



CAPITOLATO TECNICO

PROCEDURA NEGOZIATA, PREVIA CONSULTAZIONE DI UNA PLURALITA' DI OPERATORI ECONOMICI, AI SENSI DELL'ART. 1, COMMA 2, LETT. B), DELLA L. N. 120/2020 PER L'AFFIDAMENTO DELLA CAMPAGNA DI PROMOZIONE DEL PROGETTO INTERREG IT-CH "TREK+" (ID 617918) - CODICE CUP: G25C19000220007

Sez. I. Descrizione della prestazione.....	1
Art. 1. Obiettivi del progetto Interreg IT-CH Trek+.....	1
Art. 2. Oggetto del servizio.....	1
Art. 3. Dettaglio delle attività.....	3
Art. 4. Protezione dei marchi.....	5
Art. 5. Calendario.....	5
Sez. II. Norme generali.....	5
Art. 6. Variazioni, interruzioni, ordini informali.....	5
Art. 7. Risoluzione del contratto.....	6
Art. 8. Modalità di corresponsione dei compensi.....	6
Art. 9. Conferimenti verbali.....	6
Art. 10. Definizione delle controversie.....	6
Art. 11. Tempi di consegna.....	7
Art. 12. Obblighi legali.....	7

SEZ. I. DESCRIZIONE DELLA PRESTAZIONE

Art. 1. Obiettivi del progetto Interreg IT-CH Trek+

Il progetto “TREK+”, finanziato dal programma di cooperazione territoriale Interreg Italia Svizzera 2014 – 2020, affronta la sfida di promuovere lo sviluppo sostenibile, ampliando i target di clientela, migliorando nello stesso tempo l’attrattività dell’area del Cervino nella prospettiva di una sempre maggiore tutela dell’ambiente naturale. La finalità sul lungo periodo è di contribuire all’evoluzione delle pratiche sportive e di svago in alta montagna, partendo da una migliore offerta escursionistica nel territorio transfrontaliero di progetto, conosciuto e frequentato da una clientela internazionale. L’obiettivo è fare degli sport outdoor in alta montagna dei motori per le economie delle zone alpine durante l’estate, mettendo in sinergia gli sforzi di numerosi attori, concentrando gli investimenti su una forte collaborazione transfrontaliera.

Oltre alla realizzazione di importanti interventi di riqualificazione della Capanna Carrel e all’individuazione di modalità sostenibili per la pratica dell’alpinismo sugli itinerari più frequentati della salita al Cervino, il progetto prevede un’azione di comunicazione e promozione. Quest’attività sarà condotta dai Comuni di Zermatt e Valtournenche e dai loro uffici turistici, per promuovere il territorio transfrontaliero, il collegamento e le possibilità di pratica outdoor, in particolare l’escursionismo, il trail running, l’alpinismo e le e-bike a pedalata assistita.

La campagna di promozione verterà sulla frequentazione sostenibile della montagna e sulla qualità paesaggistica della zona del Cervino e delle circostanti vette di quattromila metri. La promozione metterà al centro la collaborazione tra Zermatt e Valtournenche come un’unica area dove l’escursionismo costituisce un elemento di collegamento fisico e di circolazione della clientela.

Nel presentare il progetto Interreg i partner hanno evidenziato che la campagna promozionale dovrà essere realizzata in accordo con gli operatori economici e con l’Associazione del Tour du Cervin.

Il progetto, nell’ottica della collaborazione transfrontaliera, prevede un piano di comunicazione strutturato, con sviluppo di attività ed eventi indirizzati a target differenti, sfruttando le peculiarità paesaggistiche e culturali di Valtournenche e della sua valle e la possibilità di collegamento escursionistico con Zermatt. Conformemente agli obiettivi del programma di Cooperazione territoriale Italia – Svizzera, il target cui la comunicazione deve rivolgersi deve essere ampio, comprendendo sportivi, giovani, famiglie ma anche young senior.

Art. 2. Oggetto del servizio

Il servizio consiste in un’attività di comunicazione della destinazione Matterhorn-Cervino per promuovere la stagione estiva tra la Valtournenche e la valle di Zermatt.

L’Operatore economico aggiudicatario dovrà elaborare inizialmente una idonea strategia di comunicazione e successivamente attuare una prima campagna di comunicazione coerente con tale strategia nel corso dell’estate 2023.

La strategia di marketing deve mettere in sinergia sia le azioni e campagne promozionali già in atto a Valtournenche e Zermatt, sia prevedere il ruolo e l'apporto di ciascuna delle due stazioni nella campagna sviluppata con il progetto Interreg.

Gli obiettivi della strategia di marketing estiva sono i seguenti:

- a) la strategia deve essere accompagnata da uno studio di branding che riprenda da quanto già esistente, rielabori e proponga in modo coerente i valori del Comune di Valtournenche che devono essere veicolati attraverso la promozione;
- b) la strategia definita con il progetto Interreg deve contenere elementi e azioni che devono diventare le linee guida per le promozioni turistiche dei prossimi anni;
- c) la strategia di promozione deve considerare ed essere pronta per la prossima apertura del Matterhorn Alpine Crossing. Dalla primavera del 2023 il «Matterhorn glacier ride II» permetterà la più alta traversata alpina continua in funivia. La moderna funivia trifune collega la stazione del Piccolo Cervino in Svizzera con la stazione di Testa Grigia in Italia;
- d) la strategia deve essere un'occasione di coinvolgimento di tutti gli stakeholder di Valtournenche e questi devono poter partecipare all'elaborazione dei contenuti e alla validazione delle soluzioni proposte con il presente incarico. Nel limite dei tempi e delle risorse disponibili, questo coinvolgimento deve riguardare anche la realtà di Zermatt. Gli stakeholder da considerare sono, oltre ad albergatori e operatori turistici, anche tutti i professionisti che sono coinvolti nelle attività outdoor estive (guide di alta montagna, accompagnatori della natura, accompagnatori di mountain-bike, ecc.). Si dovrà anche coinvolgere, con modi e tempi idonei l'Associazione "Tour du Cervin";
- e) la strategia dovrà essere flessibile e dinamica, definendo azioni e soluzioni promozionali che tengano in conto situazioni future incerte, con possibile presenza di restrizioni legate ad eventi pandemici, effetti dei cambiamenti climatici, difficoltà e incertezze economiche derivanti dalla situazione geopolitica mondiale (esempio attuale restrizione del mercato russo);
- f) la strategia deve includere una parte di posizionamento dell'offerta di Valtournenche per individuare i target più importanti per la stagione estiva. Questo posizionamento deve anche evidenziare i mercati più importanti e le modalità per avvicinarli;
- g) la strategia deve individuare i canali di comunicazione più pertinenti e deve specificare per quale parte della promozione utilizzarli e che con che modalità.

Tutte queste attività dovranno essere svolte in stretto contatto con la Committenza, Comune di Valtournenche, e con i soggetti da questo individuati. Inoltre, l'Operatore economico aggiudicatario sarà tenuto a relazionarsi con i referenti del Comune di Zermatt con i quali definire come integrare la comunicazione tra i due versanti della frontiera. Sono pertanto richieste adeguate competenze linguistiche per garantire l'efficacia degli scambi tra i partner (lingue francese o inglese).

La Cervino S.p.A. e la destinazione Zermatt – Matterhorn hanno le proprie strategie di marketing che possono servire come riferimento per lo sviluppo della strategia marketing estiva. Il Comune di Valtournenche metterà a disposizione elementi di tali strategie e metterà in contatto l'Aggiudicatario con entrambi i soggetti.

Art. 3. Dettaglio delle attività

L'Operatore economico aggiudicatario sulla base degli obiettivi indicati all'Art. 2 dovrà predisporre e attuare una campagna di comunicazione nazionale e transfrontaliera, realizzando le seguenti attività e prodotti:

1. Analisi delle strategie promozionali attualmente presenti nelle due stazioni di Valtournenche e Zermatt, con un quadro esaustivo derivante anche dal confronto con gli Uffici turistici delle due località e con i referenti delle Società che gestiscono gli impianti di risalita. La Committenza provvederà a fornire i nominativi dei vari referenti sia a Valtournenche sia a Zermatt;
2. Predisposizione e attuazione di un programma di coinvolgimento degli stakeholder locali, indicante soggetti, date e impostazione degli incontri (online e/o in presenza) da concordare preventivamente con il Comune di Valtournenche e con i referenti di Zermatt;
3. Predisposizione della strategia di promozione del turismo estivo outdoor di Valtournenche integrata nell'area del Cervino in sinergia con Zermatt, sulla base degli obiettivi indicati all'Art. 2, comprendente i seguenti elementi:
 - a) Definizione del posizionamento della destinazione estiva di Valtournenche nel quadro di quella Matterhorn-Cervino e dei relativi target ai quali indirizzare la campagna promozionale;
 - b) USP, Unique Selling Proposition, volta a caratterizzare l'offerta turistica estiva outdoor del comprensorio transfrontaliero Valtournenche – Zermatt, tenendo conto dell'identità delle due destinazioni e delle strategie di promozione attualmente in atto;
 - c) Elementi chiave della comunicazione dal punto di vista grafico. Analizzare le linee grafiche adottate dagli attori della stazione e a livello transfrontaliero e proposta di una linea condivisibile a livello transfrontaliero per il turismo estivo (es. contenuti dei messaggi, proposte di payoff, claim e slogan che possono veicolare al meglio i valori della destinazione rispetto al turismo estivo);
 - d) Declinazione degli elementi chiave della strategia sui diversi canali di comunicazione, precisando un media plan con la ripartizione delle azioni di comunicazione nei diversi canali (web, social media, eventi, altre forme di comunicazione e promozione, ecc.);
 - e) Definizione dei contenuti, dei tempi (calendario) e di una stima dei costi per una prima campagna di comunicazione nell'estate 2023, con il dettaglio delle azioni in base ai vari canali promozionali;
 - f) Specificazione delle sinergie della campagna di promozione del progetto Trek+ con quelle istituzionali attuate dai Comuni di Valtournenche e Zermatt.
4. Elaborazione di dettaglio dei contenuti di cui al precedente punto 3.c) a seguito della validazione della strategia da parte dei Comuni di Valtournenche e Zermatt. I contenuti dovranno comprendere:
 - a) Adeguamento della linea grafica esistente;
 - b) Testi comprensivi di payoff, claim e slogan;
 - c) Immagini ad alta risoluzione in formato TIFF e RAW in interno ed esterno con presenza di modelli adeguati per photo shooting uomini, donne, sportivi, ecc.). Sono richieste un minimo di 150 immagini, ripartite tra diverse tipologie di attività outdoor e foto di

contesto, “photo mood”: La Committenza dovrà poter scegliere i 150 scatti tra un adeguato numero di immagini;

- d) Video in full HD e 4K anche con riprese con droni e con modelli come per immagini. Si richiede un totale di 10 video di lunghezza variabile tra i 5 minuti e i 30 secondi, partendo da un'ideale quantità di girato che consenta alla Committenza di fare una scelta delle proposte più idonee. La Committenza comunicherà successivamente alla definizione dei contenuti dei singoli video i formati nei quali produrli anche in funzione delle scelte dei canali di comunicazione fatte nel media plan;
- e) Traduzioni in 4 lingue (Italiano, Inglese, Tedesco, Francese);
- f) Social media: attualmente il Consorzio degli operatori turistici di Valtournenche ha un profilo con 60.000 follower. Si dovrà valutare come strutturare al meglio tale potenziale.

I materiali (immagini, video, interviste, ecc.) necessari alla campagna di comunicazione dovranno essere pronti per il lancio della campagna in funzione dell'estate 2023. Per le immagini si suggerisce di usare per la campagna 2023, una serie di immagini già disponibili. Sul materiale prodotto l'operatore economico aggiudicatario dovrà inserire obbligatoriamente i loghi del Progetto. Nell'estate 2023 dovrà essere realizzato il photoshooting definitivo anche in quanto si potrà contare sulla presenza del collegamento Matterhorn Alpine Crossing.

Individuazione precisa delle modalità operative delle azioni di promozione sui diversi canali di comunicazione, con precisazione delle uscite, tipologia e durata della promozione, costi, tempi e modalità di prenotazione e acquisto degli spazi, collegamento con il target di riferimento. Questo programma promozionale sarà analizzato e approvato dai Comuni di Valtournenche e Zermatt;

5. Preparazione e attuazione della campagna promozionale per l'estate 2023, prendendo a carico tutte le azioni previste ai precedenti punti 3 e 4. La campagna dovrà essere lanciata entro il mese di aprile 2023;

Il report con descrizione delle azioni promozionali svolte (a titolo di esempio dettaglio uscite, numero articoli, ecc.), dovrà essere prodotto al termine del servizio, consegnando il press e media report con i risultati della campagna di comunicazione e l'indicazione dei target raggiunti.

L'operatore economico, sulle base delle scadenze indicate dal Bando, dovrà sviluppare una timeline precisa di come esso intende procedere dall'affidamento del servizio a fine lavori, e comunque non oltre la data del 31 agosto 2023, e definire le varie fasi di avanzamento.

Tutte le iniziative promozionali e di comunicazione individuate dalla strategia dovranno essere adattate a diversi livelli territoriali, considerando sia il turismo di prossimità sia quello nazionale e internazionale.

Nella formulazione delle proposte della strategia e di applicazione della stessa ai diversi tipi di comunicazione e promozione, l'Operatore economico terrà conto degli obblighi di pubblicità imposti dal programma.

Art. 4. Protezione dei marchi

Il marchio della destinazione Zermatt-Matterhorn è protetto da copyright. Ogni suo utilizzo in qualunque forma e lingua deve essere preventivamente autorizzato da Zermatt Turismo tramite il contatto garantito dal Comune di Valtournenche.

Lo stesso dicasi per gli altri marchi presenti nella destinazione che riguardano il Cervino-Matterhorn.

Tra questi, Zermatt Turismo ha protetto con copyright anche:

- Bonfire
- Cervin
- Cervino
- Funventure
- Matterhorn
- Matterhorn Valley
- Wolli
- Zermatt Matterhorn
- Zermatt no matter what

Per la destinazione Valtournenche-Cervinia tutte le proposte grafiche che possono richiedere l'utilizzo di questi marchi devono essere preventivamente discusse con la Committenza.

Art. 5. Calendario

In sede di offerta l'Operatore economico aggiudicatario presenterà un calendario di esecuzione delle prestazioni richieste tenendo conto delle seguenti scadenze:

- Analisi della strategia da parte del CoPil del progetto Interreg Trek+: 31 gennaio 2023;
- Presentazione delle modalità operative del lancio della campagna 2023: metà febbraio 2023;
- Presentazione dei materiali della campagna promozione: fine marzo 2023;
- Entro fine agosto 2023 conclusione del servizio.

SEZ. II. NORME GENERALI

Art. 6. Variazioni, interruzioni, ordini informali

La Ditta Incaricata è responsabile del rispetto dei termini per l'espletamento dell'incarico.

Nessuna variazione, sospensione o interruzione delle prestazioni o altra modifica può essere eseguita o presa in considerazione se non risulti da atto scritto e firmato dalla Committenza.

In ogni caso qualunque sospensione delle prestazioni, per qualunque causa, anche di forza maggiore, deve essere comunicata tempestivamente per iscritto al responsabile del procedimento.

Art. 7. Risoluzione del contratto

È facoltà della Committenza risolvere il contratto in ogni momento, in particolare quando l'Operatore economico aggiudicatario sia colpevole di ritardi pregiudizievoli.

È altresì facoltà della Committenza risolvere il contratto in ogni momento quando l'Operatore economico aggiudicatario contravviene ingiustificatamente alle condizioni di cui al presente Capitolato, ovvero a norme di legge o aventi forza di legge, ad ordini e istruzioni legittimamente impartiti dal responsabile del procedimento, ovvero non produca la documentazione richiesta.

In ipotesi di risoluzione, si applica l'art. 108 del D.Lgs. 18/4/2016, n. 50.

Art. 8. Modalità di corresponsione dei compensi

La liquidazione dei compensi, subordinata all'approvazione del bilancio di previsione 2023/2025, sarà effettuata sulla base di stati di avanzamento documentabili con la realizzazione dei vari prodotti e indicativamente:

1. predisposizione e consegna della strategia di comunicazione: 15%
2. conclusione e consegna della ripresa di immagini e video "photo mood": 15%
3. predisposizione dei contenuti definitivi per la campagna 2023 e prenotazione spazi pubblicitari anche online: 20%
4. realizzazione della campagna promozionale estate 2023: 50%

L'Operatore economico aggiudicatario si impegna ad emettere fattura immediatamente a seguito della relativa richiesta da parte del Comune di Valtournenche. Sulle fatture devono essere assolutamente riportati tutti i dati di progetto, CUP e CIG.

Si applicano gli obblighi dettati in tema di tracciabilità dei flussi finanziari dall'art. 3 della L. 13/8/2010, n. 136.

Art. 9. Conferimenti verbali

L'Operatore economico aggiudicatario è obbligato, senza ulteriori compensi, a relazionare periodicamente sulle operazioni svolte e sulle metodologie seguite, a semplice richiesta della Committenza. È inoltre obbligato a far presente alla stessa Committenza, evenienze o emergenze che si dovessero verificare nella conduzione delle prestazioni definite dall'incarico, e che rendessero necessari interventi di adeguamento o razionalizzazione.

Art. 10. Definizione delle controversie

Qualsiasi controversia dipendente dal conferimento del servizio che non sia stato possibile comporre in via amministrativa è deferita all'autorità giurisdizionale competente del foro di Aosta.

Art. 11. Tempi di consegna

L'Operatore economico aggiudicatario sarà obbligato a rispettare i tempi di consegna dei prodotti in base alla timeline di cui all'Art. 3 (approvata in sede di gara preliminarmente alla stipula del contratto).

Art. 12. Obblighi legali

L'Operatore economico aggiudicatario è obbligato all'osservanza delle norme di cui agli articoli 2082 e seguenti del Codice civile e limitatamente a quanto non diversamente stabilito dal presente Capitolato e dagli atti dallo stesso richiamati, della deontologia professionale e di ogni altra normativa vigente in materia correlata all'oggetto dell'incarico.

È demandato all'Operatore economico aggiudicatario ogni onere strumentale e organizzativo necessario per l'espletamento delle prestazioni, rimanendo lo stesso obbligato ad eseguire quanto affidato secondo i migliori criteri per la tutela e il conseguimento del pubblico interesse e secondo le indicazioni impartite dalla Committenza.