

COMUNE DI MATERA

SETTORE SVILUPPO E PROGRAMMAZIONE – PISU

Tel. 0835 – 241404 - Fax 0835 - 241400

Il Comune di Matera, Via A. Moro, (www.comune.mt.it) indice un appalto concorso per l'affidamento di attività e servizi di comunicazione e promozione verso l'esterno e supporto ad iniziative di attrazione turistica della Città. Le domande di partecipazione dovranno pervenire entro le **ore 13,00 del giorno 31.07.2006** e saranno predisposte secondo quanto riportato nell'apposito disciplinare. Gli inviti verranno diramati entro 30 giorni dalla data di scadenza per la presentazione delle domande di partecipazione. L'importo a base di gara ammonta a € 1.250.000,00, IVA esclusa. Categorie D.L.gs 157/95: 13,11,10 CPC 871-865-866-864. Il servizio di marketing verrà eseguito in Italia e all'Estero. La durata del servizio è stabilita in mesi 18 dalla stipula del contratto. Possono partecipare imprese singole o appositamente temporaneamente raggruppate, aventi iscrizioni, capacità minime economiche e tecniche riportate nell'apposito Disciplinare. E' richiesta una garanzia pari al 2% dell'importo a base di gara, pari a € 25.000,00. L'affidamento avverrà in favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa. Copia del disciplinare e capitolato d'oneri possono essere visionati presso questo Ente nelle ore d'Ufficio e richiesti anche all'eliografia "Laser Graphics" sita in Via Dante n. 2 – Matera, Tel. e Fax 0835 330925, previo versamento, alla stessa delle spese necessarie per la riproduzione. Data di spedizione del bando alla GUCE: 13.06.2006. Ulteriori informazioni potranno essere acquisite presso la stazione appaltante.

Dalla Residenza Municipale 13.06.2006.

II DIRIGENTE

Ing. Vincenzo ACITO

Comune di Matera
Ufficio Progetti Integrati di Sviluppo Urbano (P.I.S.U.)
(tel. N. 0835-241404 - fax 0835-241400)

DISCIPLINARE - APPALTO CONCORSO EX ART. 6 COMMA 1, D. LGS. N. 157/95 E S.M.I.

ATTIVITÀ E SERVIZI DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE VERSO L'ESTERNO E SUPPORTO AD INIZIATIVE DI ATTRAZIONE TURISTICA DEL COMUNE DI MATERA.

1. Amministrazione aggiudicatrice

Comune di Matera, Ufficio PISU via A. Moro – tel. N. 0835-241404 - fax 0835-241400

e-mail: pisu@comune.mt.it

Responsabile del procedimento : Ing. Vincenzo Acito

2. Categoria di servizio e descrizione

Ideazione, realizzazione e gestione di servizi di marketing operativo e promozione dell'immagine turistica della città di Matera. Categorie D.Lgs 157/95: 13,11, 10 CPC 871-865-866-864.

Importo a base d'asta: 1.500.000 (unmilione cinquecentomila) euro, I.V.A. compresa.

3. Luogo di esecuzione:

a. Italia ed estero, ove verrà eseguito il servizio di marketing operativo e promozione.

4. Riferimenti normativi: D.Lgs 157/95 e successive modifiche e integrazioni. Regolamento (CE) n. 1260/1999 e il Regolamento (CE) n. 1159/2000; decisione C/2347 dell'08/08/2000.

a. Obbligo di precisazione E' fatto obbligo di indicare il nome e le qualifiche professionali del responsabile e delle persone incaricate della prestazione del servizio.

5. Offerte parziali: Non ammesse.

6. Varianti : Non ammesse.

7. Durata servizio:

Il servizio verrà avviato dalla data di comunicazione dell'aggiudicazione e avrà termine **diciotto mesi** dopo la data di stipula del contratto.

8. Raggruppamenti di imprese

Le imprese che partecipano in raggruppamento temporaneo dovranno conformarsi all'art.11 del D.lgs 157/95. L'offerta dovrà specificare le parti del servizio eseguite dalle singole imprese.

-SOGGETTI AMMESSI ALLA GARA: saranno ammessi a partecipare alla gara, purché in possesso dei requisiti di carattere economico e tecnico esplicitati al successivo articolo 10, i soggetti costituiti da:

➤ **IMPRESE SINGOLE;**

- **RAGGRUPPAMENTI D'IMPRESE:** Sono ammesse a presentare offerta anche imprese appositamente e temporaneamente raggruppate. L'offerta dovrà essere sottoscritta da tutte le imprese raggruppate e contenere l'impegno a conformarsi, in caso d'aggiudicazione della gara, alla disciplina di cui all'art.11 del D.Lgs. 157/95.

In caso di aggiudicazione, le singole imprese facenti parte del raggruppamento dovranno conferire mandato speciale irrevocabile con rappresentanza ad una di esse qualificata come capogruppo. Il raggruppamento di imprese deve essere costituito con atto notarile entro trenta giorni dalla data di ricevimento della comunicazione di aggiudicazione.

Non è consentito che un'impresa partecipi alla gara singolarmente qualora sia componente di un raggruppamento di imprese.

Tutte le società costituenti l'ATI dovranno fornire le dichiarazioni previste dal presente bando.

- **CONSORZI:** Sono ammessi alla gara anche i consorzi di Imprese o di Cooperative.

Non possono partecipare contemporaneamente alla stessa gara un consorzio e le sue consorziate, qualora indicate quali esecutrici del servizio. Nel caso in cui si verificasse tale situazione sarebbero escluse le consorziate;

➤ **CONSORZI DI IMPRESE di cui agli artt. 2602 e 2612 Cod. Civ.**

Ai consorzi di imprese si applicano le regole previste per le A.T.I. Inoltre:

- non possono eseguire direttamente i servizi oggetto di gara, ma devono indicare le imprese consorziate esecutrici;
- i legali rappresentanti del Consorzio e di ciascuna delle imprese consorziate, indicate quali esecutrici del servizio, dovranno fornire le dichiarazioni previste dal presente bando,
 - i requisiti di partecipazione, relativamente al fatturato ed alle referenze di contratti eseguiti per i servizi analoghi, dovranno essere posseduti dalle imprese consorziate indicate quali esecutrici del servizio;

➤ **CONSORZI DI COOPERATIVE.**

I requisiti di partecipazione, relativamente al fatturato ed alle referenze di contratti eseguiti per i servizi analoghi, dovranno essere posseduti direttamente dal Consorzio. I Consorzi di Cooperative, dovranno dichiarare se intendono svolgere il servizio in proprio o intendono affidarlo ad alcune consorziate, le quali, dal canto loro, dovranno autocertificare di essere conformi alle normative circa i requisiti antimafia e di possedere tutti i requisiti di cui alle lettere A e B, con esclusione dei punti B6 e B7, del successivo punto 10.

Le A.T.I. ed i Consorzi di Imprese dovranno autocertificare di essere in possesso dei requisiti idonei. La percentuale di tali requisiti (es. volume affari – referenze) dovrà essere pari o superiore rispetto a quella che, in sede d'offerta, sarà indicata quale parte del servizio che effettivamente ogni singola impresa intende svolgere. E' necessario che la composizione, da prospettarsi in sede di offerta, copra complessivamente il 100% del servizio. Ogni impresa riunita/consorzata non può dichiarare di aver intenzione di eseguire una percentuale di servizio maggiore rispetto a quella cui si riferiscono i requisiti indicati in sede di ammissione (es.: se ha autocertificato requisiti per il 30% del servizio, nell'offerta può dichiarare di aver intenzione di eseguirne il 30% o il 25%, ma non il 31%).

9. Termini per la presentazione della domanda di pre-qualifica.

Le domande di partecipazione redatte in lingua italiana, dovranno pervenire, a pena di esclusione, entro le ore 13,00 del 31 luglio 2006 in plico chiuso, controfirmato e sigillato, indicante la denominazione del mittente e l'oggetto dell'appalto, dovrà essere apposta la dicitura "Procedura ristretta - appalto concorso

“Attività e servizi di comunicazione e promozione verso l'esterno e supporto ad iniziative di attrazione turistica del Comune di Matera”.

Le domande saranno consegnate direttamente o trasmesse per posta all'indirizzo di cui al punto 1). In caso di trasmissione, farà fede esclusivamente la data di ricezione presso la sede del Comune.

10. Informazioni, condizioni minime economiche - tecniche di ammissibilità:

Le domande di partecipazione dovranno contenere, a pena di esclusione:

- a. l'istanza di partecipazione con l'indicazione del nominativo del legale rappresentante, corredata di fotocopia di valido documento di identità sottoscritto ex art.38 del DPR 445/2000 o con firma autenticata;

La dichiarazione del titolare o legale rappresentante:

- b. di non trovarsi in alcuna delle condizioni di esclusione previste dall'art.12 del D.lgs 157/95 e s.m.i.;
- c. relativa all'insussistenza delle cause di cui all'art.10 della legge n.575/65 e riferita, ove ne ricorrano le condizioni, anche ai soggetti indicati dall'art.2, comma 3 del DPR 3 giugno 1998, n.252;
- d. di possedere l'iscrizione alla C.C.I.A.A. o atto o dichiarazione equivalente, nel caso di imprese non soggette a tale iscrizione o residenti in altri Stati della U.E.;
- e. di essere in regola con la normativa vigente in materia di correttezza previdenziale sicurezza, prevenzione, infortuni, salute, igiene lavoro;
- f. di non trovarsi con altre società partecipanti alla presente gara in una situazione di controllo o di collegamento ai sensi dell'art.2359 c.c.;
- g. dalla quale risulti l'intenzione di costituirsi in associazione temporanea di imprese, nonché l'indicazione della società capogruppo
- h. di non partecipare alla gara in più di un raggruppamento temporaneo o consorzio di concorrenti, né in forma individuale, qualora abbia partecipato in raggruppamento o consorzio;
- i. per le sole imprese appartenenti a consorzi, della propria qualifica di socio con indicazione dell'elenco delle ditte consorziate;
- j. di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili o in alternativa, che l'impresa non è tenuta al rispetto delle norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili;
- k. di impegno al rispetto della disciplina prevista dall'art.11, del Dlgs.n.157/95 e s.m.i., con indicazione dell'impresa capogruppo.

Capacità tecnica

- l. dichiarazione di aver realizzato o di avere in corso la realizzazione, negli ultimi tre anni (ultimi tre bilanci approvati), almeno tre programmi di comunicazione/pubblicità a livello nazionale e/o in altri paesi membri della comunità europea e/o internazionale con indicazione dei destinatari e degli importi.

Capacità economico-finanziarie

- m. dichiarazione di aver realizzato, negli ultimi tre anni un volume di affari globale relativo a servizi di comunicazione e pubblicità non inferiore a € 1.500.000;
- n. dichiarazione di impegno a fornire idonee referenze bancarie, rilasciate da almeno un istituto di credito, attestanti la consistenza economica dell'offerente o comprovata copertura assicurativa contro i rischi professionali;

In caso di raggruppamento di imprese la dichiarazione di cui alle lettere a), b), c), d) e), f), g), h), i), j), k) e n), dovrà essere presentata da ogni componente il raggruppamento. I requisiti richiesti alla lettera l)

ed alla lettera m) verranno valutati con riferimento al raggruppamento nel suo insieme

-DOMANDA DI PARTECIPAZIONE - CONDIZIONI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA: La domanda di partecipazione dovrà essere redatta in lingua italiana. Le società concorrenti dovranno produrre le dichiarazioni – a firma dell/i legale/i rappresentante/i dell'impresa/e - inerenti la conoscenza degli atti di gara, comprovanti l'inesistenza di cause di esclusione ed il possesso dei requisiti economici e tecnico - finanziari necessari per l'ammissione alla gara che seguono:

A) Dichiarazioni sostitutive di certificazioni (art. 46 D.P.R. 445/2000) attestanti:

1. l'iscrizione alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura della Provincia in cui l'impresa ha sede, e contenente l'indicazione che l'oggetto sociale dell'impresa – come da registrazioni camerali – comprende anche l'oggetto della presente gara;
2. che il dichiarante/i ricopre/ricoprono la/e carica/cariche di legale/i rappresentante/i dell'impresa/e;
3. l'insussistenza di sentenza di condanna passata in giudicato, ovvero sentenza di applicazione della pena su richiesta ai sensi dell'art. 444 del Codice di Procedura Penale, per qualsiasi reato che incide sulla moralità professionale o per delitti finanziari (art. 12-comma 1 –lettera b) del D. Lgs.157/95, così come modificato dal D.Lgs.65/2000). Si precisa che i decreti penali di condanna hanno valore di sentenza;
4. di essere in regola con gli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse secondo la legislazione italiana (art. 12-comma 1 –lettera e) del D. Lgs.157/95, così come modificato dal D.Lgs.65/2000);

B) Dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà (art. 47 D.P.R 445/2000) comprovanti:

1. l'insussistenza dello stato di fallimento, di liquidazione di amministrazione controllata, di concordato preventivo o di qualsiasi altra situazione equivalente e l'insussistenza di procedimenti in corso per la dichiarazione di una di tali situazioni, oppure versino in stato di sospensione dell'attività commerciale (art. 12 - comma 1 – lettera a) del D. Lgs.157/95, così come modificato dal D.Lgs.65/2000);
2. di essere in regola con gli obblighi relativi al pagamento dei contributi previdenziali ed assistenziali a favore dei propri dipendenti secondo la legislazione italiana (art. 12 - comma 1 –lettera d) del D. Lgs.157/95, così come modificato dal D.Lgs.65/2000);

Dovranno inoltre essere indicati la Matricola INPS ed il Cod. Cliente INAIL.

3. di non aver commesso, nell'esercizio della propria attività professionale, errori gravi, accertati con qualsiasi mezzo di prova addotto dall'Amministrazione aggiudicatrice (art. 12 - comma 1 – lettera c) del D.Lgs.157/95, così come modificato dal D.Lgs.65/2000);
4. di non essersi resi gravemente colpevoli di false dichiarazioni nel fornire informazioni che possono essere richieste ai sensi degli articoli dal 12 al 17 del D.Lgs.157/95, così come modificato dal D.Lgs.65/2000 (art. 12 - comma 1 –lettera f) del D. Lgs.157/95.
5. l'insussistenza di rapporti di controllo e collegamento ai sensi dell'art. 2359 Cod. Civ. con altre Società concorrenti alla stessa gara, nonché l'inesistenza di forme di collegamento sostanziale, quali ad esempio, la comunanza con altre imprese concorrenti, del Legale Rappresentante/Titolare/Amministratore/Soci/Procuratore, con poteri di rappresentanza.
6. **POSSESSO DEI REQUISITI ECONOMICI:**
 - a) L'indicazione dell'Istituto di credito, operante negli Stati membri della U.E. che possa attestare, in caso di aggiudicazione, l'idoneità finanziaria ed economica dell'impresa al fine dell'assunzione del servizio in oggetto. Tale attestazione bancaria dovrà fare esplicitamente riferimento all'oggetto della presente gara, nonché al relativo importo. Nel caso di Raggruppamento Temporaneo d'Impresa/o consorzi ai sensi degli articoli 2602 e 2612 del Codice Civile, l'attestazione bancaria deve essere presentata da ciascuna impresa con riferimento alla quota proporzionale dell'importo base complessivo per il quale ciascuna impresa si intende impegnare.
 - b) Il possesso di un volume d'affari globale non inferiore ad euro 1.500.000,00 **negli ultimi tre anni**
7. **POSSESSO DEI REQUISITI TECNICI:**
 - o. L'indicazione di precedenti contratti aventi per oggetto la realizzazione negli ultimi tre anni (ultimi tre bilanci approvati), di almeno tre programmi di comunicazione/pubblicità a livello nazionale e/o in altri paesi membri della comunità europea e/o internazionale con indicazione dei destinatari e degli importi.
8. **Legge 68/99:** dichiarazione di essere in regola con le norme che disciplinano il diritto al lavoro dei disabili, ai sensi della Legge 12/3/1999 n.68.
9. **Legge 383/02:** dichiarazione di non essere assoggettato alla disciplina dell'emersione progressiva di cui all'art. 1 bis – comma 14 – della Legge 18/10/2001 n. 383, sostituito dall'art. 1 della Legge

22/11/2002 n. 266.

RESPONSABILITA' DICHIARAZIONI: La sottoscrizione delle succitate dichiarazioni, da parte del legale rappresentante dell'impresa, non è soggetta ad autenticazione, purché venga allegata copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità del firmatario, ai sensi dell'art. 38 del D.P.R. 445/2000. Si rammenta la responsabilità penale cui si incorre in caso di dichiarazioni mendaci. L'Amministrazione effettuerà idonei controlli sulla veridicità delle dichiarazioni sostitutive. Qualora dai predetti controlli emerga la non veridicità del contenuto delle stesse, il dichiarante decadrà dai benefici eventualmente conseguiti al provvedimento emanato sulla base della dichiarazione non veritiera e si procederà alla conseguente denuncia penale.

Ai sensi della Legge 675/96, s'informa che il titolare dei dati rilasciati per la partecipazione alla presente gara è il Comune di Matera e che i diritti degli interessati sono indicati all'art. 13 della citata legge.

11. Termine di invio per inviti a presentare offerte

Le lettere di invito a presentare offerte saranno inviate, in uno con il capitolato d'oneri, entro il 30 agosto 2006 .

12. Termine ultimo di presentazione delle offerte: 40 gg dalla data di spedizione delle lettere di invito.

Le offerte redatte in lingua italiana, dovranno pervenire, a pena di esclusione, nei termini e con le modalità indicati nella lettera di invito di cui al punto 11.

Le offerte saranno consegnate direttamente o trasmesse per posta o corriere all'indirizzo di cui al punto 1). In caso di trasmissione farà fede esclusivamente la data di ricezione presso la sede del Comune di Matera .

13. Indirizzo presso cui richiedere le informazioni e la documentazione

Il bando, il capitolato d'oneri della gara per l'affidamento di: **Attività e servizi di comunicazione e promozione verso l'esterno e supporto ad iniziative di attrazione turistica del Comune di Matera.** sono disponibili sul sito internet www.comune.mt.it, e potranno, altresì, essere richiesti all'Amministrazione aggiudicatrice di cui al punto 1 del presente bando, nei giorni feriali, escluso il sabato, dalle ore 10.00 alle ore 13.00.

14. Garanzie

Le offerte dovranno essere corredate da una cauzione provvisoria, a pena di esclusione, pari al 2% dell'importo a base d'asta, indicato al punto 2, da prestarsi mediante polizza fidejussoria, bancaria o assicurativa incondizionata o rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art.107 del D.Lgs 385/93, con un periodo di validità della durata di sei mesi che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, nonché l'espressa rinuncia al termine di cui all'art. 1957cc.

La cauzione provvisoria deve recare espressa menzione che la medesima viene prestata a garanzia: della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale; della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara nonché della stipula del contratto.

Nel caso di raggruppamento temporaneo d'impresе la cauzione è prestata dalla mandataria.

La Società aggiudicataria dovrà prestare cauzione definitiva nella misura del 10% dell'importo

aggiudicato, secondo le modalità indicate nel capitolato, entro 30 giorni dalla comunicazione dell'aggiudicazione.

15. Modalità finanziamento

Il servizio è finanziato a valere sulle risorse della Misura V.1 Azione D” : Azioni Immateriali del PISU Città di Matera 2002-2006. Le modalità di pagamento sono indicate nel disciplinare di gara.

16. Vincolo offerta:

180 giorni dalla scadenza del termine di presentazione delle offerte indicato nella lettera di invito di cui al punto 11;

17. Criteri aggiudicazione dell'appalto

Offerta economicamente più vantaggiosa ex art. 23 comma b) D.lgs. 157/95 e successive modifiche e integrazioni.

La procedura e i criteri di valutazione delle offerte sono precisati nel capitolato.

18. Altre informazioni:

L'Amministrazione si riserva la facoltà di aggiudicare in presenza di almeno una sola offerta valida, a condizione che consegua almeno 70 dei punti previsti ai fini dell'attribuzione del punteggio.

19. Mancata pubblicazione avviso pre - informazione in GUCE

20. Data di invio del bando alla Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee: 13 giugno 2006

21. Data di ricevimento del bando da parte dell'Ufficio delle Pubblicazioni Ufficiali della Comunità Europea: 14 giugno 2006

**REGIONE BASILICATA
Comune di Matera
PISU Città di Matera 2002-2006**

capitolato d'oneri dell'appalto concorso per l'affidamento della ideazione, realizzazione e gestione delle **ATTIVITÀ' E SERVIZI DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE VERSO L'ESTERNO E SUPPORTO AD INIZIATIVE DI ATTRAZIONE TURISTICA DEL COMUNE DI MATERA.**

Sommario

1. oggetto della gara.....	11
2. obiettivo del servizio	11
2.1 Documentazione messa a disposizione dei concorrenti	12
3. specificazione delle attività da realizzare	13
3.1 Ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione	13
3.2 ideazione, realizzazione e gestione dei servizi di direct e trade marketing	14
4. procedura di gara, importo e durata del servizio	17
5. preselezione e modalità di presentazione dell'offerta. requisiti minimi economici e tecnici	17
5.1. Contenuto dell'Offerta:.....	17
5.2. cauzione	18
5.3. modalità di affidamento	19
6. valutazione delle offerte.....	19
6.1. Qualità dell'offerta tecnica	19
6.2. Offerta economica	20
7. composizione della commissione e procedura di gara.....	20
8. documenti da presentare in caso di aggiudicazione.....	21
9. modalità di effettuazione dei pagamenti	21
10. variazioni e sospensioni del servizio.....	22
11. controlli, ritardi ed inadempienze	22
12. commissione di monitoraggio	23
13. diritto di riproduzione e disponibilità del materiale di base	24
14. diritto d'autore	24
15. garanzia e proprietà.....	24
16. subappalto	25
17. controversie	25
18. spese di contratto	25
19. vincoli.....	25
20. responsabilità.....	25
21. riservatezza	25
22. clausola finale	26

1. oggetto della gara

La gara ha per oggetto l'affidamento della ideazione, realizzazione e gestione delle attività e servizi di comunicazione e promozione verso l'esterno e supporto ad iniziative di attrazione turistica del Comune di Matera.

Il servizio verrà avviato dalla data di comunicazione dell'aggiudicazione ed avrà termine **diciotto mesi** dopo la data di stipula del contratto.

2. obiettivo del servizio

Matera è una città unica ed affascinante, sorge addossata ad una gravina in cui sono state scavate nella roccia profonde grotte che furono le antiche abitazioni. Questi si chiamano i Sassi di Matera, che hanno ispirato poeti e scrittori tra cui Carlo Levi nel suo romanzo "Cristo si è fermato ad Eboli", e sono stati dichiarati dall'Unesco patrimonio dell'umanità.

Obiettivo del servizio consiste nella individuazione di una strategia di marketing e comunicazione finalizzati a :

- Promuovere Matera in Italia e nel mondo con un carattere distintivo ed una rinnovata personalità identificativa
- Creare consenso nazionale ed internazionale
- Pubblicizzare, creare interesse ed esaltare la storia, le caratteristiche e le tradizioni di Matera in Italia e nel mondo.
- Creare una linea grafica distintiva e identificativa del Territorio compatibilmente con le attività già a carico della Regione Basilicata per il Global Design.
- Promuovere e sviluppare il flusso turistico e l'indotto produttivo, attraverso la ideazione e la gestione di un evento della durata di 2 anni focalizzato sulla cultura ed in particolare sull' arte nelle sue diverse forme espressive
- Favorire e pubblicizzare tutte le attività delle piccole e medie imprese artigianali, commerciali ed enogastronomiche locali
- Creare una identità cittadina attraverso un progetto turistico culturale di respiro internazionale
- Modernizzare ed aggiornare l'approccio turistico della città
- Sollecitare, attraverso attività mirate di relazioni pubbliche, opinion makers e opinion leaders
- Gettare le basi per alimentare e mantenere nel tempo il flusso turistico della città
- Creare una identità forte e connotante al fine di posizionare Matera in un circuito di eventi nazionali ed internazionali.
- Creare le condizioni di continuità oltre i finanziamenti acquisiti, al fine di garantire che le attività di marketing e comunicazione proseguano oltre la scadenza del contratto di cui al presente bando.
- Far crescere la consapevolezza delle potenzialità del Territorio negli operatori economici e nella Comunità Locale.

L'accresciuta competizione sul mercato turistico, acuita dall'instabilità economica e politica a livello internazionale, impone l'adozione di strategie di marketing e strumenti di promozione sempre più finalizzati e integrati. La scelta del mix di tali strumenti deve rispondere all'obiettivo generale di promozione del "marchio Matera", essendo nel contempo finalizzata a:

- consolidare la posizione di leadership delle destinazioni "storiche" nei confronti dei tradizionali mercati di riferimento, diversificando tuttavia la domanda pur mantenendo, e possibilmente accrescendo, il valore aggiunto per turista;
- rafforzare la posizione competitiva dei comprensori che sono stati caratterizzati da elevati tassi di crescita della domanda negli ultimi anni;

- sostenere la crescita focalizzata dei sistemi locali di offerta a sviluppo turistico ancora limitato, ma provvisti di risorse coerenti con le tendenze attuali e prevedibili della domanda.

La valorizzazione del “marchio Matera” e degli specifici sottosistemi turistici dovrà tradursi nella realizzazione di una campagna pubblicitaria, articolata attraverso un mix di strumenti di comunicazione, comprensiva anche della promozione delle differenti “**filiere**” di prodotto, e in particolare:

- il turismo storico-culturale-archeologico, quale leva per la valorizzazione e la internazionalizzazione anche delle produzioni artigianali tradizionali;
- il turismo enogastronomico;
- il turismo del benessere;
- il turismo religioso;
- il turismo “ambientale”, all’interno del quale possono essere fatti rientrare l’agriturismo, il turismo rurale, il turismo naturalistico e alcune tipologie di vacanza “attiva” quali il trekking, il turismo equestre, il cicloturismo, etc.;
- il turismo congressuale e fieristico.
- Il turismo indotto dalle attività cinematografiche

Per quanto riguarda i bacini geografici di irradiazione della domanda, la campagna pubblicitaria dovrà individuare un mix di strumenti finalizzati a:

- ✚ consolidare l’immagine turistica e produttiva di Matera nei confronti dei tradizionali mercati della domanda (Italia, Gran Bretagna e paesi di lingua tedesca);
- ✚ promuovere lo sviluppo dei bacini caratterizzati da un alto livello di spesa media pro-capite (Giappone) o contraddistinti da una sostenuta crescita dei flussi outgoing negli ultimi anni (Spagna);
- ✚ accrescere la quota di mercato nei confronti dei paesi di lingua francofona e scandinavi, considerata la debolezza dell’incoming da queste aree pur generatrici di consistenti flussi di turismo internazionale.

A integrazione e supporto di tali operazioni l’Ufficio PISU ritiene essenziale avviare azioni di direct e trade marketing consistenti nella progettazione, realizzazione, gestione e diffusione di un sistema integrato di documentazione turistica, finalizzato a:

- ❖ promuovere la visita al territorio comunale collegato alle emergenze territoriali limitrofe (zone a valenza turistica) ed agli specifici ambiti caratteristici, in una ottica di sistema, condivisione, valorizzazione e promozione delle emergenze turistiche e delle attività produttive artigianali locali;
- ❖ consentire l’organizzazione e la prenotazione della vacanza da parte dei turisti;
- ❖ fornire informazioni dettagliate circa la dotazione turistica di ciascun ambito anche in rapporto alle differenti motivazioni di visita (enogastronomica, culturale, balneare, religiosa, termale, ambientale, giovanile, congressuale, etc.);
- ❖ stimolare la mobilità dei turisti sul territorio materano e la fruizione delle differenti risorse territoriali;
- ❖ consentire la progettazione e realizzazione di offerte di soggiorno da parte degli intermediari turistici.

Tale sistema integrato di documentazione turistica dovrà essere diffuso, attraverso un mix di azioni di comunicazione e distribuzione, nei confronti del mercato rappresentato dagli intermediari turistici (tour operator, agenti di viaggio, associazioni, etc.) e dai turisti finali, attuali e potenziali.

2.1 Documentazione messa a disposizione dei concorrenti

Viene messa a disposizione dei concorrenti la seguente documentazione reperibile sul sito internet: www.comune.matera.it:

- All 1 - Stralcio dell' Accordo di programma Regione Basilicata – Comune di Matera – Progetto Integrato Sviluppo Urbano Città di Matera (2002 – 2006).
- All. 2 - Protocollo del Sistema turistico locale
- All .3 - Intesa Città Unesco Sud (Matera – Alberobello – Andria)
- All.4 - Sistema per la accoglienza turistica cittadina
- All 5 - Proposte delle Associazioni culturali ed imprenditoriali
- All 6 - Eventi culturali storicizzati - Eventi fieristici storicizzati - Altre manifestazioni cittadine

Ulteriori informazioni potranno essere richieste dai concorrenti direttamente all'indirizzo indicato al punto 1 del Bando di gara.

3. specificazione delle attività da realizzare

Le attività da realizzare si distinguono nelle due macro-tipologie specificate ai successivi punti 3.1 e 3.2. In maniera indicativa, al complesso delle azioni previste al punto 3.1 dovrà essere destinato almeno il 70% delle risorse totali e al complesso delle azioni previste al punto 3.2 non più del 30% delle risorse totali.

3.1 Ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione

Le attività da realizzare consistono nella ideazione, realizzazione e gestione di una campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione dell'immagine turistica della città di Matera comprendenti:

a) ideazione della strategia di comunicazione complessiva, volta a connotare specificamente l'offerta turistica della città rispetto alle offerte turistiche concorrenti, mediante l'elaborazione di una immagine turistica unitaria nel cui contesto venga comunque esaltata, in modo armonioso e coerente, la diversità delle differenti specificità territoriali e dei diversi prodotti turistici costitutivi della stessa.

IL Soggetto aggiudicatario si impegna a concordare, con la Stazione Appaltante, un "marchio ombrello", relativo al "prodotto turistico Matera città dei Sassi" con logo e slogan identificativo. Tale marchio dovrà essere utilizzato per caratterizzare le azioni di comunicazione identificate ai punti successivi e, comunque, costituirà un riferimento per tutte le iniziative di promozione e comunicazione turistica intraprese dal Comune e dal sistema turistico locale. Gli slogan dovranno essere realizzati, oltre che in lingua italiana, anche in lingua inglese, francese, tedesca, spagnola e giapponese.

b) redazione di un progetto che investa i media sul territorio nazionale e nei principali paesi esteri, attuali e potenziali, generatori della domanda, in accordo ai bacini geografici specificati al punto (2) e comunque tali da perseguire il raggiungimento degli obiettivi di crescita dei flussi turistici per paese.

Dovrà essere prevista la realizzazione di materiale di base quali spots televisivi e radiofonici, redazionali, manifesti, pubblicazioni in genere, calendari, materiale pubblicitario in forma tradizionale e d'innovazione tecnologica, con design grafico coordinato e coerente con quanto identificato al precedente punto (a) e quanto altro ritenuto strumentale alla piena realizzazione della strategia di comunicazione.

In particolare dovrà essere proposta una campagna televisiva e radiofonica in Italia con relativa pianificazione dei media scelti e della quantità di passaggi previsti, finalizzata a diffondere il marchio "Matera città dei Sassi", oltre alla redazione di una rivista con mailing list per la comunicazione delle attività e delle produzioni locali, al fine di innescare processi di attivazione di nuovi mercati per le PMI locali anche in ambito internazionale, con tiratura non inferiore alle 50.000 copie ed uscite quindicinali/mensili a cura del Comune di Matera.

Dovranno essere inoltre realizzati filmati di presentazione del territorio materano in chiave istituzionale/promozionale e filmati promozionali per ciascuna delle filiere di prodotto specificate al precedente punto (2) e compatibili con gli indirizzi del sistema turistico locale. I filmati dovranno essere realizzati, oltre che in lingua italiana, anche in lingua inglese, francese, tedesca, spagnola e giapponese. Dovrà inoltre essere previsto il ricorso a testimonial eccellenti e rappresentativi del mondo della cultura, dell' arte e della imprenditoria

In maniera indicativa, il 70% circa delle risorse dovrà essere destinato al mercato Italia, dove la

promozione del “Marchio Matera città dei Sassi” avverrà utilizzando preferibilmente mezzi di comunicazione rivolti al grande pubblico, mentre le specifiche filiere di prodotto verranno promosse ricorrendo a strumenti di comunicazione più specializzati. Il restante 30% delle risorse verrà destinato ai mercati internazionali, attraverso strumenti di comunicazione più focalizzati e differenziati per motivazioni di visita. Una diversa ripartizione potrà comunque essere proposta, se adeguatamente motivata, dalla Ditta aggiudicatrice in sede di Offerta Tecnica.

c) implementazione del progetto di comunicazione, in accordo al progetto specificato al precedente punto (b).

d) realizzazione di una attività costante di monitoraggio e di verifica dell'efficacia delle attività promozionali svolte (auditing, applicazione di tecniche di pre-testing e post-testing, etc.) con comunicazione periodica di dati certificati circa la diffusione dei diversi messaggi promozionali e delle campagne effettuate e la valutazione del relativo impatto sui flussi turistici anche per il tramite dell’Osservatorio delle iniziative di comunicazione e promozione turistica” da istituirsi secondo le modalità descritte al punto successivo;

e) progettazione, realizzazione e gestione di un “Osservatorio della comunicazione turistica”, finalizzato a produrre rendiconti periodici in relazione all'attuazione della campagna di comunicazione e monitorare le iniziative di comunicazione e promozione turistica realizzate da soggetti pubblici e privati oltre che da destinazioni concorrenti in Italia e all'estero, da trasmettere all'Assessorato al Turismo del comune di Matera, con cadenza almeno bimestrale.

3.2 ideazione, realizzazione e gestione dei servizi di direct e trade marketing

Dovrà essere inoltre curata l'ideazione, realizzazione e diffusione di un sistema integrato di documentazione turistica di “Matera città dei Sassi”, comprendente:

a) definizione di un progetto editoriale concernente la documentazione informativa per turisti e intermediari turistici, comprendente le guide informative dell'offerta turistica, le guide specifiche per ciascuna filiera di prodotto, le mappe turistiche della città di Matera e un manuale per tour operators e agenti di viaggio, articolati secondo le tipologie minime descritte al punto (3.2.b), e quant'altro ritenuto propedeutico e migliorativo per l'attuazione del progetto editoriale.

Il progetto editoriale dovrà recepire e attuare quanto verrà ideato, in termini di strategia di comunicazione complessiva al precedente punto (3.1.a) (logo e slogan identificativi dell'offerta turistica complessiva e specifica per filiere di prodotto), e dovrà comprendere le caratteristiche di formato e di stampa in termini di editing grafico, dimensioni, gamma cromatica, qualità del supporto cartaceo, qualità di stampa, progetto grafico e grammatura carta, etc.

Il progetto editoriale comprende inoltre l'elaborazione dei contenuti grafici e testuali degli opuscoli informativi, delle mappe turistiche e del manuale per tour operator e agenti di viaggio specificati ai successivi punti (3.2.b), (3.2.c), (3.2.d).

b) produzione delle guide informative dell'offerta turistica locale, in quantità adeguata a servire i target di domanda compatibili con le previsioni progettuali e riferite al biennio di riferimento. Le guide dovranno essere realizzate in lingua italiana, inglese, francese, tedesca, spagnola e giapponese ed essere specifiche per ciascuna filiera di prodotto. In maniera indicativa, il 40% circa delle guide dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati all'interno delle previsioni progettuali

Le guide dovranno svolgere una funzione promozionale nei confronti dei turisti potenziali (in particolare quelle per filiera di prodotto) e informativa nei confronti dei turisti effettivi. La tiratura complessiva minima dovrà essere di **500.000 (cinquecentomila)** copie, secondo la ripartizione aggregata indicata di seguito. Le tipologie di guide da realizzare sono le seguenti:

- guida complessiva della città. La guida dovrà rappresentare una sintesi, con scopi promozionali, dell'offerta turistica e delle differenti filiere di prodotto, connessi secondo una chiave di comunicazione unitaria, con indicazione delle informazioni di base per l'organizzazione del soggiorno a Matera, da realizzarsi anche attraverso le informazioni contenute nelle specifiche guide di area/prodotto. La guida dovrà avere una **foliazione minima di 20 pagine**, compresa la copertina, per una tiratura minima di almeno **100.000 (centomila) di copie**.

- guide relative alle filiere di prodotto turistico. Per ciascuna filiera di prodotto, oltre a fotografie e descrizioni della filiera nelle sue articolazioni territoriali, dovranno essere riportate informazioni di base relative agli specifici elementi del prodotto (ad esempio alberghi e ristoranti, chiese rupestri, musei e siti archeologici, cantine e punti di produzione e degustazione dei prodotti tipici, chiese al piano e luoghi di devozione, centri congressuali, parchi naturali, sentieri e dotazioni turistico-sportive).

Le guide dovranno avere una foliazione minima di **20 pagine**, compresa la copertina, per una tiratura complessiva minima di almeno **200.000 (duecentomila) copie**. Le guide dovranno riferirsi alle filiere di prodotto identificate al precedente punto (2);

c) produzione delle mappe turistiche di Matera città dei Sassi in grado di soddisfare le esigenze immediate dei turisti, comprendenti accessibilità e mobilità, attrazioni turistiche e zone dello shopping. La tiratura complessiva minima dovrà essere di **200.000 (duecentomila) copie**, in formato differente a seconda delle funzioni e comunque tale da consentire una agevole fruizione. Le mappe dovranno essere realizzate in lingua italiana, francese, inglese, tedesca, spagnola e giapponese. In maniera indicativa, il 40% circa delle mappe dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati all'interno della proposta progettuale. Le caratteristiche di formato e di stampa (colori, tipologia di carta, copertina, etc.) dovranno essere specificate nell'Offerta.

d) produzione del "Manuale per Tour Operator e agenti di viaggio", in quantità adeguata da servire i bacini di origine della domanda indicati nella proposta progettuale. Il manuale dovrà essere realizzato in lingua italiana, inglese, francese, tedesca, spagnola e giapponese. In maniera indicativa, il 40% circa dei manuali dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati dalla proposta progettuale. La ripartizione dovrà essere specificata in sede di Offerta Tecnica. Oltre a presentare sinteticamente il sistema turistico locale dovrà fornire, al minimo, le seguenti informazioni:

- elenco descrittivo delle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere;
- tour operator e agenti di viaggio incoming;
- ristorazione tipica ed etnica;
- attrazioni turistiche archeologiche, storico-culturali, naturalistiche, etc.;
- strutture congressuali e per la convegnistica e professional congress organizer;
- sistema dell'accessibilità e vettori del trasporto aereo, ferroviario e su gomma;
- altri servizi turistici e complementari;
- eventi ripetitivi di interesse turistico;
- altre informazioni rilevanti ai fini dell'organizzazione e promozione di offerte di visita e soggiorno a Matera.

e) produzione del kit "Matera città dei Sassi ", consistente di una cartellina destinata a tour operator, agenti di viaggio e giornalisti in visita a Matera. La cartellina dovrà potere contenere, secondo una ripartizione adattabile a differenti percorsi di visita, schede specifiche informative sui luoghi e sulle produzioni realizzate, e dovrà inoltre essere dotata di blocco notes, penna, portabiglietti da visita, mappe turistiche e un CD contenente rispettivamente una raccolta di almeno n. 100 immagini per la realizzazione di cataloghi relativi al sistema turistico locale e suggerimenti operativi per la programmazione di un'offerta di viaggio a Matera (organizzazione dei trasporti, tempi di percorrenza dei diversi itinerari, etc.). Dovranno essere realizzate al minimo 50 schede specifiche informative, in relazione a temi che verranno comunicati dall'Assessorato al Turismo del Comune di Matera successivamente all'aggiudicazione della gara. La tiratura minima dovrà essere di 5.000 (cinquemila) kit. Il kit dovrà essere realizzato, oltre che in lingua italiana, in lingua inglese, francese, tedesca, spagnola e giapponese. In maniera indicativa, il 40% circa dei kit dovrà essere realizzato in lingua italiana e il 60% circa in lingue straniere, secondo una ripartizione coerente con il raggiungimento degli obiettivi di crescita per bacino di domanda identificati dalla proposta progettuale. La ripartizione dovrà essere specificata in sede di Offerta Tecnica.

f) definizione di un progetto di distribuzione delle guide informative, delle mappe turistiche, dei manuali per tour operator e agenti di viaggio e quant'altro realizzato nell'ambito del progetto editoriale, finalizzato a massimizzare la diffusione presso i target di domanda identificati nelle citate Linee Guida

(turisti attuali/potenziati e tour operator/agenti di viaggio, segmentati per paese di origine) e a soddisfare le esigenze di informazione turistica dell'Assessorato al Turismo del Comune di Matera.

Nella definizione del progetto di distribuzione e di pianificazione si dovrà tenere conto del fatto che i materiali di comunicazione relativi alle filiere di prodotto turistico sono soprattutto finalizzati all'attrazione di nuovi turisti e troveranno dunque una distribuzione ideale nelle fiere turistiche e attraverso azioni di direct marketing. I materiali di comunicazione, siano essi editoriali o visivi, relativi alla offerta turistica, sono invece soprattutto finalizzati a soddisfare le esigenze informative dei turisti in visita presso le destinazioni e troveranno dunque una distribuzione ideale attraverso punti informativi individuati dall'Assessorato al Turismo del comune di Matera.

Nei confronti del target composto dai turisti attuali e potenziali il progetto di distribuzione dovrà prevedere, al minimo, la realizzazione delle seguenti attività a carico della Ditta aggiudicatrice:

- progettazione, realizzazione e gestione di una banca dati dei turisti, da costruire ad esempio sulla base di inserzioni di coupon in riviste generaliste e di settore (cfr. punto successivo) e segmentata per motivazioni primarie di visita e provenienza. Tale banca dati verrà utilizzata per l'invio delle guide e sarà messa a disposizione dell'Assessorato al Turismo del Comune di Matera per ulteriori azioni di "direct marketing";

- inserzioni su stampa specializzata e di settore e/o distribuzione di coupon e/o pubblicazioni di banner su portali internet di interesse turistico o a vasta consultazione, finalizzate a stimolare la richiesta di guide da parte dei turisti;

- istituzione di un numero verde, accessibile a livello nazionale tra le ore 8:00 e le 21:00, finalizzato a fornire informazioni sull'offerta turistica complessiva di Matera città dei Sassi;

g) attivazione di un "ufficio relazioni esterne e marketing operativo" per la comunicazione a livello nazionale e internazionale, a supporto della campagna nel suo complesso, per tutta la durata del servizio, finalizzato a gestire i contatti con i media, stendere redazionali, organizzare conferenze stampa, etc. Tale ufficio sarà inoltre dedicato alla realizzazione delle azioni descritte al punto "3.2.e" - gestione e aggiornamento delle banche dati dei turisti e tour operators, gestione delle relazioni connesse all'attuazione del programma, gestione del numero verde, etc. - Tale ufficio opererà a Matera, sotto il coordinamento dell'Assessorato al Turismo del comune incaricato dell'attuazione del piano;

h) distribuzione delle guide informative, delle mappe e dei manuali per tour operator e agenti di viaggio, ai turisti attuali e potenziali, agli intermediari turistici, all'Assessorato al Turismo in accordo alla strategia distributiva identificata al punto (3.2.e) e utilizzando l'ufficio relazioni esterne e marketing operativo di cui al punto (3.2.g).

Dovrà inoltre essere realizzata una raccolta di min. 500 immagini, relative ad attrattori turistici (siti storico-culturali, naturalistici, beni artistici), prodotti tipici, paesaggi, eventi e quant'altro utile alla identificazione dei sistemi locali di offerta turistica e delle filiere di prodotto precedentemente specificate, tali da costituire la banca dati iconografica di base dell'Assessorato al Turismo del comune di Matera.

Inoltre la Ditta Aggiudicatrice dovrà garantire la compatibilità multicanale delle informazioni: infatti tutto il materiale audiovisivo e la documentazione prodotta, dovranno essere forniti anche in formato idoneo alla pubblicazione su Web. La consultazione e l'eventuale download dovrà essere consentita da una specifica area accessibile come link dal sito internet del comune di Matera all'indirizzo www.comune.matera.it/turismo. e dal Portale Turismo.

In aggiunta alle azioni precedenti, la Ditta aggiudicatrice dovrà garantire, per tutta la durata del servizio, l'affiancamento tecnico all'Assessorato al Turismo del comune di Matera, finalizzato ad assicurare il coordinamento e l'integrazione delle azioni di comunicazione e di direct e trade marketing con il complesso delle iniziative di marketing e promozione programmate e/o in corso di realizzazione da parte dell'Amministrazione comunale.

La realizzazione delle attività descritte avverrà attraverso la realizzazione di un Piano Operativo dettagliato delle attività, completo di Cronogramma, da presentare entro 30 giorni naturali e consecutivi dalla stipula del contratto con il comune di Matera, relativo alle attività da realizzarsi, con l'individuazione dei tempi e delle modalità di realizzazione di ciascun servizio, in conformità con l'Offerta Tecnica. Entro i 30 giorni successivi, l'Amministrazione, sentita **la Commissione di Monitoraggio di cui al successivo punto (12)**, ha la facoltà di formulare osservazioni e proporre modifiche che la Ditta aggiudicataria si

impegna a realizzare, dandone conferma, con tempestività e comunque entro 10 giorni. Trascorso inutilmente tale termine, il Piano s'intenderà approvato con le modifiche proposte e dovrà essere eseguito pena la risoluzione del contratto stesso.

Al termine del servizio e, su richiesta, anche in corso d'opera, i materiali fotografici, editoriali e audiovisivi, e quant'altro realizzato nell'ambito della produzione del servizio dovrà essere consegnato al Comune di Matera, Assessorato al Turismo.

Questo ne deterrà tutti i diritti per l'eventuale utilizzazione per qualsiasi scopo riterrà opportuno, mettendoli a disposizione degli altri settori e/o enti che vorranno farne uso nell'ambito delle proprie attività istituzionali.

4. procedura di gara, importo e durata del servizio

Appalto concorso secondo le prescrizioni del D. Lgs. 17 marzo 1995 n. 157, così come modificato dal D. lgs 65/2000.

L'importo del servizio da progettare e realizzare, per l'intero periodo, è stabilito in €1.500.000 (euro unmilione cinquecentomila), compresa I.V.A., secondo il metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa di cui all'art. 23 comma 1, lettera b) del D. Lgs. 17 marzo 1995 n. 157.

Il programma è finanziato dal F.E.S.R, POR Basilicata 2000/2006, Asse V PISU Città di Matera Mis. VI.1. azione D

Il servizio verrà avviato dalla comunicazione della aggiudicazione e avrà termine diciotto mesi dopo la data di stipula del contratto.

Non sono ammesse offerte in aumento. Non sono ammesse offerte frazionate.

5. preselezione e modalità di presentazione dell'offerta. requisiti minimi economici e tecnici

Le Ditte che intendono partecipare alla gara oggetto del presente capitolato, in possesso di tutti i requisiti prescritti dallo stesso, dovranno far pervenire, (a pena di esclusione) al Comune di Matera, Ufficio PISU, via A. Moro Matera, nei termini e con le modalità descritte al punto 9 del bando di gara, pena esclusione, la domanda di partecipazione redatta, in conformità a quanto previsto dal punto 10 del bando stesso.

Il Responsabile del procedimento, indicato al punto 1 del bando di gara, procederà all'apertura delle domande di partecipazione pervenute nei termini indicati dal punto 9 del bando stesso e alla verifica della sussistenza delle dichiarazioni richieste ai sensi del punto 10 del bando di gara.

Saranno invitate a presentare le offerte, nei termini fissati dal punto 11 del bando di gara, le ditte che risulteranno aver rispettato i termini e le modalità di cui ai punti 9 e 10 del bando stesso.

L'offerta dovrà pervenire, all'indirizzo indicato al punto 1 del bando di gara, in un unico plico chiuso, sigillato con ceralacca e controfirmato sui lembi di chiusura, recante all'esterno l'indicazione del mittente e la dicitura **“Attività e servizi di comunicazione e promozione verso l'esterno e supporto ad iniziative di attrazione turistica del Comune di Matera”**.

Il plico di cui al precedente capoverso dovrà contenere al suo interno tre buste, a loro volta chiuse, sigillate con ceralacca e controfirmate sui lembi di chiusura, recanti l'intestazione del mittente e la dicitura rispettivamente 'A Documentazione'; "B Offerta tecnica", e "C Offerta economica".

Nel caso di imprese riunite, sia la relazione di offerta tecnica, sia l'offerta economica dovranno essere siglate in ogni pagina da tutti i partecipanti al raggruppamento.

Possono partecipare alla gara imprese raggruppate o consorziate, anche appositamente e temporaneamente. E' fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in più di una ATI, ovvero di partecipare anche in forma individuale, qualora abbiano partecipato alla gara medesima in associazione o consorzio, pena l'esclusione di tutti i soggetti coinvolti.

5.1. Contenuto dell'Offerta:

La busta **“A) Documentazione”** dovrà contenere pena di esclusione la seguente documentazione:

- o in relazione alla dichiarazione di cui al punto 10.l del bando di gara, per i servizi resi a favore di amministrazioni o enti pubblici, la certificazione, rilasciata dagli enti medesimi, attestante il buon esito o l'andamento del rapporto;
- o il nominativo del Direttore responsabile del servizio, ed i nominativi e i curricula del gruppo di lavoro che realizzerà il servizio;
- o dichiarazione di impegno, di ciascun componente del gruppo di lavoro a non assumere, nel periodo di vigenza del contratto, incarichi in conflitto di interesse con l'attività oggetto del presente bando;
- o la descrizione delle attrezzature tecniche, delle misure adottate per garantire la qualità, degli strumenti di studio e di ricerca dell'impresa, ai sensi dell'art.14 del D.lgs 157/95 lett.e);
- o cauzione provvisoria pari al 2% dell'importo a base d'asta, indicato al punto 4), da prestarsi mediante polizza fidejussoria, bancaria o assicurativa incondizionata o rilasciata dagli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'art.107 del DLgs 385/93, con un periodo di validità della durata di sei mesi che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, nonché l'espressa rinuncia al termine di cui all'art 1957cc. La cauzione provvisoria deve recare espressa menzione che la medesima viene prestata a garanzia:

della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale;
della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara, nonché della stipula del contratto.

Nel caso di raggruppamento temporaneo d'impresе la cauzione è prestata dalla mandataria. La cauzione provvisoria copre il mancato avvio della prestazione a seguito della comunicazione dell'aggiudicazione e la mancata sottoscrizione del contratto.

In caso di raggruppamento di imprese la documentazione attestante la condizione minima di ammissibilità di cui al punto 10.l del bando, deve essere certificata con riferimento al raggruppamento nel suo insieme. La documentazione (i bilanci relativi agli anni ultimi tre anni) attestante il requisito di cui al punto 10.m del bando stesso, dovrà essere prodotta dalla capogruppo e dalle altre società costituenti l'associazione temporanea d'impresa conformemente alle partecipazioni dichiarate.

Nel caso di raggruppamento d'impresе, inoltre, la dichiarazione di impegno di ciascun componente del gruppo di lavoro, la descrizione delle attrezzature tecniche, il nominativo del Direttore responsabile del servizio, ed i nominativi ed i curricula del gruppo di lavoro, nonché la cauzione provvisoria, dovranno essere presentate dalla società capogruppo.

La busta "**B Offerta tecnica**" dovrà racchiudere la relazione di offerta tecnica, anche su supporto informatico, comprendente il progetto analitico esecutivo di realizzazione del servizio, costituito da tutti gli elementi atti a definire compiutamente ed in modo univoco le attività da realizzare, sotto il profilo qualitativo, quantitativo, organizzativo, localizzativo, temporale e degli obiettivi quantificati.

L'offerta sarà siglata in ogni pagina e sottoscritta all'ultima pagina con firma per esteso e in modo leggibile dal legale rappresentante.

La busta "**C Offerta economica**" dovrà contenere, l'offerta economica, compresa IVA. Non sono ammesse, a pena di esclusione, offerte in aumento o parziali.

L'offerta consisterà in una descrizione analitica e dettagliata dei costi, ivi compreso quello del personale (responsabile, coordinatore, senior, junior, ecc.) e quelli generali, per ciascuna attività da realizzare.

L'offerta sarà siglata in ogni pagina e sottoscritta all'ultima pagina con firma per esteso e in modo leggibile dal legale rappresentante.

Nel caso di raggruppamento l'offerta conterrà, altresì, sottoscritta per esteso in modo leggibile da ciascun componente il raggruppamento, una dichiarazione in cui saranno indicate le parti del servizio che saranno eseguite dai singoli e una dichiarazione con la quale le imprese componenti il raggruppamento si impegnano ad ottemperare a quanto previsto dall'art.11 del D. lgs 157/95 così come modificato dal D. lgs 65/2000.

5.2. cauzione

La cauzione provvisoria di cui al punto 14 del bando di gara, che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione, dovrà avere la validità di sei mesi.

La cauzione provvisoria deve recare espressa menzione che la medesima viene prestata a garanzia:

della condotta improntata a criteri di buona fede nel corso di tutta la procedura concorsuale, della veridicità delle dichiarazioni rese in sede di gara, nonché della stipula del contratto.

Per l'aggiudicatario la cauzione provvisoria sarà svincolata al momento della prestazione della cauzione definitiva; ai non aggiudicatari verrà restituita entro trenta giorni dalla richiesta.

In caso di aggiudicazione, la società aggiudicataria dovrà prestare, entro 30 giorni dalla comunicazione dell'aggiudicazione e comunque prima della stipula del contratto, cauzione definitiva, pari al 10% dell'importo aggiudicato, mediante polizza fideiussoria o assicurativa incondizionata che escluda espressamente il beneficio della preventiva escussione.

La cauzione definitiva copre gli oneri per il mancato o incompleto adempimento del contratto.

Nel caso di associazione temporanea di imprese la cauzione viene prestata dalla società che sarà mandataria.

Lo svincolo della cauzione definitiva avverrà alla chiusura del contratto ed all'accettazione globale di tutti i servizi da parte dell'amministrazione.

5.3. modalità di affidamento

L'appalto sarà aggiudicato secondo le modalità di cui all'art. 23, lett. b), del Decreto legislativo 17 Marzo 1995 n. 157 e s.m.i., a favore dell'offerta economicamente più vantaggiosa, da individuarsi mediante l'applicazione dei criteri di valutazione di seguito indicati.

L'Amministrazione si riserva la facoltà di aggiudicare il servizio oggetto del presente capitolato in presenza di almeno una offerta valida, a condizione che consegua almeno 70 dei punti previsti ai fini dell'attribuzione del punteggio.

6. valutazione delle offerte

La procedura di valutazione delle offerte prevede l'attribuzione di un punteggio massimo di 100 punti sulla base dei seguenti criteri:

Criterio	Punteggio Massimo
A) Qualità offerta tecnica	
1. Qualità e creatività della campagna di comunicazione (pianificazione media)	25
2. Qualità ed organizzazione dei servizi di direct e trade marketing	15
3. Metodologia e articolazione della proposta	10
4. Efficacia del progetto di distribuzione del sistema di documentazione turistica	10
5. Proposte migliorative	10
6. Organizzazione dei servizi di supporto (Osservatorio della comunicazione turistica e ufficio relazioni esterne e marketing operativo)	10
B) Offerta economica a corpo	20
TOTALE	100

6.1. Qualità dell'offerta tecnica

La Commissione di valutazione avrà a disposizione complessivamente 80 punti per esprimere il proprio giudizio sulla rispondenza dell'offerta alle esigenze dell'Amministrazione aggiudicatrice.

6.2. Offerta economica

Il punteggio sarà determinato sulla base della seguente formula:

punteggio offerta economica = $(Q \text{ minima} / Q_x) * 20$, dove Q minima è l'offerta economica per importo più basso, Qx è l'offerta in esame.

Nel caso di presentazione di offerte anormalmente basse, la Commissione procederà ai sensi di quanto previsto dall'articolo 25 del Decreto Legislativo 17.3.95, n°157 così come modificato dal D. lgs 65/2000.

7. composizione della commissione e procedura di gara

La gara verrà celebrata l'ufficio PISU del Comune di Matera, via A. Moro.

La Commissione di gara, composta da un **Presidente e da quattro esperti**, coadiuvata da un funzionario con mansioni di segretario, sarà nominata con determina dirigenziale. La Commissione di gara, sulla base dei criteri indicati al precedente punto 6 , perverrà all'aggiudicazione provvisoria entro 30 giorni dalla data di inizio delle operazioni di gara.

Nel giorno e nell'ora stabiliti nella lettera di invito, la Commissione di gara procede, in seduta pubblica, all'esame della documentazione di cui alla busta "A Documentazione" e valuta la sussistenza dei requisiti minimi richiesti di cui al punto 5.1 del presente capitolato.

Alla seduta pubblica potrà presenziare un rappresentante per ogni offerente, munito di delega.

Alle successive fasi di gara saranno ammessi solo i concorrenti che dall'esame dei documenti contenuti nella busta "A Documentazione" risulteranno in regola con tutte le relative prescrizioni del bando di gara e del presente capitolato.

La Commissione di valutazione, ai fini della valutazione delle offerte, in occasione della seduta pubblica, e prima di aprire le buste "B" e "C" contenenti, rispettivamente, l'Offerta Tecnica e l'Offerta Economica, potrà introdurre elementi di specificazione dei criteri indicati al punto 6 del presente capitolato e dalla lettera di invito, con l'adozione di sotto-voci coerenti con le categorie generali già prefissate.

La prima parte pubblica della gara verrà chiusa con la redazione del relativo verbale.

La Commissione di valutazione, nella stessa o in altra o più sedute riservate, procederà all'apertura delle buste "B Offerta tecnica" ed all'analisi delle offerte tecniche assegnando i relativi punteggi e verbalizzando il risultato.

In seguito la Commissione, in seduta pubblica, procede all'apertura delle buste "C Offerta economica", assegnerà il relativo punteggio, procederà alla redazione della graduatoria e provvederà all'aggiudicazione provvisoria della gara.

Completate le operazioni di gara, la Commissione formula le proposte di aggiudicazione provvisoria.

Tutte le operazioni eseguite dalla Commissione vengono descritte in appositi verbali, tenuti secondo la progressione cronologica delle operazioni, redatti dal Segretario. I verbali sono firmati da tutti i componenti della Commissione e conservati agli atti dell'Amministrazione. Ai verbali vengono allegati tutti i documenti di gara, siglati dal Presidente e dal Segretario della Commissione

Dell'aggiudicazione dell'appalto sarà data comunicazione nelle forme previste dal decreto legislativo 17 marzo 1995 n.157.

L'aggiudicazione definitiva resta comunque subordinata alla registrazione del decreto di presa d'atto dei lavori della Commissione di valutazione e di aggiudicazione dell'appalto in oggetto. Sino alla predetta registrazione l'Amministrazione resta libera da qualunque impegno nei confronti della Ditta aggiudicataria e quest'ultima, in caso di mancata registrazione del decreto di aggiudicazione, si impegna a recedere dall'aggiudicazione, senza pretendere alcun rimborso o risarcimento, accettando implicitamente il conseguente provvedimento di autotutela da parte di questa Amministrazione. La partecipazione alla gara comporta l'integrale accettazione del predetto patto di rinuncia ad ogni rimborso o risarcimento e dell'eventuale provvedimento di autotutela.

L'amministrazione si riserva di disporre con provvedimento motivato, ove ne ricorra la necessità, la riapertura della gara e l'eventuale ripetizione delle operazioni di essa.

8. documenti da presentare in caso di aggiudicazione

Dopo l'aggiudicazione l'Amministrazione inviterà, anche a mezzo telegramma, l'aggiudicatario a produrre la documentazione necessaria alla stipula del contratto di gara.

Ove il soggetto aggiudicatario non ottemperi a quanto richiesto, o non si presenti alla stipula del contratto nel giorno all'uopo stabilito, l'Amministrazione disporrà la revoca dell'aggiudicazione, riservandosi di chiedere il risarcimento danni e di attuare le procedure previste dalla normativa in vigore.

La stipula del contratto è, comunque, subordinata al positivo esito delle procedure previste dalla normativa vigente in materia di lotta alla mafia.

9. modalità di effettuazione dei pagamenti

I pagamenti a favore dell'aggiudicataria (della capogruppo in caso di raggruppamento di imprese) saranno così effettuati:

- ❖ - anticipazione del 10% dell'importo del contratto, su presentazione di fideiussione bancaria e/o

assicurativa di pari importo. Tale fideiussione potrà essere successivamente ridotta, su richiesta dell'aggiudicatario, in relazione all'effettiva entità dell'anticipazione stessa;

- ❖ - n° 7 rate pari ciascuna al 10% dell'importo contrattuale, sulla base di rendicontazione documentata delle spese effettuate per l'attuazione del programma proposto, fino ad una aliquota pari all' 80% delle attività previste;
- ❖ - 10% dell'importo, su dimostrazione dell'avvenuta realizzazione e relativa rendicontazione delle spese effettuate, sulla base del programma proposto, fino ad una aliquota pari al 95% delle attività previste;
- ❖ - 10% dell'importo, a conclusione del programma.

Lo svincolo della fideiussione a garanzia avverrà con l'approvazione da parte dell'Amministrazione dell'ultimazione del programma e comunque non oltre 90 giorni dalla data di comunicazione dell'avvenuta ultimazione da parte dell'aggiudicatario.

La liquidazione o il pagamento del compenso avverrà, salvo diversa richiesta scritta, mediante bonifico presso la banca e il conto corrente che saranno indicati per iscritto dall'aggiudicatario. Con il prezzo offerto, l'aggiudicatario si intende compensato di tutti gli oneri impostigli con le presenti norme e per tutto quanto occorre per fornire la prestazione compiuta in ogni sua parte. L'importo contrattuale è a corpo, forfettario ed invariabile.

10. variazioni e sospensioni del servizio

L'Amministrazione si riserva di apportare al programma offerto le variazioni che riterrà più opportune.

Tali variazioni saranno comunicate alla Società aggiudicataria con un anticipo di almeno 2 mesi rispetto alla programmazione esecutiva.

Eventuali modifiche dei costi conseguenti alle variazioni apportate saranno determinate sulla base dei costi elementari contenuti nell'offerta ovvero, in mancanza, con riferimento a tariffari nazionali applicabili alla materia e in subordine con riferimento a preventivi comparativi dei costi.

L'Amministrazione si riserva il diritto inappellabile di sospendere in tutto o in parte il servizio e quindi di risolvere immediatamente il contratto. In tal caso sarà dovuto alla Società aggiudicataria il compenso per le attività già svolte, ove non ancora corrisposto, ed un importo pari al 10% della differenza tra il 50% dell'importo contrattuale e il compenso per le attività svolte.

Nessuna maggiorazione sarà dovuta quando il compenso per le attività svolte fosse pari o superiore all'80% dell'importo contrattuale.

L'Assessorato al Turismo del comune di Matera è il referente della società aggiudicataria. Allo stesso Assessorato è riservato il coordinamento dell'utilizzo delle parti che compongono il prodotto finale dell'appalto.

11. controlli, ritardi ed inadempienze

L'Amministrazione si riserva il diritto di verificare in ogni momento la rispondenza delle attività realizzate al progetto offerto e l'adeguatezza del servizio prestato e di effettuare i controlli previsti dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale in materia. A tal fine la Società aggiudicataria è tenuta ad offrire ogni collaborazione per l'effettuazione delle verifiche richieste e comunque ritenute necessarie.

In ogni caso l'impresa aggiudicatrice si assume la piena responsabilità per quanto attiene all'esattezza dei contenuti dei materiali prodotti, quella delle relative traduzioni, nonché la completezza dei dati

Per le verifiche ed i controlli è prevista la nomina della Commissione di Monitoraggio di cui al successivo punto 12.

Nel caso di ritardi nell'effettuazione del servizio rispetto alla tempistica preventivata, dovuti a cause di forza maggiore e comunque non dipendenti direttamente dalla Società aggiudicataria, in relazione alla particolarità dei servizi da realizzare, la Società aggiudicataria dovrà darne tempestiva comunicazione all'Amministrazione illustrando le cause che li hanno determinati.

Nel caso i ritardi dovessero essere ritenuti ingiustificati, verrà applicata alla Società una penale giornaliera di 1.000 euro.

Il verificarsi di situazioni di conflitto di interesse degli aggiudicatari e dei singoli componenti del gruppo di lavoro, valutate come tali e adeguatamente motivate dall'Amministrazione ed il venir meno, durante l'esecuzione del servizio, dei requisiti prescritti nel bando di gara, ai fini della qualificazione degli offerenti, determinano la risoluzione del contratto ai sensi e per gli effetti dell'art.1456 c.c.

Nel caso di inadempienze e/o di inefficienza dei servizi offerti, l'Amministrazione, dopo aver espletato un tentativo di componimento bonario, potrà intimare alla Società aggiudicataria, a mezzo di raccomandata A.R., di adempiere a quanto necessario per il rispetto delle specifiche norme contrattuali entro il termine perentorio di 30 giorni. Qualora la Società aggiudicataria non dovesse provvedere, l'Amministrazione potrà procedere di diritto alla immediata risoluzione in danno del contratto.

La risoluzione comporterà, come conseguenza, l'incameramento da parte dell'Amministrazione, a titolo di penale, della cauzione definitiva, la sospensione dei pagamenti per le prestazioni effettuate e non ancora liquidate, nonché il risarcimento degli eventuali maggiori danni.

12. commissione di monitoraggio

Con determina dirigenziale l'amministrazione provvederà a nominare, entro 30 giorni solari dalla data di aggiudicazione dell'appalto, una Commissione di Monitoraggio che opererà fino alla accettazione globale di tutti i servizi da parte dell'amministrazione. Tale Commissione è presieduta dal dirigente dell'Ufficio PISU o suo delegato ed è composta da tre tecnici di specifica qualificazione professionale, commisurata alla tipologia e categoria degli interventi, alla loro complessità e all'importo.

Tale Commissione avrà, tra l'altro, il compito di:

- verificare la congruenza tra il Piano Operativo dettagliato delle attività completo di Cronogramma, di cui al precedente punto (3) e il piano di comunicazione riportato in Offerta Tecnica presentato dalla Ditta aggiudicatrice;
- monitorare tutte le attività sottostanti all'intero Servizio con la produzione di rapporti di monitoraggio bimestrali;
- proporre variazioni al programma offerto sulla base di indicazioni formulate dall'Assessorato al Turismo;
- verificare gli scostamenti dei livelli di servizio, rispetto alle prescrizioni stabilite nel presente Capitolato, a quanto presentato dalla Ditta in sede di Offerta Tecnica e di Piano Operativo dettagliato delle attività completo di Cronogramma;
- modulare l'adeguamento delle penali sullo scostamento dei livelli di servizio rispetto ai valori prestazionali concordati sino a un limite inferiore al di sotto del quale, a fronte di un servizio inaccettabile, la Commissione sottoporrà all'Amministrazione la proposta di un'eventuale risoluzione contrattuale.

13. diritto di riproduzione e disponibilità del materiale di base

La Ditta aggiudicataria si impegna a mettere a disposizione gratuita del comune di Matera, per un periodo di venti anni dalla data di stipulazione del contratto, il materiale di base utilizzato per la realizzazione di tutto il progetto, per la sua utilizzazione, anche delle singole parti, in Italia e all'estero a fini esclusivamente promopubblicitari e riconducibili allo scopo istituzionale dell'Assessorato al Turismo del comune di Matera.

La Ditta aggiudicataria si impegna altresì a non concedere ad alcuno e a nessun titolo, l'uso di tutto il materiale sopra descritto, se non con il preventivo consenso dell'Assessorato al Turismo del comune di Matera.

14. diritto d'autore

Con l'aggiudicazione della gara, il comune di Matera acquisisce la proprietà piena ed esclusiva di tutte le opere realizzate, di tutti i diritti che ne derivano, nonché della piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla riproduzione e al riutilizzo di tali opere, realizzate dalla ditta aggiudicataria.

La Ditta aggiudicataria riconosce al comune di Matera, in qualità di editore delle opere, il diritto alla loro tutela, utilizzazione e sfruttamento economico.

La Ditta stessa assume la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti dei terzi che dovessero rivendicare su parti e/o elementi del progetto diritti d'autore.

15. garanzia e proprietà

I materiali prodotti, le forniture, i marchi, i logo, gli slogans e i relativi diritti patrimoniali di sfruttamento

ecc., realizzati in virtù del presente appalto, sono di proprietà esclusiva del comune di Matera. L'aggiudicatario è pertanto tenuto a consegnare l'originale, su opportuno supporto, dei materiali prodotti.

L'aggiudicatario non potrà utilizzare per sé, né fornire a terzi, documenti, prodotti, dati e informazioni relativi alle attività oggetto di contratto o utilizzare gli stessi, in misura anche parziale, senza il preventivo assenso scritto dell'Assessorato al Turismo del comune di Matera.

16.subappalto

E' fatto divieto all'appaltatore di cedere o subappaltare in tutto o in parte i servizi oggetto del presente bando di gara, pena l'immediata risoluzione del contratto.

17.controversie

Non è ammesso dalle parti il ricorso all'arbitrato.

Eventuali controversie che dovessero insorgere durante lo svolgimento del servizio tra la Società aggiudicataria ed il comune di Matera, saranno demandate al giudice ordinario.

Il Foro competente è quello di Matera.

18.spese di contratto

Sono a carico dell'aggiudicatario tutte le spese relative alla stipula e registrazione del contratto nonché tasse e contributi di ogni genere gravanti sulla prestazione.

19.vincoli

Gli aggiudicatari sono vincolati dal momento della notifica del decreto di aggiudicazione definitiva della gara.

L'aggiudicazione definitiva equivale per ogni effetto legale al contratto e legittima l'Amministrazione a disporre l'esecuzione anticipata del servizio.

20.responsabilità

La Società aggiudicataria solleva l'Amministrazione da ogni eventuale responsabilità penale e civile verso terzi comunque connessa alla realizzazione ed all'esercizio delle attività di servizio affidate. Nessun ulteriore onere o responsabilità potrà dunque derivare a carico dell'Amministrazione, oltre al pagamento del corrispettivo contrattuale.

21. riservatezza

I dati e gli elementi ed ogni informazione acquisita in sede di offerta sono utilizzati dall'Amministrazione aggiudicatrice esclusivamente ai fini del procedimento di gara e dell'individuazione

degli aggiudicatari, garantendo l'assoluta sicurezza e riservatezza, anche in sede di trattamento dati con sistemi automatici e manuali.

Gli aggiudicatari si impegnano ad osservare la piena riservatezza su informazioni, documenti, conoscenze o altri elementi forniti dalle Amministrazioni e organismi responsabili dei programmi, nonché sui risultati delle attività.

22.clausola finale

La partecipazione alla gara comporta la piena e incondizionata accettazione di tutte le disposizioni contenute nel presente capitolato e nel bando.

Per quanto non espressamente previsto nel presente bando, si applicano tutte le norme vigenti in materia di appalti e quelle del codice civile in quanto applicabili.

Allegato 1 : stralcio accordo di programma PISU 2002-2006

Scheda n. 5 - ATTIVITA' E SERVIZI DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE VERSO L'ESTERNO E DI SUPPORTO AD INIZIATIVE DI ATTRAZIONE TURISTICA

TITOLO OPERAZIONE	ATTIVITA' E SERVIZI DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE VERSO L'ESTERNO E DI SUPPORTO AD INIZIATIVE DI ATTRAZIONE TURISTICA
<p align="center">DESCRIZIONE DELL'OPERAZIONE</p>	<p>L'intervento attiene ad attività di supporto alle iniziative di marketing territoriale, comunicazione e promozione finalizzate ad implementare lo sviluppo turistico ed economico – produttivo, per l'intero territorio comunale, anche attraverso l'immagine dei “Rioni Sassi” e più in generale della città di Matera in Italia e nel mondo.</p> <p>L'intervento prevede l'espletamento di una serie di attività e di servizi finalizzate al conseguimento dell'obiettivo, in precedenza indicato.</p> <p>In questa ottica la presente scheda attiene a tutti quei “servizi/attività di marketing e comunicazione” finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promuovere Matera in Italia e nel mondo con un carattere distintivo ed una rinnovata personalità identificativa • Creare consenso nazionale ed internazionale • Pubblicizzare, creare interesse ed esaltare la storia, le caratteristiche e le tradizioni di Matera in Italia e nel mondo. • Creare una linea grafica distintiva e identificativa del Territorio compatibilmente con le attività già a carico della Regione Basilicata per il Global Design. • Promuovere e sviluppare il flusso turistico e l'indotto produttivo, attraverso la ideazione e la gestione di un evento della durata di 2 anni focalizzato sulla cultura ed in particolare sull'arte nelle sue diverse forme espressive • Favorire e pubblicizzare tutte le attività delle piccole e medie imprese artigianali, commerciali ed enogastronomiche locali • Creare una identità cittadina attraverso un progetto turistico culturale di respiro internazionale

	<ul style="list-style-type: none">• Modernizzare ed aggiornare l'approccio turistico della città• Sollecitare, attraverso attività mirate di relazioni pubbliche, opinion makers e opinion leaders• Gettare le basi per alimentare e mantenere nel tempo il flusso turistico della città• Creare una identità forte e connotante al fine di posizionare Matera in un circuito di eventi nazionali ed internazionali.• Creare le condizioni di continuità oltre i finanziamenti acquisiti, al fine di garantire che le attività di marketing e comunicazione proseguano oltre la scadenza del contratto di cui al presente bando.• Far crescere la consapevolezza delle potenzialità del Territorio negli operatori economici e nella Comunità Locale.
--	--

FONDO STRUTTURALE INTERESSATO	F.E.S.R.
ASSE POR DI RIFERIMENTO	ASSE V
MISURA POR DI RIFERIMENTO	Misura V.1
AZIONE DELLA MISURA	Azione "D": Azioni immateriali
OBIETTIVO SPECIFICO PISU	Piena soddisfazione dei bisogni sociali di base ed adeguata offerta di servizi avanzati
LINEA D'INTERVENTO PISU	Azioni immateriali

SOGGETTI BENEFICIARI	Amministrazione comunale di Matera
CRITERI DI SELEZIONE	appalto concorso ex art. 6 comma 1, d. lgs. n. 157/95 e s.m.i.
INTEGRAZIONE

PIANO FINANZIARIO DELL'OPERAZIONE

<p style="text-align: center;">COSTO TOTALE DELL'OPERAZIONE</p>	<p><u>Prima fase</u> Redazione del programma di marketing e comunicazione</p> <p><u>Seconda fase</u></p> <p>A. Diffusione del materiale pubblicitario e promozionale (logo, locandine, manifesti, brochure, merchandising, cataloghi, etc.)</p> <p>B. Ideazione, promozione e pianificazione di campagne pubbli - redazionali da svilupparsi sui media nazionali ed internazionali, quali: stampa, TV, radio e Web. Tali azioni saranno finalizzate alla individuazione di una strategia di marketing e comunicazione, anche attraverso conferenze stampa, convegni e workshop per la promozione di Matera in Italia e nel mondo.</p> <p>C. Realizzazione e pianificazione di campagne pubblicitarie</p> <p>D. Gestione del laboratorio culturale e degli artisti partecipanti all'evento. Ideazione di logo e di una linea grafica e relativa produzione dei materiali atti alla promozione cartacea, di merchandising, audio visiva e pubblicitaria in generale</p> <p>E. Ideazione e realizzazione di un sito internet dedicato</p>
<p style="text-align: center;">CONTRIBUTO POR</p>	<p style="text-align: center;">€ 1.600.000</p>
<p style="text-align: center;">EVENTUALE PARTECIPAZIONE FINANZIARIA DEL SOGGETTO ATTUATORE</p>	<p style="text-align: center;">-----</p>
<p style="text-align: center;">EVENTUALE PARTECIPAZIONE</p>	<p style="text-align: center;">-----</p>

DEL SOGGETTO DESTINATARIO				
EVENTUALE CONTRIBUTO DI PARTNER PRIVATO				
INDICAZIONE DEL PARTNER PRIVATO	Soggetti privati			
EVENTUALE UTILIZZO DI STRUMENTI DELLA FINANZA DI PROGETTO	-----			
CRONOGRAMMA DELLA SPESA	2005	2006	2007	2008
		50%	50%	----

Allegato 2 : protocollo del Sistema turistico locale



COMUNE DI MATERA



ASSESSORATO AL TURISMO

PROTOCOLLO D'INTESA PER LA COSTITUZIONE DEL "SISTEMA TURISTICO LOCALE" (S.T.L.)

Premessa

La legge regionale 30 luglio 1996, n. 34, detta norme per il riordinamento e l'organizzazione turistica, al fine di garantire lo sviluppo armonico delle attività turistiche in Basilicata. In particolare, la predetta legge regionale ha previsto l'adozione del piano turistico regionale, che è stato approvato con delibera di C.R. 1° agosto 2001, n. 263.

Il piano turistico regionale, quale strumento strategico e programmatico dello sviluppo turistico della Basilicata, definisce gli obiettivi, le azioni, i metodi e le risorse. Il piano si prefigge, tra i vari obiettivi, il "miglioramento del rapporto tra turismo ed altri fattori economici, sociali, culturali ed ambientali, in una logica di sostenibilità e di sviluppo locali, attraverso varie forme di concertazione e partenariato..." e, quindi, attraverso protocolli d'intesa o accordi di programma tra i vari soggetti istituzionali ed operatori pubblici e privati, capaci di operare in "sistema" per la crescita sociale, economica e culturale delle comunità locali.

La legge 29 marzo 2001, n. 135, che precede di alcuni mesi l'adozione del piano turistico regionale, ha riformato la legislazione nazionale del turismo ed ha il pregio, tra l'altro, di aver introdotto formalmente i "sistemi turistici locali"

(S.T.L.), come "contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti anche regioni diverse, caratterizzati dall'offerta integrata dei beni culturali , ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locali, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate".

Il nuovo statuto comunale, approvato con delibera consiliare 5 marzo 2002, n. 26 , modificato con delibera 29.11.2002 n. 86, al capo I° ha fissato diversi principi generali, per cui il comune di Matera, tra l'altro, concorre alla determinazione degli obiettivi dei piani e dei programmi provinciali e regionali; valorizza la collaborazione tra gli Enti locali; incoraggia le attività produttive; valorizza le risorse ed il patrimonio storico - culturale ed ambientale, artistico ed archeologico; attua iniziative finalizzate al recupero e alla valorizzazione dei "Rione Sassi" e del "Parco della Murgia", anche d'intesa con i comuni limitrofi interessati; promuove il turismo sociale e giovanile; promuove e coordina lo sviluppo delle attività economiche e produttive favorendo le iniziative dei privati; sviluppa le attività turistiche promuovendo l'espansione delle attrezzature e dei servizi turistici e ricettivi nel territorio, d'intesa con la regione, provincia, comuni della provincia e comuni limitrofi; adotta, per la realizzazione delle proprie finalità, gli strumenti della partecipazione della concertazione e della programmazione.

Il quadro normativo si completa con alcune norme contenute nella legge regionale 4 febbraio 2003, n.7 (bilancio regionale 2003) con cui la Regione di Basilicata , in forza della legge statale 29 marzo 2001, n. 135 , riconosce "i Sistemi Turistici Locali" ed autorizza la Giunta regionale, sentita l'Azienda di Promozione Turistica (A.P.T.), ad emanare apposito regolamento per la individuazione delle modalità per la costituzione, il riconoscimento e

l'attivazione dei predetti sistemi e le modalità di finanziamento dei progetti e di sviluppo dei medesimi.

La normativa nazionale, quella regionale e lo statuto comunale impongono una revisione radicale della promozione e della gestione del turismo locale. La via nuova da sperimentare è quella del "Sistema Turistico Locale" (S.T.L.), il quale oltre a consentire il superamento necessario dell'individualismo e del dualismo pubblico e privato, certamente garantisce nel settore del turismo un migliore soddisfacimento degli interessi pubblici e privati locali.

La Giunta comunale, consapevole che la città di Matera, collocata nel contesto turistico-culturale regionale, nazionale ed internazionale, può svolgere un ruolo di città protagonista in tale contesto, ha accolto in pieno l'innovazione dei Sistemi Turistici Locali introdotta dalla legge 29 marzo 2001, n. 135 ed ha deliberato con atto 8 maggio 2003, n. 145 di promuovere ogni azione possibile per la creazione del sistema turistico locale, demandando all'Assessore al Turismo l'attivazione della necessaria concertazione con altri Enti istituzionali, con gli operatori privati, con le Associazioni di categoria, con le Organizzazioni sindacali ed imprenditoriali, al fine di valutare le possibili forme attuative del S.T.L., nelle more che la Regione Basilicata emani le relative norme regolamentari di competenza per i Sistemi Turistici Locali.

Si tratta quindi, in coerenza con le norme regionali statali, con i principi dello Statuto comunale e con gli intendimenti della Giunta comunale, di unire le risorse, di coordinarle, attraverso una forte sinergia strategica, proiettata verso un comune obiettivo. Per realizzare questo e dare corpo all'azione dei vari Enti pubblici e dei privati e per coordinare le idee, le risorse e le azioni stesse, occorre puntualizzare i rapporti sul piano di una condivisione della progettualità,

della responsabilità e della compartecipazione allo sviluppo di una vera politica del turismo locale orientata oltre i confini regionali e nazionali.

Per queste ragioni e con questi intenti, presso la sede comunale, si sono tenute apposite conferenze, presiedute dall'Assessore al Turismo Giovanni Magariello, nelle quali i soggetti partecipanti hanno convenuto sulla opportunità di procedere alla stesura di un protocollo d'intesa per la organizzazione di un Sistema Turistico Locale per Matera, aperto anche verso altre realtà locali, regionali ed interregionali, definendo le intese per la costituzione del S.T.L.

Ciò premesso, tra i soggetti partecipanti ed aderenti di seguito indicati, si conviene e si stipula il presente protocollo d'intesa per l'attuazione del Sistema Turistico Locale.

Art. 1 - Ambito di applicazione e decisionale del protocollo

Il Protocollo si applica a tutte le attività ed iniziative turistiche territoriali locali e regionali, nonché a quelle aventi rilevanza nazionale ed internazionale.

L' S.T.L. ha poteri decisionali su tutte le attività inerenti le finalità del protocollo; per quanto concerne le attività inserite nella programmazione comunale, esprime soltanto pareri facoltativi non vincolanti.

Art. 2 - Soggetti aderenti al protocollo

Al protocollo d'intesa aderiscono i seguenti soggetti:

- Il Comune di Matera;
- La Provincia di Matera;
- La Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Matera;
- L'Ente Parco delle Chiese Rupestri del Materano;
- L'Ufficio Scolastico Regionale della Basilicata – Sede di Matera;
- Il Consorzio Albergatori Materani (CAM);

- L'Unione Industriali della provincia di Matera ;
- L'Associazione Piccole e Medie Industrie (API) - Matera;
- Le Masserie del Falco Grillaio - Consorzio Agrituristico - Matera;
- La Confcommercio - Matera;
- La Confesercenti - Matera;
- La Confartigianato - Matera;
- La Confcooperative di Basilicata - Matera;
- La Confederazione Nazionale Artigiani (CNA) - Matera;
- La Federconsumatori - Matera;
- La Coldiretti - Matera;
- La Federazione Regionale Campeggiatori Basilicata;
- La Basentech s.p.a. - Matera;
- Cittadinanzattiva - Matera;
- La CGIL - Matera.

I predetti soggetti partecipano, ciascuno con proprie risorse finanziarie, umane e strumentali.

Alla realizzazione delle finalità del protocollo potranno partecipare altri soggetti con impegni ed interventi integrativi che saranno definiti in sede di adesione.

Art. 3 - Ente capofila ed Ente di raccordo

IL comune di Matera è l'ente promotore al quale è riconosciuto il ruolo primario e di capo-fila con funzioni propulsive, di coordinamento e di sovrintendenza delle iniziative e delle attività del S.T.L., ferme restando tutte le prerogative e funzioni amministrative istituzionali proprie.

Alla Provincia di Matera è riconosciuto il ruolo istituzionale di soggetto di raccordo delle attività del S.T.L. con eventuali iniziative che, negli stessi settori, saranno promosse sul territorio provinciale.

Art. 4 - Le finalità del protocollo

In coerenza con le disposizioni normative in premessa richiamate e, in particolare, con la legge 29 marzo 2001, n. 135, il protocollo si prefigge di perseguire le seguenti finalità:

1. Promuovere la predisposizione di progetti di sviluppo del S.T.L.;
2. Promuovere e valorizzare il territorio ai fini della qualificazione dell'offerta e dell'accoglienza turistica ;
3. Promuovere e definire la programmazione a breve, medio e lungo termine di iniziative ed attività turistiche e di marketing ;
4. Promuovere e sostenere processi di concertazione, di collaborazione ed integrazione tra realtà locali, regionali ed interregionali, caratterizzate da rilevanti potenzialità turistiche, per lo sviluppo di un'offerta turistica globale;
5. Promuovere e sostenere attività e processi di aggregazione e di integrazione tra le imprese turistiche, anche in forma cooperativa, consortile e di affiliazioni;
6. Promuovere ed attuare interventi intersettoriali ed infrastrutturali necessari alla qualificazione dell'offerta turistica ed alla riqualificazione urbana e territoriale ;
7. Promuovere e sostenere l'innovazione tecnologica degli uffici di informazione e di accoglienza ai turisti, con particolare riguardo alla promozione degli *standard* dei servizi al turista ;
8. Promuovere e sostenere la riqualificazione delle imprese turistiche, con particolare riferimento allo sviluppo di marchi di qualità, di certificazione ecologica e di qualità, nonché alla tutela dell'immagine del prodotto turistico locale ;

9. Promuovere e sostenere il marketing telematico dei progetti turistici tipici, per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione in Italia ed all'Estero;
10. Promuovere collaborazioni con altri soggetti pubblici e privati, anche nel campo della produzione culturale, cinematografica, televisiva, teatrale e dello spettacolo;
11. Promuovere eventi, workshop, congressi, convegni, conferenze, seminari, anche di concerto con altri enti pubblici locali, regionali ed extraregionali, per la promozione dell'offerta turistica e dell'accoglienza ;
12. Promuovere e sostenere la produzione di pubblicazioni per la diffusione della conoscenza dei siti turistici e delle attività turistiche e culturali territoriali ;
13. Promuovere la riforma e l'adeguamento della legislazione del settore turistico.

Art. 5 - Personale per l'attuazione del protocollo

L'attuazione del protocollo e la gestione delle attività del .S.T. L. spetterà al Comune di Matera, supportato, ove necessario, dagli Enti aderenti.

Art. 6 - Oneri Finanziari

Agli oneri finanziari occorrenti per la realizzazione delle iniziative e dei progetti di sviluppo del Sistema Turistico Locale, si farà fronte con:

1. Le risorse rivenienti dalla legge 29 marzo 2001, n. 135, art. 5-comma 4-, da norme regionali e comunitarie;
2. Quote annuali degli aderenti;
3. Le sponsorizzazioni;
4. Le contribuzioni spontanee pubbliche e private;

5. Le contribuzioni eccezionali degli aderenti per finanziare iniziative particolari.

Ciascun firmatario, nell'ambito delle proprie risorse finanziarie, si impegna a prevedere annualmente nei propri bilanci le risorse necessarie per far fronte agli oneri di partecipazione al S.T.L.

Art 7 - Modifiche ed integrazioni del protocollo

Il presente protocollo potrà subire modifiche ed integrazioni in corso di esecuzione, per meglio adeguarlo alle esigenze reali ed alla normativa di settore.

Art. 8 - regolamento di attuazione

I soggetti aderenti convengono di rinviare ad apposito regolamento (o convenzione) la disciplina della struttura organizzativa, della gestione delle attività, dei fondi del S.T.L., delle modalità di adesione, delle responsabilità, nonché dei ruoli, degli impegni ed oneri di ciascuno.

Art. 9 - Durata del protocollo

Il presente protocollo ha la stessa durata del Piano Turistico Regionale e, in ogni caso, resta valido fino all'approvazione di nuovo protocollo, salva dissociazione anticipata della maggioranza dei soggetti partecipanti.

Art. 10 - Norma di rinvio

I soggetti firmatari, per tutto quanto non previsto dal presente protocollo, rinviano alle norme richiamate in premessa, alle norme innovative di settore, al regolamento di attuazione (o convenzione) di cui all'art 8 e ad ogni altra norma applicabile .

Allegato 3 : Intesa Città Unesco Sud (Matera-Alberobello-Andria)

**COMUNE
DI MATERA**
Assessorato al Turismo

**COMUNE
DI ANDRIA**
Assessorato alla Cultura

**COMUNE
DI ALBEROBELLO**
Assessorato al Turismo

**PROTOCOLLO D'INTESA PER LA PROMOZIONE
DELL'OFFERTA TURISTICA GLOBALE**

Premessa

Premesso che la legge 29 marzo 2001 n. 135 , di riforma della legislazione nazionale sul turismo, tra l'altro, valorizza il ruolo delle comunità locali e delle loro diverse ed autonome espressioni culturali;

che lo Stato e le Regioni, con la predetta legge n. 135/2001, riconoscono , sulla base del principio di sussidiarietà, il ruolo dei Comuni nel loro ambito territoriale, con particolare riguardo all'attuazione delle politiche intersettoriali ed infrastrutturali, necessarie alla qualificazione dell'offerta turistica;

che i Comuni di Matera, Andria ed Alberobello, in virtù del loro patrimonio storico, artistico e monumentale, sono iscritti nella lista mondiale dell'UNESCO;

che è intendimento dei predetti Comuni promuovere, attraverso rapporti di proficua collaborazione e concertazione, l'interazione e l'integrazione delle loro iniziative ed attività turistiche sul territorio, al fine di meglio qualificare la propria offerta turistica;

che a tale scopo, in data 10 febbraio 2004, hanno firmato una dichiarazione di intenti in via preliminare, rinviando la definizione dei contenuti degli intenti alla stipula di apposito protocollo d'intesa.

Ciò premesso, tra i Comuni di Matera, di Andria e di Alberobello come di seguito rappresentati, si conviene e si stipula il presente protocollo.

Art.1 – Ambito di applicazione del protocollo

Il Protocollo si applica a tutte le attività ed iniziative turistiche territoriali locali e regionali, nonché a quelle aventi rilevanza nazionale ed internazionale, inerenti le finalità indicate all'art.3.

Art.2 - Enti aderenti al protocollo

Al protocollo aderiscono i seguenti Comuni:

- Il Comune di Matera;
- Il Comune di Andria;
- Il Comune di Alberobello.

I predetti Comuni partecipano, ciascuno con proprie risorse finanziarie, umane e strumentali.

Al protocollo potranno aderire altri Enti pubblici o soggetti privati che svolgano funzioni o attività rilevanti in ambito turistico, culturale o dello spettacolo.

Art. 3 - Finalità del protocollo

In coerenza con le direttive e le disposizioni normative dei rispettivi ordinamenti regionali e con la legge 29 marzo 2001 n. 135, il protocollo si prefigge di perseguire le seguenti finalità:

1. Promuovere iniziative di sviluppo dell'”Asse turistico” Matera-Andria-Alberobello;
2. promuovere e sostenere processi di concertazione, di collaborazione ed integrazione per lo sviluppo di un'offerta turistica globale comune;
3. promuovere e sostenere il marketing telematico dell'offerta turistica concertata per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione in Italia ed all'Estero;
4. promuovere collaborazioni e scambi con altri enti, nel campo turistico della cultura e dello spettacolo, per meglio qualificare l'offerta turistica;
5. promuovere, di concerto, eventi, workshop, congressi, convegni, conferenze, seminari, anche con la partecipazione di altri enti pubblici locali, regionali ed extraregionali, per la promozione dell'offerta turistica e dell'accoglienza;
6. promuovere di concerto e sostenere la produzione di pubblicazioni per la diffusione dell'offerta turistica e delle attività culturali e spettacoli territoriali di comune interesse;
7. promuovere la riforma e l'adeguamento della legislazione del settore turistico.

Art. 4 – Impegni degli Enti aderenti

1. Ciascun Comune aderente si impegna a concertare e a realizzare in collaborazione con i Comuni partners le seguenti iniziative:
 - a) elaborazione di pacchetti turistici congiunti per la promozione di un'offerta turistica comune globale;
 - b) congressi, convegni, workshop e seminari sul turismo locale. Al riguardo ciascun Comune si impegna ad organizzare, a proprie spese, almeno un congresso o convegno all'anno, di alto livello,

nella propria città, garantendo ampia partecipazione, spazio e visibilità agli altri due Comuni;

- c) partecipazione congiunta a fiere e borse turistiche nazionali ed estere;
- d) realizzazione di scambi turistico-culturali, anche con altri Comuni a forte vocazione turistica, allo scopo di promuovere una piena integrazione degli interessi comuni e di acquisire le esperienze consolidate in altre realtà locali;
- e) realizzazione, ove economicamente possibile, di un sito Web, per la promozione informatica dell'offerta turistica congiunta.

2. Ciascun Comune, altresì, si impegna a:

- a) concertare la programmazione annuale delle iniziative sopra elencate, collegialmente con gli altri;
- b) far approvare la programmazione predetta dai rispettivi organi;
- c) prevedere nel proprio bilancio appositi fondi per finanziare le spese occorrenti per la realizzazione delle iniziative programmate e degli impegni assunti.

3. Al di fuori delle iniziative concertate e programmate ciascun Comune conserva intatta la propria autonomia.

Art.5 – Modalità operative

I Comuni aderenti, entro il 31 ottobre di ogni anno, di concerto, definiscono la programmazione annuale delle iniziative congiunte da realizzare nell'anno seguente. La bozza di programma sarà predisposta a cura degli assessorati in apposite riunioni che si terranno, a rotazione, presso le rispettive

Sedi Comunali. Alle relative convocazioni provvederà il Comune presso cui tali riunioni avranno luogo. La programmazione per l'anno in corso sarà concertata presso il Comune di Matera, quella per il 2005 presso il Comune di Alberobello e quella per il 2006 presso il Comune di Andria.

Art.6 – Conferenze di servizi

Gli enti aderenti convengono di riunirsi in conferenza di servizi almeno una volta all'anno, nel mese di ottobre, e ogni volta che ciascun ente ne farà richiesta, per verificare lo stato di attuazione delle iniziative programmate e dei risultati.

Art.7 - Oneri finanziari

Agli oneri finanziari occorrenti per la realizzazione delle iniziative si farà fronte con:

1. fondi appositamente previsti annualmente da ciascun Comune nel proprio bilancio;
2. eventuali contributi comunitari, statali e/o regionali;
3. sponsorizzazioni.

Art.8 - Modifiche ed integrazioni del protocollo

Il presente protocollo potrà subire modifiche ed integrazioni in corso di esecuzione, per meglio adeguarlo alle esigenze reali ed alla normativa di settore.

Art.9 - Durata del protocollo

Il presente protocollo ha durata triennale e, in ogni caso, resta valido fino all'approvazione di nuovo protocollo, salva dissociazione anticipata della maggioranza degli aderenti.

Allegato 4 : Sistema per la accoglienza turistica cittadina

Sistema per la accoglienza turistica cittadina

E' intendimento di questa Amministrazione comunale porre in atto una programmazione strategica che possa finalmente permettere un sostanziale sviluppo dell'industria turistica per Matera e il suo territorio limitrofo.

Tale intendimento è oggi da considerare tra quelli prioritari dell'Amministrazione, poiché sempre di più si registra una condivisione ed un interesse dell'imprenditoria privata ad investire nel settore turistico.

Negli ultimi anni si è avuto un incremento della ricettività alberghiera ed oggi nella sola città di Matera si contano strutture per circa 1100 posti letto, per 450 camere, suddivise nelle varie tipologie tutte di ottimo standard e, per quelle ubicate nei Rioni Sassi, di particolare interesse architettonico ed abitativo.

Oltre alla ricettività, sono cresciute nel numero le strutture di ristorazione e quelle di organizzazione di servizi al turista, nonché quelle di commercializzazione dell'offerta turistica (incoming).

Ci si avvia, inoltre, con gli interventi già in corso e con quelli programmati, a rendere sempre meglio fruibili i beni di carattere storico e culturale sui quali è fondata l'offerta turistica del territorio.

Sostanzialmente, dunque, si può affermare che il territorio è finalmente cosciente delle potenzialità delle proprie peculiarità in termini di offerta turistica e che pertanto è possibile competere nel mercato dell'industria turistica.

Il lavoro fin qui svolto da questa Amm.ne ha sicuramente contribuito a rendere Matera una possibile meta turistica tra le migliaia di destinazioni possibili nel mondo.

Si pensi a quanto ha positivamente influito l'iscrizione di Matera nella lista dei siti patrimonio dell'umanità (UNESCO).

E' necessario, dunque, proseguire con più efficienza ed efficacia nell'azione intrapresa, assumendo un ruolo di regia nella programmazione degli interventi mirati alla crescita ed allo sviluppo del settore.

Il turismo è un fenomeno che innesta le potenzialità di sviluppo proprio nelle risorse e nelle suscettività turistiche del territorio.

Ne consegue che il prodotto turistico coincide sostanzialmente con il territorio e con tutte le risorse che sullo stesso insistono: ricettività alberghiera ed extralberghiera, beni paesaggistici ed ambientali, gastronomia, prodotti agroalimentari, folklore, beni culturali ed eventi.

Tutti gli attori pubblici e privati che agiscono in tale contesto devono essere orientati da un progetto comune, che permetta di produrre un'azione scientifica.

L'amministrazione comunale, quale Ente locale deputato allo sviluppo ed alla tutela del territorio deve, dunque, assumere il ruolo di principale artefice e di cabina di regia delle politiche turistiche.

La nuova normativa quadro nazionale, la legge 135 del 2001, sancisce definitivamente il ruolo prioritario dell'ente locale, inserendo all'art.5 della stessa legge la possibilità di istituire sui territori i Sistemi Turistici Locali, quali nuovo modello organizzativo e sostanzialmente nuovo strumento dell'ente locale per governare lo sviluppo turistico del territorio.

E' proprio nell'ottica della realizzazione di un Sistema Turistico Locale che viene formulata la presente proposta, relativa al P.E.G. 2006, del settore turistico.

Il Sistema Turistico Locale:

Per attuare tale principio anche in ambito di sviluppo turistico si ritiene necessario realizzare il SISTEMA TURISTICO LOCALE introdotto dalla legge quadro sul turismo n° 135 del 29 marzo 2001.

Il Sistema Turistico Locale è un modello a cui fare riferimento per organizzare la proposta turistica complessiva di un territorio.

Relativamente alla natura giuridica dello strumento operativo, è in itinere la individuazione del Regolamento e della forma giuridica per il funzionamento dello stesso STL

Le finalità, gli interventi, gli scopi del S.T.L. possono schematicamente riassumersi in:

1. qualificare i servizi per l'accoglienza;
2. qualificare l'offerta turistica con interventi intersettoriali e infrastrutturali;
3. coordinare la produzione di materiale utile alla promozione, alle informazioni e alla commercializzazione del prodotto turistico, dei prodotti tipici artigianali e agroalimentari in genere;
4. pianificare un programma di marketing per promuovere e valorizzare il territorio del S.T.L., che risulti essere, altresì, di supporto alle azioni di commercializzazione;
5. promuovere manifestazioni ed eventi che rientrano nella logica dell'arricchimento dell'offerta turistica;
6. favorire sul territorio la circolazione e lo scambio delle informazioni e delle esperienze;

Posto che il coordinamento e la gestione delle funzioni del S.T.L. dovranno essere svolte dall'Assessorato al Turismo, ne consegue che la realizzazione del S.T.L. è l'obiettivo programmatico principale sul quale si basa tutta l'attività futura di questo Assessorato.

Pertanto si intende operare per :

Organizzazione dei servizi al turista :

1. cartellonistica stradale per le indicazioni, sia all'interno della città che sui principali percorsi afferenti la stessa;
2. fruibilità dei beni culturali, artistici e storici presenti in città e non solo negli antichi Rioni dei Sassi;
3. conferenze di servizio periodiche per intervenire sugli aspetti di igiene e decoro urbano (pulizia dei percorsi maggiormente interessati dai flussi di visitatori, sistemazione degli ingressi della città);
4. insediamento nei Rioni Sassi di un presidio di Polizia Municipale e degli Uffici dell'Assessorato al Turismo, previsto in termini assai brevi, con eventuale istituzione,ivi, di un Ufficio "Cinema".
5. punto di accoglienza turistica, con terminal Bus turistici e servizi igienici;

6. area definitiva di accoglienza per camper, mediante attuazione progetti fondi FAS;
7. servizi bagni pubblici nei Sassi e nei punti di arrivo e sosta dei gruppi;
8. istituzione Vigile per il turista;
9. piena attuazione Vigile di quartiere;
10. realizzazione di un portale web;

Primo e immediato obiettivo dell'Assessorato è quello di porre in essere una efficiente organizzazione dei servizi al turista.

Gli interventi sopra descritti rappresentano la griglia di lavoro programmato in tal senso.

E' intendimento procedere, altresì, ad un'opera di sensibilizzazione per realizzare sempre di più la necessaria "Cultura Turistica" iniziando dalle giovani generazioni.

Si intende operare perché si attualizzino i termini contenutistici dello slogan "Matera Città dell'accoglienza": ciò si ritiene possibile stringendo una più serrata collaborazione di tutti: dagli operatori commerciali, agli operatori del settore, agli operatori di Polizia Municipale, a tutti i cittadini in genere. Spesso basta poco, anche rispondere alla richiesta di informazioni con un sorriso e cordialità.

Promozione:

1. rafforzare la presenza dell'immagine di Matera nelle principali Borse turistiche, ad esempio BIT Milano, Borsa Delle Cento Città d'Arte di Ferrara, Salone dei Beni Culturali di Venezia, esordire alla ITT di Rimini ed all' Archeofestival di Perugia, confermare infine, viste le peculiarità della nostra città, la partecipazione alla Borsa del Cineturismo di Ischia.

Per alcune delle suddette Borse si prevede la presentazione dell'offerta comune con le Città di Andria ed Alberobello.

Nell'anno 2005 l'Amministrazione è stata presente, con l'Azienda di Promozione Turistica di Basilicata alla B.I.T. Borsa Internazionale del Turismo di Milano, alla Expovacanze di Bari, alla Borsa del Turismo Mediterraneo di Napoli, alla Borsa Archeologica di Paestum, unitamente alle città di Andria e Alberobello alla Borsa delle Cento Città d'Arte d'Italia di Ferrara, alla Borsa dei Beni e delle Attività Culturali di Venezia, con un proprio stand alla Borsa del Cineturismo di Ischia. A fronte di un investimento complessivo di circa 15.000 euro (comprensive delle spese di missione del personale in servizio presso gli stand e considerando che alcuni stand sono stati realizzati a spese dell'Azienda di Promozione Turistica della Basilicata), si stima che si sono avuti contatti con circa 400.000 visitatori e che, inoltre, nei vari workshop vi è stata la possibilità di contatto con circa 2.500 operatori della domanda nazionale e internazionale.

2. intensificare i momenti di Educational e workshop con Tour Operator nazionali ed internazionali, da tenersi a Matera: nel corso del 2005 si è tenuto il 1° Educational e Workshop con operatori stranieri e giornalisti, allo stesso hanno partecipato 9 T.O. e 3 giornalisti, conseguendo risultati assai soddisfacenti, i cui frutti, ovviamente, potranno essere apprezzati a breve, medio termine.

3. adoperarsi per intensificare contatti e relazioni con l'esterno (mass media, imprenditori, aziende, istituzioni in genere, Associazioni, produzioni cinematografiche) per catturare il loro interesse sulle specificità del territorio.
Spesso a costo zero, tali contatti e relazioni generano situazioni molto favorevoli sia per la promozione turistica, che per lo sviluppo in genere del territorio.
4. realizzazione di un portale Web turistico , da utilizzare anche come servizio informatizzato di assistenza ed accoglienza turistica, presso i punti istituzionali di informazione turistica, di cui se ne prevede l'attivazione.

Asse turistico Matera – Andria - Alberobello:

Dopo aver consolidato nell'anno 2005 il rapporto con le Città partner, ci si appresta a pianificare il programma delle attività per l'anno 2006 che in linea di massima dovranno prevedere: partecipazione ad eventi fieristici, realizzazione di una cartellonistica turistica coordinata da installare nelle tre Città, produzione di altro materiale promozionale coordinato, organizzazione di Educational e workshop, redazione di un piano di marketing turistico comune, potenziamento del sito web : **www.cittaunesocosud.it**. E' intendimento allargare la partecipazione all'Asse della Città di Ercolano. In prospettiva si verificheranno i presupposti per l'ingresso della città di Pompei.

Comunicazione e marketing turistico:

E' in atto (e va intensificata) la concertazione di questo Assessorato con l'Assessorato competente al marketing e comunicazione per la Città, nonché con il responsabile dei relativi progetti.

materiale promozionale:

1. realizzazione di un sistema di immagine, creazione del logo di Matera città turistica, produzione di materiale promozionale cartaceo e/o multimediale frutto di un progetto integrato e condiviso economicamente anche da imprenditori, Associazioni di categoria, ecc;

Altre iniziative:

1. Istituzione di una Film Commission, di concerto con gli Assessorati cointeressati;
2. produrre manifestazioni ed eventi in alcuni periodi particolari dell'anno (Carnevale, Pasqua, Estate, Natale). Nell'anno 2005 si è svolta la prima edizione della manifestazione " I Sassi: i Presepi nel Presepe": è intendimento ripresentare la stessa, affinché possa assumere carattere istituzionale.
3. consolidare le attività e le azioni intraprese con il Patto Turistico Matera Andria Alberobello.

Allegato 5 :proposte delle Associazioni culturali ed imprenditoriali

Oggetto: *Pro-memoria per la campagna di marketing*

Dando seguito alle risultanze dell'incontro tenutosi in Municipio lo scorso 27 gennaio, si riportano alcune note per pro-memoria, relative ad alcuni suggerimenti da parte di Cittadinanzattiva per la campagna di marketing, che verrà attivata dall'Amministrazione Comunale con l'impiego di risorse recentemente accreditate.

Dovendo fare affidamento su una disponibilità non molto elevata di fondi per la campagna di marketing, la promozione turistica, anche per i Paesi esteri, dovrà innanzitutto investire la specificità del territorio: Sassi, Centro Storico, Habitat rupestre, Altopiano murgico e relativi insediamenti neolitici, paesaggio rurale, borghi e quartieri ormai storici (esempio di urbanistica di qualità degli anni '50).

Più difficile, invece, puntare sui grandi eventi, culturali, scientifici e di spettacolo di rilevanza internazionale per la complessità della programmazione e per i costi elevati. Per questi ultimi occorrerà mettersi all'opera semmai nella prospettiva di un approccio di tipo manageriale, che preveda magari la costituzione di una apposita Azienda o Istituzione, a prevalenza di capitale pubblico, con il compito di gestione e valorizzazione di spazi, luoghi, strutture, complessi monumentali, e di programmazione di una complessa e qualificata offerta culturale di forte richiamo turistico (attività congressuale, grandi eventi, meeting, forum, appuntamenti, esposizioni, concerti, ecc.).

Quello che di sicuro si può fare subito con le risorse disponibili è prevedere un pacchetto di eventi per il periodo estivo, specie indirizzato ai turisti ospitati nelle strutture ricettive della fascia costiera ionica lucana e pugliese, e potrebbero avere quali scenari luoghi e spazi ormai a ciò deputati, quali: Piazza S. Pietro Caveoso, Piazzetta S. Pietro Barisano, le cave di tufo, alcune chiese rupestri. Non mancano al riguardo nel recente passato positive esperienze, che lasciano ben sperare anche per il futuro.

Naturalmente occorrerebbe che il raccordo con la Regione fosse sempre più efficace, in quanto Matera dovrà essere inclusa nei circuiti turistici e culturali direttamente o indirettamente da essa programmati.

Altro momento significativo da valorizzare è la festa della Bruna.

Un'attenzione particolare è da riservare al periodo natalizio, per il quale è da prendere nella debita considerazione l'innovativa proposta, di recente avanzata da un operatore culturale, di realizzare sulla gravina un presepe da esporre nella circostanza, riprendendo positive esperienze di altri luoghi.

Naturalmente vanno confermati gli eventi ormai consolidati sia nel periodo estivo che in quello natalizio.

Occorrerà poi pensare di valorizzare tutta la cosiddetta Città invisibile, rappresentata dai dedali di ipogei e percorsi sotterranei, con l'evidenziazione dei sistemi di drenaggio e raccolta delle acque e di conservazione e lavorazione delle derrate, nonché tutta la realtà degli insediamenti neolitici e paleolitici dell'altopiano murgico.

Da prendere in considerazione anche la possibilità di promozione del *work in progress* nelle opere di restauro e di progettazione ed esecuzione del museo d'etnoantropologico.

Matera, 31 / 1 / 2006

Cittadinanzattiva di Matera

Allegato 6 : eventi storicizzati

	soggetto attuatore	titoli/riconoscimenti/esperienze/cap ac. Organizzative	descrizione del progetto	potenziali fruitori	grado di integrazione/rete	soggetti coinvolti	luoghi contenitori	periodo	servizi comunali ipotizzati
1	ass. onyx jazz club matera	ambito locale, regionale, interregionale (area murgiana) - consolidate capacità organizzative - vanta numerosissime produzioni. Direttore artistico: dott. Luigi Esposito	festival internazionale " Gezziamoci"	docenti e alunni, soggetti con disagio sociale, ragazzi e giovani in formazione in ambito locale, interregionale, ecc	partecipazione di soggetti professionali interni ed esterni di circuito nazionale. Sono previsti concerti e attività formative in ambito regionale ed extraregionale	partecipazione economica di soggetti pubblici: reg. Basilicata, Comuni che aderiscono al festival, APT, Camera di Commercio.	teatro Duni, Auditorium, altri contenitori culturali individuati negli antichi rioni Sassi	sett-dic	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
2	ensemble gabrieli matera	ambito locale, regionale e area murgiana consolidate capacità organizzative direttore artistico, vanta alcune produzioni, dott. S.Vizziello	festival Duni	comunità lucana e materana in ambito nazionale ed internazionale / stagione estiva	la partecipazione di soggetti professionali interni ed esterni al circuito nazionale, sono previsti concerti ed attività formative in ambito regionale ed extra regionale	partecipazione economica di più soggetti pubblici privati / regione, ministero benic., apt, ecc.; sponsor vari	teatro Duni, Auditorium, altri contenitori culturali individuati negli antichi Rioni Sassi	lug./sett.	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
3	ass. Arteria	discrete capacità organizzative, ben radicata sul territorio, direzione artistica L.Paolicelli	Festival Viva Verdi	ambito interregionale	progetto ad alto contenuto formativo * forte connessione con i luoghi elemento strategico ai fini della valorizzazione dei beni culturali minori.	partecipazione economica di soggetti professionali locali /circuito nazionale	beni culturali diffusi auditorium / teatro Duni	primavera inverno	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
4	teatro sassi	ambito nazionale, teatro di ricerca, soggetto culturale meritevole di attenzione. Legge regionale art.16, riconosciuta dal ministero dei B.C. come soggetto di promozione teatrale, ente teatrale italiano, agibilità enplas, direttore artistico: massimo lanzetta	scuola teatro naturale	docenti e alunni, soggetti con disagio sociale, ragazzi e giovani in formazione in ambito locale, interregionale, ecc	partecipazione di soggetti professionali circuito nazionale ed internazionale	partecipazione economica di più soggetti pubblici: Eti, regione basilicata, ministero B.C., sponsor ufficiale BPM	teatro Duni, cinema comunale, Rioni Sassi	inverno primavera estate	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
5	Circolo Culturale "La scaletta"	soggetto culturale storicamente radicato sul territorio / riconoscimenti ambito regionale art.16 nazionale ed internazionale / consolidata capacità organizzativa	grandi mostre sassi	turismo culturale/ scolastico/ forte connessione con i luoghi/ produzione consolidata in campo nazionale		partecipazione economica di più soggetti pubblici: regione basilicata, ministero B.C., provincia, sponsor BPM	complesso rupestre, madonna delle virtù	lug./sett.	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
6	energheia	ambito locale, regionale e area murgiana discrete capacità organizzative	premio letterario	giovani scrittori dell'intero territorio nazionale/sezione internazionale	la partecipazione di giovani scrittori/ esperti del settore di livello nazionale	partecipazione di più soggetti pubblici: regione basilicata, provincia, sponsor privati	luoghi contenitori inseriti nel centro storico	settembre	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
7	abs (associazione basilicata spettacolo)	ambito regionale promossa dalla regione basilicata	stagione teatrale	pubblico locale, intercomunale, aree murgiane		regione basilicata, ministero b.c. comune di matera	teatro duni	gen/apr	copertura costi teatro duni
8	fondazione southernitage	ottime capacità organizzative/ben radicata sul territorio/arte contemporanea	mostre arte contemporanea	ambito nazionale ed internazionale	partecipazione di soggetti professionali locali / circuito nazionale	partecipazione economica di più soggetti pubblici / privati		per tutto il periodo dell'anno	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
9	ass.women's fiction festival	ambito locale, regionale e area murgiana/ consolidate capacità organizzative	women's fiction festival	ambito nazionale ed internazionale	progetto con contenuti formativi * connessione con la valorizzazione dei beni culturali.	partecipazione economica di più soggetti pubblici / privati	contenitori culturali individuati negli antichi rioni sassi	settembre	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
10	cinema d'amare	ambito locale, regionale e area murgiana/ consolidate capacità organizzative / vanta numerosissime produzioni, direttore artistico dott. rocco calandriello	festival cinema	giovani in formazione / appassionati / turismo colto in ambito locale interregionale, ecc.	partecipazione di soggetti professionali interni ed esterni al circuito nazionale/ sono previsti incontri con autori/ attività formative in ambito regionale ed extra regionale	partecipazione economica di più soggetti pubblici / privati	contenitori culturali vari / rioni sassi	luglio	materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.
11	comitato patronale maria ss.della bruna								
12	polisportiva rocco scotellaro	ambito locale / consolidate capacità organizzative / vanta numerosissime edizioni	giro dei due sassi	promozione della pratica di atletica leggera	partecipazione di atleti specialisti italiani e stranieri / atleti categorie amatoriali giovanili e femminili		rioni sassi	luglio	
13	gaetano scirea	ambito locale / consolidate capacità organizzative / vanta numerosissime edizioni	coppa getano scirea	manifestazione di calcio riservata alla categoria under 16	partecipazione di squadre blasonate nazionali ed internazionali		stadio xxi settembre	giugno	
14	pielle matera	ambito locale / consolidate capacità organizzative / vanta numerosissime edizioni	minibasket in piazza	manifestazione riservata a bambini di età compresa tra i dieci e undici anni	partecipazione di squadre nazionali ed internazionali / contenuti altamante culturali / promozione turistica		piazza v.veneto	giugno	
15	lams	ambito locale / consolidate capacità organizzative / vanta numerosissime edizioni	stagione concertistica/ concorsi d'esecuzione musicale		partecipazione di artisti professionali interni ed esterni al circuito nazionale.	partecipazione economica di più soggetti pubblici / privati	contenitori culturali vari		materiale stampa, spedizione, affissione, ospitalità alberghiere, vitto, contenitori, ecc.