

Torino 21/11/2022

Prot. n° 1059/2022

OGGETTO: Ideazione e realizzazione di un progetto di influencer marketing sull'Astigiano

CUP: J19I22000820002

CIG: 9469594C2B

1. ENTE RICHIEDENTE

La società Visit Piemonte, con sede in Via Bertola, 34 – 10122 Torino – Tel. 011.5155500 – 011.5155501, PEC: visitpiemonte@legalmail.it

Visit Piemonte è la società consortile in house della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte per la valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio. Questa mission si traduce in attività di marketing territoriale, di comunicazione, di ideazione e organizzazione di eventi di promozione in Italia e all'estero.

2. PREMESSA

1) Il contesto turistico regionale

Il sistema turistico piemontese è organizzato su 2 livelli:

- **le attività di promozione e comunicazione complessiva di tutto il Piemonte** (in Italia e all'estero) sono curate da Visit Piemonte, in stretto raccordo con gli Assessorati Regionali di competenza, con l'intento di far emergere una destinazione unitaria e armonica (Piemonte) caratterizzata da una grande diversità di offerte e proposte su tutto il territorio: arte/cultura e patrimonio Unesco; paesaggi e attività outdoor; cammini storico-spirituali; enogastronomia; eventi e congressi;
- **l'accoglienza e la promozione su base locale** sono demandate alle singole ATL (Agenzie Turistiche Locali) che oggi sono: Alexala (Alessandria); Biella-Valsesia-Vercelli; Cuneese; Distretto dei Laghi-VCO; Langhe-Monferrato-Roero; Turismo Torino e Provincia; Novarese.

II) Il Contesto progettuale dell'iniziativa

Visit Piemonte, su richiesta di Regione Piemonte, promuoverà alcuni territori piemontesi, a partire da Asti e l'Astigiano, attraverso un progetto di influencer marketing che prevede il coinvolgimento di testimonial, blogger e social reviewer, per valorizzare e incrementare la consapevolezza di un distretto turistico di grande ricchezza e di potenzialità da sviluppare.

Il progetto racconterà le peculiarità, la storia, la bellezza e l'enogastronomia dell'Astigiano attraverso diverse esperienze tematiche al fine di valorizzare la destinazione sul mercato turistico piemontese, come pure i progetti già in corso per valorizzare i piccoli comuni mete ormai predilette da un turismo di scoperta.

L'area interessata coinvolge il territorio di Asti e del Monferrato astigiano, già oggetto della campagna legata al brand Oro Monferrato e che vedrà, in autunno, una seconda parte di azioni di promozione in alcuni dei 49 comuni della "core zone" di progetto.

Visit Piemonte svolgerà la funzione di coordinamento e supervisione del progetto che sviluppa attività e strategie basate sulla collaborazione tra il Piemonte astigiano e alcuni testimonial/influencer per ampliare la visibilità sui social network.

OBIETTIVI

Il progetto prevede di promuovere il patrimonio naturalistico, storico, culturale ed enogastronomico del territorio astigiano creando uno specifico posizionamento sul mercato turistico: in primis locale e nazionale e successivamente sui Paesi esteri di prossimità.

Ad oggi la destinazione deve sviluppare ulteriormente l'offerta ricettiva per poter ospitare e gestire flussi turistici più rilevanti, senza abbandonare la sua peculiarità, ovvero di essere un'area dedicata ad un turismo di scoperta e di nicchia.

In particolare, gli obiettivi principali del progetto posso essere così riassunti:

1. **favorire il racconto della destinazione turistica** attraverso la scoperta delle sue eccellenze naturalistiche, storiche culturali e gastronomiche declinate nello stile del "buon vivere";

2. **costruire una solida identità territoriale** che venga promossa con una comunicazione efficace;
3. **sviluppare un prodotto** che si consolidi con il tempo e diventi un luogo e un'esperienza da ricordare e da inserire nella propria wish list;
4. **stimolare**, attraverso una nuova narrazione territoriale, **il posizionamento della destinazione** arricchendo così l'offerta turistica piemontese.

III) Gli obiettivi dell'iniziativa

Gli obiettivi principali del progetto possono essere così riassunti:

- **promuovere il territorio astigiano** in una prima fase a livello italiano e a seguire a livello europeo nei paesi di prossimità e target per la nostra Regione quali: Germania, Svizzera, Francia, Belgio-Lussemburgo-Olanda;
- **valorizzare le eccellenze regionali**;
- **favorire un racconto trasversale e multi-tematico del territorio astigiano oggetto di gara** da comunicare e *targettizzare* rispetto ai paesi individuati;
- progettare e **realizzare campagne di influencer marketing**.

Il servizio richiesto prevede una durata a partire da novembre 2022, con scavalco nei primi mesi del 2023.

3. DESCRIZIONE DEL SERVIZIO DA REALIZZARE

L'agenzia aggiudicatrice, coordinata da Visit Piemonte, dovrà realizzare:

- **da minimo 5 a massimo 8 esperienze di viaggio** declinate sugli asset territoriali dell'Astigiano e rivolte al target famiglia, coppia, sportivi e food lovers;
- **selezione**, in accordo con Visit Piemonte, **di almeno 5 influencer e/o personaggi pubblici** per ciascun tour per la realizzazione di contenuti in linea con le esperienze di viaggio da valorizzare con almeno una notte di permanenza sul territorio;
- **organizzazione e acquisto dei servizi per l'ospitalità** comprensiva di viaggi, pernotti, ristorazione, transfer interni, visite, tour leader e quanto necessario allo svolgimento dei tour comprensivi delle eventuali fee di partecipazione degli influencer. Gli itinerari dovranno essere studiati in collaborazione con Visit Piemonte e Visit LMR;

- **realizzazione di un piano editoriale** di promo valorizzazione dei contenuti prodotti per ciascun tour comprensivo di:
 - editing di post e stories per il live coverage per ogni tour;
 - gestione degli influencer per la creazione di contenuti viralizzabili e ricondivisibili nel tempo attraverso i canali social di Visit Piemonte, Regione Piemonte e Visit LMR;
 - n° 5 pillole video per la diffusione sulle own properties di Visit Piemonte (FB, IG e Youtube).

4. PROCEDURA DI SCELTA DEL CONTRAENTE

Ai sensi dell'art. 36 del D.Lgs 50/2016 e s.m.i., il contraente viene individuato mediante procedura di acquisizione per "contratti sotto soglia", esperita tra operatori economici abilitati al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA), attivando apposita RDO ad invito, secondo le clausole essenziali del contratto di cui al presente capitolato tecnico.

5. PRINCIPALI CONDIZIONI CONTRATTUALI

Importo massimo stimato dell'affidamento: **Euro 188.843,00** (oneri fiscali esclusi).

La presente richiesta non costituisce un'offerta contrattuale ma è da intendersi come richiesta di offerta economica, che non comporta né diritti di prelazione o preferenza né impegni o vincoli per gli operatori che hanno presentato la suddetta proposta. Visit Piemonte si riserva di non pervenire alla stipulazione del contratto senza che coloro che hanno presentato la proposta possano vantare alcun diritto, nemmeno ai sensi degli articoli 1337 e 1338 del Codice Civile.

6. CRITERIO PER LA SCELTA DELL'OFFERTA

Il criterio per la selezione dell'offerta avverrà attraverso la disamina dell'offerta tecnica ed economica, secondo il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. Il punteggio totale dell'offerta sarà costituito dalla somma del punteggio tecnico e di quello economico ottenuto:

P offerta = P valutazione Tecnica + P valutazione Economica

- Offerta Tecnica: fino ad un massimo di punti 80/100;
- Offerta Economica: fino ad un massimo di punti 20/100.

Il concorrente che avrà totalizzato il punteggio più alto risulterà aggiudicatario del servizio in oggetto.

Offerta tecnica: max 80/100 punti

La valutazione dell'Offerta Tecnica proposta sarà effettuata sulla base della relazione tecnico-illustrativa, presentata da ciascun concorrente che dovrà includere:

- presentazione e descrizione di n°1 Proposta di progetto per le media relations dei singoli eventi con obiettivi misurabili, target, tipologia di testate coinvolte (media tradizionali e digitali) che tenga conto di tutti i punti indicati al punto 3 del suddetto Capitolato;
- proposta di monitoraggio periodico e conclusivo.

Offerta tecnica - Tabella di valutazione

Criteri di valutazione dell'offerta tecnica	Punteggio massimo
1) Proposta di progetto con le azioni di influencer marketing per i singoli eventi con obiettivi misurabili, target, tipologia di testate coinvolte (media tradizionali e digitali)	50/100
2) Elenco di possibili influencer, testimonial, blogger e social reviewer	30/100
Punteggio massimo complessivo dell'offerta tecnica	80/100

La somma dei singoli punteggi assegnati a ciascun elemento determina il punteggio totale attribuito all'Offerta Tecnica.

Offerta economica: max 20/100 punti

All'elemento di valutazione di natura quantitativa quale l'offerta economica Visit Piemonte attribuirà i punteggi applicando la seguente formula non lineare a proporzionalità inversa (interdipendente) così calcolata:

$$C_{xi} = (P_{min}/P_{xi}) * V.P$$

C_{xi} = punteggio attribuito all'offerta economica di ciascun concorrente

P_{min} = offerta economica più conveniente

P_{xi} = offerta economica di ogni singolo concorrente

$V.P.$ = valore ponderale attribuito all'elemento offerta economica (20)

Non sono ammesse, pena l'esclusione, offerte economiche con voci di costo pari a zero o in ogni caso non determinabili. Il punteggio totale per ogni concorrente sarà calcolato sommando i punteggi acquisiti nell'Offerta Tecnica e nell'Offerta Economica, con i quali sarà stilata la relativa graduatoria.

L'Amministrazione si riserva comunque la facoltà di non procedere ad alcuna aggiudicazione senza incorrere in responsabilità e/o azioni di risarcimento dei danni, neanche ai sensi degli artt. 1337 e 1338 c.c.

L'Amministrazione si riserva altresì la facoltà di aggiudicare la fornitura anche in presenza di una sola offerta valida.

7. DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA RICHIESTA

- **DGUE** (allegato) compilare le sezioni: Parte II (A, B, C, D); Parte III (A, B, C, D) Parte IV **solo α**; Parte VI.

8. DOCUMENTAZIONE RICHIESTA

- **Offerta Tecnica** si richiede di presentare quanto indicato **al punto 6**.
- **Offerta Economica** relativa al complessivo di quanto richiesto **al punto 3**.

9. TERMINI E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE OFFERTE

Gli operatori economici devono presentare la documentazione richiesta, pena esclusione, entro data e ora indicata sulla RDO del MePA.

10. STIPULA CONTRATTO

La durata del contratto decorre a partire dalla stipula e si concluderà con l'avvenuta consegna di tutto quanto richiesto secondo la data concordata. Per carenze afferenti alla documentazione amministrativa si applicherà quanto previsto dall'art. 83 comma 9 del D.Lgs 50/2016 e s.m.i. L'incarico potrà essere affidato solo in presenza di applicazione di quanto previsto dall'art. 1 comma 1 lettera b) D.L. 24 aprile 2017 n. 50 - scissione dei pagamenti c.d. "split payment".

11. OBBLIGHI DI TRACCIABILITÀ DEI FLUSSI FINANZIARI

1. L'appaltatore assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla legge 13 agosto 2010, n. 136 ("Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di antimafia") e s.m.i.;

2. l'appaltatore deve comunicare alla stazione appaltante gli estremi identificativi dei conti correnti dedicati di cui all'art. 3, comma 1, della legge 136/2010, entro sette giorni dalla loro accensione o, nel caso di conti correnti già esistenti, dalla loro prima utilizzazione in operazioni finanziarie relative ad una commessa pubblica, nonché, nello stesso termine, le generalità e il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di essi. In caso di successive variazioni, le generalità e il codice fiscale delle nuove persone delegate, così come le generalità di quelle cessate dalla delega sono comunicate entro sette giorni da quello in cui la variazione è intervenuta. Tutte le comunicazioni previste nel presente comma sono fatte mediante dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà ai sensi dell'art. 21 del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445;
3. la stazione appaltante non esegue alcun pagamento all'appaltatore in pendenza delle comunicazioni dei dati di cui al comma precedente. Di conseguenza, i termini di pagamento s'intendono sospesi;
4. la stazione appaltante risolve il contratto in presenza anche di una sola transazione eseguita senza avvalersi di bonifico bancario o postale ovvero di altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni, secondo quanto stabilito all'art. 3, comma 1, della legge 136/2010.

Visit Piemonte Srl