

Programma di cooperazione Interreg V-A Italia - Austria 2014 - 2020

Progetto BIKE NAT – ITAT 2019 CUP: D64B16000380009

Progetto Alpe Adria Trail's Tale ITAT2029 - CUP: D99B17000100007

Procedura negoziata di cui all'art. 36, comma 2, lett. b) del D.lgs. 50/2016 avente ad oggetto l'erogazione di attività di social advertising per il progetto Alpe Adria Trail's Tale e il progetto BIKE NAT

LOTTO 1 (BIKE NAT)

LOTTO 2 (ALPE ADRIA TRAIL'S TALE)

AVVISO – indagine di mercato/capitolato speciale

ART. 1. STAZIONE APPALTANTE

PromoTurismoFVG

Sede legale: Via Locchi, 19 – 34123 Trieste

Direzione generale e Amministrazione: Villa Chiozza - via Carso, 3 – 33052 Cervignano del Friuli (UD)

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

tel. +39 0431 387111 fax +39 0431 387199

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

ART. 2 – OGGETTO DELLA PROCEDURA

Con il presente avviso, PromoTurismoFVG intende sviluppare, nel rispetto dei principi di trasparenza, rotazione, parità di trattamento, un'indagine di mercato finalizzata alla scelta del soggetto idoneo per l'erogazione di attività di social advertising per i progetti BIKE NAT e Alpe Adria Trail's Tale.

ART. 3 – SPECIFICHE TECNICHE DEL SERVIZIO

Lotto 1 (BIKE NAT):

Il servizio di cui all'oggetto ha le seguenti caratteristiche:

Attività di social advertising per il progetto Bike Nat, con attività di comunicazione mirate al target degli amanti della bicicletta e dei viaggi in bike e della scoperta del territorio attraverso la bici.

Le attività di social advertising dovranno essere destinate a un target italiano, austriaco e tedesco, con post diversificati in lingua italiana e tedesca, con creazione di contenuti dedicati dalla pagina Facebook Friuli Venezia Giulia Turismo www.facebook.com/friuliveneziagiulia.turismo (mercato italiano) e www.facebook.com/FriaultalieuUrlaub (mercato germanofono); i contenuti dovranno promuovere l'intero progetto e percorso e dovranno atterrare sul sito del progetto: <https://www.alpe-adria-radweg.com> (versioni in lingua italiana e tedesca a seconda del target e degli annunci) e su altre landing page segnalate.

Dovranno essere creati copy ed eventuali grafiche (le immagini e i video saranno fornite dal committente).

Inoltre, si chiede di proporre contenuti sponsorizzati su Instagram dall'account di PromoTurismoFVG <https://www.instagram.com/fvglive>, per gli stessi target e finalità previsti per Facebook, con set up di campagne dedicate in lingua italiana e tedesca, come evidenziato in basso nei topic.

Da parte del fornitore va prevista la presenza di un social editor dedicato alle attività di social caring e di moderazione di tutti i contenuti sponsorizzati, con ampia conoscenza del progetto e del territorio, nonché la perfetta padronanza della lingua italiana e tedesca (se il social editor non dispone di perfetta padronanza della lingua tedesca dovrà lavorare – anche per l'attività di social caring - a stretto contatto con un traduttore che abbia tale competenza, come evidenziato nel disciplinare di gara); tale editor dovrà essere autonomo nella

moderazione dei contenuti sponsorizzati con gli opportuni confronti in fase di start up – ed in itinere in occasione di criticità, specificità non risolvibili autonomamente – con il committente/referenti del progetto. Tale editor si incaricherà di reperire eventuali immagini/video chiedendoli al committente/referenti del progetto (partner italiani e austriaci), nel caso in cui dovessero sorgere esigenze aggiuntive rispetto al materiale fornito in fase di start up dal committente. L'aggiudicatario, naturalmente, oltre alle competenze richieste dal/dagli editor dovrà garantire anche adeguata conoscenza del settaggio tecnico di campagne di social advertising (set up campagne e selezione pubblici, scelta tipologia di annunci più performanti, etc.).

Il Piano editoriale (Ped) dovrà prevedere **almeno** questi soggetti (il numero totale dei seguenti soggetti va proposto anche in lingua tedesca):

- 20 topic (come sopra precisato ogni topic va previsto in lingua italiana e tedesca) con la seguente articolazione di massima:
 - n. 1 per l'intero percorso <https://www.alpe-adria-radweg.com>
 - n. 8 per le varie sezioni del sito o altre landing page/ topic (mappa e tappe, offerte, alloggi, punti di interesse), anche sulla base delle segnalazioni del committente/referenti di progetto
 - n. 2 per notizie varie (servizi intermodali, trasporto bici, etc.)
 - n. 2 per video
 - n. 2 per eventi
 - n. 5 soggetti per Instagram (vari formati)

Va pianificato un apposito Piano editoriale (Ped) e la effettuazione della reportistica periodica (mensile e finale, con i dettagli sul target selezionato, risultati e budget investito sul singolo annuncio/topic).

Dovrà essere distinta la stima dei costi puri di campagna (evincibili dalla fatturazione di Facebook, ad esempio, da quelli di set up, consulenza, social caring, traduzioni, attività del social editor, reportistica, etc.). Sarà valutato anche il curriculum del/dei social editor, nonché di eventuali traduttori coinvolti.

Lotto 2 (ALPE ADRIA TRAIL'S TALE):

Il servizio di cui all'oggetto ha le seguenti caratteristiche:

Attività di social advertising per il progetto Interreg ITA-AUT Alpe Adria Trail's Tale, con attività di comunicazione mirate al target degli amanti del trekking, delle escursioni outdoor, nonché appassionati di enogastronomia locale.

Le attività di social advertising dovranno essere destinate a un target italiano, austriaco, tedesco, sloveno, del Benelux e USA con post diversificati in lingua italiana, tedesca e inglese, con creazione di post dedicati dalla pagina Facebook Alpe Adria Trail <https://www.facebook.com/AlpeAdriaTrail/>;

i post dovranno promuovere l'intero progetto e percorso e dovranno atterrare sul sito del progetto: <http://alpe-adria-trail.com/> (versioni in lingua italiana, tedesca e inglese a seconda del target e degli annunci).

Dovranno essere creati copy ed eventuali grafiche (le immagini e i video saranno fornite dal committente).

Inoltre, si chiede di proporre contenuti sponsorizzati su Instagram dall'account di Alpe Adria Trail <https://www.instagram.com/alpeadriatrail/>, per gli stessi target e finalità previsti per Facebook, con set up di campagne dedicate in lingua italiana, tedesca e inglese come evidenziato in basso nei topic.

Da parte del fornitore va prevista la presenza di almeno un social editor dedicato alle attività di social caring e di moderazione di tutti i contenuti, con ampia conoscenza del progetto e del territorio attraversato dal trail, nonché la perfetta padronanza della lingua italiana e tedesca e adeguata conoscenza della lingua inglese (se il content editor non dispone di conoscenza della lingua inglese dovrà lavorare – anche per l'attività di social caring – a stretto contatto con un traduttore che abbia tale competenza); tale editor dovrà essere autonomo nella moderazione dei contenuti con gli opportuni confronti in fase di start up – ed in itinere in occasione di criticità, specificità non risolvibili autonomamente – con il committente/referenti del progetto. Tale editor si incaricherà di reperire eventuali immagini/video chiedendoli al committente/referenti del progetto (partner italiani e

austriaci), nel caso in cui dovessero sorgere esigenze aggiuntive rispetto al materiale fornito in fase di start up dal committente. L'aggiudicatario, naturalmente, oltre alle competenze richieste per l'editor dovrà garantire anche adeguata conoscenza del settaggio tecnico di campagne di social advertising (set up campagne e selezione pubblici, tipologia di annunci più performanti, etc.).

Il Piano editoriale (Ped) dovrà indicativamente prevedere questi soggetti/mercati/lingue/social e questa suddivisione orientativa del budget totale:

2019: budget tot 14.000€ (iva inclusa)

Remarketing	riga	Paesi	lingua	tipologia	social	topic	2019											
							mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic		
	1		ITA	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso												
	2		TED	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso												
	3	USA	ING	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso												
RMT (remarketing) riga 1	4		ITA	VIDEO/FOTO	FB	tappe primavera/estate												
RMT righe 1 e 4	5		ITA	VIDEO/FOTO	FB	tappe autunno												
RMT riga 2	6		TED	VIDEO/FOTO	FB	tappe primavera/estate												
RMT riga 2 e 6	7		TED	VIDEO/FOTO	FB	tappe autunno												
	8		ITA	FOTO/VIDEO	FB	evento (set)												
	9		TED	FOTO/VIDEO	FB	evento (set)												
RMT righe 1, 4 e 5	10		ITA	FOTO/VIDEO	FB	pacchetti offerte												
RMT righe 2, 6 e 7	11		TED	FOTO/VIDEO	FB	pacchetti offerte												
RMT riga 3	12	USA	ING	FOTO/VIDEO	FB	pacchetti offerte												
	13		ITA	FOTO/VIDEO	FB	enogastro												
	14		TED	FOTO/VIDEO	FB	enogastro												
	15		ITA	POST/STORY	IG	pacchetti offerte												
	16		ITA	POST/STORY	IG	evento (set)												
	17		ITA	POST/STORY	IG	enogastro												
	18		TED	POST/STORY	IG	pacchetti offerte												
	19		TED	POST/STORY	IG	evento (set)												
	20		TED	POST/STORY	IG	enogastro												

2020: budget tot 20.000€ (iva inclusa)

Remarketing	riga	Paesi	lingua	tipologia	social	topic	2020									
							gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott
	1	BENELUX	ING	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso										
	2	BENELUX	TED	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso										
RMT (remarketing) riga 1	3	BENELUX	ING	FOTO/VIDEO	FB	pacchetti offerte										
RMT riga 2	4	BENELUX	TED	FOTO/VIDEO	FB	pacchetti offerte										
	5	BENELUX	ING	FOTO/VIDEO	FB	enogastro										
	6	BENELUX	TED	FOTO/VIDEO	FB	enogastro										
	7		ITA	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso NEW										
	8		TED	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso NEW										
RMT riga 7	9		ITA	VIDEO/FOTO	FB	tappe primavera/estate										
RMT riga 7 e 9	10		ITA	VIDEO/FOTO	FB	tappe autunno										
RMT riga 8	11		TED	VIDEO/FOTO	FB	tappe primavera/estate										
RMT riga 8 e 11	12		TED	VIDEO/FOTO	FB	tappe autunno										
	13		ITA	FOTO/VIDEO	FB	enogastro										
	14		TED	FOTO/VIDEO	FB	enogastro										
	15	SLO	ING	VIDEO/FOTO	FB	intero percorso										
RMT riga 15	16	SLO	ING	FOTO/VIDEO	FB	enogastro										
	17	BENELUX	ING	POST/STORY	IG	pacchetti offerte										
	18	BENELUX	TED	POST/STORY	IG	pacchetti offerte										
	19		ITA	POST/STORY	IG	enogastro										
	20		TED	POST/STORY	IG	enogastro										
	21	SLO	ING	POST/STORY	IG	enogastro										

LEGENDA

Paesi/lingue target:

- ITA (italia) = principalmente: Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige, FVG, Emilia Romagna, Toscana, Lazio, Umbria, Marche ed eventuali altre aree circoscritte dove operano voli diretti su Trieste (Napoli, Bari, Catania);
- TED (tedesco) = Austria (Vienna + raggio di 100 km, Carinzia, Stiria, Salisburgo + raggio di 100 km) e Germania: su destinazioni con voli diretti su Trieste (attualmente Monaco di Baviera + raggio di 100 km, Francoforte + raggio di 300 km e Colonia + raggio di 300 km);
- BENELUX (Paesi Bassi, Belgio e Lussemburgo) insieme a Francoforte + raggio di 300 km e Colonia + raggio di 300 km in base alla lingua usata localmente (INGLESE/TEDESCO);
- USA: Greenwich (Connecticut) + raggio di 100 km (include New York) [solo per over 35 anni];
- SLO (Slovenia) = tutto il territorio nazionale

Social media:

- FB = pagina Facebook Alpe Adria Trail <https://www.facebook.com/AlpeAdriaTrail/>
- IG = account di Alpe Adria Trail <https://www.instagram.com/alpeadriatrail/>

Va pianificato un apposito piano editoriale (Ped) e la effettuazione della reportistica periodica (mensile e finale con i dettagli sul target selezionato, risultati e budget investito sul singolo annuncio).

Dovrà essere distinta la stima dei costi puri di campagna (evincibili dalla fatturazione di Facebook, ad esempio, da quelli di set up, consulenza, social caring, traduzioni, attività del social editor, reportistica, etc.).

Sarà valutato anche il curriculum del social editor, nonché di eventuali traduttori coinvolti.

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

L'importo a base d'asta è il seguente:

- LOTTO 1: € 22.868,85 (Iva esclusa). Tale importo è fisso.
Periodo di svolgimento dell'attività: dalla stipula del contratto (indicativamente marzo 2019) a settembre 2019.
- LOTTO 2: € 27.868,85 (Iva esclusa). Tale importo è fisso.
Periodo di svolgimento dell'attività: dalla stipula del contratto (indicativamente marzo 2019) a settembre 2020.

N.B. è possibile partecipare a uno solo o a entrambi i lotti contemporaneamente.

Sono a carico dell'aggiudicataria tutti gli oneri previsti a norma di legge per la tipologia del servizio.

Successivamente alla presentazione delle manifestazioni di interesse e prima delle notifiche delle rispettive lettere di invito, l'Ente si riserva (con provvedimento motivato) la facoltà di non dar seguito alla procedura qualora, per sopraggiunte valutazioni di opportunità, si renda necessario non acquisire il servizio di cui ai precedenti artt. 2 e 3, ovvero si riserva la facoltà di procedere all'affidamento in presenza di una sola offerta valida nonché, con provvedimento motivato, di sospendere, re-indire o non procedere ad alcun affidamento, senza che ciò possa comportare pretese alcune da parte degli offerenti.

Per la presente procedura, visto l'esiguo importo a base di gara, la Stazione appaltante non richiede la presentazione della cauzione provvisoria.

ART. 5 – PROCEDURA DI AGGIUDICAZIONE

Procedura negoziata indetta ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. b, D.lgs. 50/2016, con aggiudicazione sulla base dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, ai sensi dell'art. 95, D.lgs. 50/2016, determinata sulla base dei seguenti criteri:

- offerta tecnica: 85 punti
- offerta economica: 15 punti

L'esame delle offerte sarà deferito ad apposita Commissione.

Si potrà procedere all'aggiudicazione anche in presenza di una sola o due offerte valide.

NOTA BENE:

La procedura di gara verrà svolta attraverso la piattaforma eAppaltiFVG (eappalti.regione.fvg.it).

Coloro i quali hanno intenzione di partecipare alla procedura dovranno necessariamente essere regolarmente iscritti alla piattaforma.

Le ditte che avranno inviato la loro manifestazione di interesse e si saranno iscritte sulla piattaforma eAppaltiFVG verranno, successivamente, invitate a presentare offerta attraverso tale piattaforma.

ART. 6 – REQUISITI E MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

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

(Requisiti di ordine generale)

- a) insussistenza delle cause di esclusione indicate dall'art. 80, D.lgs. 50/2016 cit.;
- b) insussistenza dei divieti di cui all'art. 48, comma 7, D.lgs. 50/2016 cit..

(Requisiti di idoneità professionale)

- a) essere iscritti nel registro delle Imprese della Camera di commercio, industria, agricoltura e artigianato (CCIAA) per l'esercizio dell'attività oggetto dell'appalto;
per le imprese non residenti in Italia, la predetta iscrizione dovrà risultare da apposito documento, corredato da traduzione in lingua italiana, che dovrà attestare l'iscrizione in analogo registro professionale e commerciale ai sensi dell'articolo 83, D.lgs. 50/2016 cit.;
- b) di essere in regola con le prescrizioni della normativa specifica del settore oggetto dell'appalto.

Nel doc. *lettera di invito – disciplinare di gara*, che sarà inoltrato ai soli operatori economici invitati, **attraverso la piattaforma eAppaltiFVG**, saranno descritte le modalità richieste relativamente alla dichiarazione del possesso dei predetti requisiti minimi, cui l'operatore economico dovrà attenersi per la partecipazione alla presente procedura di gara.

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

Le ditte interessate dovranno far pervenire, esclusivamente all'indirizzo di PEC promoturismo.fvg@certregione.fvg.it, la domanda di partecipazione, redatta in lingua italiana e sottoscritta dal legale rappresentante, allegando fotocopia del documento di identità **entro e non oltre le ore 14.00 del 01.04.2019**, secondo l'apposito **modello "manifestazione di interesse"**, scaricabile dal sito istituzionale di PromoTurismoFVG all'indirizzo <http://www.promoturismo.fvg.it/Amministrazione-trasparente/Bandi-di-gara-e-avvisi>

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

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

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

PromoTurismoFVG
Il Responsabile Unico del Procedimento
Dott. Pierluigi Zulianello

Ai sensi degli articoli 13 e 14 della L.r. 20.3.2000, nr. 7, si precisa quanto segue:

Ufficio competente in merito al procedimento:	Servizio appalti e contratti
Responsabile del procedimento:	Dott. Pierluigi Zulianello
Responsabile dell'istruttoria amministrativa:	Manuel Comis - tel. 0431-387193 email: manuel.comis@promoturismo.fvg.it