

## **CAPITOLATO SPECIALE D'APPALTO**

*Fondo unico nazionale per il turismo (FUNT) parte corrente 2025. Progetto "Azioni diffuse per la competitività regionale sul mercato turistico nazionale ed internazionale 2025. Progetto di promozione territoriale - C.U.P. I29I25000650003. Procedura di gara ai sensi dell'articolo 50, comma 1, lett. e), del D. Lgs. n. 36/2023 finalizzata all'affidamento dell'appalto di servizi inerenti alle attività di comunicazione e marketing di n.8 eventi territoriali per valorizzare l'enogastronomia della regione Campania".*

## **PREMESSA**

L'Agenzia Regionale Campania Turismo (di seguito denominata anche solo "Agenzia") deve individuare un operatore economico al quale affidare il servizio Fondo unico nazionale per il turismo (funt) parte corrente 2025.

Gli eventi si svilupperanno sulla base del format "Viaggio alla scoperta della cultura del CIBO Campano".

La struttura del format si articolerà nello svolgimento di 8 tappe in 8 siti culturali diversi, distribuiti nelle 5 province della Campania, da svolgersi nell'arco di mesi 6, per valorizzare e far scoprire i diversi territori regionali con le loro risorse enogastronomiche e turistiche.

In linea di massima, gli eventi avranno durata di una giornata, dalle ore 10,00 alle ore 18,00.

Gli eventi sono rivolti ad amministratori locali, tour operator, agenti di viaggio, giornalisti, influencer, rappresentanti delle DMO, ristoratori locali e delle strutture ricettive con lo scopo di valorizzare le produzioni locali e creare dei veri e propri cluster gastronomici territoriali.

Il connubio tra la parte introduttiva (talk), con la storia e la cultura del cibo, e la parte pratica di interpretazione e creazione di ricette (show cooking), che valorizzano le produzioni locali, saranno testimonianza del concetto di praesentia, ovvero l'appartenenza ad un luogo ed un particolare modo di presidiare il territorio attraverso l'opera quotidiana di agricoltori, produttori, operatori, artisti, scienziati, musicisti e umanisti.

## **ARTICOLO 1 - OGGETTO DELL'APPALTO**

Il presente appalto ha per oggetto la realizzazione di un piano integrato di comunicazione per la valorizzazione del patrimonio enogastronomico della Campania.

Il piano dovrà includere iniziative e strumenti, sia tradizionali che digitali, in grado di coinvolgere il pubblico locale e i visitatori nazionali e internazionali, con l'obiettivo di promuovere gli eventi enogastronomici che si svolgeranno sul territorio della regione Campania, tra il mese di giugno 2026 ed il mese di Dicembre 2026, secondo il calendario di massima di seguito indicato nella tabella n. 1.

Nello specifico l'operatore economico aggiudicatario dovrà occuparsi delle seguenti attività:

## 1. COSTITUZIONE E GESTIONE DELL'UFFICIO STAMPA

**a.** costituzione di un ufficio stampa dedicato per la gestione dei rapporti con i media locali, nazionali e internazionali, con particolare attenzione ai settori enogastronomico, turistico e culturale.

**b.** redazione e diffusione di comunicati stampa riguardanti gli eventi, le attività promozionali e i progressi del progetto da diffondere ai principali organi di stampa.

**c.** gestione delle richieste stampa e organizzazione di interviste con giornalisti e *opinion leader* del settore.

**d.** monitoraggio della copertura mediatica e redazione di report sui risultati ottenuti (pubblicazioni, articoli, recensioni).

Tutte le attività dell'ufficio stampa dovranno essere concordate con l'ufficio di comunicazione dell'Agenzia Campania Turismo.

Le succitate attività di comunicazione dovranno essere pianificate in conformità con il seguente calendario degli eventi enogastronomici e delle iniziative previste dal progetto:

Denominazione Evento	Luogo di svolgimento	Periodo di svolgimento
Dalla coppa di Nestore al bucatino Mare, orti e viti	Isola d'Ischia	giugno 2026
Pasta Diva L'icona del Made in Italy a tavola	Penisola Sorrentina Monti Lattari	luglio 2026

La Dieta Mediterranea e i segreti della longevità a tavola	Cilento	settembre 2026
Il bosco e la vite Fusilli, cannazze e mugliatielli	Irpinia	settembre 2026
Il mare nel piatto Alici, cicerchie e tatiello	Campi Flegrei	ottobre 2026
La Via Lattea Mozzarella, provola e polacca	Agro aversano	novembre 2026
Il cardone e il torrone Il Natale beneventano	Sannio	Novembre 2026
Dalla pizza alla cucina italiana Il genio di Napoli nei patrimoni UNESCO	Napoli	Dicembre 2026

Eventuali variazioni saranno prontamente comunicate all'aggiudicatario, che dovrà adattare tempestivamente la programmazione delle attività in base alle nuove indicazioni.

## 1.2 ORGANIZZAZIONE DI PRESS TOUR

**a.** Organizzazione di n. 8 press tour in occasione degli 8 eventi enogastronomici che si svolgeranno nelle diverse località della Campania;

**b.** ingaggio e gestione di almeno 5 giornalisti che garantiscono una proiezione nazionale ed internazionale, 2 influencer con almeno 100.000,00 followers, e un content editor ad evento, che abbiano un curriculum professionale che attesti l'esperienza di livello nazionale ed internazionale nel settore enogastronomico; le attività di ingaggio dovranno essere estese anche all'Associazione della Stampa estera; si precisa che il press tour inizierà con la partecipazione all'evento enogastronomico e avrà la durata minima di n.2 giorni con un pernottamento;

**c.** gestione completa della logistica, del trasporto, del vitto e dell'alloggio per i partecipanti ai press tour che prevede, tra l'altro, l'organizzazione e il coordinamento di tutti gli aspetti operativi

legati agli spostamenti e all'accoglienza dei partecipanti coinvolti;

**d.** realizzazione di press kit da consegnare ai partecipanti, contenenti informazioni sull'evento, materiali promozionali e gadget.

Con riferimento alle attività connesse all'organizzazione del press tour, l'operatore economico deve documentare il possesso da parte dell'esecutore dei servizi propri delle Agenzie di viaggio **mediante iscrizione nei registri regionali delle Agenzie di Viaggi e Turismo, con riferimento regolamentata dal Decreto Ministeriale n. 1432/2021**. Tale servizio potrà essere oggetto di subappalto o di avvalimento.

### **1.3 CAMPAGNA MARKETING DIGITALE**

**a.** Creazione, produzione e riprese di contenuti video, anche attraverso la realizzazione di interviste, reportage, servizi giornalistici da inviare alle reti televisive locali e nazionali nonché ai portali web di informazione per una narrazione coinvolgente che metta in risalto i prodotti enogastronomici ed i territori da cui provengono;

**b.** ideazione e realizzazione di un piano editoriale per i canali social dell'Agenzia Campania Turismo (Facebook e Instagram) e per altri canali digitali, quali, nello specifico, Youtube, Spotify e Google Adv;

**c.** gestione delle sponsorizzazioni a pagamento attraverso le succitate piattaforme con l'obbligo di coprire i costi pubblicitari nel limite massimo del 15% dell'importo posto a base di gara garantendo la massima visibilità e documentandone i costi sostenuti e coordinandosi con l'Agenzia Campania Turismo.

Il target di riferimento della campagna è costituito da un pubblico prevalentemente nazionale, composto da persone di età compresa tra i 20 e i 60 anni. Questo gruppo include appassionati di enogastronomia, turisti culturali, professionisti del settore, famiglie e giovani adulti in cerca di mete turistiche uniche e memorabili, che combinano relax, cultura e buona cucina.

### **1.4 REALIZZAZIONE DI UN DOCUFILM E DI UNA BROCHURE**

**a.** Progettazione e realizzazione di un docufilm e di una brochure contenente approfondimenti dettagliati su gli otto temi protagonisti degli 8 eventi enogastronomici, da tradurre anche in lingua inglese;

**b.** La brochure deve essere utilizzabile sia in formato cartaceo che digitale (PDF scaricabile).

**c.** la brochure cartacea dovrà essere un prodotto pratico e compatto (ad esempio formato A5 o 150x150 mm), e la rilegatura dovrà avvenire mediante spillatura a punto metallico;

**d.** La brochure dovrà essere stampata in quadricromia su carta di una grammatura adeguata, ovvero di almeno 90 gr/m<sup>2</sup> per le pagine interne e 200 gr/m<sup>2</sup> per le prime di copertina, per una tiratura complessiva di almeno 5.000 copie, di cui 3.000 in italiano e 2.000 in inglese. Inoltre, va stampata in 2.000 copie un flyer con QRCode.

All'interno della brochure e del docufilm, ogni tema dovrà essere approfondito attraverso contenuti descrittivi e visivi che permetteranno agli utenti di immergersi nelle peculiarità culturali, ed enogastronomiche del territorio. Per ciascun tema, dovranno essere, inoltre, proposti due itinerari specifici, che attraversino i territori legati ai prodotti tipici regionali, offrendo una connessione diretta tra l'esperienza dell'evento e le tradizioni culinarie locali.

Per ogni evento enogastronomico dovranno essere raccolte video interviste etnografiche degli chef, ambasciatori, esperti, produttori, da un etnografo esperto di storytelling alimentare.

### **1.5 INTRATTENIMENTO MUSICALE**

A conclusione di ogni evento enogastronomico dovrà essere previsto un intrattenimento musicale dedicato alla tradizione campana con una formazione artistica di almeno due elementi (un musicista e/o un cantante).

### **ARTICOLO 2 - GRUPPO DI LAVORO E EROGAZIONE DEI SERVIZI**

I requisiti minimi di seguito indicati fanno riferimento al gruppo di lavoro che l'affidatario dovrà mettere a disposizione per la realizzazione ed il corretto svolgimento delle attività previste nel presente capitolato.

Di seguito sono indicati sia le unità minime sia le competenze richieste:

- n. 1 project manager con esperienza di almeno 10 anni nella gestione di progetti di comunicazione integrata;
- n. 1 art director con almeno 10 anni di esperienza;
- n. 1 copywriter, con esperienza di almeno 5 anni nella produzione di contenuti per progetti di comunicazione integrata e con competenze nella gestione di campagne SEO e SEM;
- n. 1 grafico specializzato in progetti sia editoriali che digitali con almeno 5 anni di esperienza;

- n. 1 videomaker con esperienza professionale di almeno 5 anni nella produzione di video;
- n. 1 fotografo con esperienza professionale di almeno 10 anni nel settore della fotografia;
- n. 1 social media manager/ads;
- n.1 addetto stampa con esperienza di almeno 5 anni nel settore.

Il gruppo di lavoro dovrà essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere a tutte le eventuali esigenze che potranno presentarsi nel corso dello svolgimento delle attività. Il gruppo di coordinamento dovrà operare a stretto contatto con il Committente mediante un proprio responsabile del contratto, che avrà in carico la corretta esecuzione delle attività e costituirà l'interfaccia principale con il Direttore dell'Esecuzione del Contratto (DEC), nominato dall'Agenzia, che sarà il coordinatore del servizio. Tale figura provvederà alla gestione degli aspetti di tipo operativo, nonché alla vigilanza, affinché i servizi rispondano a quanto stabilito dai documenti contrattuali, e alla cura di tutti gli aspetti amministrativo/contabili inerenti all'esecuzione del contratto.

Qualora, durante l'esecuzione del servizio, si renda necessario sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro, l'affidatario dovrà formulare specifica e motivata richiesta all'Agenzia, indicando i nominativi e le referenze dei componenti che intende proporre in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta. Le risorse che interverranno in sostituzione dovranno avere requisiti uguali se non superiori a quelli posseduti dai precedenti componenti.

### **ARTICOLO 3 - ACQUISIZIONE AUTORIZZAZIONI**

L'aggiudicatario con la presentazione dell'offerta, si obbliga ad acquisire le eventuali autorizzazioni necessarie per lo svolgimento delle attività nonché a farsi carico dei costi ed oneri per l'eventuale acquisto e/o estensione dei diritti di terzi (*quali a titolo esemplificativo e non esaustivo: fotografi, attori, illustratori, etc.*), eventuali oneri SIAE ed in generale qualsiasi altro costo relativo a prodotti e/o servizi di terzi funzionali all'esecuzione dei servizi oggetto dell'appalto *de quo*.

### **ARTICOLO 4 - OBBLIGHI INERENTI ALL'ESECUZIONE DELL'APPALTO**

L'aggiudicatario, ai fini dell'affidamento del servizio, si obbliga a:

- a) garantire che l'esecuzione del servizio, oggetto dell'appalto, avvenga in stretto contatto con i competenti uffici dell'Agenzia, secondo i tempi e le esigenze da questa manifestati;

- b) osservare, nell'adempimento delle proprie prestazioni ed obbligazioni, tutte le indicazioni operative, di indirizzo e di controllo, che a tale scopo saranno disposte dall'Agenzia;
- c) comunicare tempestivamente all'Agenzia le eventuali variazioni della propria struttura organizzativa coinvolta nell'esecuzione delle attività oggetto dell'appalto, indicando analiticamente le variazioni intervenute.
- d) consegnare all'amministrazione appaltante, in formato digitale ad alta risoluzione, adattabili ai dispositivi mobili, tutti i contenuti multimediali prodotti ai fini della realizzazione delle attività oggetto dell'appalto (foto, video, grafiche, testi) liberi da ogni diritto;
- e) cedere tutti i diritti di utilizzo e sfruttamento economico dei contenuti prodotti (foto, video, grafiche, testi), in via esclusiva, illimitata e perpetua, all'amministrazione appaltante;
- f) fornire con cadenza bimestrale, a decorrere dalla data di sottoscrizione del contratto d'appalto, report dettagliati sull'andamento della campagna di comunicazione integrata, inclusi i risultati ottenuti attraverso le piattaforme digitali (engagement, copertura, conversioni) e gli esiti delle attività OOH;
- g) inserire, in tutto il materiale di comunicazione prodotto nel corso del servizio affidato, lo stemma della Regione Campania ed uno spazio riservato all'indicazione della partecipazione finanziaria della Regione Campania. La dicitura e le modalità specifiche di questa attività, saranno comunicate dall'Agenzia all'aggiudicatario in occasione della stipula del contratto.

L'aggiudicatario si obbliga a rispondere dell'osservanza di quanto sopra previsto da parte degli eventuali subappaltatori, sub-affidatari o ditte in ogni forma di sub-contrattazione, per le prestazioni rese nell'ambito dell'attività loro affidata.

#### **ARTICOLO 5 - DIVIETO DI SOSPENSIONE DEL SERVIZIO**

L'appalto deve essere eseguito senza soluzione di continuità, in tutte le componenti e le prestazioni previste dal presente capitolato e dal contratto, salvo eventi imprevisti e imprevedibili e cause di forza maggiore non imputabili all'aggiudicatario, al ricorrere dei quali lo stesso aggiudicatario dovrà rendere tempestiva comunicazione in forma scritta.

L'esecuzione del servizio resterà in tal caso temporaneamente sospesa per un periodo equivalente alla durata della causa di forza maggiore o dell'evento temporaneo imprevisto e imprevedibile non imputabile all'aggiudicatario.

L'aggiudicatario non può, in alcun caso, sospendere l'esecuzione del servizio con propria decisione unilaterale, nemmeno quando siano in atto controversie con l'Agenzia.

La sospensione unilaterale da parte dell'aggiudicatario costituisce inadempienza contrattuale tale da motivare la risoluzione del contratto ex art. 1456 del codice civile.

Potranno autorizzarsi sospensioni temporanee allorquando siano state concordate con l'aggiudicatario quelle variazioni del servizio ritenute opportune dall'Agenzia in relazione a particolari esigenze che potranno emergere in corso di realizzazione delle attività.

#### **ARTICOLO 6 - MONITORAGGIO DELL' ESECUZIONE DEL CONTRATTO**

Il RUP provvederà al monitoraggio ed alla verifica dell'esecuzione del contratto. In particolare, verificherà che tutte le attività ed i materiali prodotti in esecuzione dell'appalto risultino conformi alle caratteristiche qualitative, quantitative e tecnico-funzionali minime richieste nel presente capitolato e negli altri atti della presente procedura e proposte nell'offerta tecnica prodotta dall'appaltatore.

In caso di esito negativo della verifica, l'Agenzia, oltre ad applicare la penale, potrà

#### **ARTICOLO 7 - SICUREZZA**

L'aggiudicatario assume, altresì, a proprio carico tutti gli oneri relativi all'ottemperanza degli obblighi verso i propri dipendenti, prestatori di lavoro, a qualsivoglia titolo, professionisti, etc., derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro, previdenza e disciplina infortunistica.

L'aggiudicatario, in particolare, è obbligato ad osservare scrupolosamente tutte le norme antinfortunistiche vigenti ed a farle osservare al proprio personale che, in conformità alle vigenti disposizioni di legge in materia doterà, tra le altre cose, dei necessari dispositivi di prevenzione e sicurezza.

### **RTICOLO 8 - RINVIO**

Per quanto non espressamente previsto nel presente capitolato e negli altri atti di gara, si rinvia alle disposizioni dello schema di contratto ed alle vigenti norme in materia di appalti nonché alle norme del codice civile in quanto applicabili.

II RUP