

CAPITOLATO DI GARA

**IDEAZIONE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL TRENTINO COME
SISTEMA TERRITORIALE AD ALTA ATTRATTIVITÀ TURISTICA**


Trentino Sviluppo S.p.A
Il Presidente
Diego Laner

Premessa: analisi di contesto

Trentino Marketing S.p.A. (in procinto di essere fusa per incorporazione in Trentino Sviluppo S.p.A.), società in house della Provincia autonoma di Trento, ha l'obiettivo di valorizzare in modo integrato i diversi aspetti che connotano il Trentino (turismo e risorse naturali, agroalimentare di qualità, cultura, artigianato, ricerca e innovazione).

Il Trentino non è solo uno splendido luogo di vacanza, ma è molto di più: è una realtà territoriale complessa e ricca di eccellenze, di cui il turismo è l'elemento più rilevante, ma non l'unico.

Per questa ragione la nuova strategia di comunicazione si pone quale obiettivo principale la promozione integrata dei diversi elementi, attraverso l'identificazione di un CONCEPT FORTE e una creatività capace di esaltare e comunicare i molteplici aspetti che caratterizzano questo territorio. Le nuove campagne di comunicazione integrata dovranno far percepire il Trentino come un sistema territoriale contraddistinto da una ricca realtà socio-economica-culturale e da un'originale ed unica realtà ambientale.

L'obiettivo è di poter comunicare l'esperienza di un territorio da vivere nella sua interezza e non solo come *location* per le vacanze. Il Trentino è un sistema complesso e ricco di eccellenze di cui il turismo è uno degli elementi portanti; vuole perciò anche essere luogo ideale per le attività di ricerca, formazione ed innovazione e per lo sviluppo di attività imprenditoriali: territorio efficiente, ben amministrato, logisticamente funzionale. L'idea è pertanto quella di superare la logica puramente turistica e parcellizzata e considerare il trentino come un territorio unico, coeso sempre più attraente per i molteplici aspetti che lo contraddistinguono.

La qualità dello spazio, del tempo e del vivere collettivo in Trentino, si armonizza con le necessità del progresso e dell'innovazione attraverso una gestione partecipe e responsabile delle risorse e del territorio.

Si dovrà pertanto trovare una strategia che riesca a comunicare in maniera sinergica tutti questi elementi, attraverso l'identificazione di un concept capace di esaltare e comunicare i molteplici aspetti che caratterizzano questo territorio.

Si richiede dunque un progetto di comunicazione integrata che coniughi l'attività sui media tradizionali con la presenza dinamica sul web e sui social media implementando le attività sul territorio a livello locale e nelle aree di provenienza dei flussi turistici ed economici più interessanti, con l'obiettivo di consolidare i flussi attuali e attrarre nuove fasce di turisti, coinvolgere e motivare i residenti, creando un linguaggio e una prassi che possano "tenere insieme" la comunicazione del Trentino, nelle sue articolazioni tattiche, composto dalle sue eccellenze culturali, territoriali, enogastronomiche e di accoglienza.

L'agenzia o il gruppo che ci si prefigge di individuare mediante la presente procedura di gara dovrà avere al suo interno, come componenti strutturali, le competenze strategiche, creative e operative in area *advertising*, *web*, *corporate image* e *design*, organizzazione e gestione eventi. Tali competenze dovranno essere documentate sia a livello strutturale, mettendo a disposizione alcune *case histories* recenti e coerenti con i contenuti del Bando, sia dal punto di vista tematico e dimensionale. **L'agenzia o il gruppo dovrà pertanto essere un partner a 360° per tutto quello che si intende comunicare.**

Non solo perciò le campagne istituzionali ma anche tutte le campagne multimediali nelle varie declinazioni sia on-line che off-line. L'agenzia o il gruppo dovrà altresì, se necessario, poter declinare le campagne a tutti i partner abituali di Trentino Marketing quali Aziende di Promozione Turistica (APT) di ambito, Provincia autonoma di Trento, società partecipate del Gruppo Provincia, club di prodotto quali ad esempio Terme, Musei, Consorzio Grappa, Trentodoc, Vino del Trentino, etc. In tal senso, Trentino Marketing opera come player di un sistema integrato, per cui sarà possibile che l'Appaltatore sia chiamato a collaborare anche con altri attori di tale sistema, pur se con la costante supervisione unitaria della Committente, anche nel caso in cui le creatività richieste esulino dal concept presentato e condiviso.

Tale esigenza si basa sulla consapevolezza che in presenza di un ambiente competitivo internazionale, il vantaggio rispetto ai competitors può essere perseguito solo attraverso la costruzione di una solida corporate image, trasmessa attraverso dei messaggi coerenti con le pianificazioni passate ed al contempo distintivi rispetto ai concorrenti.

I settori economici più significativi e caratterizzanti sono:

1. **Il turismo**, elemento trainante dell'immagine e dell'economia del territorio; nel tempo si è consolidata una proposta invernale ed estiva di grande eccellenza capace di esprimere per aree delimitate (es. Lago di Garda sul mercato tedesco, aree sciistiche dolomitiche sui mercati polacco e ceco, etc.) una leadership a livello nazionale con importanti indici di notorietà in specifici mercati. Il contesto territoriale ed ambientale trentino è decisamente variegato e sintetizzabile in 3 macroaree: la montagna (le Dolomiti innanzitutto), i laghi (Garda, Levico, Caldonazzo, Molveno, altri), le città d'arte (Trento e Rovereto, etc.) con i bellissimi vigneti e la campagna della Valle dell'Adige e delle vallate circostanti.

Sul territorio vi sono aree in cui il turismo si è fortemente sviluppato e che hanno oggi un riconoscimento nazionale e, in alcuni casi, internazionale di destinazioni turistiche a tutti gli effetti: Riva del Garda e il Basso Sarca, Madonna di Campiglio e la Val Rendena, Canazei, Moena e la Val di Fassa, la Val di Fiemme, la Val di Sole, solo per citare le più note.

Vi sono anche aree a buon potenziale turistico dove, a tutt'oggi, l'economia si basa principalmente su altri settori (agricoltura e allevamento, industria e artigianato, servizi) tra le quali Valsugana, Valle del Chiese, Val di Non, Valle dell'Adige, con peculiarità marcate e distintive connesse ad un mondo rurale e di montagna.

In termini di "prodotti" turistici, 5 sono le motivazioni principali: sport e vacanza attiva, benessere e terme, vacanza natura, vacanza culturale ed enogastronomica, vacanza famiglia, con l'attrattiva di un ottimo rapporto qualità/prezzo.

L'obiettivo di comunicazione sarà quello di affermare nel modo più completo i valori del Trentino; un territorio unico ed esclusivo e ricco di diversità ambientali. Una destinazione che non esclude nessuna proposta, nessun target; un territorio che include, che fa incontrare, fa appassionare a nuove esperienze, nuovi gusti, nuovi scenari.

Una comunicazione di territorio è probabilmente forte ed efficace solo se è concreta, credibile, sincera, testimoniata anche dalle persone che ci vivono. Una comunicazione che opera in due direzioni: verso il Trentino per stimolare e consolidare la propria identità di valori, verso il mondo per far scoprire il Trentino come luogo dove vivere le proprie passioni. Un Trentino che è in grado di farsi ascoltare da tutti ed affascinare ogni target, quelli classici, consistenti e storici ma anche quelli innovativi.

Gli anni che seguiranno (2013-2014) vista la difficile congiuntura economica, presenteranno delle caratteristiche profondamente diverse da quelli precedenti; quindi la nuova comunicazione dovrà tenerne conto, cercando formule e visioni compatibili con l'economia reale. Va pertanto proposto un Trentino sempre capace di motivare nuove giornate di vacanza di qualità, con formule ed attenzioni nuove, aumentando la percezione dei valori che caratterizzano il sistema trentino in toto.

2. **L'agroalimentare e l'enogastronomia di qualità.**

E' un comparto economico molto importante e con forti implicazioni sia di carattere sociale che di conservazione e cura del territorio e del suo paesaggio. I prodotti più significativi sono le mele (Val di Non, prima mela D.O.P. italiana), il vino (Spumante Trento D.O.C., bianchi e rossi), i formaggi (Trentingrana, Presidi Slow Food). In questo comparto operano in Trentino alcune aziende leader di mercato e veri ambasciatori dell'eccellenza trentina (per qualità e organizzazione): Consorzio Melinda, Cooperativa Sant'Orsola, Ferrari Spumante, CAVIT, Cantina Mezzocorona/Rotary, Cantina Lavis, Consorzio Trentingrana, etc.

L'obiettivo delle campagne di comunicazione è integrare maggiormente queste eccellenze nell' "immaginario riferito al Trentino", in particolare per il consumatore italiano, rafforzando la percezione di ottimale ospitalità, di grande cura della qualità e di generale affidabilità (caratteristica delle popolazioni di montagna). Tale integrazione può avvenire anche attraverso una maggiore

presenza del “territorio” e del brand Trentino nelle campagne dei singoli prodotti/comparti con modalità strategiche e operative coerenti con le campagne istituzionali.

3. **La cultura**, intesa come proposta del territorio a favore sia della crescita e sviluppo della comunità che degli ospiti, è caratterizzata da Istituzioni particolarmente impegnate nella programmazione e promozione di eventi e manifestazioni di rilievo nazionale e internazionale. Tra queste si segnalano il Mart. Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, il Castello del Buonconsiglio, Monumenti e Collezioni Provinciali, il Centro Culturale S. Chiara di Trento, il Museo Tridentino di Scienze Naturali (il nuovo MUSE <http://www.muse2012.eu>) e quello degli Usi e Costumi della Gente Trentina. Tra le manifestazioni di rilievo si indicano il Festival Oriente-Occidente, il Festival dell'Economia di Trento, Arte Sella, I Suoni delle Dolomiti, Drodeseira c/o Centrale Fies, i Mercatini di Natale, Feste Vigiliane, etc.


Queste eccellenze sono state poste in rete negli ultimi due anni dal progetto “L'Arte della Vacanza” che, connettendo appunto cultura, turismo, ambiente si è rivelato uno strumento particolarmente efficace nella comunicazione istituzionale dell'identità e dell'immagine del Trentino.

4. **L'artigianato** di cui si tiene conto nelle attività di promozione istituzionale è l'artigianato connesso al legno, alla pietra e quello artistico di qualità. Questi tre elementi sono tutti fortemente collegati a materie prime locali e a forme di attività che trovano nel territorio tradizioni e competenze distintive.
5. **La Ricerca e l'Innovazione** costituiscono un tratto molto importante della società e dell'economia trentina, sviluppatosi in particolare negli ultimi anni. Istituzioni quali Fondazione Bruno Kessler, Università degli Studi di Trento, Fondazione Edmund Mach, Centro OCSE, Centro Microsoft (Cosbi), nonché aziende e laboratori sorti negli ultimi anni per emanazione diretta delle Istituzioni indicate o in partnership con Aziende locali, nazionali e internazionali rivestono già oggi un ruolo di primo piano nello sviluppo del territorio e contribuiscono ad un'immagine vivace e dinamica dell'economia e della società trentina. Competitività, attrattività del territorio, segmenti di mercato specifici.

Art. 1 - Caratteristiche della prestazione

Il presente servizio, stante quanto sopra, ha per oggetto le seguenti attività:

- a) assistenza qualificata nell'attività di gestione e rafforzamento dell'**immagine** del Trentino.

Si precisa che il logo del Trentino  dovrà essere presente sempre in tutti i prodotti di comunicazione. Si precisa, inoltre, che tutti i loghi di cui sopra e le relative immagini coordinate, se presenti, non dovranno essere sottoposti ad alcun *restyling*, ma l'Aggiudicatario dovrà individuare le loro modalità di applicazione ai principali strumenti di comunicazione, indicando soluzioni in grado di garantire l'immagine coordinata e di rispondere alle esigenze di riconoscibilità.

- b) **ideazione, progettazione e sviluppo creativo** comprendente strategia, creatività, stesura redazionale, finalizzazione creativa e produzione dei relativi layout fino ad esecutivo, delle **campagne di comunicazione** individuate e ricomprese nella programmazione annuale.

A titolo esemplificativo, per il 2013/2014/2015, sulla base dei dati ad oggi in possesso dell'Amministrazione, sono indicativamente previste campagne di comunicazione su media classici e nuovi media, attività sul territorio rivolte a target specifici con o senza utilizzo di media.

Le attività sopra individuate sono assolutamente indicative e potranno subire variazioni in relazione ad esigenze che si verificheranno nel periodo di vigenza contrattuale.

Nel caso di azioni di comunicazione e di riadattamenti di progetti grafici esistenti di cui alla lettera d), l'elenco degli strumenti da sviluppare sarà fornito all'Aggiudicatario che dovrà realizzare, sulla base di quanto indicato, i relativi layout fino ad esecutivo.

c) **riadattamento di progetti grafici già esistenti** e realizzazione dei relativi layout fino ad esecutivo per ognuna delle campagne/azioni di comunicazione individuate nel Piano di comunicazione e ricomprese nella Relazione strategica annuale di cui alla suindicata lettera b). Per riadattamenti di progetti grafici già esistenti si intendono quegli interventi che richiedono un lavoro significativo nelle fasi di realizzazione grafica, elaborazione, trattamento e adattamento delle immagini o revisione di testi, lavorando su un layout o su una impostazione grafica e creativa esistente, comprese eventuali modifiche della dimensione e del formato, modifica o sostituzione di titoli, payoff e/o body copy, inserimento, sottrazione o sostituzione di loghi o marchi.

Sulla base dei dati in possesso della Committente, per il 2013/2014/2015 sono indicativamente da prevedere riadattamenti stampati di progetti, in funzione tattica.

Utilizzo di foto, video/audiovisivi e illustrazioni.

Nel caso in cui per le attività di cui trattasi e per ogni attività connessa all'appalto si rendesse necessario l'utilizzo di **foto, video e audiovisivi ed illustrazioni** queste dovranno essere originali e libere da diritti di terzi almeno per tutto il periodo di vigenza contrattuale. Prima dell'approvazione e del "visto si proceda" di cui al successivo Art. 2 punti 3 e 4, l'Aggiudicatario deve fornire tutte le idonee **licenze all'uso esclusivo** di foto e illustrazioni, assieme alla documentazione che specifica l'estensione dei diritti concessi dal titolare nonché le eventuali dovute menzioni da inserire. Nel caso di foto, queste dovranno essere realizzate attraverso *shooting* fotografico comprensivo di:

- effettuazione del casting, scelta dei protagonisti degli scatti e loro eventuale compenso, individuazione della location, selezione e ritocco delle immagini in digitale, postproduzione;

oppure

- individuazione della location, selezione e ritocco delle immagini in digitale, postproduzione (Landscapes);

oppure

- selezione e ritocco delle immagini in digitale, postproduzione, con location e protagonisti individuati da Trentino Marketing;

oppure

- scelta dell'oggetto, selezione e ritocco delle immagini in digitale, postproduzione (Still Life).

Nota bene: ai fini di cui trattasi, per "licenza d'uso esclusiva" devesi intendere che l'Aggiudicatario sia in grado, senza condizioni, di garantire alla Committenza che tutto il materiale proposto (foto ed illustrazioni e/o affini) sia nella libera disponibilità dell'Aggiudicatario in esclusiva senza limiti temporali e territoriali, sia in quanto di proprietà dello stesso Aggiudicatario, sia in quanto l'Aggiudicatario per esso abbia acquisito specifiche licenze. Con riguardo ai beni e/o alle persone eventualmente ritratti nelle relative immagini siano esse fotografie, video, audiovisivi, od illustrazioni e/o affini, l'aggiudicatario garantisce la Committenza di essere in possesso delle legittime liberatorie richieste dalla legge, manlevando la Committenza da qualsivoglia responsabilità in merito.

A tal proposito, l'Aggiudicatario dovrà fornire per iscritto alla Committenza specifica manleva di responsabilità in merito all'utilizzo di detto materiale (foto ed illustrazioni, audiovisivi, video e/o affini).

Ulteriormente, l'Aggiudicatario dovrà fornire garanzia scritta alla Committente che le immagini, siano foto video e audiovisivi od illustrazioni od affini, non siano state utilizzate od in corso di utilizzo per promuovere prodotti o servizi di terzi, anche non affini a quelli della Committenza, senza limiti di territorio e/o di finalità.

d) elaborazione di **comunicazione tramite web** ed applicativi web site.

Su tutti i prodotti realizzati deve essere eseguita dall'Aggiudicatario attività di editing e correzione di bozze.

Tutto il materiale prodotto dovrà essere fornito alla Trentino Marketing anche in formati funzionali alle applicazioni web e digitali.

e) **assistenza e supervisione tecnica** delle produzioni effettuate dai fornitori selezionati da Trentino Marketing, su suggerimento dell'Aggiudicatario, per ciascuna delle campagne e azioni di comunicazione realizzate.

f) progetto di **ridefinizione e riorganizzazione della "corporate image"** della Committente, incluse le pubblicazioni istituzionali ed informative.

g) svolgimento di **attività** connesse alle prestazioni di cui al presente Articolo, ma **non attualmente prevedibili**. L'Aggiudicatario è tenuto, utilizzando le professionalità indicate al successivo Art. 3 punto 1., a svolgere le attività che verranno richieste dalla Committente, con le modalità indicate al punto 3. del medesimo Art. 3.

La Committente si riserva, per i motivi espressi nella **"Premessa"** del presente documento, di ricorrere:

- a tutte o solo ad alcune delle attività di cui alle lettere a), b), c), d), e), f), g), e nelle quantità ritenute necessarie;
- ad altre attività per le quantità che la stessa Committenza riterrà necessarie.

La Committenza corrisponderà all'Aggiudicatario, per ogni singola attività richiesta, l'importo corrispondente al corrispettivo fisso e, se del caso, al corrispettivo variabile parametrato alla percentuale offerta in gara.

Art. 2 – Modalità di esecuzione della prestazione

1. La prestazione di cui all'Art. 1 lettera a) **assistenza allo studio e progettazione dell'immagine del Trentino** dovrà essere realizzata, sotto la supervisione della Committente, attraverso almeno 3 riunioni di lavoro per anno di vigenza contrattuale (briefing, debriefing, ecc.) alle quali parteciperanno tutti i rappresentanti dei Settori interessati.

Tutti gli incontri si terranno di regola presso la sede della Committente e comunque sempre a Trento. Le date delle riunioni di lavoro saranno comunicate dalla Committente all'Aggiudicatario.

Sulla base delle risultanze emerse nelle riunioni di lavoro, la Committente si riserva di convocare ulteriori incontri e l'Aggiudicatario è tenuto ad apportare agli elaborati presentati le eventuali modifiche e/o correzioni che la Committente dovesse richiedere, senza che questo possa comportare alcuna maggiorazione dei costi.

Oltre a quanto previsto dal presente comma, l'aggiudicataria garantisce comunque la più costante ed efficace collaborazione mediante contatti e-mail, telefonici ed affini.

2. Le attività di cui all'Art. 1 lettera b), c), d), f), g) saranno realizzate, sotto la supervisione della Committente, attraverso almeno un numero congruo di riunioni di lavoro (briefing, debriefing, ecc.) per ogni campagna/azione/iniziativa a cui parteciperanno il/i rappresentante/i del/i Settore/i interessato/i. Tutte le riunioni di lavoro si terranno di regola presso la sede della Committente, a Trento.

Le date delle riunioni di lavoro saranno comunicate dalla Committente all'Aggiudicatario. Sulla base delle risultanze emerse nelle riunioni di lavoro, la Committente si riserva di convocare ulteriori incontri.

L'Aggiudicatario dovrà presentare il concept e la proposta creativa che saranno condivise e concordate con Committente in sede di riunione di lavoro. L'Aggiudicatario è tenuto ad apportare agli elaborati presentati le eventuali modifiche e/o correzioni che la Committente dovesse richiedere senza che questo possa comportare alcuna maggiorazione dei costi.

Dopo l'ultima riunione di lavoro che approverà concept e progetto creativo, l'Aggiudicatario dovrà inviare al referente individuato nel briefing e al direttore dell'esecuzione del contratto gli impianti definitivi per l'approvazione dei materiali e/o il "visto si proceda". L'approvazione saranno comunicati all'Aggiudicatario (a mezzo fax, e-mail o lettera) dal referente della singola prestazione.

Dopo l'approvazione dei materiali e/o il "visto si proceda", il referente individuato nel briefing provvederà ad inviare all'Aggiudicatario (a mezzo fax, e-mail o lettera) l'elenco dei fornitori individuati dalla Committente ai quali inviare gli impianti definitivi e a comunicare i tempi e le modalità di consegna per ciascun impianto.

I file per i prodotti a stampa, corredati di relative prove colore (almeno 2) realizzate dall'Aggiudicatario, dovranno essere consegnati ai singoli fornitori e in copia al referente individuato nel briefing entro i tempi comunicati ai sensi del capoverso precedente.

I materiali dovranno essere in alta risoluzione in formato pdf o mpeg-4, avi o in altro formato compatibile con i vari mezzi.

Oltre a quanto previsto dal presente comma, l'aggiudicataria garantisce comunque la più costante ed efficace collaborazione mediante contatti e-mail, telefonici ed affini.

3. Di ogni riunione di lavoro (briefing, debriefing, ecc.) verrà redatto a cura dell'Aggiudicatario un verbale nel quale saranno elencate le attività che dovranno essere svolte e presentate nelle successive riunioni e gli eventuali prodotti condivisi e approvati.

4. Entro il 1 febbraio di ogni anno di vigenza contrattuale, l'Aggiudicatario dovrà consegnare alla Committente uno o più cd/dvd contenenti il materiale prodotto nel corso dell'anno precedente. Gli impianti grafici dovranno essere consegnati su supporto informatico in formato sorgente con font aperti, lavorabili e modificabili e in formato pdf in bassa e alta risoluzione.

Dovrà essere altresì garantita la compatibilità dei materiali forniti ai sistemi operativi ed informatici della Committente.

5. L'Aggiudicatario è tenuta ad eseguire tutte le prestazioni oggetto di appalto a perfetta regola d'arte e nel rispetto delle norme vigenti pena la risoluzione, con le modalità di cui al successivo comma 9, da parte della Committente dello stesso Contratto, fermo restando il diritto al risarcimento dei danni.

L'Aggiudicatario si obbliga ad osservare nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali tutte le norme e tutte le prescrizioni tecniche e di sicurezza in vigore nonché quelle che dovessero essere successivamente emanate.

6. Gli eventuali maggiori oneri derivanti dalla necessità di osservare le norme e le prescrizioni di cui al precedente comma, anche se entrate in vigore successivamente alla stipula del Contratto, resteranno ad esclusivo carico dell'Aggiudicatario, intendendosi in ogni caso remunerati con il corrispettivo contrattuale di cui oltre, e la stessa non potrà, pertanto, avanzare pretesa di compensi, a tale titolo, nei confronti della Committente, per quanto di propria competenza, assumendosene ogni relativa alea.

7. Qualora l'Aggiudicatario dovesse risultare gravemente inadempiente, è in facoltà della Committente, nei termini di cui all'art. 27 della Legge Provinciale n. 23 del 1990, disporre la risoluzione del Contratto con conseguente risarcimento dei danni. La violazione degli obblighi così come previsto al comma 7 del presente articolo o la situazione di grave inadempimento dovrà risultare da formale e documentato giudizio di violazione e/o di inadempimento espresso dalla Committente e comunicato all'Aggiudicataria anche solo via fax. Nonostante l'avvenuta violazione degli obblighi e/o l'inadempimento da parte dell'Aggiudicatario, la Committente può - in alternativa alla risoluzione del

Contratto di cui ai precedenti commi - applicare una penale pari ai danni tutti patiti per la violazione e/o l'inadempimento rilevati, pretendendo comunque la prosecuzione del rapporto.

L'accadimento di cui al comma precedente non esonera l'Aggiudicatario dal dovere di successivo adempimento dell'obbligazione per la quale si è resa inadempiente, salvo diversa volontà della Committente.

8. Sono a carico dell'Aggiudicatario, intendendosi remunerati con il corrispettivo contrattuale di cui oltre, tutti gli oneri ed i rischi relativi alla prestazione delle attività e dei servizi oggetto del Contratto, nonché ogni altra attività che si rendesse necessaria per la prestazione degli stessi o, comunque, opportuna per un corretto e completo adempimento delle obbligazioni previste, ivi compresi quelli relativi ad eventuali spese di trasporto, di viaggio e di missione per il personale addetto alla esecuzione contrattuale.

9. L'Aggiudicataria si obbliga, sin d'ora, a rispettare tutte le indicazioni relative all'esecuzione del Contratto che dovessero essere impartite dalla Committente. L'Aggiudicatario si obbliga a dare immediata comunicazione alla Committente di ogni circostanza che abbia influenza sull'esecuzione delle attività oggetto del Contratto. L'Aggiudicatario dovrà predisporre tutti gli strumenti e le metodologie, comprensivi della relativa documentazione, atti a garantire i livelli di servizio richiesti, ivi compresi quelli relativi alla sicurezza ed alla riservatezza. L'Aggiudicatario si obbliga, infine, a comunicare tempestivamente alla Committente le eventuali variazioni della propria struttura organizzativa coinvolta nell'esecuzione del Contratto, indicando analiticamente le variazioni intervenute ed i nominativi dei nuovi responsabili.

10. Nel caso in cui l'Aggiudicataria assuma la forma del Raggruppamento Temporaneo di Imprese o del Consorzio, la Committente in ogni momento potrà richiedere all'Aggiudicataria stessa la verifica del rispetto di quanto dichiarato in sede di Gara circa le parti del servizio da eseguirsi da parte di ogni singola Impresa. Nel caso in cui la Committente accerti la mancata rispondenza tra quanto dichiarato e quanto effettivamente eseguito dal Raggruppamento Temporaneo di Imprese e/o dal Consorzio, la Committente potrà esigere il pronto ripristino degli impegni assunti in sede di Gara, salva l'applicazione della penale di cui al successivo art. 14.

11. Nell'esecuzione del Contratto l'Aggiudicataria sarà tenuta a curare scrupolosamente che i messaggi contenuti nelle campagne pubblicitarie siano pienamente conformi a tutte le vigenti norme di legge in Italia e negli ulteriori Paesi ove è diretta la fruizione del servizio, nonché a quelle del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria.

12. L'Aggiudicataria garantisce che il materiale creativo che verrà sottoposto all'attenzione della Committenza è originale, pienamente disponibile e tale da non dar luogo, né in Italia né all'estero a contestazioni per plagio, imitazione o contraffazione da parte di terzi sul piano del diritto e dell'autodisciplina pubblicitaria.

In ogni caso, l'Aggiudicataria si impegna a tenere la Committente sollevata ed indenne da ogni pretesa che, in Italia ed all'estero, venisse avanzata nei confronti della stessa Committenza da chiunque e a qualsiasi titolo in relazione alla diffusione delle campagne pubblicitarie realizzate, anche se approvate dalla Committente.

Art. 2 bis – Costi “di produzione”

All'Aggiudicatario sarà richiesto di curare, per conto della Committente, anche la produzione dei materiali di comunicazione, valutando di concerto con la Committente medesima la migliore offerta qualitativa e, preferibilmente, incaricando operatori aventi sede legale sul territorio della Provincia di Trento.

Tutti i cosiddetti “costi di produzione”, indicati in tabella di seguito, oltre ai costi di riproduzione per spot finalizzati alla pubblicità mediante mezzo televisivo ed ogni altro onere connesso, sono da considerarsi esclusi dal corrispettivo dell’Aggiudicatario (sia minimo garantito, sia variabile) e saranno quantificati con riferimento tassativo ed imprescindibile al “prezzario massimo” offerto in gara per quantità unitarie (colonna sfondo arancione).

		Tipologia di COSTO	Prezzo unitario in € per ciascuna tipologia di costo
ESECUTIVI E IMPIANTI	Stampa Quotidiana	Pagina intera	...
		Formati minori	...
		Adattamenti	...
	Stampa periodica	Doppia pagina	...
		Pagina intera	...
		Formati minori	...
FOTORITOCO			...
PRODUZIONI AUDIO E VIDEO		Final cut per off line	...
		Final cut per on line	...
		Sala audio	...
		Convocazion e Speaker	...
		Files per emittenti radio	...
		Digibeta	...

Art. 3 – Gruppo di lavoro

1. L’Aggiudicatario dovrà, in considerazione della natura delle attività oggetto del presente capitolato, mettere a disposizione della Committente un gruppo di lavoro composto almeno dalle seguenti professionalità:

figura professionale di **account manager** con almeno 7 anni di esperienza professionale nel ruolo;

figura professionale che negli ultimi 5 anni abbia sviluppato in qualità di **art director** minimo 3 progetti di comunicazione e, fra questi, almeno una campagna di comunicazione;

figura professionale che negli ultimi 5 anni abbia sviluppato in qualità di **copywriter** minimo 3 progetti di comunicazione e, fra questi, almeno una campagna di comunicazione;

figura professionale che negli ultimi 3 anni abbia sviluppato in qualità di **grafic design** almeno 2 progetti di comunicazione e, fra questi, almeno una campagna di comunicazione.

Ciascuna figura professionale non può svolgere più di due funzioni. È possibile per l'operatore economico proporre figure professionali aggiuntive; tuttavia sarà onere del concorrente dimostrare e descrivere nell'offerta la "coerenza dell'allocazione proposta per ognuna delle singole figure professionali individuate rispetto ad ogni singola attività oggetto della presente gara".

Prima dell'aggiudicazione definitiva dell'appalto ed entro un tempo massimo di venti giorni dalla specifica richiesta, l'Aggiudicatario dovrà fornire i nominativi delle figure professionali incaricate dello svolgimento delle prestazioni di cui al precedente Art. 1 e dimostrarne le relative professionalità, pena le conseguenze indicate nel Disciplinare di gara al paragrafo 7 "Conclusione dell'aggiudicazione e stipula del contratto".

2. L'Aggiudicatario dovrà individuare un referente che dovrà partecipare a tutte le riunioni previste all'Art. 2 del presente Capitolato. Detta figura dovrà coordinare il gruppo di lavoro e le attività da questo svolte. Nella gestione del contratto l'Aggiudicatario dovrà altresì rispettare quanto dallo stesso indicato nell'offerta tecnica. La Committente si riserva di richiedere la presenza alle riunioni di lavoro di una o più delle figure professionali individuate qualora lo ritenesse necessario, senza che ciò comporti alcun aggravio in termini di costi.

L'Aggiudicatario deve consentire alla Committente contatti diretti a fini operativi con il personale del gruppo di lavoro impegnato nella progettazione e nell'esecuzione del servizio. L'Aggiudicatario dovrà garantire, per tutto il periodo di vigenza contrattuale, un gruppo di lavoro qualificato corrispondente alle richieste della Committente. Ogni variazione dei componenti del gruppo di lavoro deve essere comunicata preventivamente e per iscritto alla Committente e da questa approvata. I nuovi componenti devono, in ogni caso, possedere requisiti o esperienza professionale equivalenti o superiori a quelli delle persone sostituite.

3. La Committenza, nel caso in cui si presenti nel corso dell'esecuzione del contratto la necessità di svolgere attività connesse alle prestazioni individuate nel presente capitolato, ma non attualmente prevedibili richiederà al contraente una proposta specifica nella quale dovranno essere indicate le figure professionali utilizzate e i tempi di utilizzo di ciascuna di esse. L'Amministrazione, valutata la proposta, ne autorizzerà lo svolgimento anche proponendo modifiche alla stessa e corrisponderà al contraente il corrispettivo corrispondente alla percentuale offerta in gara.

4. Il referente del gruppo di lavoro, in presenza di situazioni non prevedibili ed urgenti rilevate dalla Committenza, dietro specifica richiesta del direttore dell'esecuzione del contratto, è tenuto, senza che questo possa comportare alcuna maggiorazione dei costi, a risolvere la questione di concerto con la Committente, anche se necessario recandosi a Trento presso una delle sedi di Committente entro le 36 ore successive.

La lingua di lavoro è l'italiano. È tuttavia elemento imprescindibile garantire la conoscenza della lingua inglese ed elemento preferenziale garantire la conoscenza della lingua tedesca.

Art. 4 – Modalità di svolgimento della prestazione

Tutti le riunioni di lavoro di cui all'Art. 2 sono convocate dal direttore dell'esecuzione del contratto, individuato pro tempore dalla Committente. Per ogni prestazione, dopo la prima riunione di lavoro (briefing), la Committente procede a singoli ordini rivolti all'Aggiudicatario con precisa indicazione delle attività da svolgere fra quelle descritte all'Art. 1 del presente documento e degli importi corrispondenti indicati dall'Aggiudicatario nell'offerta economica.

L'intera attività definita all'art. 1 del presente Capitolato di Gara, sarà comunque soggetta alle direttive ed alle tempistiche definite dalla Committente.

Art. 5 - Termini, avvio dell'esecuzione, sospensione e ultimazione dell'esecuzione

1. Il contratto avrà una durata pari a **36 mesi** dall'avvio dell'esecuzione. L'esecutore deve dare avvio all'esecuzione della prestazione entro 15 giorni dalla stipula del contratto. La Committente ha **facoltà di prorogare il contratto alla scadenza tre volte per ulteriori 12 mesi sino ad un massimo di ulteriori 36 mesi, a proprio insindacabile giudizio e comunque alle medesime condizioni tecniche ed economiche. La proroga avverrà in forma scritta entro 30 giorni dalla scadenza del contratto.**
2. Per l'avvio dell'esecuzione l'Amministrazione, entro il termine sopra menzionato, convoca una riunione di coordinamento e redige apposito verbale in contraddittorio con l'esecutore.
3. Per l'eventuale sospensione dell'esecuzione della prestazione da parte dell'Amministrazione si applicano l'art. 308 del DPR 207/2010 e ss.

Art. 6 – Obblighi informativi

1. L'aggiudicatario ha l'obbligo di informare immediatamente l'Amministrazione di qualsiasi atto di intimidazione commesso nei suoi confronti nel corso del contratto con la finalità di condizionarne la regolare e corretta esecuzione.

Art. 7 – Compenso minimo garantito, compenso variabile, scontistica obbligatoria

1. A titolo di corrispettivo per tutte le prestazioni fornite saranno riconosciuti i seguenti compensi:

A) COMPENSO MINIMO GARANTITO.

Euro 30.000,00 (trentamila/00) per ciascun anno di vigenza contrattuale, intendendosi come tale il periodo di 12 mesi decorrente dalla data di stipula del contratto d'appalto, oltre Iva nei termini di legge, quale **importo minimo garantito, forfettario ed onnicomprensivo, mirante a coprire gli oneri dell'Aggiudicatario per le attività di cui all'art. 1, in particolare di cui alle lettere a) ed e).**

B) COMPENSO VARIABILE

Importo variabile commisurato all'entità dell'investimento effettuato dalla Committente in comunicazione, per la messa in atto della strategia creativa e **per ogni altra attività prevista dall'art.**

1.

Detto importo sarà determinato applicando il valore percentuale offerto dal concorrente aggiudicatario per la tipologia di prestazione di riferimento (in misura pari al massimo alle percentuali indicate di seguito) all'ammontare dell'investimento effettuato in relazione all'oggetto contrattuale, esclusi i costi di produzione di cui all'art. 2 bis.

Per quanto concerne l'importo variabile, le percentuali massime da considerarsi quali "base d'asta" ai fini della gara sono le seguenti:

attività di cui all'art. 1	Percentuale massima commisurata all'entità dell'investimento effettuato dalla Committente (base di gara)
b) Ideazione, progettazione e sviluppo creativo comprendente strategia, creatività, stesura	

redazionale, finalizzazione creativa e produzione dei relativi layout fino ad esecutivo	6%
c) Riadattamento di progetti grafici già esistenti e realizzazione dei relativi layout fino ad esecutivo	6%
d) Elaborazione di comunicazione tramite web ed applicativi web site.	5%
f) Progetto di ridefinizione e riorganizzazione della "corporate image" della Committente	6%
g) Svolgimento di attività connesse alle prestazioni di cui al presente Articolo, ma non attualmente prevedibili.	6%

Non sono ammesse offerte percentuali, così come indicato nel Disciplinare di gara, in aumento a predette percentuali massime.

La media delle percentuali offerte dal concorrente dovrà comunque essere inferiore alla soglia di cui al paragrafo 5 del Disciplinare di Gara.

In termini assoluti, i valori considerati per l'ammontare degli investimenti effettuati dalla Committente per la messa in atto della strategia attraverso gli strumenti individuati cui è necessario fare riferimento per l'applicazione delle percentuali offerte sono individuati nei costi dei mezzi al netto di I.V.A., degli sconti praticati alla Committente e degli eventuali ristorni (il cd. "nettissimo") che i fornitori, i mezzi, i loro concessionari ed i terzi in genere avessero, a qualsiasi titolo e sotto qualsiasi forma, a riconoscere direttamente o indirettamente alla Committenza sugli ordini di pubblicità o in relazione ad essi.

2. Il compenso minimo garantito sarà comunque garantito per ognuno degli anni di vigenza contrattuale.

Detto compenso è da intendersi minimo e garantito nel senso che:

- a) se l'applicazione delle percentuali offerte dall'Aggiudicatario agli investimenti in comunicazione realmente effettuati per l'anno di riferimento porteranno al superamento della soglia di Euro 30.000,00 per quell'anno, il compenso fisso non sarà erogato;
- b) se l'applicazione delle percentuali offerte dall'Aggiudicatario agli investimenti in comunicazione realmente effettuati per l'anno di riferimento porteranno al raggiungimento di una soglia inferiore ad Euro 30.000,00 per quell'anno, il compenso fisso sarà erogato per la differenza necessaria a raggiungere il compenso minimo garantito di Euro 30.000,00 per quell'anno;
- c) se l'applicazione delle percentuali offerte dall'Aggiudicatario agli investimenti in comunicazione realmente effettuati per l'anno di riferimento porterà al raggiungimento esatto della soglia di Euro 30.000,00 per quell'anno, il compenso fisso non sarà erogato.

3. I compensi fisso e variabile rimangono fermi ed imm modificabili per tutta la durata triennale del servizio. Tuttavia, al raggiungimento meramente eventuale di un ammontare annuo degli investimenti effettuati dalla Committente per la messa in atto della strategia attraverso gli strumenti individuati, calcolati nei termini di cui al precedente punto 1, ultimo periodo, di Euro 3.000.000,00 sarà applicato un ulteriore sconto del 20% sul compenso variabile. Tale previsione è da intendersi nel senso che tale sconto del 20% sarà applicato agli importi dei compensi

risultanti dall'applicazione delle percentuali offerte dal concorrente aggiudicatario medesimo sugli investimenti effettuati per settore e tipologia.

L'eventuale rinnovo del contratto riproporrà il suddetto meccanismo di sconto, qualora nuovamente raggiunto suddetto importo di fatturato.

Le modalità di pagamento sono stabilite all'art. 12.

4. E' riconosciuta alla Committente la possibilità di variare o sospendere i propri piani o programmi pubblicitari, anche se già approvati, nonché di annullare totalmente la realizzazione di una campagna anche se approvata. In questi casi la Committente è tenuta al rimborso dei soli costi fino a quel momento sostenuti dall'Aggiudicataria in relazione alla campagna stessa.

5. Tutti gli obblighi ed oneri derivanti all'Aggiudicataria dall'esecuzione del Contratto e dall'osservanza di leggi e regolamenti, nonché dalle disposizioni emanate o che venissero emanate dalle competenti autorità, sono compresi nei corrispettivi contrattuali come individuati nel presente articolo.

Il compenso include qualsiasi tipo di creatività che si andrà a richiedere sia che riguardi il concept strategico approvato e condiviso, sia che esuli dallo stesso e riguardi attività differenti.

6. La Committente non assume alcun impegno nei confronti dell'Aggiudicatario per la parte di importo non garantito.

Art. 8 – Verifica di conformità e/o attestazione di regolare esecuzione

1. Ai sensi dell'Art. 312 del DPR 207/2010, le prestazioni contrattuali sono soggette a verifica di conformità, al fine di accertarne la regolare esecuzione, rispetto alle condizioni ed ai termini stabiliti nel presente capitolato speciale descrittivo e prestazionale e nel contratto.

2. Successivamente all'emissione del certificato di verifica di conformità definitivo, si procede al pagamento del saldo delle prestazioni eseguite e allo svincolo definitivo della cauzione prestata dall'esecutore a garanzia del mancato o inesatto adempimento delle obbligazioni dedotte in contratto.

3. L'Amministrazione svolge attività di supervisione e controllo, anche attraverso controlli a campione e verifiche ispettive in corso di esecuzione, al fine di accertare la piena e corretta esecuzione delle prestazioni contrattuali rese dall'Aggiudicatario a favore degli enti aderenti.

Art. 9 - Norme regolatrici e disciplina applicabile

1. L'esecuzione dei servizi oggetto del presente appalto è regolata, secondo scala gerarchica:

- dalle clausole del presente atto e dai suoi allegati che costituiscono la manifestazione integrale di tutti gli accordi intervenuti con l'Aggiudicataria relativamente alle attività ed alle prestazioni contrattuali;
- dalle disposizioni normative riguardanti i contratti pubblici ed in particolare dal D.lgs. 163/2006 ss.mm., dal regolamento approvato con D.P.R. 207/2010 ss.mm., dalle norme provinciali in materia di appalti;
- dalla Legge Italiana, ed in particolare dal codice civile e dalle altre disposizioni normative in vigore in materia di contratti di diritto privato.

2. Le clausole del Contratto saranno sostituite, modificate od abrogate automaticamente per effetto di norme aventi carattere cogente contenute in leggi o regolamenti che entreranno in vigore successivamente, fermo restando che in ogni caso, anche ove intervengano modificazioni autoritative dei prezzi anche peggiorative per l'Aggiudicataria, quest'ultima rinunci a promuovere azione o ad opporre eccezioni rivolte a sospendere o a risolvere il rapporto contrattuale in essere.

3. Nel caso in cui una o più previsioni del presente Capitolato o del futuro Contratto dovessero risultare contrarie a norme inderogabili di legge, o dovessero venire dichiarate nulle o annullate, ovvero dovessero risultare oggettivamente non attuabili, le rimanenti previsioni contrattuali rimarranno in vigore per conservare, per quanto possibile, lo scopo e lo spirito del presente atto.
4. In vigore di contratto, nei casi suddetti, le Parti sostituiranno alle previsioni del presente Contratto risultate contrarie a norme di legge o, comunque, dichiarate nulle o annullate o divenute oggettivamente non più attuabili, altre previsioni - legalmente consentite - che permettano di dare allo stesso un contenuto il più vicino possibile a quello che le Parti avevano originariamente voluto ed assicurino un'esecuzione del Contratto conforme al suo spirito ed agli scopi intesi dalle Parti.

ART. 10

Osservanza delle norme antinfortunistiche e previdenziali

1. L'Aggiudicataria si obbliga ad ottemperare a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti e/o collaboratori derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro, ivi compresi quelli in tema di igiene e sicurezza, nonché la disciplina previdenziale e infortunistica, assumendo a proprio carico tutti i relativi oneri.
2. L'Aggiudicataria si impegna, inoltre, alla integrale osservanza delle disposizioni di cui alla normativa vigente in materia di sicurezza e salute dei lavoratori sul luogo di lavoro, ed in particolare del D.Lgs. n. 81/2008 ss.mm.
3. Ai fini dell'osservanza della normativa di cui al precedente comma 2, l'Aggiudicataria si impegna sin d'ora a:
 - a) collaborare con le strutture della Committente preposte in ordine all'attuazione delle misure di sicurezza e di emergenza adottate nelle sedi ove sarà eseguita la fornitura;
 - b) comunicare alla Committente, **entro 20 (venti) giorni di calendario** dalla data di stipula della Convenzione, gli eventuali rischi specifici derivanti dall'esecuzione della fornitura.
4. Gli eventuali maggiori oneri, derivanti dall'osservanza di quanto previsto nei precedenti commi, resteranno ad esclusivo carico dell'Aggiudicataria che non potrà, pertanto, avanzare pretese di compensi, ad alcun titolo alla Committente.
5. L'Aggiudicataria si impegna espressamente a manlevare e tenere indenne la Committente da tutte le conseguenze derivanti dalla eventuale inosservanza delle norme e prescrizioni tecniche predette.

ART. 11

Obblighi nei confronti dei dipendenti

1. L'Aggiudicataria 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.
2. L'Aggiudicataria 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 degli Ordinativi di fornitura e, in genere, da ogni altro contratto collettivo, successivamente stipulato per la categoria, applicabile nella località; ciò anche nel caso che l'Aggiudicataria non sia aderente alle associazioni stipulanti o comunque non sia più ad esse associata.
3. L'Aggiudicataria si impegna, sin d'ora, a continuare ad applicare i suindicati contratti anche dopo la loro scadenza e fino al loro rinnovo.
4. La Committente, in caso di violazione degli obblighi di cui sopra, previa contestazione all'Aggiudicataria delle inadempienze ad essa denunciate dagli organi preposti, si riserva di **operare una ritenuta pari, nel massimo, al 30% (trentapercento)** dell'importo concernente il periodo in cui l'inadempienza è stata accertata.

5. La ritenuta sarà svincolata soltanto dopo che gli organi preposti, di cui al comma precedente, abbiano dichiarato che le inadempienze sono state sanate; in tale ipotesi l'Aggiudicataria non potrà avanzare alcuna pretesa per il ritardato pagamento.
6. La Committente, in qualsiasi momento, potrà richiedere all'Aggiudicataria documenti e informazioni relative a:
 - a) iscrizione al Registro delle Imprese aggiornato;
 - b) iscrizione e tassi INAIL;
 - c) dichiarazioni degli infortuni sul lavoro e delle malattie professionali dell'ultimo triennio;
 - d) posizione INPS e attestazione dei versamenti contributivi;
 - e) estremi del CCNL applicato ai dipendenti;
 - f) DURC.
7. In caso di ripetute violazioni degli obblighi previsti dal presente articolo la Committente si riserva la facoltà di recedere dal Contratto, a seguito di comunicazione della stessa, mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno, della volontà di avvalersi della clausola risolutiva, e fatto salvo in ogni caso il diritto al risarcimento dei danni subiti.
8. Gli adempimenti di cui al presente articolo, in caso di operatori esteri, saranno richiesti per equivalente nel rispetto delle normative nazionali di riferimento, nel rispetto del principio di proporzionalità.

ART. 12

Fatturazione e pagamenti

1. Il pagamento dei corrispettivi spettanti all'Aggiudicataria verrà effettuato dietro presentazione di regolare e dettagliata fattura conformemente alle modalità previste dalla normativa, anche secondaria, vigente in materia, nonché nel Contratto, ad avvenuta esecuzione delle prestazioni di cui all'oggetto del presente servizio nonché previo accertamento del regolare svolgimento del lavoro.

➤ Per quanto concerne l'importo minimo garantito di cui all'art. 7, lettera A) del presente Capitolato, esso potrà essere fatturato dall'Aggiudicataria alla Committente in un'unica soluzione, a conclusione di ogni anno di vigenza contrattuale (da intendersi come decorrente dalla stipula del contratto d'appalto), quale conguaglio rispetto alla quota variabile già eventualmente fatturata nel corso del medesimo anno.

➤ Per quanto concerne l'importo variabile di cui all'art. 7, lettera B) del presente Capitolato, esso potrà essere fatturato dall'Aggiudicataria alla Committente trimestralmente sulla base dell'effettivo servizio del trimestre di riferimento, d'intesa con la Committente.

L'importo dell'investimento effettuato dalla Committente in comunicazione, per la messa in atto della strategia creativa e per ogni altra attività prevista dall'art. 1, sul quale applicare le percentuali contrattuali, è comunicato dalla Committente mediante lettera raccomandata A/R a cadenza trimestrale.

L'importo delle predette fatture verrà corrisposto entro 60 (sessanta) giorni dalla data fine mese di ricevimento della fattura, e bonificato sul conto corrente intestato all'Aggiudicataria ed indicato in sede contrattuale. Non è prevista alcuna anticipazione sui pagamenti.

2. L'Aggiudicataria, sotto la propria esclusiva responsabilità, renderà tempestivamente note le variazioni che si verificassero circa le modalità di accredito di cui sopra; in difetto di tale comunicazione, anche se le variazioni venissero pubblicate nei modi di legge, l'Aggiudicataria non potrà sollevare eccezioni in ordine ad eventuali ritardi dei pagamenti, né in ordine ai pagamenti già effettuati.

3. Resta tuttavia espressamente inteso che in nessun caso, ivi compreso il caso di ritardi nei pagamenti dei corrispettivi dovuti, l'Aggiudicataria potrà sospendere la fornitura e la prestazione dei servizi e, comunque, delle attività previste nel Contratto; qualora l'Aggiudicataria si rendesse inadempiente a tale obbligo, il Contratto si potrà risolvere di diritto mediante semplice ed unilaterale dichiarazione da comunicarsi con lettera raccomandata A.R.

ART. 13

Trasparenza

In sede di contratto, sarà richiesto all'Aggiudicatario di sottoscrivere espressamente ed irrevocabilmente, le seguenti dichiarazioni:

- a) *“che non vi è stata mediazione o altra opera di terzi per la conclusione del presente Contratto;*
- b) *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 la conclusione del Contratto stesso;*
- c) *si obbliga 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 del presente Contratto rispetto agli obblighi con esso assunti, né a compiere azioni comunque volte agli stessi fini”.*

Qualora ciò non si verificasse o non risultasse conforme al vero ovvero l'Aggiudicataria non rispettasse gli impegni e gli obblighi assunti per tutta la durata del presente Contratto, lo stesso si intenderà risolto di diritto ai sensi e per gli effetti dell'articolo 1456 Cod. Civ., per fatto e colpa dell'Aggiudicataria, che sarà conseguentemente tenuta al risarcimento di tutti i danni derivanti dalla risoluzione.

ART. 14

Penali

1. Qualora i risultati delle attività a carico dell'Aggiudicataria oggetto del presente Contratto, fossero giudicati non soddisfacenti dalla Committente, l'Aggiudicataria sarà tenuta a provvedere agli adeguamenti relativi secondo le indicazioni che verranno impartite da parte della Committente.
2. Qualora l'Aggiudicataria si rifiuti di provvedere, la Committente potrà procedere motivatamente all'applicazione di una penale pari ad € 3.000,00 (tremila/00) fermo restando il diritto della stessa di fare eseguire tutta o parte del servizio a terzi in danno dell'Aggiudicataria e fatto salvo in ogni caso il diritto al risarcimento di tutti i danni comunque subiti.
3. Nel caso di ritardi rispetto alla tempistica di cui al presente Capitolato, la Committente potrà procedere ad applicare nei confronti dell'Aggiudicataria una penale per ogni giorno di ritardo pari ad € 200,00 (duecento/00), fermo restando, in caso di ritardo superiore ai 15 (quindici) giorni di calendario, il diritto della stessa di fare eseguire tutta o parte del servizio a terzi in danno dell'Aggiudicataria e fatto salvo in ogni caso il diritto al risarcimento di tutti i danni comunque subiti.
4. L'ammontare derivante dall'applicazione delle penali previste nel comma precedente, in nessun caso potrà superare l'importo di Euro 15.000,00 (quindicimila/00), in relazione ad ogni singola campagna pubblicitaria (per la stagione turistica estiva e per la stagione turistica invernale).

ART. 15

Forza maggiore

1. I termini per l'adempimento delle obbligazioni contrattuali da parte dell'Aggiudicataria potranno essere prorogati, a richiesta della stessa Aggiudicataria e previo consenso scritto da parte della Committente qualora eventi ritenuti di forza maggiore (quali scioperi, incendi non causati direttamente o indirettamente da fatti colposi o dolosi imputabili all'Aggiudicataria stessa e/o al suo personale, alluvioni e altre cause simili) impediscano all'Aggiudicataria il rispetto dei suddetti termini.
2. A condizione che i termini contrattuali non siano già scaduti al momento del verificarsi dell'evento ritenuto di forza maggiore, la proroga potrà essere concessa previo inoltro da parte dell'Aggiudicataria alla Committente entro **1 (uno) giorno**, o comunque dal primo giorno reso possibile dalla gravità dell'evento, dal verificarsi dell'evento ritenuto di forza maggiore, della domanda di proroga, accompagnata da apposita documentazione comprovante la durata del ritardo,

nonché indicazione del termine entro il quale l'Aggiudicataria valuta possibile la ripresa del servizio.

3. Nel caso in cui l'Aggiudicataria non sia stata in grado di provare per via documentale la forza maggiore dell'evento, nonché la non imputabilità dello stesso evento alla sua condotta, la Committente procederà all'applicazione delle penali di cui all'articolo 14, fatto salvo il maggior danno.

ART. 16 **Cauzione definitiva**

1. A garanzia delle obbligazioni contrattuali assunte dall'Aggiudicataria con la stipula del Contratto, l'Aggiudicataria dovrà prestare una cauzione definitiva pari ad un importo stabilito in **Euro 50.000,00** mediante la stipula di una fideiussione assicurativa o bancaria con primaria Società assicuratrice o bancaria.
2. Tale cauzione è rilasciata a prima e semplice richiesta, incondizionata, irrevocabile, con rinuncia al beneficio della preventiva escussione, estesa a tutti gli accessori del debito principale, in favore della Committente a garanzia dell'esatto e corretto adempimento di tutte le obbligazioni, anche future ai sensi e per gli effetti dell'art. 1938 cod. civ., nascenti dal presente contratto. La cauzione è rilasciata con rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957, comma 2, cod. civ.. La cauzione è rilasciata in favore della Committente a garanzia degli obblighi assunti dall'Aggiudicataria con il contratto.
In particolare, la cauzione rilasciata garantisce tutti gli obblighi specifici assunti dall'Aggiudicataria, anche quelli a fronte dei quali è prevista l'applicazione di penali e, pertanto, resta espressamente inteso che la Committente fermo restando quanto previsto nell'art. 14, ha diritto di rivalersi direttamente sulla cauzione e, quindi, sulla fideiussione per l'applicazione delle penali.
3. La garanzia opera nei confronti della Committente a far data dalla sottoscrizione del contratto. La garanzia opera per tutta la durata del contratto, anche prorogato, e, comunque, sino alla completa ed esatta esecuzione delle obbligazioni nascenti dal contratto stesso; pertanto, la garanzia sarà svincolata della Committente, previa deduzione di eventuali crediti della stessa verso l'Aggiudicataria, a seguito della piena ed esatta esecuzione delle obbligazioni contrattuali. In ogni caso il garante sarà liberato dalla garanzia prestata solo previo consenso espresso in forma scritta dalla Committente.
4. Qualora l'ammontare della garanzia dovesse ridursi per effetto dell'applicazione di penali, o per qualsiasi altra causa, l'Aggiudicataria dovrà provvedere al reintegro della stessa entro il termine di 10 (dieci) giorni di calendario dal ricevimento della relativa richiesta effettuata dalla Committente. In caso di inadempimento alle obbligazioni previste nel presente articolo la Committente ha facoltà di dichiarare risolto il contratto, previa comunicazione all'Aggiudicataria mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno.
5. In caso di aggiudicazione con ribasso d'asta superiore al 10 per cento, la garanzia fideiussoria è aumentata di tanti punti percentuali quanti sono quelli eccedenti il 10 per cento. Ai sensi dell'art. 40 D.Lgs. 163/2006 la garanzia fideiussoria è ridotta del 50% qualora l'esecutore del contratto sia in possesso della certificazione del sistema di qualità conforme alle norme europee.

ART. 17 **Tracciabilità**

L'appaltatore, a pena di nullità del presente contratto, assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'art.3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche.

L'appaltatore deve inserire nei contratti stipulati con privati subappaltatori o fornitori di beni e servizi le seguenti clausole, ai sensi della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche:

"Art. (...) (Obblighi del subappaltatore/subcontraente relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari).

1. *L'impresa (...), in qualità di subappaltatore/subcontraente dell'impresa (...) nell'ambito del contratto sottoscritto con l'Ente (...), identificato con il CIG n. (...)/CUP n. (...), assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'articolo 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche.*

2. *L'impresa (...), in qualità di subappaltatore/subcontraente dell'impresa (...), si impegna a dare immediata comunicazione all'Ente (...) della notizia dell'inadempimento della propria controparte agli obblighi di tracciabilità finanziaria.*

3. *L'impresa (...), in qualità di subappaltatore/subcontraente dell'impresa (...), si impegna ad inviare copia del presente contratto all'Ente (...).*"

L'appaltatore si impegna a dare immediata comunicazione alla stazione appaltante ed al Commissariato del Governo della provincia di Trento della notizia dell'inadempimento della propria controparte (subappaltatore/sub-contraente) agli obblighi di tracciabilità finanziaria.

L'Amministrazione verifica i contratti sottoscritti tra l'affidatario dei lavori ed i subappaltatori e/o i subcontraenti in ordine all'apposizione della clausola sull'obbligo del rispetto delle disposizioni di cui all'art.3, comma 9 della L. 136/2010, e, ove ne riscontri la mancanza, rileva la radicale nullità del contratto.

Le parti stabiliscono espressamente che il contratto è risolto di diritto (art. 1456 c.c.), in tutti i casi in cui le transazioni siano state eseguite senza avvalersi di banche o della società Poste italiana s.p.a. (art. 3 comma 8 L. 136/2010) attraverso bonifici su conti dedicati, destinati a registrare tutti i movimenti finanziari, in ingresso ed in uscita, in esecuzione degli obblighi scaturenti dal presente contratto.

Qualora, in conseguenza della rilevata nullità, non fosse possibile effettuare il ripristino senza pregiudizio dell'opera eseguita, l'amministrazione corrisponderà unicamente le spese documentate nel limite dell'utilità accertata ai sensi dell'articolo 2041 del codice civile.

A tal fine, il contraente comunica alla stazione appaltante gli estremi identificativi dei conti correnti bancari o postali, accesi presso banche o presso la società Poste Italiane SPA, dedicati, anche non in via esclusiva, alle commesse pubbliche. La comunicazione alla stazione appaltante deve avvenire entro sette giorni dall'accensione dei conti correnti dedicati e nello stesso termine il contraente deve comunicare le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di essi. Le medesime prescrizioni valgono anche per i conti bancari o postali preesistenti, dedicati successivamente alle commesse pubbliche. In tal caso il termine decorre dalla dichiarazione della data di destinazione del conto alle commesse pubbliche.

Nel rispetto degli obblighi sulla tracciabilità dei flussi finanziari, il bonifico bancario o postale deve riportare, in relazione a ciascuna transazione, il CIG e il codice unico progetto (CUP).

Le parti convengono che qualsiasi pagamento inerente il presente contratto rimane sospeso sino alla comunicazione del conto corrente dedicato, completo di tutte le ulteriori indicazioni di legge, rinunciando conseguentemente ad ogni pretesa o azione risarcitoria, di rivalsa o comunque tendente ad ottenere il pagamento e/o i suoi interessi e/o accessori.

ART. 18

Riservatezza

1. L'Aggiudicataria ha l'obbligo di mantenere riservati i dati e le informazioni tutte, di cui venga in possesso e, comunque, a conoscenza, di non divulgarli in alcun modo e in qualsiasi forma e di non farne oggetto di utilizzazione a qualsiasi titolo per scopi diversi da quelli strettamente necessari all'esecuzione del Contratto.
2. L'obbligo di cui al precedente comma sussiste, altresì, relativamente a tutto il materiale originario o predisposto in esecuzione del Contratto.
3. L'obbligo di cui al comma 1 non concerne i dati che siano o divengano di pubblico dominio.
4. L'Aggiudicataria è responsabile per l'esatta osservanza da parte dei propri dipendenti, consulenti e collaboratori, degli obblighi di segretezza anzidetti.

5. In caso di inosservanza degli obblighi di riservatezza, la Committente ha facoltà di dichiarare risolto di diritto il Contratto, fermo restando che l'Aggiudicataria sarà tenuta a risarcire tutti i danni che ne dovessero derivare.
6. L'Aggiudicataria si impegna, altresì, a rispettare quanto previsto dal D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i. e dai relativi regolamenti di attuazione in materia di riservatezza.

ART. 19

Risoluzione

1. Con riferimento all'articolo 1456 del Codice Civile, in caso di inadempienze gravi o ripetute dalle quali la Committente possa desumere la sopravvenuta inidoneità dell'Aggiudicataria a far fronte agli impegni assunti con il Contratto, la Committente si riserva sin d'ora la facoltà di risolvere rispettivamente il Contratto e/o le prestazioni contrattuali in vigore relative ai singoli allestimenti, per colpa ed in danno all'Aggiudicataria, dandone comunicazione con lettera raccomandata con ricevuta di ritorno, riservandosi altresì la facoltà di richiedere il risarcimento degli eventuali maggiori danni subiti.
2. Resta inteso tra le Parti che nel caso in cui la Committente, per gravi e ripetute inadempienze dell'Aggiudicataria nei confronti di Trentino S.p.A. medesima, si vedesse obbligata a risolvere il Contratto, avrà il diritto di incamerare definitivamente la cauzione definitiva, ove essa non sia stata ancora restituita, e di applicare una penale equivalente, nonché di procedere nei confronti dell'Aggiudicataria per il risarcimento del maggior danno.
3. E' facoltà della Committente procedere alla risoluzione del Contratto, a mero titolo esemplificativo e non esaustivo, nei seguenti casi:
 - ✓ qualora fosse accertata la non veridicità del contenuto delle dichiarazioni presentate dall'Aggiudicataria nel corso della procedura di gara di cui alle premesse ovvero, nel caso in cui vengano meno i requisiti minimi richiesti per la partecipazione alla gara;
 - ✓ qualora sia stato depositato contro l'Aggiudicataria un ricorso ai sensi della legge fallimentare o di altra legge applicabile in materia di procedure concorsuali, che proponga lo scioglimento, la liquidazione, la composizione amichevole, la ristrutturazione dell'indebitamento o il concordato con i creditori, ovvero nel caso in cui venga designato un liquidatore, curatore, custode o soggetto avente simili funzioni, il quale entri in possesso dei beni o venga incaricato della gestione degli affari dell'Aggiudicataria;
 - ✓ qualora taluno dei componenti l'organo di amministrazione o l'amministratore delegato o il direttore generale dell'Aggiudicataria siano condannati, con sentenza passata in giudicato, per delitti contro la Pubblica Amministrazione, l'ordine pubblico, la fede pubblica o il patrimonio, ovvero siano assoggettati alle misure previste dalla normativa antimafia;
 - ✓ per mancato adempimento delle prestazioni contrattuali a perfetta regola d'arte, nel rispetto delle norme vigenti e secondo le condizioni, le modalità, i termini e le prescrizioni contenute nel Contratto e nei suoi allegati;
 - ✓ per ogni altra fattispecie che faccia venire meno il rapporto di fiducia sottostante il presente Contratto e/o ogni singolo rapporto attuativo;
 - ✓ per la mancata reintegrazione della cauzione eventualmente escussa entro il termine di **15 giorni** di calendario dal ricevimento della relativa richiesta da parte di Trentino S.p.A., ai sensi del precedente Art. 16;
 - ✓ negli altri casi di cui agli articoli del presente Capitolato, tra cui – non esaustivamente - art. 14 (*Penali*), 18 (*Riservatezza*), 20 (*Danni, responsabilità civile e polizza assicurativa*), 21 (*Divieto di subappalto e di cessione del Contratto o del credito*).
4. Nel caso in cui la Committente accerti che il progetto di comunicazione presentato dall'Aggiudicataria non sia originale ma rappresenti imitazione o ripetizione di modelli precedentemente utilizzati dall'Aggiudicataria stessa o da soggetti terzi, la Committente potrà procedere alla risoluzione del Contratto ed avrà il diritto di incamerare definitivamente la cauzione,

ove essa non sia stata ancora restituita, e di applicare una penale equivalente, nonché di procedere nei confronti dell'Aggiudicataria per il risarcimento del maggior danno

ART. 20

Danni, responsabilità civile e polizza assicurativa

1. L'Aggiudicataria assume in proprio ogni responsabilità per infortunio o danni eventualmente subiti da parte di persone o di beni, tanto della stessa quanto di Trentino Sviluppo e/o di terzi, in virtù del servizio effettuato, ovvero in dipendenza di omissioni, negligenze o altre inadempienze relative all'esecuzione delle prestazioni contrattuali ad essa riferibili, anche se eseguite da parte di terzi. L'Aggiudicataria assume altresì in proprio ogni responsabilità per eventuali furti dei materiali depositati.
2. L'Aggiudicataria, inoltre, dovrà dichiarare di aver stipulato una polizza assicurativa a massimale unico pari a € 500.000,00 (**Euro cinquecentomila/00**), a beneficio della Committente e dei terzi per l'intera durata del Contratto a copertura del rischio da responsabilità civile della medesima Aggiudicataria in ordine allo svolgimento di tutte le attività di cui al Contratto ed alle singole prestazioni. In particolare detta polizza dovrà tenere indenne la Committente, ivi compresi i propri dipendenti e collaboratori per qualsiasi danno l'Aggiudicataria possa arrecare alla Committente e/o ai loro dipendenti e collaboratori, nonché ai terzi nell'esecuzione di tutte le attività di cui al Contratto.
3. Il massimale della polizza assicurativa si intende per ogni evento dannoso o sinistro, incluso il danno di immagine, purché sia reclamato **nei 10 (dieci) mesi successivi** alla cessazione delle attività del Contratto e dei singoli allestimenti e prevede la rinuncia dell'assicuratore, nei confronti della Committente, a qualsiasi eccezione, con particolare riferimento alla copertura del rischio anche in caso di mancato o parziale pagamento dei premi assicurativi, in deroga a quanto previsto dall'articolo 1901 cod. civ., di eventuali dichiarazioni inesatte e/o reticenti, in deroga a quanto previsto dagli articoli 1892 e 1893 cod. civ.. Resta inteso che l'esistenza e, quindi, la validità ed efficacia della polizza assicurativa di cui al presente articolo è condizione essenziale per il Committente e pertanto, qualora l'Aggiudicataria non sia in grado di provare in qualsiasi momento la copertura assicurativa di cui si tratta, il Contratto si risolverà di diritto, a seguito di comunicazione da parte della Committente mediante lettera raccomandata con ricevuta di ritorno, della volontà di avvalersi della clausola risolutiva, con conseguente ritenzione della cauzione prestata a titolo di penale e **fatto salvo l'obbligo di risarcimento del maggior danno subito**.

ART. 21

Divieto di subappalto e di cessione del Contratto o del credito

1. E' fatto divieto all'Aggiudicataria di cedere, in modo totale o parziale, il Contratto.
2. E' fatto divieto all'Aggiudicataria di far eseguire in tutto o in parte ad altre Imprese le prestazioni di cui al Contratto, fatta eccezione per l'eventuale subappalto previamente autorizzato dal Committente nei limiti del 30%.
3. E' fatto altresì divieto all'Aggiudicataria di cedere a terzi in qualsiasi forma i crediti derivanti alla stessa dall'esecuzione delle prestazioni contrattuali, nonché di conferire procure all'incasso.
4. In caso di inadempimento da parte dell'Aggiudicataria degli obblighi di cui al precedente comma, la Committente, fermo restando il diritto al risarcimento del danno, ha facoltà di dichiarare risolto di diritto il Contratto.

ART. 22

Brevetti industriali e diritti d'autore

L'Aggiudicataria assume ogni responsabilità conseguente all'adozione di soluzioni tecniche o di altra natura che violino diritti di brevetto, di autore ed in genere di privativa altrui.

Qualora venga promossa nei confronti della Committente una azione giudiziaria da parte di terzi che vantino diritti rispetto a quanto fornito dall'Aggiudicataria, quest'ultima si obbliga a manlevare e tenere indenne la Committente, assumendo a proprio carico tutti gli oneri conseguenti, inclusi i danni verso terzi, le spese giudiziali e legali a carico della medesima Committente.

La Committente si impegna ad informare prontamente l'Aggiudicataria delle iniziative giudiziarie di cui al precedente comma; in caso di difesa congiunta, l'Aggiudicataria riconosce alla medesima Committente la facoltà di nominare un proprio legale di fiducia da affiancare al difensore scelto dall'Aggiudicataria.

ART. 23

Foro competente

Per tutte le questioni relative ai rapporti contrattuali tra il Committente ed Aggiudicataria, in ragione del contratto d'appalto di cui trattasi, siano essi legati all'interpretazione e/o all'esecuzione del contratto medesimo, le Parti saranno impegnate a ricercare una soluzione consensuale in buona fede, fermo restando che, se del caso, il Foro esclusivamente competente è quello di Trento.

ART. 24

Oneri fiscali e spese contrattuali

Sono a carico dell'Aggiudicataria tutti gli oneri anche tributari e le spese contrattuali relative al Contratto ivi incluse, a titolo esemplificativo e non esaustivo, quelli notarili, bolli, carte bollate, tasse di registrazione, ecc.

Rovereto, 17/10/2012

TRENTINO SVILUPPO S.p.A.

Il Presidente
Diego Laner

per conto di Trentino Marketing S.p.A.
