

Indagine di mercato volta all'individuazione di operatori economici da invitare nell'ambito di una procedura negoziata ai sensi dell'art. 50 c.1 lett.e) del D.Lgs. 36/2023 avente ad oggetto il servizio di comunicazione per la destinazione Trieste (attività di ufficio stampa regionale e nazionale, servizio di redazione e gestione del sito web della destinazione e relativi profili social.)

AVVISO – indagine di mercato/capitolato speciale d'appalto

ART. 1. STAZIONE APPALTANTE

PromoTurismoFVG

Sede legale: Via Locchi, 19 – 34123 Trieste

Direzione generale e Amministrazione: Via della vecchia filatura 10/1 – 33035 Torreano di Martignacco (UD)

Cod.Fisc. e Reg. Impr. Trieste n. 01218220323 - P. IVA IT01218220323

tel. +39 0431 387111 fax +39 0431 387199

info@promoturismo.fvg.it - www.promoturismo.fvg.it - PEC promoturismo.fvg@certregione.fvg.it

ART. 2 – OGGETTO DELLA PROCEDURA

Con il presente avviso, PromoTurismoFVG intende sviluppare, nel rispetto dei principi di trasparenza, rotazione, parità di trattamento, un'indagine di mercato finalizzata all'individuazione dei soggetti da invitare nell'ambito di una procedura negoziata per l'affidamento del servizio di comunicazione per la destinazione Trieste (attività di ufficio stampa regionale e nazionale, servizio di redazione e gestione del sito web della destinazione e relativi profili social.)

ART. 3 – SPECIFICHE TECNICHE DEL SERVIZIO

Il servizio ha per oggetto l'organizzazione delle attività di comunicazione della destinazione Trieste dalla firma dell'affidamento per 12 mesi con possibilità di rinnovo per altri 12 mesi a supporto delle attività legate al progetto imposta di soggiorno del Comune di Trieste e al progetto Convention&Visitors Bureau (CVB) della città.

Il servizio è suddiviso nei seguenti lotti:

- Lotto 1) attività di ufficio stampa regionale e nazionale
- Lotto 2) gestione e redazione del sito web della destinazione e relativi profili social e della manutenzione e gestione piattaforma

La destinazione turistica di Trieste si posiziona o intende posizionarsi a livello nazionale come meta:

- *leisure* nel concetto più ampio del termine ma con particolare attenzione ai segmenti indicati come prioritari dalle linee strategiche del turismo regionale e nello specifico cultura, outdoor, enogastronomia e mare;

- di eventi di rilievo pianificati nel corso dell'anno, di cui alcuni consolidati, altri da posizionare o ancora da inserire a palinsesto. A titolo esemplificativo e non esaustivo: grandi mostre, Trieste Estate, Barcolana, Natale e Capodanno, Carnevale, ecc.
- congressuale in grado di accogliere l'organizzazione di un numero di eventi di alto standard per il settore Mice e Wedding, in riferimento anche al progetto Trieste CVB.

Le attività oggetto di retribuzione saranno da valutare e tracciare non esclusivamente entro la stagione 2025/2026 ma in un arco temporale più ampio, nel momento in cui un risultato media sia pubblicato successivamente alla data di chiusura contratto.

Prestazioni richieste e modalità di esecuzione del servizio

Il servizio oggetto dell'indagine di mercato consiste nell'organizzazione e nell'espletamento di tutte le attività di comunicazione tese:

- a incrementare la notorietà e l'attrattività di Trieste soprattutto nei cosiddetti "mesi spalla" (novembre – marzo) per favorire la destagionalizzazione;
- alla valorizzazione del territorio, dei prodotti turistici, congressuali e degli eventi di Trieste;
- al potenziamento promozionale delle offerte turistiche della località e in speciali occasioni che si verificheranno nel corso dell'anno (ad esempio in occasione di eventi, mostre, concerti e convegni);
- alla veicolazione di messaggi coerenti con la strategia turistica dell'Ente di promozione turistica regionale, del Tavolo Tecnico dell'Imposta di Soggiorno e relativi enti coinvolti nella promozione e commercializzazione della località;
- alla produzione della rassegna stampa generata dai risultati media a cadenza fissa da definire e dei report sull'andamento e gestione dei canali web e social.

Per l'espletamento del servizio l'Affidatario dovrà disporre di una dotazione organica avente una consistenza tale da assicurare un'alta qualità nell'espletamento del servizio.

L'Ente richiede di potersi interfacciare con due responsabili di progetto entrambi con competenze sui 3 macro ambiti del servizio in oggetto (ufficio stampa, gestione sito web e profili social) che rappresenteranno gli account di riferimento non intercambiabili nel corso del contratto.

La dotazione organica dovrà possedere:

- Esperienza professionale pluriennale dimostrata e certificata per le attività richieste (ufficio stampa turistico regionale, nazionale ed eventualmente internazionale; redazione/gestione siti web e profili social). Costituirà titolo preferenziale l'iscrizione all'albo dei giornalisti e la formazione come SMM degli account di riferimento;
- Esperienza professionale pluriennale per la comunicazione strategica in ambito turistico e congressuale;
- Esperienza nel controllo e nella misurazione dei risultati ottenuti;
- Conoscenza territoriale approfondita della destinazione e degli stakeholder locali;
- Esperienza in realtà e contesti simili alla Stazione Appaltante.

Il servizio, suddiviso in due lotti afferenti alle macro-aree individuate, dovrà includere le seguenti attività, da realizzare entro la data di chiusura del contratto:

- È richiesta la presenza degli account di riferimento sul territorio per l'acquisizione di tutte le informazioni aggiornate relative alla destinazione e alle attività del progetto Trieste CVB;
- Elaborazione di una strategia di comunicazione per la destinazione Trieste con la sua offerta turistica (leisure, congressuale e wedding/eventi), il territorio e gli eventi programmati integrata al piano di comunicazione dei soggetti istituzionali incaricati della promozione turistica della località;

Nello specifico, per il LOTTO 1 sono, inoltre, richieste le seguenti attività:

- Progettazione e la realizzazione del planning delle attività di comunicazione (ufficio stampa) in vista della miglior comunicazione dei temi e degli eventi da promuovere (gantt);
- Gestione e la cura delle relazioni con i media italiani e con gli stakeholder del territorio segnalati dalla Stazione Appaltante;
- Individuazione e valutazione di temi, stesura e diffusione di testi sulla stampa regionale inerenti attività che possano accrescere e amplificare la visibilità di eventi, di iniziative del territorio e più in generale della località stessa;
- Attività di mediazione e gestione dei rapporti con la stampa locale in merito ad eventuali situazioni di criticità attraverso un costante coordinamento tra i soggetti del tavolo per una migliore operatività;
- Organizzazione e la gestione operativa degli educational di gruppo e individuali per il mercato italiano. Sarà a cura della Stazione appaltante l'approvazione dell'accredito stampa degli educational organizzati. In occasione della realizzazione dei viaggi stampa di gruppo è richiesta la presenza in loco di un addetto stampa dell'Affidatario per tutta la durata dell'attività. Modalità di partecipazione da concordare con la Stazione appaltante. Si precisa che saranno richiesti all'Affidatario i contatti di ogni giornalista che visiterà il territorio. Nello specifico si richiede la realizzazione di: minimo n. 1 educational di gruppo (min. 5 media) e minimo n. 2 educational individuali;
- Coinvolgimento in loco di emittenti televisive nazionali;
- Supporto e/o l'organizzazione delle conferenze stampa/eventi media afferenti alla destinazione Trieste su indicazione della Stazione Appaltante;
- Predisposizione dei comunicati stampa/notizie flash di taglio turistico e/o trade, le cui tematiche saranno da concordare con la Stazione appaltante: minimo 24, per i media italiani;
- Predisposizione del media kit aggiornato in lingua italiana;
- Trasmissione dei comunicati stampa e del materiale fotografico ai media del mercato regionale e nazionale di ogni tipo di frequenza (quotidiani, riviste, periodici, siti internet, radio, televisione) e taglio giornalistico (generalista, femminili e maschili settore viaggi, lifestyle, trade, specializzate in arte e cultura, outdoor, enogastronomia, nautica, business, congressuale, wedding, benessere, etc);
- Affiancamento, su richiesta della Stazione Appaltante, alle fiere di settore o eventi (in presenza o in digitale) in cui la figura rappresentativa di Trieste sarà presente;
- Visita di alcune redazioni in Italia;
- Cura e redazione dei pubbliredazionali italiani, relativi al piano media approvato dalla Stazione Appaltante;
- Formulazione di proposte per il piano media;

- Produzione di linee guida e gestione di eventuale comunicazione di crisi;
- Presenza alle conferenze stampa degli eventi di maggiore rilevanza sul territorio in eventuale affiancamento alla Stazione Appaltante o su sua diretta indicazione;

Nello specifico, per il LOTTO 2 sono, inoltre, richieste le seguenti attività:

- Progettazione e la realizzazione del planning delle attività di comunicazione (redazione sito della destinazione www.discover-trieste.it e relativi canali social) in vista della miglior comunicazione dei temi e degli eventi da promuovere (gantt);
- Redazione del sito web www.discover-trieste.it (revisione costante delle pagine esistenti e creazione nuovi contenuti);
- Servizio di traduzione in lingua inglese e tedesca per le news e pagine del sito/canali social, eventualmente anche con utilizzo di sistema di Intelligenza Artificiale integrato nella piattaforma, in modo da automatizzare il flusso;
- Gestione newsletter/e-mail marketing (stesura, trasmissione, implementazione database);
- Gestione dei profili social Discover Trieste (Ricerca ed elaborazione di contenuti testuali; realizzazione di grafiche, editing e montaggio video, creazione di progetti editoriali social in linea con gli obiettivi di comunicazione, gestione e moderazione della community). La figura referente per i social richiesta sarà preferibilmente un Social Media Manager SMM;
- Stesura e gestione completa dei piani editoriali dei relativi profili social;
- Redazione di report periodici sull'andamento del sito e dei profili (mensili/trimestrali/annuali da concordare con la Stazione Appaltante): engagement, interazioni, follower, etc;
- Gestione di campagne social e digital adv su specifiche indicazioni della Stazione Appaltante per le quali il budget sarà definito di volta in volta;
- Manutenzione e gestione piattaforma www.discover-trieste.it (segnalazione tempestiva al partner tecnologico individuato delle necessità di adeguamenti, virtual private server dedicato e suo mantenimento, dominio e email, google maps, SW email marketing, analisi social e privacy policy e GDPR);
- Supporto nell'accoglienza e l'accompagnamento di content creator e/o influencer volto alla partecipazione a esperienze/attività turistiche organizzate e/o promosse nell'ambito del progetto imposta di soggiorno e CVB di Trieste.

Nell'espletamento delle attività oggetto della procedura, l'Affidatario dovrà:

- Impiegare personale in possesso di adeguata professionalità nonché dei requisiti di legge;
- Garantire la propria presenza periodicamente in loco oppure in modalità da remoto in base alle esigenze della Stazione appaltante, intesa da lunedì a domenica, festività e mese di agosto e dicembre compresi. La frequenza delle riunioni verrà concordata a seconda delle necessità;
- Garantire la propria costante assistenza via mail o telefonica per organizzare al meglio le attività di comunicazione;
- Svolgere in stretto coordinamento con la Stazione Appaltate le attività relative ai servizi oggetto dell'incarico;
- Procedere:

- per il LOTTO 1, all'invio regolare della rassegna stampa di tutti gli articoli pubblicati sulla destinazione e prodotti associati e ogni trimestre all'invio di un riepilogo puntuale dei risultati maturati a seguito di ciascuna attività (in termini di numero e qualità degli articoli pubblicati, AVE, OTS, etc.) con in aggiunta il recap completo di tutti i ritagli stampa, servizi tv/radio.
Si precisa, altresì, che a fine contratto sarà richiesta una relazione conclusiva in grado di mettere in luce il percorso di comunicazione portato avanti nei 12 mesi. Si precisa che gli eventuali costi relativi al servizio di monitoraggio stampa/attività di comunicazione non saranno sostenuti dalla Stazione appaltante
- per il LOTTO 2, all'invio mensile dei report sull'attività di redazione sul sito web e relativi profili social (aggiornamento/implementazione pagine, inserimento eventi, risultati e andamento sito e pagine social, etc) e degli interventi di manutenzione sulle piattaforme con in aggiunta grafici di andamento delle prestazioni web e social e ritagli dei migliori post. Si precisa, altresì, che a fine contratto sarà richiesta una relazione conclusiva in grado di mettere in luce il percorso di comunicazione portato avanti nei 12 mesi. Si precisa che gli eventuali costi relativi al servizio di manutenzione delle piattaforme e relativi servizi correlati non saranno sostenuti dalla Stazione appaltante.

NOTA BENE:

è possibile presentare offerta anche per un singolo lotto ovvero per entrambi i lotti, non esiste una limitazione in merito a quanti lotti ogni operatore economico si può aggiudicare

ART. 4 DURATA CONTRATTUALE – IMPORTO – VINCOLI ALLA SOTTOSCRIZIONE DEL CONTRATTO

Durata contrattuale: il servizio ha durata di 12 mesi con possibilità di rinnovo per altri 12 mesi.

L'importo massimo stimato è, al netto dell'I.V.A., pari a € 200.000,00 (diconsi euro duecentoventimila/00) così distinto.

Lotto	Attività	Periodo	Importo iva esclusa
LOTTO 1	attività di ufficio stampa regionale e nazionale. Eventuali attività di ufficio stampa internazionale saranno prese in carico in accordo con PromoTurismoFVG	Primi 12 mesi di contratto	€ 40.000,00
LOTTO 1	rimborso delle spese vive da sostenere per l'accoglienza dei giornalisti e dell'addetto stampa che seguirà i viaggi stampa. Le risorse sono incrementabili previo accordo con PromoTurismoFVG per attività congiunte	Primi 12 mesi di contratto	€ 10.000,00
LOTTO 1	attività di ufficio stampa regionale e nazionale. Eventuali attività di ufficio stampa internazionale saranno prese in carico in accordo con PromoTurismoFVG	Eventuale rinnovo	€ 40.000,00
LOTTO 1	rimborso delle spese vive da sostenere per l'accoglienza dei giornalisti e dell'addetto stampa che seguirà i viaggi	Eventuale rinnovo	€ 10.000,00

	stampa. Le risorse sono incrementabili previo accordo con PromoTurismoFVG per attività congiunte		
LOTTO 2	attività di gestione e redazione del sito web della destinazione e relativi profili social e della manutenzione e gestione piattaforma	Primi 12 mesi di contratto	€ 40.000,00
LOTTO 2	rimborso dei costi di campagne di social adv - a pagamento -, comprensivi di fee di gestione. Le risorse sono incrementabili previo accordo con PromoTurismoFVG per attività congiunte.	Primi 12 mesi di contratto	€ 10.000,00
LOTTO 2	attività di gestione e redazione del sito web della destinazione e relativi profili social e della manutenzione e gestione piattaforma	Eventuale rinnovo	€ 40.000,00
LOTTO 2	rimborso dei costi di campagne di social adv - a pagamento -, comprensivi di fee di gestione. Le risorse sono incrementabili previo accordo con PromoTurismoFVG per attività congiunte	Eventuale rinnovo	€ 10.000,00

Il servizio verrà affidato al fornitore che proporrà l'offerta economicamente più vantaggiosa.
Sono a carico dell'aggiudicatario tutti gli oneri previsti a norma di legge per la tipologia del servizio.

ART. 5 – PROCEDURA DI AFFIDAMENTO

Procedura negoziata ai sensi dell'art. 50 c. 1 lett. e) D.Lgs. 36/2023.

Per entrambi i lotti si procederà mediante il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo i seguenti parametri:

criterio	Peso	Sub-peso
Strategia coordinata volta alla valorizzazione del territorio, dei prodotti turistici e degli eventi di Trieste, anche nei "mesi spalla", in funzione degli obiettivi di comunicazione richiesti e approccio proposto per il potenziamento promozionale della destinazione con modalità di esecuzione del servizio. Si richiede inoltre che vengano individuati i punti chiave del documento strategico volto al rafforzamento della riconoscibilità della destinazione in ambito turistico con l'indicazione delle macro-attività da attuare all'interno del servizio di comunicazione declinate per il/i lotto/i di interesse.	80	30
Esperienza professionale pluriennale dimostrata e certificata per le attività richieste. Costituiranno titolo preferenziale l'esperienza in realtà e contesti similari a quello in cui opera la stazione appaltante, la conoscenza del territorio e dei principali stakeholder, l'iscrizione all'albo dei giornalisti e la formazione come SMM degli account di riferimento.		25
Veicolazione di messaggi coerenti con la strategia turistica dell'Ente di promozione turistica regionale, del Tavolo Tecnico dell'Imposta di Soggiorno e relativi enti coinvolti nella promozione e commercializzazione della località.		15

Piano di comunicazione di crisi.		10
Quotazione economica (ribasso sull'importo a base d'asta)	20	

ART. 6 – REQUISITI E MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

La partecipazione alla presente indagine di mercato è riservata agli operatori economici in possesso, **a pena di esclusione**, dei requisiti minimi di partecipazione di carattere generale e di idoneità professionale, di seguito indicati:

Requisiti di ordine generale)

- a) insussistenza delle cause di esclusione indicate agli artt. 94 e 95, D.Lgs. 36/2023;

(Requisiti di idoneità professionale)

- a) i concorrenti, se cittadini italiani o di altro Stato membro residenti in Italia, devono essere iscritti nel registro della camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura o nel registro delle commissioni provinciali per l'artigianato, o presso i competenti ordini professionali. Al cittadino di altro Stato membro non residente in Italia, è richiesta la prova dell'iscrizione, secondo le modalità vigenti nello Stato di residenza, in uno dei registri professionali o commerciali di cui all'allegato XVI, mediante dichiarazione giurata o secondo le modalità vigenti nello Stato membro nel quale è stabilito ovvero mediante attestazione, sotto la propria responsabilità, che il certificato prodotto è stato rilasciato da uno dei registri professionali o commerciali istituiti nel Paese in cui è residente;

(Requisiti tecnico-professionali)

- Avere un'esperienza maturata in relazioni pubbliche e comunicazione (offline e/o online) di destinazioni turistiche e relativi prodotti/eventi, di almeno 10 anni;
- Avere un'esperienza in relazioni pubbliche e comunicazione maturata con Pubbliche Amministrazioni di almeno 3 anni;

Nel doc. *lettera di invito*, saranno descritte le modalità richieste relativamente alla dichiarazione del possesso dei predetti requisiti minimi, cui l'operatore economico dovrà attenersi per la partecipazione alla presente procedura di gara.

ART. 7 – TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE MANIFESTAZIONI DI INTERESSE – ULTERIORI INFORMAZIONI

Le ditte interessate dovranno caricare sulla piattaforma [eAppaltiFVG](#) la manifestazione di interesse sottoscritta digitalmente dal legale rappresentante **entro e non oltre il 20.10.2025 ore 12:00**, secondo l'apposito **modello "manifestazione di interesse"**, allegato al presente avviso.

Le manifestazioni di interesse presentate oltre il suddetto termine o in difetto delle prescrizioni di cui al precedente capoverso saranno considerate inammissibili.

La presentazione della manifestazione di interesse non comporta alcun impegno di effettivo affidamento a carico della Stazione Appaltante, restando l'affidamento medesimo soggetto esclusivamente alla disciplina comunitaria e nazionale in materia di contratti pubblici.

Gli operatori economici esteri possono partecipare attraverso la registrazione alla piattaforma eAppaltiFVG.

Se nessun operatore economico estero dovesse manifestarsi entro i termini, l'interesse transfrontaliero non potrà considerarsi certo.

I dati raccolti saranno trattati, ai sensi del Regolamento UE 679/2016 (RGDP), esclusivamente nell'ambito nell'istruttoria dell'offerta presentata e per le formalità ad essa connessa.