premessa	4
1.1	Norme e documentazione di riferimento	5
Articolo 2.	Descrizione del contesto	5
Articolo 3.	Oggetto del servizio	6
Articolo 4.	Obiettivi	7
Articolo 5.	Servizi richiesti	8
5.1	Monitoraggio del contesto competitivo e analisi dei target	8
5.2	Attività di digital inbound marketing e di campagne di comunicazione	9
5.2.3	Pianificazione di campagne di comunicazione on e off line	10
5.2.4	Monitoraggio e misurazione dei risultati delle attività	11
5.3	Centro media	11
5.3.1	Budget	12
5.4	Consulenza nella gestione delle attività promozionali	12
5.4.1	Team di progetto	12
5.4.2	Affiancamento	15
5.4.3	Formazione	15
5.4.4	Strumenti	16
Articolo 6.	Durata dei servizi	16
Articolo 7.	Valore dei servizi richiesti	17
Articolo 8.	Modalità e tempistiche operative	17
Articolo 9.	Corrispettivi e condizioni di fatturazione	21
Articolo 10.	Tutela dei lavoratori	24
10.1	Condizioni economico-normative per personale dipendente e soci lavoratori	25
10.2	Sicurezza	25



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

Articolo 11.	Pari opportunità e sostenibilità	26
11.1	Pari opportunità e linguaggio di genere	26
11.2	Sostenibilità	26
Articolo 12.	Trattamenti dati	26
Articolo 13.	Copyright e proprietà intellettuale	27
Articolo 14.	Penalità e recesso dal contratto	28
Articolo 15.	Conoscenza delle condizioni e revisione prezzi	29
Articolo 16.	Divieto di sospensione dei servizi	29
Articolo 17.	Esonero responsabilità	29

Acronimo/sigla	Significato
RAS	Regione autonoma della Sardegna
MEPA	Mercato elettronico della Pubblica amministrazione
RdO	Richiesta di Offerta
CPV	Common Procurement Vocabulary (Sistema di classificazione unico appalti)
ROI	Return on investment
SEO	Search engine optimization
SEM	Search engine marketing
SMM	Social media marketing
ADV	Advertising
KPI	Key performance indicator
UDP	Unique destination proposition
USP	Unique selling proposition



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

Articolo 1. Premessa

Il presente Capitolato tecnico regola la procedura di affidamento da parte del Servizio Marketing e Comunicazione dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio della RAS - d'ora innanzi Stazione appaltante - di servizi professionali relativi alla pianificazione e realizzazione di attività di digital marketing e di campagne on e off line per la promozione di prodotti turistici tematici nei Paesi/mercati obiettivo prioritari individuati dal piano 'Destinazione Sardegna 2018-21', nonché i servizi di media center e di consulenza, in termini di affiancamento e formazione a favore della Stazione appaltante, nella gestione e nel monitoraggio delle attività di comunicazione oggetto dell'affidamento.

L'affidamento di servizi rientra nelle azioni attivate dall'Assessorato con fondi **POR FESR 2014-2020** - Asse VI - Azione 6.8.3a – Sub Azione 2 - linea di attività 2.1 riguardante il **Piano di comunicazione integrato on line e off line in coerenza col piano 'Destinazione Sardegna 2018-2021'**.

L'affidamento avverrà ai sensi dell'art. 36, c.2 lett. b del D.Lgs 50/2016 ss.mm.ii., come modificato dall'art. 2, comma 3, D.L. 16 luglio 2020 n. 76, convertito in L.120/2020, e dal D.L. 77/2021, convertito in L. 108/2021, avverrà, previa indagine di mercato condotta mediante Avviso pubblico esplorativo/Manifestazione d'interesse, attraverso una procedura negoziata rivolta a 15 (quindici) operatori economici invitati a partecipare a una RdO sul MEPA, Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione - Categoria "Servizi di Informazione, Comunicazione e Marketing" - sottocategoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato" - CPV 79340000-9 - 79342000-3.

Gli operatori economici interessati a partecipare alla successiva procedura negoziata dovranno dichiarare nella Domanda di partecipazione alla manifestazione di interesse e comprovare poi in sede di offerta tecnica della procedura successiva di avere già svolto servizi assimilabili all'oggetto dell'affidamento, con particolare riferimento alla pianificazione e realizzazione di campagne di comunicazione web e social (rif. Art. 3), e di essere dotati di un team di progetto che preveda figure professionali dedicate alle attività oggetto dell'affidamento (rif. Art.5 par. 4.1).



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

L'aggiudicazione avverrà in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa ai sensi dell'art. 95 comma 3 b-bis del D.Lgs n. 50/2016 ss.mm.ii..

Le condizioni generali del bando MEPA SERVIZI sono integrate e modificate dalle clausole del presente Capitolato, le quali prevarranno in caso di contrasto.

L'indicazione puntuale dei servizi indicati in questo documento ha prevalenza rispetto alle relative righe di catalogo eventualmente utilizzate per comporre la RdO.

Per quanto premesso, si richiede espressa accettazione di tutte le condizioni indicate nel presente Capitolato tecnico mediante la sottoscrizione dello stesso con firma digitale da parte del rappresentante legale del soggetto partecipante ovvero con firma olografa dello stesso dichiarante accompagnata da copia di un documento d'identità in corso di validità. Il presente Capitolato, controfirmato nelle modalità indicate sopra, dovrà essere obbligatoriamente allegato alla domanda di partecipazione, a pena di esclusione.

1.1 Norme e documentazione di riferimento

Gli operatori economici invitati possono fare riferimento ai seguenti documenti¹, norme e dati:

- Legge regionale 16 del 28 luglio 2017 'Norme in materia di turismo' e ss.mm.ii.;
- Piano strategico 'Destinazione Sardegna 2018-2021';
- Dati resi disponibili mediante il sito dell'Osservatorio del Turismo, Artigianato e Commercio;
- Dati ISTAT/Eurostat e/o altri organismi accreditati.

Articolo 2. Descrizione del contesto

L'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio ha adottato nel 2018 il piano di marketing e sviluppo turistico 'Destinazione Sardegna 2018-2021' - approvato con D.G.R. n. 60/19 dell'11 dicembre 2018 - che detta le linee strategiche da perseguire nella valorizzazione del brand Sardegna e nella promozione della destinazione nei mercati obiettivo. Il piano

¹ La Stazione appaltante metterà a disposizione dell'impresa affidataria ulteriori documenti e report, utili a elaborare il primo piano operativo (POA 1), come descritto all'Art. 8.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

individua nel 60% la quota da destinare alle attività di promozione on line rivolte al pubblico (B2C) sul totale degli investimenti di settore.

In coerenza col piano strategico, il Servizio Marketing e Comunicazione intende realizzare un piano di comunicazione finalizzato al riposizionamento dell'immagine della destinazione Sardegna e alla promozione dei prodotti tematici del segmento 'active' nei mercati obiettivo prioritari individuati dal piano stesso (Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Spagna e Svizzera).

Pertanto il fornitore dei servizi professionali oggetto della procedura dovrà considerare la matrice prodotti/mercati individuata nel piano strategico, tenendo conto dei prodotti turistici indicati dalla Stazione appaltante, della loro differente capacità di attrarre in relazione ai mercati, degli indici di performance, del ROI e del benchmarking sulle destinazioni concorrenziali.

L'impresa affidataria dovrà inoltre garantire il **coordinamento** e l'**integrazione** tra le attività previste nel presente Capitolato e le azioni di comunicazione online (portale SardegnaTurismo e social network dell'Assessorato) e offline (fiere, workshop, eventi promozionali in Italia e all'estero, ecc.) in corso di esecuzione o pianificazione da parte del Servizio Marketing e Comunicazione.

Articolo 3. Oggetto del servizio

I servizi oggetto della procedura si configurano come:

- Monitoraggio del contesto competitivo e analisi di target e trend;
- Pianificazione di attività di digital marketing e di campagne di comunicazione on e off line per la promozione di prodotti tematici 'active' sui mercati obiettivo prioritari di cui sopra;
- Servizio di media center per acquisizione e gestione di spazi pubblicitari su cui veicolare le campagne di comunicazione on line;
- Consulenza alla Stazione appaltante in termini di affiancamento da parte di un team di progetto per realizzazione, gestione e monitoraggio delle attività di comunicazione;



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

- Consulenza alla Stazione appaltante in termini di formazione relativa alle aree di competenza contemplate nei servizi richiesti.
- ❖ Considerati i servizi in oggetto, gli operatori economici invitati dovranno attestare una **comprovata e certificata esperienza** in:
 - monitoraggio e analisi web e social;
 - digital inbound marketing;
 - media planner sui media digitali e tradizionali;
 - destination marketing.
- ❖ In sede di 'offerta tecnica' della RdO saranno valutate come premialità:
 - lo svolgimento delle attività indicate al punto precedente, con particolare riferimento al digital inbound marketing e al destination marketing;
 - le **certificazioni** in possesso dell'operatore economico invitato alla RdO e dai professionisti che compongono il team di progetto (di cui al par. 5.4.1), rilasciate da aziende riconosciute quali leader in digital marketing, studio degli analytics, piattaforme social, attività di SEO e SEM e di email marketing².

Articolo 4. Obiettivi

L'impresa affidataria dovrà ideare la strategia di comunicazione e realizzare i relativi piani operativi di attività (POA, di cui all'Art. 8) finalizzati a:

- valorizzare l'UDP e l'USP della destinazione;
- incrementare l'attrattività dei segmenti turistici 'active' (biking, trekking, sport da roccia, hiking, cammini e attività legate al tematismo 'vivere il mare', quali diving, snorkeling, vela, canoa e kayak, wind e kite surf, ecc.), trasversali ai brand (natura e benessere,

² A titolo di esempio si citano le certificazioni dei seguenti istituti: OMCA Certification, Google ADS Academy, Google Analytics Academy, Facebook Blueprint, Hubspot Academy, SEMRUSH SEO Fundamentals, Mail chimp, ecc.



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

cultura e archeologia, arte e tradizioni, food&wine, grandi eventi), come indicati nel piano editoriale³;

- intercettare i **nuovi trend** turistici;
- generare la **brand awareness** e rafforzare la **brand position** sui mercati target;
- migliorare la **web reputation** e sviluppare l'**identità social**;
- generare traffico qualificato verso il portale tematico istituzionale www.sardegnaturismo.it;
- creare un database di contatti alimentato da azioni di **lead generation**;
- ottimizzare l'utilizzo e la gestione di strumenti e canali di comunicazione in uso presso codesto Assessorato e proporre ulteriori, se coerenti con l'obiettivo del piano.

Articolo 5. Servizi richiesti

I servizi oggetto del presente affidamento sono così articolati:

5.1 Monitoraggio del contesto competitivo e analisi dei target

La linea di attività comprende:

- **web monitoring del contesto competitivo**, consistente in analisi comparativa sui canali web e social dei competitor della Sardegna, nonché la rilevazione degli strumenti utilizzati sui mercati target (content marketing, online advertising, social media marketing, ecc.) e del budget destinato a ciascuna tipologia per le attività di digital marketing in relazione alla promozione del segmento turistico 'active'.
 - Per ciascuna destinazione, Sardegna compresa, anche sulla base di metriche KPI è richiesta la comparazione dei mercati e il loro potenziale, l'analisi delle keyword, l'UDP e l'USP, social e piattaforme utilizzate, i punti di forza e di debolezza rilevati, gli investimenti su azioni on e off line e la stima del ritorno degli stessi, nonché ogni altra analisi idonea a delineare il contesto competitivo.
- **analisi dei target** articolata in:
 - analisi dei target consolidati e potenziali con riferimento ai prodotti tematici

³ Per piano editoriale si intende quello elaborato nell'ambito del progetto SINNOS.



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

oggetto dell'affidamento, capacità e tendenze, profilazione in base a bisogni, motivazioni, consumi;

- analisi in termini qualitativi e quantitativi di citazioni ed engagement, di reach, views e valore economico (AVE) con segmentazione automatica per country, topic, tipologia della fonte, rilevanza delle fonti, sentiment.

5.2 Attività di digital inbound marketing e di campagne di comunicazione

Le attività comprendono:

5.2.1 Ideazione di un concept di comunicazione declinato per segmenti tematici/mercati/target, capace di rendere riconoscibili i punti di forza dell'offerta regionale e conferire valore e visibilità all'UDP e all'USP della destinazione. L'attività include:

- a. ideazione di **messaggi** (in tutte le lingue dei Paesi/mercati target individuati) da affiancare al marchio promozionale della Regione Sardegna (SARDEGNA/SARDINIA colorato), che contemperino i fattori di vantaggio competitivo della destinazione e in grado di farne emergere l'autenticità e la tipicità; realizzazione di **format creativi** per i contenuti promozionali (on e off line);
- b. progettazione e sviluppo della **linea grafica** delle campagne di comunicazione web e social, rilascio di template grafici, content layout e navigation paths per tutti i canali che si intendono utilizzare (social media dell' Assessorato, campagna social advertising, email marketing, ecc.), declinati secondo i segmenti tematici da promuovere e le lingue dei mercati target;
- c. **piano di content marketing** a sostegno delle attività programmate per promuovere i prodotti tematici oggetto dell'affidamento, rilascio di prototipi di contenuti per il web e per i social, definizione di formati e caratteristiche, registro e stile per ciascun target/mercato dei contenuti (testuali, fotografici, video, 3D)⁴;
- d. **piano di attività di SEO** che preveda le seguenti azioni individuazione di KPI e metriche per ciascuna azione e di strumenti per misurare la web reputation; analisi delle keyword ad alto traffico e ottimizzazione in chiave SEO delle campagne già in

⁴I contenuti (testi, foto e video) da veicolare nelle campagne non sono oggetto del presente affidamento.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

essere e dei contenuti pubblicati nel portale SardegnaTurismo; creazione di una rete di link; analisi del ranking e report;

5.2.2 Piano di digital inbound marketing così declinato:

- a. definizione di strategie di **brand awareness** per i mercati individuati (Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Spagna e Svizzera) e di campagne di comunicazione sui canali web e social coerenti con la brand identity, da articolare sui segmenti 'active' di cui all'Art. 4;
- b. progettazione e implementazione di un **funnel di digital inbound marketing** che partendo dalle attività di brand awareness e brand position, attraverso azioni di content marketing e **lead generation**, porti alla creazione e all'alimentazione di un database di contatti destinatari della successiva attività di 'nurturing' mediante **direct marketing**. Il data base sarà alimentato da contatti generati on line (tramite web e social), in occasione di eventi promozionali e nell'ambito delle attività di assistenza e informazioni turistiche degli info point.

Nell'azione sono compresi:

- i. individuazione di gruppi di interesse riferibili ai segmenti 'active';
- ii. individuazione e utilizzo di potenziali '**magnet**'.

5.2.3 Pianificazione di campagne di comunicazione on e off line⁵

- a. Pianificazione delle **attività di social media marketing** (SMM): redazione del piano di sviluppo organizzativo e strategico, del disciplinare per la gestione degli account social dell'Assessorato (con social media policy esterna e interna), del piano editoriale per gli account attualmente attivi (Facebook, Twitter, Youtube, Instagram) e per eventuali nuovi che si riterrà opportuno attivare;
- b. Pianificazione e realizzazione di **campagne di social advertising⁶** nei Paese/mercato obiettivo. Le campagne dovranno essere declinate in vari messaggi (grafica/copy) per

⁵ Il linguaggio dei contenuti deve contribuire a diffondere una cultura contraria alle discriminazioni, rispettosa del genere e contrastante ogni tipo di stereotipo

⁶ La pianificazione dovrà prevedere una parte specificamente dedicata ai dispositivi mobili.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

segmenti tematici indicati e per mercati;

- c. Pianificazione di **campagne off line** a sostegno delle attività di comunicazione web e social: l'impresa affidataria dovrà pianificare le uscite sui media (stampa generalista e specializzata, radio, tv, testate web, social media, ecc.) nell'annualità 2022 per la promozione dei prodotti tematici oggetto dell'affidamento sui mercati individuati. Il budget a disposizione sarà oggetto dei tavoli di lavoro preliminari alla predisposizione del primo piano operativo (POA 1).

5.2.4 Monitoraggio e misurazione dei risultati delle attività

L'impresa affidataria, in attuazione di quanto indicato in sede di offerta tecnica, dovrà svolgere l'analisi e il monitoraggio sull'andamento delle azioni poste in essere e rilasciare i relativi report nei tempi e nei modi descritti all'Art. 8 per consentire la valutazione dell'efficacia delle azioni e attuare eventuali modifiche rispetto alla pianificazione di inizio progetto.

È richiesta anche l'analisi qualitativa e quantitativa realizzata con gli strumenti utilizzati a livello nazionale e internazionale, compreso l'utilizzo di KPI e metriche necessarie alla valutazione dell'efficacia delle azioni definite in fase di pianificazione.

Entro 30 giorni dalla data di conclusione delle attività, inoltre, è richiesta la relazione di **fine progetto**, con il dettaglio delle iniziative programmate e realizzate e i dati relativi alla misurazione dei risultati.

5.3 Centro media

Si richiede il servizio di **centro media** per la gestione delle **campagne on line** di cui ai paragrafi precedenti. Sulla base della proposta di assegnazione del budget per ciascun prodotto/mercato/canale approvato dalla Stazione appaltante, l'impresa affidataria dovrà pianificare e gestire l'acquisizione di spazi e format pubblicitari direttamente sui media web e social.

Nell'ambito del servizio si richiede il controllo della corrispondenza delle uscite pianificate, la gestione amministrativa, contabile e legale delle attività legate alla funzione del servizio di centro media, l'osservanza delle norme di tutela della privacy e della legalità dei contenuti in base ai mercati. In particolare, nel caso di campagne nei mercati esteri, l'impresa affidataria si impegna a comunicare tempestivamente eventuali restrizioni legislative in materia



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

di creatività. Eventuali dichiarazioni di assunzione di responsabilità per i contenuti delle campagne non saranno sottoscritte dalla Stazione appaltante in assenza di idonea informativa.

5.3.1 Budget

Il budget per la realizzazione delle campagne on line è pari a euro **500.000,00** (cinquecentomila/00), IVA esclusa, da considerarsi al netto dei diritti d'agenzia.

La suddivisione del budget sui mercati individuati (Italia, Francia, Germania, Regno Unito, Spagna e Svizzera) è oggetto di programmazione nell'ambito del primo piano operativo (POA 1) che l'impresa affidataria dovrà elaborare, una volta aggiudicata la procedura e a seguito dei tavoli di lavoro preliminari con la Stazione appaltante per la definizione della linea strategica da adottare in ciascun mercato individuato e i relativi investimenti.

In esecuzione del piano media l'impresa affidataria si impegna ad acquistare direttamente dai media individuati gli spazi pubblicitari occorrenti. L'acquisto dovrà avvenire al miglior prezzo nettissimo e l'importo addebitato dovrà essere al netto di ogni e qualsiasi sconto e/o bonus riconosciuto dalle concessionarie media in qualsiasi forma.

5.4 Consulenza nella gestione delle attività promozionali

Il servizio di consulenza nei confronti della Stazione appaltante consiste in attività di affiancamento e formazione a favore del personale del Servizio Marketing e Comunicazione in relazione alla gestione delle attività previste dal presente affidamento e all'utilizzo degli strumenti di monitoraggio, analisi e misurazione delle attività di comunicazione, anche mediante dashboard o piattaforme dedicate, oggetto di fornitura da parte dell'impresa affidataria.

5.4.1 Team di progetto

L'operatore economico dovrà dichiarare nella Domanda di partecipazione alla manifestazione di interesse e comprovare in sede di offerta tecnica della procedura negoziata successiva, di avvalersi, nel corso dell'intera durata del contratto, di un **team di progetto** in grado di supportare la realizzazione e la gestione delle attività oggetto dell'affidamento, composto da un minimo 3 (tre) figure specializzate nell'ambito del digital marketing e comunicazione. L'operatore economico dovrà, altresì, indicare il responsabile del team



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

individuandolo tra i componenti dello stesso o affidandone il ruolo a un profilo professionale esterno al team⁷.

Il **responsabile del team** deve possedere adeguati titoli ed esperienza professionale altamente qualificata nell'area del digital marketing, comunicazione e del management, da comprovare con autocertificazione e curriculum vitae in sede di offerta tecnica della procedura negoziata successiva.

Il responsabile del team è il garante dei risultati delle singole azioni previste dal presente Capitolato tecnico e dovrà:

- coordinare le azioni di comunicazione e marketing
- garantire la qualità dei servizi resi e il puntuale avanzamento delle attività previste dai piani operativi, come descritti all'Art.8;
- tenere rapporti costanti e diretti con la Stazione appaltante e fungere da interfaccia dell'impresa affidataria;
- sovrintendere alla gestione tecnica e organizzativa delle attività di supporto, affiancamento e formazione;
- richiedere incontri e/o concordare riunioni di lavoro.

Gli **incontri** di lavoro tra il responsabile team di progetto e il personale del Servizio Marketing e Comunicazione potranno essere convocati su richiesta di entrambe le parti con un preavviso, anche a mezzo mail, di almeno due giorni, in caso di riunione in remoto; di cinque giorni in caso di riunione in presenza.

Il Servizio si riserva la facoltà di richiedere la partecipazione, in presenza o in remoto, di uno o più componenti del team senza che ciò comporti alcun aggravio in termini di costi.

Nella sezione apposita nella Domanda di partecipazione - Allegato 1 gli operatori economici interessati dovranno riportare nomi, ruolo (se componente o responsabile), grado di istruzione, titoli, certificazioni ed esperienze professionali attinenti ai servizi richiesti (con date di inizio e fine) di ciascun componente.

⁷ A titolo di esempio, potrebbe ricoprire il ruolo anche il titolare dell'impresa, se in possesso dei requisiti richiesti.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

In sede di 'offerta tecnica' della RdO, dovranno **comprovare** le dichiarate competenze e le esperienze dei componenti del team - compreso il livello senior del responsabile - mediante curriculum vitae e attestazioni redatte singolarmente da ciascuno dei componenti, in conformità al modello che verrà reso disponibile in piattaforma dalla Stazione appaltante.

Il livello dei profili professionali che compongono il team di progetto è oggetto di valutazione in fase di 'offerta tecnica' della successiva procedura negoziata.

I punteggi da assegnare al team di progetto terranno conto di:

- gradi di istruzione e titoli (come da curriculum vitae di ogni componente del team);
- certificazioni di cui all'Art. 3, con premialità crescenti a seconda del numero di certificazioni possedute dai singoli componenti;
- numero, consistenza e durata delle esperienze maturate nell'ambito delle aree professionali in cui ricadono le attività previste dal Capitolato tecnico
- competenze specifiche del responsabile del team.

L'eventuale sostituzione di uno dei componenti del team indicati dall'impresa affidataria deve essere comunicata con un preavviso di 10 (dieci) giorni con relativa comunicazione di nominativo, curriculum vitae del sostituto, autocertificazione della competenze ed esperienze e dei requisiti come richiesti dal Capitolato.

La Stazione appaltante potrà rifiutare le candidature proposte dall'impresa affidataria nel caso in cui rilevi la mancanza dei requisiti. Inoltre potrà, con adeguata motivazione, richiedere l'esclusione di uno o più componenti del team di progetto, qualora ne rilevasse palesi carenze nel corso delle attività oggetto dell'affidamento.

In sede di offerta tecnica della successiva RdO, inoltre, saranno valutate: la composizione numerica del team, la chiarezza nella descrizione delle attività cui sarà destinato, l'integrazione tra le varie professionalità nell'ambito delle mansioni di ciascuno, il livello di esperienza nel campo del digital marketing e della comunicazione, nel suo complesso e in campo turistico.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

5.4.2 Affiancamento

Il team di progetto dovrà affiancare il personale dell'Amministrazione regionale o esterno indicato dalla Stazione appaltante, in numero non superiore a 5 (cinque) persone, nella realizzazione e gestione delle attività previste dal presente Capitolato tecnico (cfr. par. 5.1, 5.2 e 5.3). durante l'intero corso delle attività.

Il numero delle ore destinate all'affiancamento per l'intera durata dell'affidamento sono **80**, da svolgersi almeno nella misura del 50% in presenza.

In sede di offerta tecnica, gli operatori economici dovranno indicare nella descrizione dei servizi i curriculum professionali dei tutor, se esterni al team di progetto, e la maggiore percentuale di ore destinate all'attività in presenza che si intendono offrire e che saranno oggetto di premialità scalare come da griglia di valutazione. La descrizione dell'attività di affiancamento in modalità webinar e in presenza, secondo quanto offerto in sede di gara, è quantificata e rendicontata all'interno dei POA.

5.4.3 Formazione

L'impresa affidataria dovrà garantire la formazione specialistica e qualificata a favore del personale della Stazione appaltante in competenze tecniche (da livello elementare e medio) necessarie per la gestione delle attività oggetto del bando.

In sede di offerta tecnica, gli operatori economici invitati alla procedura negoziata, dovranno specificare l'articolazione dei moduli formativi, argomenti, percentuale di ore di lezione in presenza e in modalità webinar.

Si precisa che alla formazione via webinar può essere destinato sino a un **massimo del 30%** delle ore totali, mentre il 70% dell'attività formativa dovrà svolgersi in presenza.

Una volta affidato il servizio, l'impresa affidataria dovrà predisporre e presentare, secondo le scadenze dei POA descritte all'Art. 8, i **piani di formazione** in favore di un numero non superiore a 10 (dieci) persone dell'Amministrazione regionale. I piani di formazione dovranno essere articolati in **cinque moduli da dieci ore**, ciascuno dedicato a un tema afferente alle materie oggetto dell'affidamento, per un totale di **50** (cinquanta) ore di



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

formazione. Altresì, dovrà indicare nel documento programmatico POA 1 i nomi e i curriculum vitae dei tutor di riferimento.

Il calendario e l'articolazione dei moduli formativi saranno oggetto dei tavoli di lavoro preliminari tra la Stazione appaltante e l'impresa affidataria.

Si specifica che le attività di affiancamento e di formazione in presenza si intendono da svolgere nella sede dell'Assessorato, nel rispetto delle norme previste dall'emergenza sanitaria in atto.

5.4.4 Strumenti

L'impresa affidataria dovrà fornire:

- un **repository**, sulla base delle policy definite tra le parti in sede di tavoli preliminari, per la condivisione dei piani operativi, dei report di monitoraggio, dei documenti di analisi, dei programmi di affiancamento e formazione e del materiale didattico;
- una **piattaforma gestionale e/o dashboard di amministrazione** per il monitoraggio delle attività previste dal presente Capitolato, il cui utilizzo è oggetto di formazione a favore del personale indicato dal Servizio Marketing e Comunicazione.
- la Stazione appaltante potrà richiedere la realizzazione di **ulteriori servizi e forniture** non esplicitamente previsti purché coerenti e in linea con l'oggetto dell'affidamento.

Articolo 6. Durata dei servizi

La durata complessiva del contratto stipulato con l'impresa affidataria è di **12 mesi** dalla data di esecutività del contratto stesso. L'esecutività del contratto è subordinata alla registrazione del relativo impegno contabile da parte del competente Servizio della Direzione Generale dei Servizi finanziari.

Il monitoraggio delle attività implementate e la misurazione dei risultati (come descritti all'Art. 8) devono accompagnare il processo di esecuzione delle attività stesse previste dal presente Capitolato tecnico per l'intera durata del contratto.

Non è previsto il rinnovo tacito.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

Articolo 7. Valore dei servizi richiesti

L'importo totale dei servizi oggetto del presente affidamento è pari a **140.000,00** (centoquarantamila/00), oltre IVA.

- ❖ In sede di offerta economica, l'importo a base d'asta, su cui effettuare il ribasso è di euro **130.000,00** (centotrentamila/00), oltre IVA, e riguarda le due linee di attività di seguito specificate:
 - per la realizzazione delle attività di analisi e monitoraggio, ideazione e pianificazione di campagne promozionali, pubblicitarie e di digital marketing l'importo a base d'asta è di **euro 90.000,00** (novantamila/00), oltre l'IVA;
 - per la realizzazione dei servizi di consulenza, in termini di affiancamento e formazione a favore del personale del Servizio Marketing e Comunicazione, l'importo a base d'asta è di **euro 40.000,00** (quarantamila/00), oltre l'IVA;

Il corrispettivo si intende comprensivo di tutto quanto dovuto per l'esecuzione del contratto, a titolo esemplificativo e non esaustivo: spese generali ed eventuali trasporti per presenziare alle convocazioni presso la sede dell'Assessorato, per svolgere le attività di affiancamento e formazione come previste dal presente Capitolato tecnico e per gli oneri e i costi derivanti dalla gestione amministrativa dell'affidamento e dalla necessaria adozione di misure eccezionali o impreviste per l'esecuzione della prestazione.

- ❖ Per l'attività di **media center** il compenso minimo garantito è di euro **10.000,00** (diecimila/00), oltre IVA.

Oltre al compenso garantito alla società affidataria saranno riconosciuti i **diritti di agenzia** relativi all'attività, stabiliti nel valore del **6%** sul fatturato derivato dall'acquisizione degli spazi sui media online.

Il budget per la realizzazione e gestione delle campagne on line attraverso il media center, è pari a euro **500.000,00** (cinquecentomila/00), oltre IVA.

Articolo 8. Modalità e tempistiche operative

L'impresa affidataria si impegna a restituire servizi aderenti alle specifiche contenute nel

17/30



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

presente Capitolato tecnico, coerenti con le modalità indicate in questo articolo e con le indicazioni fornite dalla Stazione appaltante nel corso delle riunioni di progetto.

Altresì, l'impresa affidataria si impegna a concordare preventivamente con la Stazione appaltante, in presenza o via email, il rilascio dei piani operativi delle attività (POA) di seguito esplicitati. Ciascun POA dovrà essere approvato con comunicazione PEC da parte del Servizio Comunicazione e Marketing, che provvederà ad autorizzare l'emissione della fattura riferita a ciascuno SAL e alla sua successiva liquidazione, compreso il SAL finale.

L'impresa affidataria potrà proporre eventuali rimodulazioni del piano delle attività che dovessero rendersi necessari per cause non previste o al verificarsi di condizioni tecniche o di contesto che dovessero influire sull'esecuzione delle attività. Le eventuali modifiche o rimodulazioni del piano delle attività dovranno essere formalmente approvate dalla Stazione appaltante.

Di seguito tempistiche di realizzazione e contenuti dei piani operativi:

- ❖ L'impresa affidataria si impegna a presentare via PEC **entro 30 (trenta) giorni** dalla data di esecutività del contratto il primo piano operativo delle attività (POA 1), che dovrà contenere:
 - metodologia e modalità organizzative del team di progetto, inclusa conferma, coerentemente con l'offerta tecnica presentata, dell'elenco dei componenti e del responsabile o di eventuali sostituzioni da sottoporre ad approvazione della Stazione appaltante;
 - monitoraggio del contesto competitivo (di cui al par. 5.1);
 - analisi dell'attuale utilizzo dei canali social in uso da parte dell'Assessorato e piano di sviluppo dell'attività con indicazione di obiettivi, strumenti e risorse (di cui al par. 5.2.3);
 - proposte di concept, messaggi e creatività grafica per il web (di cui al par. 5.2.1);
 - proposte di piano content e attività SEO (di cui al par. 5.2.1);
 - programma di suddivisione del budget sui vari mercati individuati;
 - primo piano media delle campagne di ADV web e social per i due mesi successivi con relativo piano acquisti degli spazi sulle piattaforme web e social;

18/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

- piano di formazione: organizzazione e gestione, profili dei tutor e articolazione programma, rilevazione del grado di competenze e delle esigenze formative;
 - modulo 1 di formazione per i successivi due mesi;
 - fornitura di una repository per la condivisione dei documenti (di cui al par. 5.3.5).
 - fornitura di una dashboard per il monitoraggio dei risultati delle campagne (di cui al par. 5.3.3).
- ❖ **Alla scadenza dei 90 (novanta) giorni** dalla data di esecutività del contratto, l'impresa affidataria dovrà presentare via PEC il secondo piano operativo (POA 2), che dovrà contenere:
- definizione del piano editoriale di SMM per i canali social dell'Assessorato;
 - definizione del disciplinare per la gestione degli account social dell'Assessorato (con social media policy esterna e interna);
 - secondo piano media delle campagne di ADV web e social per i tre mesi successivi con relativo piano acquisti degli spazi sulle piattaforme web e social;
 - documenti contabili e giustificativi relativi alla realizzazione del primo piano media (POA1);
 - proposte di concept per campagna di comunicazione sui media tradizionali da pianificare per i successivi 6 mesi con focus sul segmento active
 - primo report di monitoraggio dei risultati delle campagne di social advertising, di lead generation e inbound marketing relativo ai primi due mesi di attività;
 - linee guida per l'interazione con l'utenza dei canali web e social e nei punti di accoglienza e informazione turistica (infopoint aeroportuali, front desk di fiere ed eventi promozionali programmati in Italia e all'estero, ecc.);
 - analisi sui risultati del modulo 1 di formazione in favore del personale della Stazione appaltante e proposta del modulo 2 per i successivi 3 (tre) mesi.
 - rendiconto dell'attività di affiancamento, numero di ore in presenza e in remoto;
- ❖ **Alla scadenza dei 6 (sei) mesi** dalla data di esecutività del contratto, l'impresa affidataria dovrà presentare via PEC un terzo piano operativo (POA 3), contenente:
- terzo piano media delle campagne di ADV web e social per i tre mesi

19/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

- successivi con relativo piano acquisti degli spazi sulle piattaforme web e social;
- documenti contabili e giustificativi relativi alla realizzazione del secondo piano media (POA2)
- secondo report di monitoraggio delle campagne social ADV e dei risultati dell'attività di lead generation e inbound marketing relativo ai primi 5 (cinque) mesi di attività;
- analisi sui risultati del modulo 2 di formazione in favore del personale della Stazione appaltante e proposta del modulo 3 per i successivi (tre) mesi.
- rendiconto dell'attività di affiancamento, numero di ore in presenza e in remoto;
- ❖ **Alla scadenza dei 9 (nove) mesi** dalla data di esecutività del contratto, l'impresa affidataria dovrà presentare in allegato via PEC un quarto piano operativo (POA 4), contenente:
 - quarta piano media delle campagne di ADV web e social per i tre mesi successivi con relativa pianificazione degli acquisti degli spazi sulle piattaforme web e social;
 - documenti contabili e giustificativi relativi alla realizzazione del terzo piano media (POA 3);
 - definizione del piano di uscite sui media tradizionali per i successivi tre mesi;
 - terzo report di monitoraggio dei risultati delle campagne social, dell'attività di lead generation e inbound marketing;
 - analisi sui risultati del modulo 3 di formazione in favore del personale della Stazione appaltante e proposta dei moduli 4 e 5 per i successivi 3 (tre) mesi.
 - rendiconto dell'attività di affiancamento, numero di ore in presenza e in remoto;
- ❖ **Alla scadenza dei 12 (dodici) mesi** dalla data di esecutività del contratto, l'impresa affidataria dovrà presentare via PEC:
 - documenti contabili e giustificativi relativi alla realizzazione del terzo piano media (POA2);
 - quarto report di monitoraggio dei risultati delle campagne social, dell'attività di lead generation e inbound marketing;
 - analisi sui risultati del modulo 4 e 5 di formazione;

20/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

- rendiconto dell'attività di affiancamento, numero di ore in presenza e in remoto;
- ❖ **30 (trenta) giorni dopo la conclusione della fornitura dei servizi** oggetto dell'affidamento, l'impresa affidataria dovrà consegnare alla Stazione appaltante, caricandoli sulla repository, i file sorgente dei prodotti derivanti dall'affidamento (layout grafici, creatività e quant'altro prodotto in esecuzione dei servizi), nonché le relative licenze d'uso (cfr. Art.12). Inoltre dovrà presentare in allegato via PEC i report finali su:
 - monitoraggio e analisi dei risultati della campagna di social media marketing e di social media advertising;
 - monitoraggio e analisi dei risultati delle attività di digital inbound marketing;
 - monitoraggio e analisi dei risultati delle campagne off line;
 - attività di formazione a favore del personale della Stazione appaltante;

La fase finale di realizzazione delle attività dovrà essere garantita nel pieno rispetto dei tempi sopra indicati, a meno di eventuali diversi accordi con la Stazione appaltante.

Nel calcolo dei tempi di consegna dei POA sopra descritti non saranno computati i periodi in cui:

- il fornitore è impossibilitato a proseguire le attività in quanto in attesa di altre azioni propedeutiche o di un riscontro da parte della Stazione appaltante. Resta inteso che l'impresa affidataria debba rimuovere tempestivamente le cause ostative che bloccano l'esecuzione delle attività;
- l'attività può essere sospesa su indicazione della Stazione appaltante per proprie esigenze interne o per accordi presi con l'impresa affidataria.

Articolo 9. Corrispettivi e condizioni di fatturazione

I servizi resi saranno rendicontati dall'impresa affidataria secondo **5 (cinque) stadi intermedi** di avanzamento (SAL 1 dopo trenta giorni, SAL 2 dopo 90 giorni, SAL 3 al sesto mese, SAL 4 al nono mese, SAL 5 al dodicesimo mese) e da un **SAL finale** 30 giorni dopo la data di scadenza del contratto. Potranno essere rendicontate le prestazioni completate sulla



REGIONE AUTÓNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

base delle disposizioni ricevute dalla Stazione appaltante, nel rispetto di quanto previsto dal presente Capitolato.

Ai SAL saranno associati anche i pagamenti relativi all'attività di media center, previa presentazione, nell'ambito della documentazione prevista nei SAL, anche dei documenti contabili e giustificativi relativi all'acquisizione degli spazi sui media utilizzati per le campagne di comunicazione.

Gli stadi di avanzamento, come descritti nel dettaglio all'Art. 8, sono:

- ❖ **SAL 1:** previa approvazione delle attività svolte nell'ambito del POA 1 e autorizzazione da parte della Stazione appaltante, potrà essere emessa una fattura dell'importo pari alla somma di:
 - **20%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di monitoraggio e pianificazione di attività di digital marketing;
 - **20%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di consulenza in termini di affiancamento e formazione;
 - compenso minimo garantito di euro **10.000,00 (diecimila/00)**, oltre IVA, per l'attività di media center;
- ❖ **SAL 2:** previa approvazione delle attività svolte nell'ambito del POA 2 e dei giustificativi relativi all'acquisizione degli spazi sui media da parte della Stazione appaltante, potrà essere emessa una fattura dell'importo pari alla somma di:
 - **30%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di monitoraggio e pianificazione di attività di digital marketing;
 - **30%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di consulenza in termini di affiancamento e formazione;
 - importi fatturati per l'acquisizione di spazi pubblicitari delle campagne ADV attivate compresi, IVA e diritti d'agenzia (fee);
- ❖ **SAL 3:** previa approvazione delle attività svolte nell'ambito del POA 3 e dei giustificativi relativi all'acquisizione degli spazi sui media da parte della Stazione appaltante, potrà essere emessa una fattura dell'importo pari alla somma di:
 - **10%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di monitoraggio e pianificazione di attività di digital marketing;

22/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

- **10%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di consulenza in termini di affiancamento e formazione;
- importi fatturati per l'acquisizione di spazi pubblicitari delle campagne ADV attivate compresi, IVA e diritti d'agenzia (fee);
- ❖ **SAL 4:** previa approvazione delle attività svolte nell'ambito del POA 4 e dei giustificativi relativi all'acquisizione degli spazi sui media da parte della Stazione appaltante, potrà essere emessa una fattura dell'importo pari alla somma di:
 - **10%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di monitoraggio e pianificazione di attività di digital marketing;
 - **10%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di consulenza in termini di affiancamento e formazione;
 - importi fatturati per l'acquisizione di spazi pubblicitari delle campagne ADV attivate compresi i diritti d'agenzia (fee);
- ❖ **SAL 5:** previa approvazione delle attività svolte nell'ambito del POA 5 e dei giustificativi relativi all'acquisizione degli spazi sui media da parte della Stazione appaltante, potrà essere emessa una fattura dell'importo pari alla somma di:
 - **10%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di monitoraggio e pianificazione di attività di digital marketing;
 - **10%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di consulenza in termini di affiancamento e formazione;
 - importi fatturati per l'acquisizione di spazi pubblicitari delle campagne ADV attivate compresi i diritti d'agenzia (fee);
- ❖ **SAL finale:** previa approvazione dei report finali delle attività svolte e autorizzazione da parte della Stazione appaltante, potrà essere emessa una fattura dell'importo pari a:
 - **20%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di monitoraggio e pianificazione di attività di digital marketing;
 - **20%**, oltre IVA, del valore della linea di attività di consulenza in termini di affiancamento e formazione;
 - svincolo della somma delle ritenute d'acconto, ai sensi dell'art. dell'art. 30, comma 5-bis del D.Lgs n° 50/2016 ss.mm.ii., delle sette precedenti fatture;

23/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

Le fatture dovranno indicare, in un unico documento, in maniera distinta, le voci per:

a) importo d'acquisto degli spazi pubblicitari e riferimento all'ordine di fornitura con il quale è stato confermato l'acquisto degli spazi, cui dovranno essere allegati copie delle fatture rilasciate dalle piattaforme web e dei social media e documentazione giustificativa relativa all'acquisto stesso;

b) importo del fee d'agenzia;

c) importi dei servizi di monitoraggio e pianificazione delle attività di comunicazione;

d) importi dei servizi di consulenza in termini di affiancamento e formazione;

e) importo relativo al compenso minimo per le attività di media center (solo per la fattura relativa al SAL 1);

f) ritenuta d'acconto dello 0,50%, ai sensi dell'art. dell'art. 30, comma 5-bis del D.Lgs n° 50/2016 ss.mm.ii.;

g) IVA di legge;

Secondo quanto previsto dal D.Lgs. n° 231/2002 art.4, c.4, le fatture emesse dall'impresa affidataria, previa attestazione della regolarità dei servizi resi e autorizzazione all'emissione da parte della Stazione appaltante, verranno pagate **entro 30 giorni** dalla data di presentazione.

Ai sensi dell'art. 3 comma 7 della L.136/2010, il fornitore dovrà comunicare gli estremi identificativi del c/c dedicato, anche in via non esclusiva, alle commesse pubbliche nonché le generalità e il CF delle persone delegate ad operare su di esso. Il fornitore dovrà altresì assolvere a tutti gli obblighi previsti dall'art. 3 della L.136/2010 al fine di assicurare la tracciabilità dei movimenti finanziari relativi all'appalto; qualora non assolva a detti obblighi, il contratto si risolverà di diritto ai sensi del comma 8 del medesimo art. 3 della L. 136/2010.

Articolo 10. Tutela dei lavoratori

L'impresa affidataria è tenuta ad osservare le norme e prescrizioni delle leggi e dei

24/30



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

regolamenti in materia di tutela, sicurezza e salute, assicurazione, previdenza e assistenza dei lavoratori, assolvendo agli obblighi previdenziali, assicurativi e fiscali nei confronti degli Enti preposti.

10.1 Condizioni economico-normative per personale dipendente e soci lavoratori

L'impresa affidataria deve, assumendo a proprio carico tutti gli oneri relativi, compresi quelli assicurativi e previdenziali, ottemperare nei confronti del proprio personale dipendente a tutti gli obblighi, nessuno escluso, derivanti da disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative in materia di lavoro e di assicurazioni sociali, nonché da contratti collettivi di lavoro.

L'impresa affidataria deve, inoltre, applicare, nei confronti del personale dipendente, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro applicabili alla categoria e nella località in cui si svolgono le prestazioni oggetto di appalto e, in genere, da ogni altro contratto collettivo, successivamente stipulato per la categoria, applicabile nella località; ciò anche nel caso che l'impresa affidataria non sia aderente alle associazioni stipulanti o comunque non sia più ad esse associata.

10.2 Sicurezza

L'impresa affidataria s'impegna a ottemperare verso i propri dipendenti e/o collaboratori a tutti gli obblighi derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di igiene e sicurezza sul lavoro, nonché di prevenzione e disciplina antinfortunistica, assumendo a proprio carico tutti i relativi oneri. In particolare si impegna a rispettare e a fare rispettare al proprio personale nell'esecuzione delle obbligazioni contrattuali tutte le norme e gli adempimenti di cui al decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81 e s.m..

L'impresa affidataria s'impegna ad adottare tutti i mezzi ritenuti necessari a garantire una perfetta rispondenza alle vigenti disposizioni igienico-sanitarie previste per lo svolgimento del servizio oggetto del presente capitolato.



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

Articolo 11. Pari opportunità e sostenibilità

11.1 Pari opportunità e linguaggio di genere

La società affidataria si impegna a rispettare le pari opportunità di genere, in base alla normativa in materia antidiscriminatoria, il Codice delle Pari Opportunità, D. Lgs. 198/2006, la Direttiva 2002/73/CE in materia di “parità di trattamento tra gli uomini e le donne, (...)” e la Direttiva 2006/54/CE “Attuazione del principio delle pari opportunità e della parità di trattamento fra uomini e donne in materia di occupazione e impiego”.

Altresì, l’impresa affidataria si impegna ad adottare il linguaggio di genere nella comunicazione, contrario alle discriminazioni e capace di dare valore alle differenze sociali e culturali.

La società affidataria, infine, assicura che verranno adottati nel quadro delle attività della comunicazione, processi (pianificazione e gestione delle campagne), prodotti (immagini e linguaggio) e comunicazione (tipologia, canale etc.) rispettosi del genere e contrastanti ogni tipo di stereotipo, soprattutto nell’ambito lavorativo.

11.2 Sostenibilità

Nell’esecuzione dei servizi la società affidataria si impegna a rispettare le norme che regolano la riduzione di impatto ambientale e favoriscono la sostenibilità ambientale e la fruizione ecocompatibile, sostenendo interventi di valorizzazione e promozione del territorio coerenti con gli obiettivi della Strategia di specializzazione intelligente (S3) della Regione Sardegna.

Articolo 12. Trattamenti dati

Date le caratteristiche dell’affidamento, in particolare per quanto concerne i servizi richiesti nell’ambito del digital inbound marketing (rif. par. 5.2.2) - attività che prevede la generazione di contatti e la creazione di un data base utile all’attività di email marketing - la società affidataria assume, insieme alla RAS, il ruolo di contitolare dei dati personali, pertanto, ai sensi dell’articolo 26 (‘Contitolari del trattamento’) del Regolamento (UE) n. 2016/679, la



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO

Stazione appaltante richiederà, all'atto della stipula del contratto, la sottoscrizione di un modello di 'Accordo interno tra contitolari per il trattamento dei dati personali'.

Articolo 13. Copyright e proprietà intellettuale

La documentazione prodotta dall'impresa affidataria durante l'esecuzione dell'appalto (studi e analisi di mercato, contenuti intermedi e finali, materiali didattici, compresa le piattaforme di dashboard e repository) resterà di piena ed esclusiva proprietà dell'Assessorato del Turismo, Artigianato e Commercio, che ne ha richiesto la produzione tramite il presente Capitolato, e potrà essere pubblicata, rilasciata e diffusa in piena discrezionalità dall'Amministrazione regionale e potrà essere ceduta anche ad altri organismi facenti parte del sistema regionale.

Nell'ambito della realizzazione del piano di comunicazione da parte dell'impresa affidataria, la Stazione appaltante acquisisce la proprietà piena ed esclusiva di tutte le opere realizzate - quali, a mero titolo esemplificativo, testi, lavori artistici o fotografici, claim, immagini -, e di tutti i diritti che ne derivano, nessuno escluso o eccettuato, nonché la piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla riproduzione e al riutilizzo delle opere previste dal presente affidamento, indipendentemente dalla proteggibilità di tali opere in base alle norme che regolano il diritto d'autore.

L'impresa affidataria riconosce alla Stazione appaltante, in qualità di editore delle opere, il diritto alla tutela, utilizzazione, traduzione e sfruttamento economico di tutto il materiale prodotto per le campagne di comunicazione inerenti il contratto. Tale diritto si intende esteso anche ai materiali che dovessero essere rielaborati dalla Stazione appaltante per eventuali attività non contemplate dal presente Capitolato.

La Stazione appaltante sarà pertanto libera di utilizzare e disporre direttamente o indirettamente di tali opere sia durante che dopo l'esecuzione del presente rapporto contrattuale, nonché cederne l'utilizzo ad altri organismi e di apportare ad esse qualsiasi modifica, variazione o aggiunta, senza che l'affidatario possa vantare alcun diritto o pretesa.

L'impresa affidataria assume la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti di terzi



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

che dovessero rivendicare, su parti e/o elementi del progetto, diritti d'autore e/o brevetti.

L'impresa affidataria stessa non potrà utilizzare per sé, in misura anche parziale e senza il preventivo assenso scritto della Stazione appaltante, contenuti, documenti, dati e informazioni relativi alle attività oggetto di contratto, né fornirli o cederli a terzi.

L'impresa affidataria, infine, ha l'obbligo di tenere indenne la Stazione appaltante da ogni pretesa da chiunque azionata, nonché da tutti i costi, le spese o responsabilità relativi, ivi comprese le spese legali eventualmente conseguenti, per la violazione di diritti d'autore, di marchio o brevetto, comunque connesse alle prestazioni contrattuali.

Articolo 14. Penalità e recesso dal contratto

L'impresa affidataria è tenuta a seguire le istruzioni e le direttive fornite per l'esecuzione del contratto da parte della Stazione appaltante, che si riserva il diritto di verificare in ogni momento l'esecuzione delle prestazioni contrattuali. A tal fine, l'impresa affidataria, per quanto di sua competenza, si impegna a prestare piena collaborazione per rendere possibile dette attività di verifica.

Qualora la Stazione appaltante riscontri eventuali 'non conformità' rispetto agli obblighi contrattuali, fatta salva la richiesta di risarcimento dell'eventuale maggior danno subito, potrà applicare penali.

Il mancato rispetto di ogni singolo POA, come descritti all'Art. 8, dovrà essere comunicato via PEC dalla Stazione appaltante, evidenziando le azioni correttive necessarie. All'impresa è concesso un termine di 10 giorni solari per controdedurre in forma scritta; trascorso tale termine, ove non venga apportata alcuna azione correttiva richiesta o adottata alcuna giustificazione, potrà essere applicata la penale.

Inoltre, anche qualora l'azione correttiva o la giustificazione, a insindacabile giudizio della Stazione appaltante, non vengano riconosciute sufficienti, potrà essere applicata la penale.

Gli importi delle penalità non potranno superare complessivamente il 10% dell'importo



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

contrattuale e saranno trattenuti, di preferenza, sul primo mandato di pagamento utile.

L'Assessorato si riserva inoltre la facoltà di recedere dal contratto qualora uno o più documenti di cui all'Art. 8 non vengano presentati, indipendentemente dalle penalità da applicare e fatta salva ogni tutela e facoltà prevista per legge.

Articolo 15. Conoscenza delle condizioni e revisione prezzi

L'assunzione della fornitura di servizi di cui al presente Capitolato implica da parte dell'impresa affidataria la conoscenza perfetta non solo di tutte le norme generali e particolari che lo regolano, ma anche di tutte le condizioni locali, fatti e circostanze che possano influire in generale sulla convenienza di assumere l'affidamento.

Resta pertanto convenuto che il servizio si intenderà assunto dall'impresa affidataria a suo esclusivo rischio in base ai propri calcoli di convenienza e opportunità e con implicita rinuncia ad ogni rivalsa per caso fortuito o di qualsiasi altra circostanza che possa verificarsi dopo l'affidamento.

Articolo 16. Divieto di sospensione dei servizi

L'impresa affidataria non può sospendere i servizi forniti in seguito a decisione unilaterale, nemmeno nel caso in cui siano in atto controversie con la Stazione Appaltante.

L'eventuale sospensione dei servizi per decisione unilaterale dell'impresa affidataria costituisce inadempienza contrattuale e conseguente causa di risoluzione del contratto per colpa. In tal caso la Stazione appaltante procederà all'incameramento della garanzia definitiva, fatta comunque salva la facoltà di procedere nei confronti dell'impresa affidataria per tutti gli oneri conseguenti e derivanti dalla risoluzione contrattuale, compresi i maggiori oneri eventualmente sostenuti dalla Stazione appaltante e conseguenti a quelli derivanti dalla stipula di un nuovo rapporto contrattuale.

Articolo 17. Esonero responsabilità

La Stazione appaltante è esonerata da qualsiasi responsabilità derivante da rapporti



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

**ASSESSORADU DE SU TURISMU, ARTESANIA E CUMMÈRTZIU
ASSESSORATO DEL TURISMO, ARTIGIANATO E COMMERCIO**

instaurati a qualsiasi titolo dal fornitore con terzi in dipendenza delle attività connesse con l'espletamento del presente appalto.

L'impresa affidataria si impegna a manlevare e tenere indenne la RAS da qualsivoglia eventuale pretesa di terzi, garantisce inoltre che nell'ambito della fornitura di servizi non sarà violato alcun diritto di terzi (a titolo esemplificativo e non esaustivo diritti d'autore, diritti su segni distintivi, marchi e brevetti, diritti di proprietà, ecc.) ed è il garante unico della corretta modalità di raccolta informata dei dati sensibili e del loro utilizzo.

Il Direttore del Servizio
Marketing e Comunicazione