

AVVISO DI INDAGINE DI MERCATO

Oggetto: Indagine di mercato per l'acquisizione di manifestazione di interesse a partecipare alla Procedura ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera b) del D. Lgs. 50/2016 e s.m.i. concernente l'affidamento del servizio di posizionamento, comunicazione digitale e online stakeholder engagement a supporto del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per Italia-Cina cultura e turismo 2020 – CIG N. 810061789D.

Con il presente Avviso, ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo procede ad un'indagine di mercato al fine di individuare gli operatori economici da invitare alla procedura ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera b) del D. Lgs. 50/2016 e s.m.i. concernente l'affidamento del servizio in oggetto.

Il presente Avviso è diretto a promuovere le manifestazioni di interesse degli operatori economici operanti sul mercato di riferimento che, essendo in possesso dei requisiti di seguito prescritti, sono interessati ad essere invitati a detta procedura.

La manifestazione di interesse ha l'unico scopo di comunicare ad ENIT la disponibilità ad essere invitati a presentare offerta.

Con il presente invito non è pertanto indetta alcuna procedura di gara ed ENIT si riserva la facoltà di non dare avvio alla procedura relativa all'affidamento di cui trattasi, per motivi di opportunità o convenienza, senza che i soggetti richiedenti abbiano nulla a pretendere.

ART. 1- STAZIONE APPALTANTE

ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo

Via Marghera n. 2, 00185 Roma – C.F. 01591590581

Tel. 06.49711

PEC: affarigiuridici@cert.enit.it

ART. 2- OGGETTO DELL'APPALTO E DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

Il 2020, in occasione dei 50 anni dall'avvio delle relazioni diplomatiche, sarà l'anno della cultura e del turismo tra Italia e Cina.

Si tratta di un'importante opportunità per comunicare e ribadire la collaborazione fra due culture e per valorizzare anche i rispettivi patrimoni UNESCO.

La celebrazione del 50esimo anniversario offre l'occasione di saldare patrimonio e prospettive, valori condivisi e programmi di crescita dei due Paesi.

Il legame che unisce i due Paesi è già forte e oggi può essere arricchito con la ricerca di ulteriori strumenti e strategie di cooperazione e crescita all'insegna di un interesse e valorizzazione reciproci.

Per veicolare in maniera opportuna il patrimonio italiano, e promuoverne la conoscenza tra il pubblico cinese, occorre attivare in maniera sinergica tutti gli strumenti della comunicazione digitale.

L'anno Italia-Cina offre l'occasione per creare un programma di eventi e di iniziative che coinvolgerà pubblici interni – protagonisti e ambasciatori delle iniziative – e pubblici esterni in grado di generare nuove opportunità.

L'obiettivo del servizio è la definizione e realizzazione di un piano strategico di comunicazione per le attività istituzionali dell'Anno della Cultura e del Turismo Italia-Cina 2020.

Tale pianificazione dovrà valorizzare il posizionamento nell'area della comunicazione digitale e permettere di conseguire i seguenti obiettivi:

- creare una strategia per consolidare il posizionamento dell’iniziativa in Cina, in Italia e all’estero, attraverso i canali digitali;
- uniformare le attività di comunicazione digitali attuali e future, all’interno di un piano strategico coerente;
- valorizzare le aree tematiche di collaborazione culturale e turistica tra Italia e Cina, veicolandone all’esterno le peculiarità e le eccellenze.

Le attività richieste da ENIT, che dovranno svolgersi per il 70% in Cina e per il 30% in Italia, da confezionare in un’unica proposta tecnica di realizzazione sono le seguenti:

A. POSIZIONAMENTO

Al fine di definire il posizionamento dell’evento sui canali digitali, l’organizzazione deve inquadrare in modo dettagliato le esigenze e le priorità delle figure interessate, acquisendo informazioni sulle attività svolte, gli elementi che caratterizzano l’attuale posizionamento, gli obiettivi e le attese di comunicazione.

Per la definizione delle attività si richiede all’Aggiudicatario di costruire una strategia che parta dalla definizione di un set di messaggi chiave capaci di trasmettere gli elementi caratterizzanti e i valori di Italia-Cina 2020, attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

- la società dovrà individuare e costruire il racconto alla base della strategia di comunicazione, evidenziandone i punti di forza per mostrare all’interno e all’esterno le eccellenze che lo rappresentano;
- la società dovrà lavorare al fianco delle strutture interne al fine di acquisire informazioni su tutte le attività svolte dai soggetti coinvolti e sulle attese in termini di visibilità online e coinvolgimento dei principali portatori di interesse;
- si richiede inoltre di analizzare i target ritenuti prioritari in vista della definizione del posizionamento dei messaggi di comunicazione, e la predisposizione di una serie di messaggi che raccontino l’ambito di attività dell’evento e ne riassumano l’identità sui canali digitali.

B. COMUNICAZIONE DIGITALE

B.1 Strategia di comunicazione digitale e relativo Piano dettagliato

Verrà richiesto all’agenzia un supporto per comunicare in maniera efficace sui canali digitali rispetto ai diversi target. Una volta realizzate le attività preliminari e di definizione del posizionamento, l’agenzia si occuperà di stilare un piano dettagliato.

La società dovrà individuare i canali e le azioni ritenute più adeguate a comunicare efficacemente ai diversi pubblici, in modo da orientare le attività di comunicazione che verranno implementate.

Tale piano dovrà includere la comunicazione esterna sui canali online e sui social network, Ciò potrà avvenire nelle modalità e con le tempistiche ritenute più efficaci

B.2 Ottimizzazione delle attività di comunicazione e engagement online

La società dovrà supportare il MAECI nell’implementazione della strategia e nell’ottimizzazione delle attività di comunicazione online e sui social media al fine di rafforzare il posizionamento dell’iniziativa, promuoverne le attività, assicurando un rapporto più stretto ed efficace con tutti i portatori di interesse nazionali e internazionali.

C. MONITORAGGIO

Tutte le azioni di comunicazione online e offline dovranno essere monitorate sia nel numero delle uscite che nell'engagement e nell'AVE.

D. ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Nell'ambito delle azioni sopra descritte le proposte dovranno garantire le seguenti attività:

- a) CORPORATE IDENTITY
- b) SITO WEB (contenuti elaborati in almeno tre lingue- italiano, cinese, inglese).
- c) STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La società dovrà occuparsi di sviluppare una strategia in grado di:

- definire un piano di Digital Marketing, al fine di individuare la strategia e gli strumenti migliori da utilizzare per raggiungere gli obiettivi (Strategy, Advertising, Engagment);
- prevedere, accanto al piano generale, la valorizzazione di 10 eventi istituzionali particolarmente significativi durante l'anno;
- ottimizzare gli insight, analizzando le informazioni e i dati che vengono raccolti e interpretandoli per introdurre strategie conseguenti e utili.

Al fine di promuovere le iniziative in programma per Italia-Cina 2020, sarà necessaria una sistematizzazione delle attività e un coordinamento di tutti i soggetti coinvolti:

- MAECI
- Istituto Italiano di Cultura a Pechino
- Ambasciata d'Italia a Pechino
- MIBACT
- ENIT – Agenzia nazionale turismo
- ICE – Italian Trade Agency

Tutte le leve della comunicazione dovranno essere attivate e integrate per raggiungere i target di riferimento. La società dovrà occuparsi, in dettaglio, delle seguenti attività:

- Stakeholders engagement: al fine di costruire relazioni efficaci e durature con gli stakeholder rilevanti e rafforzare l'immagine e la reputazione del progetto nei confronti dell'opinione pubblica.
- Media relations: il posizionamento strategico e la promozione di Italia-Cina 2020 dovrà essere comunicato sui principali media, locali, nazionali e internazionali, per fare in modo che tutti gli stakeholder rilevanti percepiscano la funzione e il valore aggiunto delle attività promosse, rendendo la manifestazione riconoscibile e massimizzando le occasioni di visibilità.
- Comunicazione digitale: I canali digitali sono uno strumento chiave per raggiungere i pubblici di riferimento: media, istituzioni e opinione pubblica e diffondere i messaggi strategici del progetto. La promozione delle attività in programma richiede che la presenza digitale sia allineata alla vision e alla mission del progetto.
- Advertising: per raggiungere il pubblico di massa nazionale e internazionale con messaggi istituzionali e di mobilitazione, l'agenzia si occuperà di pianificare campagne pubblicitarie finalizzate alla definizione di un sentiment positivo nei confronti del progetto nel suo complesso e delle iniziative maggiormente rilevanti, per costruire una reputazione della

manifestazione attrattiva e aumentarne la conoscenza presso il largo pubblico, soprattutto cinese.

La proposta dovrà, quindi, contenere le attività che saranno meglio dettagliate nella Lettera d'Invito.

ART. 3 – STIPULA DEL CONTRATTO E DURATA DEL SERVIZIO

Il servizio avrà durata dalla data di stipula del contratto, che dovrà avvenire necessariamente entro 20 giorni dalla comunicazione di aggiudicazione definitiva, e comunque fino al 31/12/2020.

La Stazione Appaltante si riserva la facoltà, al termine della durata contrattuale, di disporre la proroga del contratto per il tempo strettamente indispensabile alla conclusione delle successive procedure necessarie per l'individuazione di un eventuale nuovo contraente, ai sensi dell'art. 106 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i.

In tal caso il Contraente è tenuto, senza poter vantare alcuna pretesa ad alcun titolo e senza poter sollevare riserve o contestazioni, all'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto agli stessi - o più favorevoli- prezzi, patti e condizioni del contratto originario.

ART. 4 – IMPORTO MASSIMO STIMATO

Il valore stimato massimo dell'appalto omnicomprensivo di ogni spesa e onere è di € 220.000,00 (euro duecentoventimila/00) IVA esclusa.

Il prezzo offerto si intende, tra l'altro, comprensivo di: spese generali, utili d'impresa, eventuale trasporto, nonché di ogni eventuale altro onere derivante dall'eventuale fornitura di merce. Nel prezzo si intendono compensati anche gli oneri e i costi derivanti sia dalla necessaria adozione di misure eccezionali o impreviste per l'esecuzione della prestazione, sia dalla gestione amministrativa dell'appalto.

ART. 5- SOGGETTI AMMESSI E REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Possono partecipare alla procedura i soggetti di cui all'art. 45 del D. Lgs n. 50/2016 e s.m.i. in possesso dei requisiti richiesti dal presente avviso, costituiti da operatori economici singoli o riuniti o consorziati o che intendano riunirsi o consorziarsi ai sensi dell'art. 48 del D.Lgs 50/2016 e s.m.i.

È fatto divieto di partecipare anche in forma individuale qualora l'operatore economico partecipi in associazione o consorzio.

Per la partecipazione alla presente procedura di affidamento i soggetti dovranno, a pena di esclusione, dimostrare il possesso dei seguenti requisiti:

- a) insussistenza delle cause di esclusione di cui all'art. 80 del D. Lgs. 50/2016 e s.m.i.
- b) requisito di idoneità professionale di cui all'art. 83 comma 3 del D. Lgs. 50/2016 e s.m.i.:

i soggetti che intendono partecipare alla procedura devono essere iscritti, per attività analoghe a quelle oggetto della gara, al Registro delle imprese della Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura della Provincia in cui l'impresa ha sede, ovvero in analogo registro dello Stato di appartenenza. Nel caso di organismo non tenuto all'obbligo di iscrizione in C.C.I.A.A., dovrà essere prodotta la dichiarazione del legale rappresentante resa in forma di autocertificazione ai sensi del D.P.R. 445/2000, con la quale si dichiara l'insussistenza del suddetto obbligo di iscrizione alla C.C.I.A.A. e copia dell'Atto Costitutivo e dello Statuto.

c) requisito specifico di capacità tecnico- professionale di cui all'art. 83 comma 6 del d. lgs. 50/2016 e s.m.i.:

i soggetti che intendono partecipare alla procedura devono aver svolto negli anni 2016-2017-2018 servizi analoghi a quelli della gara in oggetto.

In caso di raggruppamento temporaneo, di consorzio, GEIE o di imprese aderenti al contratto di rete si precisa che i requisiti di cui alle lettere a) e b) dovranno essere posseduti da tutti i soggetti.

Il requisito di cui alla lettera c) deve essere posseduto dal raggruppamento temporaneo, dal consorzio, GEIE o dalle imprese aderenti al contratto di rete nel complesso. Nel caso di raggruppamento detto requisito deve essere posseduto in misura maggioritaria dall'impresa mandataria mentre la restante percentuale dovrà essere posseduta cumulativamente dalle mandanti.

ART. 6- AVVALLIMENTO

Ai sensi dell'art. 89 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. l'operatore economico, singolo o associato ai sensi dell'art. 45 del medesimo Decreto, può dimostrare il possesso dei requisiti di carattere tecnico e professionale avvalendosi dei requisiti di altri soggetti, anche partecipanti al raggruppamento.

Non è consentito l'avvalimento per la dimostrazione dei requisiti generali e di idoneità professionale di cui all'art. 5 lettere a) e b).

ART. 7- SUBAPPALTO

Il concorrente indica all'atto dell'offerta le parti del servizio che intende subappaltare nei limiti previsti dall'art. 105 del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. in mancanza di tali indicazioni il subappalto è vietato.

ART. 8- CRITERIO DI AFFIDAMENTO

Il servizio sarà affidato tramite procedura ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera b) del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i..

Il criterio di aggiudicazione della procedura negoziata sarà quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa, individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, ai sensi dell'art. 95, co. 2, del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i., con attribuzione di un punteggio massimo per l'elemento qualitativo pari a 80 punti ed un punteggio massimo per l'elemento economico pari a 20 punti, secondo i criteri di valutazione che saranno contenuti nella lettera di invito.

ART. 9- MODALITA' E TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE MANIFESTAZIONI DI INTERESSE

Le **manifestazioni di interesse** devono pervenire **entro, e non oltre, le ore 16:00 del giorno 29/11/2019**. Il predetto termine è da intendersi perentorio.

La richiesta d'invito dovrà essere costituita, a pena l'esclusione, dai seguenti documenti in formato PDF:

- **istanza di partecipazione**, redatta secondo il modello A allegato al presente avviso, dovutamente compilata e sottoscritta dal legale rappresentante ovvero dal soggetto munito di relativo potere **con allegata la copia del documento di identità**.

L'istanza dovrà essere trasmessa **esclusivamente via posta elettronica certificata** all'indirizzo affari giuridici@cert.enit.it, con oggetto la seguente dicitura: *"Manifestazione di interesse servizio per Italia-Cina cultura e turismo 2020- CIG N. 810061789D"*.

In caso di associazione temporanea o consorzio costituito, all'istanza di manifestazione di interesse deve essere allegata, in copia autentica, il mandato collettivo irrevocabile, con rappresentanza, conferito alla mandataria, o l'atto costitutivo del consorzio; in mancanza, l'istanza deve essere sottoscritta dai rappresentanti di tutti gli operatori economici che intendono associarsi o consorziarsi e contenere l'impegno che, in caso di aggiudicazione della procedura, le imprese

conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad una di esse, da indicare e qualificare come capo-gruppo.

ART. 10- PROCEDURA DI SELEZIONE DEI SOGGETTI DA INVITARE

Alla procedura finalizzata all'affidamento del servizio oggetto del presente avviso saranno ammessi gli operatori economici in possesso dei requisiti richiesti.

Entro i 5 giorni successivi alla scadenza fissata per la presentazione della manifestazione d'interesse verrà data comunicazione agli operatori non ammessi a seguito della verifica della documentazione presentata.

Ai soggetti selezionati verrà inviata la Lettera di Invito contenente le condizioni ed il termine per la presentazione delle offerte, non inferiore a 15 (quindici) giorni naturali e consecutivi, per l'affidamento del servizio oggetto del presente avviso.

Qualora le manifestazioni d'interesse siano inferiori a cinque, è facoltà di ENIT di integrare l'elenco degli operatori da invitare fino alla concorrenza di almeno cinque operatori.

ART. 11- TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati raccolti mediante la presente indagine di mercato saranno trattati ai sensi del Regolamento Europeo UE 2016/679, esclusivamente nell'ambito della presente gara.

ART. 12 – CHIARIMENTI

Eventuali richieste di chiarimenti sul contenuto del presente Avviso di Indagine di Mercato potranno essere richieste alla Stazione Appaltante, in lingua italiana, esclusivamente via PEC al seguente indirizzo: affarigiuridici@cert.enit.it

Non saranno prese in considerazione richieste di chiarimenti pervenute a voce, telefonicamente e/o con altre modalità e, comunque, dopo la data ultima di seguito indicata.

Il termine ultimo per richiedere i chiarimenti sono le ore 14:00 del giorno 20/11/2019.

I chiarimenti come disciplinati dal presente articolo formano parte integrante e sostanziale del presente Avviso di Indagine di Mercato, saranno pubblicati sul sito www.enit.it nella sezione Agenzia/Bandi di Gara e contratti e il concorrente dichiara di averne preso visione e di adeguarsi agli stessi.

ART. 13- INFORMAZIONI

Il Responsabile del Procedimento è la Dr.ssa Maria Rossi.

Per tutte le ulteriori comunicazioni riguardanti la procedura in oggetto si rimanda al sito www.enit.it nella sezione Agenzia/Bandi di Gara e contratti.

Con i migliori saluti.

Il Direttore Affari Giuridici

Avv. Massimo Perrino