

ALLEGATO "A"



**COMUNE DI ALCAMO
LIBERO CONSORZIO COMUNALE DI TRAPANI
DIREZIONE 6**

INNOVAZIONE - CULTURA- BIBLIOTECHE - PROMOZIONE TURISTICA E SPORT
Piazza Ciullo n. 1 - 91011 Alcamo - Tel. 0924/590111 Dirigente: Dott. Filippo Andrea Di
Giorgio - e mail: fdigiorgio@comune.alcamo.tp.it **PEC: comunedialcamo.protocollo@pec.it -**
Codice Univoco amministrazione ZAXL4Q - Codice fiscale Comune: 80002630814

CAPITOLATO TECNICO

**OGGETTO: CAPITOLATO DEL SERVIZIO DI ORGANIZZAZIONE MANIFESTAZIONE
DENOMINATA "SICILIAN WINE WEEK"**

Il presente Capitolato disciplina il servizio di organizzazione della manifestazione enogastronomica e culturale denominata "*Sicilian Wine Week*".

La finalità generale del progetto è valorizzare e promuovere il patrimonio vitivinicolo dell'intero indotto coinvolto (operatori turistici, ristoratori) di tutta la Sicilia, attraverso la conoscenza delle risorse e delle tipicità agricole, agro-alimentari, ambientali e culturali dell'intero territorio.

Tale finalità è assolutamente in linea con quanto indicato dalla programmazione amministrativa dell'Ente, che punta alla promozione del settore agroalimentare, con particolare riferimento all'ambito vino a marchio IG DO e BIO, alle produzioni sostenibili e del turismo enogastronomico.

Il progetto consiste nell'organizzazione di attività denominate "*SICILIAN WINE WEEK*" che valorizzano le produzioni locali a marchio certificato (es. Bio/IG-Do e sostenibili) e siti di importanza naturalistica e paesaggistica. Ciò al fine di presentare al fruitore l'offerta eno-turistica del territorio locale e di creare nuove occasioni di business per gli operatori del settore.

Il progetto si svilupperà in un sito di particolare interesse enoturistico, in modo da intercettare il maggior numero di partecipanti, ossia presso il Castello dei Conti di Modica, che rappresenta la prestigiosa sede dell'Enoteca della Sicilia Occidentale, finemente arredata e corredata.

I siti, tutti di alto profilo, verranno individuati a seconda della disponibilità e verranno comunicati preventivamente all'Assessorato di competenza, al fine di effettuare i controlli previsti dalla normativa vigente.

L'obiettivo primario del progetto è quello di promuovere le produzioni agroalimentari (in particolare modo il vino) di qualità e sostenibili, unitamente all'offerta turistica locale e, quindi, l'intero territorio regionale.

All'interno del programma in oggetto, sono previste masterclass rivolta agli operatori professionali, un'attività di incoming con operatori del settore ed una mostra mercato, come infra specificato. L'intero programma verrà realizzato nei primi giorni del mese di novembre 2022, con una presentazione preventiva alla stampa.

Gli obiettivi generali che si vogliono raggiungere sono di seguito elencati:

- Promuovere le produzioni di qualità IG/DO/BIO e sostenibili.
- Rafforzare il tessuto produttivo delle imprese del territorio
- Creare nuovi sbocchi commerciali per le imprese locali
- Offrire materiale informativo e promozionale relativo ai maggiori siti artistico-culturali del territorio,

- ai servizi eno-turistici disponibili, alla ricettività e ospitalità, alle attrattive locali
- Rafforzare l'immagine del territorio incrementando la visibilità a favore delle produzioni enologiche di qualità e del turismo culturale ed ambientale
 - Sviluppare l'ospitalità, l'educazione eno-turistica e la conoscenza globale del territorio
 - Stimolare il miglioramento delle infrastrutture e della ricettività alberghiere ed extra alberghiere
 - Incentivare l'economia eno-turistica

ARTICOLO 1

CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO OGGETTO DI AFFIDAMENTO

Le quantità e le caratteristiche dei servizi connessi all'organizzazione dell'evento sono indicati nel presente articolo ed individuate come segue:

DATE: dal 3 Novembre al 9 Novembre

LUOGHI: Castello dei Conti di Modica - sede dell'Enoteca Regionale - sede organizzativa dove dovrà essere sempre presente la Segreteria Organizzativa e la più ampia pubblicità della Manifestazione.

A) organizzazione di eventi di promozione e valorizzazione di prodotti e/o processi produttivi a favore delle PMI siciliane con sede operativa in Sicilia ed il tessuto produttivo locale es. Organizzazione di missioni commerciali di operatori di settore in Sicilia (Buyer, giornalisti ed esperti di settore), eventi mirati di promozione di specifici settori (es. Convegni) a favore di Stakeholder , educational tour, etc.

Ambito prioritario: **Agroalimentare**

Ambito di riferimento: **FOCUS DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE/ MASTERCLASS/DEGUSTAZIONI INFORMATIVE**

Tipologia di iniziativa: **Evento promozionale**

Durata: 1 settimana

N. Eventi: 3

Localizzazione geografica: **Sicilia**

Mercato di riferimento: **Nazionale ed Internazionale**

Destinatari: **portatori d'interesse, consumatori**

Nell'arco di una settimana verranno realizzate delle attività di "Focus/Masterclass/Degustazioni informative", in modo da creare un valore aggiunto ai prodotti del territorio e di creare sinergie tra gli operatori del settore appositamente invitati, e di fare informazione circa gli aspetti correlati all'origine del prodotto, alle modalità di produzione degli stessi, agli antichi sapori, alla sostenibilità delle produzioni etc). Durante gli eventi parteciperanno le imprese del territorio, con i loro prodotti, appositamente selezionate attraverso le procedure previste dalla normativa di riferimento.

Di seguito il programma degli eventi di progetto (il programma potrebbe subire modifiche dovute ad esigenze organizzative)

Si prevede di realizzare dei Focus relativi a 3 Temi importanti per tutto il panorama economico Siciliano ed almeno n. 3 Masterclass all'interno delle giornate dedicate alla manifestazione.

1.FOCUS/MASTERCLASS: CAMPAGNA VITIVINICOLA 2022

Nella storica patria del Vino Siciliano, ad Alcamo, presso l'Enoteca Regionale, verrà affrontato il tema della produzione Vinicola Siciliana e dello sviluppo delle aziende legate all'indotto del vino siciliano.

Verrà realizzato, pertanto, un incontro dove verranno coinvolte tutte le maggiori associazioni del vino siciliano, l'università, gli enti, le scuole, per discutere su quanto i cambiamenti climatici stanno incidendo sulla produzione vitivinicola del territorio e quali sono le strategie da adottare per far fronte a questi cambiamenti.

Principali attori: associazioni di categoria, aziende produttrici di macchinari, aziende che producono botti, vetrerie, scatolifici, etichettifici.

Relatori: figure professionalmente riconosciute a livello nazionale.

2.FOCUS/MASTERCLASS: COME STA CAMBIANDO L'OFFERTA DEL VINO SICILIANO e QUANTO E' TRAINANTE PER LE ALTRE ECCELLENZE GASTRONOMICHE

L'evento sarà dedicato alle imprese e al loro ruolo nell'era della pandemia, e come affrontare i nuovi mercati: dalla scelta della sostenibilità alla nuova organizzazione delle imprese. Si ragionerà sui numeri del Biologico, della sensibilità del consumatore nei confronti del mangiare e bere bene per poi affrontare il tema dei vini Naturali.

Un successo, quello del vino, che trova diverse imprese attente ad ampliare la varietà di prodotti gastronomici da immettere sul mercato (miele, sughi, conserve, olio, olive, cioccolata, ect.

Principali attori: associazioni di categoria, aziende produttrici di presidi Slow food e qualità certificate.

Relatori: figure professionalmente riconosciute a livello nazionale.

3.FOCUS/MASTERCLASS: L'ENOTURISMO IN SICILIA - ALCAMO e la centralità dell'Enoteca Regionale

Alcamo è in una posizione strategica per ogni enoturista o semplice avventore che vuole conoscere le tipicità culinarie ed enoiche del territorio. Attraverso la presentazione di una proposta di collaborazioni tra rental-care, albergatori e ristoratori del territorio, si punta a rendere l'offerta di turismo esperenziale sempre più attraente e che miri a far conoscere l'artigianato locale, le antiche tradizioni, la cucina tradizionale.

Principali attori: associazioni di categoria, albergatori, ristoratori, scuole alberghiere e corsi di cucina.

Relatori: figure professionalmente riconosciute a livello nazionale.

B) Organizzazione di eventi di promozione e valorizzazione di prodotti e/o processi produttivi a favore delle PMI siciliane con sede operativa in Sicilia ed il tessuto produttivo locale

es. Organizzazione di missioni commerciali di operatori di settore in Sicilia (Buyer, giornalisti ed esperti di settore), eventi mirati di promozione di specifici settori (es. Convegni) a favore di Stakeholder, educational tour, etc.

Ambito prioritario: **Agroalimentare**

Ambito di riferimento: **INCOMING B2B**

Tipologia di iniziativa: **Evento promozionale**

Durata: **5 giorni**

N. Eventi: **1**

Localizzazione geografica: **Sicilia**

Mercato di riferimento: **Nazionale e Internazionale**

Destinatari: **Consumatori e portatori d'interesse**

Nell'arco dell'intera iniziativa verrà realizzata una intensa attività di incoming B2B volta a favorire l'incontro tra domanda e offerta. Il progetto prevede, pertanto, la realizzazione di appositi incontri commerciali con modalità Business to Business, in modo da avere un approccio più tecnico e un riscontro immediato, nell'ambito di missioni di incoming.

Tale attività rappresenta la parte finale di un programma promozionale eterogeneo come quello proposto. Infatti, tale attività consentirà di dimostrare agli operatori la variegata realtà del territorio delle imprese della Sicilia Occidentale. Tutto quello trasmesso e raccontato tramite il materiale promozionale e le degustazioni, diventerà in questa attività, tangibile e concreto.

Infatti, tale azione sarà limitata a quegli operatori che avranno mostrato un forte interesse alle produzioni di qualità del territorio di riferimento e che intendono rafforzarlo con una esperienza diretta in loco con il duplice scopo di informare e formare gli operatori professionali che al rientro nel territorio di appartenenza saranno fonti di informazione e diffusione del messaggio promozionale.

L'attività di *incoming*, infine, rappresenta il momento di ulteriore rafforzamento del legame con il territorio di origine dei prodotti, grazie alla possibilità per gli ospiti di vivere un'immersione totale nel contesto territoriale di produzione; verranno invitati operatori di settore e giornalisti di livello internazionale che potranno degustare le eccellenze del territorio.

L'invito sarà rivolto ad una selezione di ospiti selezionati tra giornalisti, opinion maker, responsabili di acquisti, importatori, *buyers*, distributori e ristoratori che mostreranno un particolare interesse per le produzioni oggetto di promozione. Il tour, guidato dai *partners* dell'Enoteca, consentirà agli invitati la scoperta delle peculiarità territoriali delle aziende, del territorio inteso come aggregazione di paesaggio rurale, cultura, storia e tradizione. Il percorso sarà articolato in modo da evidenziare le diverse identità territoriali presenti, avvicinando gli ospiti al tessuto produttivo vitivinicolo espresso nel territorio stesso.

C) Organizzazione/partecipazione a mostre/mercato -

Nell'arco dell'intera iniziativa, deve essere realizzata una mostra mercato aperta al pubblico e diretta alla promozione e alla vendita dei prodotti esposti, ove saranno appositamente invitati buyers, giornalisti e operatori commerciali.

La manifestazione si svolgerà nei tre siti sopra indicati o in altri di particolare interesse, con una previsione di 35 aziende partecipanti, rappresentative dei prodotti agroalimentari di qualità provenienti dal territorio.

Ogni azienda avrà a disposizione il servizio calici, il servizio frigo, il ghiaccio ed il servizio di pulizia della postazione aziendale e altra attrezzatura necessaria per le degustazioni o tasting di prodotto.

Tale attività sarà realizzata in stretta sinergia con le attività dei workshop tematici riservati ad un pubblico professionale del settore che saranno realizzati nel medesimo periodo.

L'iniziativa è assolutamente in linea con i temi e gli obiettivi dell'Amministrazione sul comparto agroalimentare e della valorizzazione del territorio; l'Enoteca regionale, del resto, si propone quale soggetto istituzionalmente deputato a realizzare dette attività, e perseguire lo sviluppo del

territorio e delle imprese del territorio.

Si specifica che l'intero piano di comunicazione deve essere gestito tramite operatori specializzati nel settore enogastronomico.

Il piano di comunicazione individua le modalità di promozione coordinate tra quelle innovative e quelle tradizionali finalizzate alla maggiore diffusione possibile dell'evento.

Per veicolare preventivamente in largo anticipo la manifestazione fino alla sua inaugurazione, per incentivare la partecipazione durante il suo svolgimento, sono state previste azioni differenziate ma integrate, collaterali e continuative.

L'affidatario dovrà realizzare un'intensa attività di promozione sia sul sito istituzionale che sui social network, per la comunicazione social con attivazione di post e feedback di risposta, prenotazioni, diffusione di informazioni mirate e di aggiornamento; all'interno delle pagine social saranno presenti i contenuti della manifestazione, le date di svolgimento, le notizie relative a contatti, informazioni per arrivo e transfer, ricettività in loco ma anche in zone limitrofe, notizie suo territorio, sul comprensorio e link di collegamento per creare rete anche con l'Assessorato e altri enti di promozione enoturistica. All'interno delle pagine sarà istituito un blog e un data base con iscrizioni per attivare una newsletter capace di interloquire con le adesioni.

Contestualmente, la manifestazione verrà inserita in siti di promozione turistica e di informazione culturale prima dell'avvio delle attività.

Di seguito viene descritto il piano di cui sopra:

1. aggiornamento di sito web del proponente, articolato in aree tematiche che raccontano la manifestazione, il fascino dei luoghi e l'identità del territorio, fornire agli utenti la possibilità di consultare i programmi, i percorsi, gli eventi e di accedere a tutte le attività e i prodotti realizzati.
2. realizzazione di una pagina Facebook ufficiale, una pagina Twitter, una pagina Instagram ed un canale Youtube per un coinvolgimento più diretto con l'esterno per raggiungere il maggior numero di utenti configurate in partenza con il numero massimo di funzionalità, segnalando quali sono i post più apprezzati, le persone connesse alla pagina e con quale frequenza vengono condivisi i contenuti postati, le tematiche maggiormente affrontate e discusse; Prevista una campagna pubblicitaria a pagamento sul social network Facebook.
3. collegamento con siti internet di promozione turistica specializzata per veicolare l'incoming di flussi stranieri;
4. pubblicazione e distribuzione di materiale informativo cartaceo sul programma della manifestazione come brochure e pieghevoli in punti strategici di passaggio turistico, stazioni ferroviarie, di trasporto urbano ed extraurbano;
5. affissione esterna su cartellonistica da strada nelle città di Palermo ed Alcamo;
6. incarico ad addetto stampa per comunicato e rassegna;
7. collaborazioni con agenzie di turismo e agenzie di organizzazione di eventi
8. realizzazione e affissione di banner pubblicitari

La comunicazione avverrà principalmente tramite i canali della carta stampata generalista e di settore, e tramite i canali digitali; in particolare, la comunicazione avverrà tramite testate giornalistiche di riconosciuta fama.

Il programma promozionale prevede l'utilizzo di un video promozionale (già in dotazione dell'Ente, pertanto, senza alcun costo aggiuntivo all'interno del bilancio del progetto di cui alla presente proposta) ove sono inseriti contenuti a tema agroalimentare, e specificatamente legati al mondo del vino, che metteranno in risalto i metodi di produzione e i prodotti a marchio certificato IG e DO, BIO e delle produzioni sostenibili.

Il video verrà trasmesso sui canali social in modo da raggiungere in maniera immediata il

consumatore finale (giovanissimi e millennials) molto attenti ai nuovi contenuti immessi sul web, specialmente se legati a programmi di promozione di prodotti agroalimentare, vino in particolare, di qualità, con particolare risalto alle produzioni sostenibili attente alle ricadute sull'ambiente.

A latere del programma promozionale, ed in particolare, in occasione della mostra mercato, verrà realizzato uno spettacolo artistico (opera dei pupo e/o spettacolo musicale e/o artisti di strada, a seconda della disponibilità degli artisti e della compatibilità con la normativa anticovid); lo spettacolo servirà per allietare le giornate di attività di promozione ed informazione, in modo da coinvolgere un alto numero di partecipanti.

La proposta DOVRÀ INCLUDERE:

- 1) costi di Comunicazione pre e post Evento;
- 2) segreteria organizzativa;
- 3) personale tecnico Sommelier, Hostess, staff e quant'altro si renda necessario per l'ottima riuscita dell'evento;
- 4) pulizia dei locali e noleggi attrezzature inclusi tovagliato, calici, tutto il necessario;

RISULTATI ATTESI

Iniziative previste	Indicatori di realizzazione	Indicatori di risultato	Contributo delle iniziative alle attività previste nel Piano d'azione del progetto
<p>Organizzazione di eventi di promozione e valorizzazione di prodotti e/o processi produttivi a favore delle MPMI siciliane con sede operativa in Sicilia</p> <p><i>L'azione prevede la realizzazione di un evento informativo-promozionale caratterizzato da un'intensa attività di degustazione, attraverso degustazioni professionali/masterclass</i></p> <p><i>L'azione comprende un'attività di incoming di operatori e giornalisti di settore</i></p>	<p>es. Numero e tipologia di eventi : azioni di incoming, outgoing, Workshop, convegni, etc.</p> <p><i>L'evento intero verrà realizzato nell'arco di n. 4 giornate; intervengono relatori di alto profilo, appositamente invitati e i produttori</i></p>	<p>Esempio :</p> <p>- n. imprese coinvolte; <i>Verranno coinvolte circa 35 imprese del settore agroalimentare, perlopiù produttori di vino e trasformatori che operano nel mercato UE ed ExtraUE</i></p> <p>- n. di buyer, grossisti, importatori coinvolti;</p> <p><i>Ogni impresa partecipante potrà invitare i propri importatori e buyer; Il soggetto proponente,, inoltre, inviterà nuovi buyer attenti alle tematiche della sostenibilità e delle produzioni di qualità IG e DO – BIO.</i></p> <p>- n. di giornalisti;</p> <p><i>Verrà invitata una delegazione di giornalisti professionisti attivi nel settore agroalimentare composta da n. 10 operatori; verranno invitati ospiti internazionali</i></p>	<p><i>L'iniziativa contribuisce allo sviluppo dell'ambito agroalimentare – perlopiù settore vitivinicolo che fanno parte del comparto e all'obiettivo dell'internazionalizzazione e del sistema regionale. Attraverso gli operatori coinvolti, i soggetti che sono riconosciuti e che operano nel settore internazionale, l'attività potrà raggiungere importanti risultati comunicativi e di sviluppo del territorio.</i></p>

		<p>(4-5 soggetti internazionali oltre ad altri operatori nazionali e locali);</p> <p>- n. di esperti di settore</p> <p>Verrà invitata una delegazione di esperti del settore composta da almeno n. 10 operatori; verranno invitati ospiti internazionali (4-5 soggetti internazionali oltre ad altri operatori nazionali e locali);</p> <p>- n. Enti/istituzioni coinvolte</p> <p>Università di Palermo Irvo</p> <p>- n. di partecipanti</p> <p>300</p> <p>- n. di visitatori</p> <p>300</p>	
<p>organizzazione/partecipazione a mostre/mercato</p> <p><i>L'azione prevede la realizzazione di una mostra mercato della durata di n.2 giorni per n.3 tappe.</i></p>	<p>Numero e tipologia di mostre/mercato e localizzazione</p> <p><i>La mostra verrà realizzata in tre distinti siti individuati su tre distinte province e prevede la realizzazione di una mostra mercato della durata di n. 3 giorni.</i></p>	<p>n. di espositori partecipanti: 35</p> <p>n. visitatori (per l'organizzazione): oltre 1.000</p>	<p><i>L'iniziativa contribuisce allo sviluppo dell'ambito agroalimentare – perlopiù settore vitivinicolo – in linea con il e con l'obiettivo dell'internazionalizzazione e del sistema regionale.</i></p> <p><i>Il numero degli espositori coinvolti consente che possano essere rappresentanti i vari ambiti, all'interno del settore agroalimentare. L'attività potrà raggiungere importanti risultati comunicativi e di sviluppo del territorio.</i></p>

<p>Iniziative pubblicitarie di comunicazione e promozione mirate a far conoscere le specificità dei prodotti in quanto tali e dei processi produttivi ad essi connessi che abbiano un'incidenza diretta e/o indiretta sul sistema produttivo ed economico locale di riferimento</p> <p><i>L'azione prevede la realizzazione di campagne informative e di comunicazione, legate anche all'evento di tipo convegnistico da realizzare</i></p>	<p>Realizzazione di azioni di comunicazione on-line :</p> <p>su motori di ricerca sui canali social <i>principalmente su facebook verrà avviata una campagna pre/post evento in modo da attirare più gente possibile, con cui condividere vari post informativi</i></p> <p>sui media tradizionali : TV , quotidiani, riviste di settore , specializzate</p>	<p>target di riferimento: Giovanissimi e Millennials</p> <p>es. n. di visualizzazioni 2.000</p> <p>n. di lettori 5.000</p> <p>n. di spettatori 5.000</p> <p><i>*si stima che la campagna promozionale pre/post evento possa raggiungere almeno 2.000 visualizzazioni e 5.000 lettori.</i></p>	<p><i>Le attività di progetto sono in linea con quanto dedotto nella programmazione dell'Ente al riguardo, nell'ambito agroalimentare-sub ambito vino, è espressamente previsto che ... "Per raggiungere i Millennials è necessario puntare sul contributo delle tecnologie e dei "social media", portando anche la cultura del vino sulle pagine dei quotidiani e delle testate di life style..."</i> ^[1] _{SEP}</p>
---	---	---	--

ARTICOLO 2 CONSEGNA DEL SERVIZIO

La ditta aggiudicataria dovrà avviare il servizio presso i locali individuati nel precedente articolo 1, ovvero, in caso di indisponibilità, presso i locali alternative indicati dal RUP. La tempistica di consegna del servizio prevista è indicata nel precedente articolo 1, nelle date comprese fra il **03/11 ed il 09/11 e non sono ammesse richieste di dilazione, per ragione legate alla rendicontazione del finanziamento.**

L'attività di esecuzione del servizio si intende comprensiva di ogni relativo onere e spesa, ivi compresi, a titolo meramente esemplificativo, ma non esaustivo, gli oneri per la comunicazione, per la pianificazione del servizio, per la realizzazione di eventuali story-line e per le schede di presentazione tematiche.

L'Appaltatore si impegna a consegnare le forniture ed i servizi al Comune, il quale ne acquista la proprietà piena ed esclusiva. Il Comune potrà, pertanto, disporre del materiale acquisito a propria discrezione e senza limitazione alcuna, con ogni diritto ad esso relativo, dandosi atto che, nella determinazione dei corrispettivi, si è già tenuto conto di tali diritti.

ARTICOLO 3 VERIFICA DI FUNZIONAMENTO

La ditta aggiudicataria è tenuta a provvedere, a sua cura e sue spese, alla verifica di funzionamento di tutta la strumentazione e le attrezzature necessarie per consentire le attività descritte nel precedente articolo 1.

Nel controllo della completezza del servizio, in particolare, personale della ditta ed il personale del Comune dovranno verificare - separatamente - la presenza di tutti gli elementi necessari per l'organizzazione dell'evento. In caso di esito negativo, anche parziale, della verifica di conformità, l'affidatario ha l'onere di sostituire quanto non perfettamente funzionante e integrare quanto eventualmente mancante e di procedere alla nuova verifica che, in ogni caso, dovrà concludersi positivamente entro il termine perentorio di 1 giorni dalla consegna, pena l'applicazione delle

penali. L'esito positivo della verifica non esonera l'affidatario da responsabilità per difetti e/o imperfezioni non emerse in occasione dell'esecuzione delle prestazioni.

ARTICOLO 4 ONERI DI SICUREZZA - RISCHI DA INTERFERENZE

Per quanto concerne i rischi derivanti da interferenze, di cui all'articolo 26 del D.Lgs. 81/2008, vista la determinazione nr. 3/2008 dell'Autorità per la vigilanza sui contratti Pubblici di Lavori, Servizi e Forniture, precisa che non è stato predisposto il DUVRI in quanto, viste le attività oggetto dell'appalto e la durata limitata del progetto, non si sono riscontrate interferenze per le quali intraprendere misure di prevenzione e protezione atte ad eliminare e/o ridurre i rischi. Gli oneri relativi risultano pari a zero in quanto non sussistono rischi interferenti da valutare; restano immutati gli obblighi a carico delle imprese e/o lavoratori autonomi in merito alla sicurezza sul lavoro.

ARTICOLO 5 PENALI

In caso di mancato rispetto delle clausole previste nel presente capitolato verranno applicate le penali ai sensi del D. Lgs. 50/2016.

Se la ditta aggiudicataria è in associazione temporanea d'impresa queste sanzioni saranno a carico del trasgressore. In ogni caso il Comune si riserva il diritto di addebitare all'Impresa aggiudicataria l'importo dei maggiori danni imputabili a quest'ultimo. Come previsto dall'art. 113 bis, comma 2, del D. Lgs. 50/2016 e ss. mm. ii. i contratti di appalto prevedono penali per il ritardo nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali da parte dell'appaltatore commisurate ai giorni di ritardo e proporzionali rispetto all'importo del contratto o alle prestazioni del contratto. Le penali dovute per il ritardato adempimento sono calcolate in misura giornaliera compresa tra lo 0,3 per mille e l'1 per mille dell'ammontare netto contrattuale da determinare in relazione all'entità delle conseguenze legate al ritardo e non possono comunque superare, complessivamente, il 10% di detto ammontare netto contrattuale.

ARTICOLO 6 IMPORTO DEL SERVIZIO

L'importo della servizio, Iva esclusa, è pari alla somma di 39.765,08 (diconsi euro trentanovemilasettecentosessantacinque/otto centesimi), oltre Iva al 22% pari a € 8.748,32 per un totale di € 48.513,40. L'importo finale di € 48.513,40 è comprensivo di ogni imposta e di qualsivoglia altro onere.

ARTICOLO 7 FATTURAZIONE

Le fatture dovranno essere redatte a norma di legge e dovranno fare riferimento al numero d'ordine e gli altri dati comunicati dal Rup. Ai sensi del D.M. 55 del 3 aprile 2013 e della Legge 244/2007 (articolo 1 dal commi 209-214), poichè dal 31 marzo 2015 è previsto l'obbligo di fatturazione elettronica nei confronti delle Pubbliche Amministrazioni, si comunica che il Codice Univoco Ufficio per l'invio delle fatture elettroniche per il Comune di Alcamo è **ZAXL4Q**. Ai sensi dell'articolo 25 del D.L. 66/2014 è obbligatorio inserire il codice CIG nelle fatture elettroniche (salvo nei casi di esclusione dall'obbligo di tracciabilità). Inoltre è obbligatorio inserire il numero di determina di affidamento, il numero di impegno che saranno comunicati all'atto della definizione dell'affidamento.

ARTICOLO 8 LIQUIDAZIONE DEL SERVIZIO

La liquidazione del servizio avverrà nei termini previsti dalla normativa vigente. Il termine di pagamento resterà interrotto qualora il Comune chieda chiarimenti e/o copia di documentazione.

ARTICOLO 9

RECESSO E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Il Comune può procedere alla risoluzione del contratto in qualsiasi momento, ove ricorra la casistica prevista dal Codice Civile ed in base a quanto stabilito dall'articolo 108 D.Lgs. 50/2016. La stazione appaltante si riserva la facoltà di recedere dal contratto con le modalità previste dall'articolo 109 D.Lgs. 50/2016.

ART. 10

TRACCIABILITA' DEI FLUSSI FINANZIARI

Ai sensi dell'art. 3 della Legge n. 136/2010, tutti i movimenti finanziari relativi al servizio devono essere registrati sui conti correnti bancari o postali dedicati, anche se non via esclusiva, accesi presso banche o presso la società Poste Italiane S.p.a. I pagamenti delle fatture verranno pertanto effettuati esclusivamente tramite lo strumento del bonifico bancario e postale con conto corrente dedicato. Con la comunicazione di affidamento, il Comune richiederà al soggetto aggiudicatario di indicare gli estremi identificativi dei conti correnti dedicati nonché le generalità ed il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di essi. Il contratto si intende risolto nel caso in cui le transazioni siano eseguite senza avvalersi di banche o della società Poste Italiane S.p.a. E' fatto obbligo all'affidatario, pena la nullità del contratto, di assumere a proprio carico tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla Legge 13 agosto 2010 nr. 136. E' fatto altresì obbligo all'affidatario di inserire nei contratti eventualmente sottoscritti con subappaltatori e subcontraenti delle filiera di imprese interessate al servizio, un'apposita clausola con la quale ciascuno di essi assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari.

ARTICOLO 11

RESPONSABILITA' DELLA DITTA AGGIUDICATARIA

La ditta aggiudicataria è responsabile dell'esatto adempimento delle obbligazioni contrattuali e della perfetta esecuzione del servizio; è inoltre responsabile di tutte le norme in materia igienico-sanitaria e di commercio relative alla produzione del servizio di sua pertinenza, della buona esecuzione delle attività, nonché degli eventuali danni arrecati in conseguenza dell'inosservanza delle stesse sia alle persone sia alle cose della Stazione Appaltante che a terzi.

ARTICOLO 12

DIREZIONE LAVORI E COORDINAMENTO DELLA SICUREZZA

La ditta aggiudicataria dovrà nominare il direttore dei lavori per tutte le attività proprie e specifiche di formazione all'interno dei locali di destinazione. La nomina e gli oneri relativi alla figura del direttore dei lavori per l'attività sopracitata sono a carico della ditta aggiudicataria. Contestualmente ogni attività, che per sua natura interferisca, alteri o crei interfaccia con impianti e opere esistenti dovrà essere preventivamente comunicata al Responsabile unico del procedimento, Dott. Carlo Navarra, reperibile sul recapito telefonico n. 0924/590318 ovvero comunicata per e-mail cnavarra@comune.alcamo.tp.it.

Il coordinamento della sicurezza rimane in capo alla stazione appaltante mentre la ditta aggiudicataria dovrà sviluppare a propria cura e spese il progetto esecutivo e il piano di sicurezza e coordinamento delle attività ove necessario (mediante uno o più soggetti in possesso di tutti i requisiti di legge).

ARTICOLO 13

CONTROLLI QUALITATIVI

L'accettazione dei servizi è di competenza esclusiva della Stazione Appaltante. La firma per ricevuta o altro documento equivalente che la ditta s'impegna a compilare al momento della consegna, non costituisce in alcun modo certificazione di accettabilità dei servizi. In caso di

riscontro negativo, la Stazione Appaltante si riserva di comunicare le proprie osservazioni e le eventuali contestazioni in ordine ai vizi apparenti od occulti dell'attività. La ditta aggiudicataria s'impegna alla sostituzione immediata del servizio non idoneo, senza alcun onere a carico della Stazione Appaltante.

IL RUP
Dott. Carlo Navarra

Il Dirigente della Direzione 6
Dott. Filippo Andrea Di Giorgio

La firma autografa è sostituita dal nominativo a stampa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.lgs. 12.02.1993, n. 39, in quanto il presente atto è formato, registrato, trasmesso e conservato mediante il sistema informatico di produzione e conservazione dei documenti amministrativi in uso da parte del Comune di Alcamo, conforme al CAD approvato con il D.lgs. 82/2005 e s.m.i. e alle relative norme tecniche di attuazione.

La ditta Offerente per accettazione

Data

Firma
