

BANDO DI GARA
per l'affidamento mediante dialogo competitivo
di un contratto per la realizzazione del progetto "Venetian way of living"

Indetto, in esecuzione della deliberazione di Consiglio d'Amministrazione del 11/10/2010,

1) AMMINISTRAZIONE AGGIUDICATRICE

Venezi@Opportunità, Azienda Speciale Camera di Commercio Venezia
indirizzo: Via Banchina Molini 8
telefono: +39 0418106500
telefax: +39 0418106550
e-mail: veneziaoportunita@ve.camcom.it

2) OGGETTO E FINALITA' DELLA PROCEDURA

Venezi@Opportunità intende affidare, mediante la procedura oggetto del presente atto, un contratto di fornitura di beni e servizi per la realizzazione di un progetto promozionale denominato "Venetian way of living" con la finalità di rafforzare e consolidare la riconoscibilità delle produzioni del territorio veneziano evidenziando i valori e i fattori identitari che hanno caratterizzato il modo di vivere e produrre veneziano .

3) DURATA MASSIMA DEL CONTRATTO E CORRISPETTIVO PER LE PRESTAZIONI RICHIESTE

La durata massima del contratto di fornitura di beni e servizi non potrà superare i tre anni.

4) SOGGETTI AMMESSI ALLA PROCEDURA DI DIALOGO COMPETITIVO

Fatto salvo quanto disciplinato dal punto n. 8 del presente Bando, sono ammessi alla procedura di **Dialogo competitivo - I ^ Fase Procedurale**, di cui al successivo punto, gli operatori economici di cui all'art. 34 del D. Lgs. 163/2006, i quali non dovranno trovarsi in alcuna delle cause di esclusione dalla partecipazione alle gare, indicate all'art. 38 del D. Lgs. 163/2006, né in quelle ulteriori previste dalla vigente normativa.

Essi dovranno inoltre essere in possesso dei requisiti di idoneità professionale, capacità economica, finanziaria e tecnica adeguate alle proposte di progetto che presenteranno, ai sensi degli artt. 39 e ss. del D. Lgs. 163/2006.

I ^ FASE PROCEDURALE

La presente è una procedura informale di scelta del contraente mediante dialogo competitivo, da aggiudicarsi con il metodo dell'offerta economicamente più vantaggiosa.

Venezi@Opportunità, verificate le proposte pervenute, dà comunicazione dell'avvio del dialogo competitivo, invitando singolarmente gli operatori ammessi all'illustrazione delle proposte presentate, secondo l'ordine cronologico in cui saranno pervenute le offerte, verificata la loro ammissibilità anche con riferimento alla coerenza con quanto richiesto al punto n. 2 del presente Bando.

La comunicazione dell'avvio della consultazione potrà essere data agli operatori ammessi al dialogo competitivo con qualsiasi mezzo idoneo (telefax, posta elettronica, servizio postale o consegna diretta).

Il Dialogo competitivo avverrà con i legali rappresentanti degli operatori ammessi, ovvero con i soggetti, due per ogni concorrente, muniti di procura speciale con sottoscrizione ai sensi di legge, loro conferita da parte dei suddetti legali rappresentanti.

Venezi@Opportunità proseguirà il dialogo con le ditte partecipanti finché non sarà in grado di individuare, se del caso dopo averle confrontate, la soluzione che possa soddisfare le sue necessità, da porre a base della successiva II ^ Fase procedurale.

Su richiesta di Venezi@Opportunità, o per esigenza dell'offerente, le soluzioni prospettate dagli offerenti potranno essere chiarite, precisate e/o perfezionate: tuttavia, al fine di non alterare la concorrenza o di avere un effetto discriminatorio sui partecipanti, tali precisazioni, chiarimenti, perfezionamenti o completamenti non potranno avere l'effetto di modificare gli elementi fondamentali dell'offerta o del contratto da affidare.

Durante il dialogo competitivo Venezi@Opportunità garantisce parità di trattamento per tutti gli offerenti.

In particolare, assicura che non saranno fornite, in modo discriminatorio, informazioni che possano favorire alcuni offerenti rispetto ad altri.

Venezi@Opportunità non potrà rivelare agli altri partecipanti le soluzioni proposte né altre informazioni riservate comunicate dal candidato partecipante al dialogo.

All'esito di questa 1 ^ Fase procedurale Venezi@Opportunità può approvare la soluzione, formata anche dall'integrazione di più proposte ammesse, da porre poi a base di gara per la 2 ^ Fase procedurale.

6) CONDIZIONI DI PARTECIPAZIONE

La pubblicazione del bando avverrà nei siti web www.veneziaoportunita.it e www.ve.camcom.it a partire dal giorno **14 Ottobre 2010** e gli interessati devono recapitare **entro le ore 12 del giorno 29 Ottobre 2010**, a mezzo del servizio postale con raccomandata a/r, agenzia di recapito autorizzata o a mano, un unico plico contenitore, indirizzato a **VENEZI@OPPORTUNITA' Azienda Speciale della Camera di Commercio Venezia – Via Banchina Molini 8 , C.a.p. 30175 MARGHERA - VENEZIA.**

Il contenitore dovrà essere idoneamente sigillato e dovrà riportare in modo ben visibile, oltre all'intestazione e all'indirizzo del mittente, la seguente dicitura: "*Dialogo competitivo per il progetto "Venetian way of living"*".

Il recapito del plico unico contenitore, sigillato e controfirmato, entro il termine suindicato rimane ad esclusivo rischio del mittente.

Il plico unico contenitore dovrà contenere la documentazione richiesta in due distinti plichi, sigillati e controfirmati su tutti i lembi di chiusura riportanti, rispettivamente, le seguenti diciture:

-plico n° 1 – ISTANZA DI PARTECIPAZIONE

-plico n° 2 – PROPOSTA DI PROGETTO

6.1. ISTANZA DI PARTECIPAZIONE

Nel plico "1" deve essere contenuta l'istanza di partecipazione, contenente gli estremi di identificazione della Ditta Concorrente

- numero di partita IVA
- iscrizione al Registro delle Imprese

- le generalità complete del firmatario dell'offerta titolare, legale rappresentante, institore o procuratore.

Detta istanza deve altresì contenere dichiarazione resa dal titolare, legale rappresentante, institore o procuratore con sottoscrizione non autenticata, ma con allegata copia fotostatica non autenticata di un documento di identità del sottoscrittore, ai sensi dell'art. 38, c. 3, del D.P.R. n. 445/2000 successivamente verificabile, in cui attesta:

1) che i legali rappresentanti del soggetto proponente sono:

—
.....

2) che non ricorre, nei confronti del concorrente e delle persone fisiche sopra indicate, alcuna delle cause di esclusione dalle gare per l'affidamento di lavori pubblici di cui all'art. 38 del D. Lgs. 163/2006.

A norma di quanto dispone l'art. 38, comma 2, del D. Lgs. 163/2006, il concorrente è tenuto ad indicare, con riferimento a tutte le persone fisiche di cui sopra, le condanne riportate, comprese quelle per le quali sia stato concesso il beneficio della non menzione;

3) che non ricorre nei confronti del concorrente alcun provvedimento interdittivo nell'ultimo biennio per violazioni di cui all'art. 36 bis del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223 convertito in legge 4 agosto 2006, n. 248 e per violazioni di cui all'art. 5 della Legge 123 del 03.08.2007;

4) di avere preso conoscenza e di accettare le clausole tutte degli atti di gara;

5) di possedere complessivamente i requisiti tecnico organizzativi ed economico finanziari di legge, necessari per la realizzazione della proposta oggetto della procedura;

6.2. PROPOSTA DI PROGETTO

Nel plico "2", recante la scritta esterna "Proposta di Progetto", deve essere contenuta:

1. Proposta di progetto e altra documentazione che il proponente ritenga opportuna, che illustri le iniziative previste avendo come riferimento **l'ALLEGATO A "SCHEDE PROGETTUALE"**
2. Stima economica del contenuto della proposta.

7) CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELLA PROPOSTA (OGGETTO DI DIALOGO COMPETITIVO) DA UTILIZZARE PER LA II^ FASE PROCEDURALE

Venezi@Opportunità valuterà, le proposte di progetto presentate e orienterà il Dialogo competitivo secondo i criteri sotto riportati, valutati secondo l'ordine decrescente conformemente a quanto previsto dall'art. 83 comma 3 del D. Lgs. n. 163/2006.:

- Costo complessivo del progetto e costo/contatto
- qualità e metodologia degli interventi
- caratteristiche innovative di comunicazione

- validità gestionale della proposta
- Indicazione di un sistema di monitoraggio e di valutazione degli interventi (evidenziando gli indicatori prescelti)
- curriculum professionale degli operatori impegnati
- progetti analoghi realizzati nell'ultimo triennio

Detti parametri potranno essere oggetto di ulteriore definizione nella fase del dialogo competitivo, a seguito delle soluzioni emerse o presentate, nel rispetto dei principi di concorrenza e non discriminazione e saranno specificati nella lettera di invito.

II^ FASE PROCEDURALE

Al termine della I ^ Fase procedurale, gli offerenti già ammessi al Dialogo saranno invitati alla gara di cui alla II ^ Fase procedurale.

Sulla base della soluzione adottata da Venezia@Opportunità all'esito della I ^ Fase procedurale, gli stessi operatori economici dovranno far pervenire entro il termine stabilito a Venezia@Opportunità, in relazione ai tempi di svolgimento del dialogo competitivo, non preventivabile a priori, e comunicato a mezzo lettera raccomandata con ricevuta di ritorno o a mezzo fax la documentazione prevista ai punti nn. 9 e 10. Venezia@Opportunità valuterà, mediante un'apposita Commissione giudicatrice nominata ai sensi dell'art. 84 del D. Lgs. 163/2006, le proposte ricevute sulla base dei criteri di aggiudicazione di cui al punto n. 12 e sceglierà l'offerta economicamente più vantaggiosa conformemente agli artt. 81 e 83 del D. Lgs. 163/06.

Nell'apposita Lettera di invito, saranno definiti i criteri/sub criteri per la valutazione di merito delle offerte.

A richiesta di Venezia@Opportunità lo stesso aggiudicatario modifica gli aspetti della sua offerta ovvero conferma gli impegni in essa assunti, a condizione che ciò non determini la modifica di elementi fondamentali dell'offerta o del contratto da affidare, non alteri la concorrenza o non comporti discriminazioni.

8) QUALIFICAZIONE DEGLI OFFERENTI NELLA II ^ FASE

Gli operatori economici che intervengono nella II^ Fase dovranno essere qualificati a termini di legge in relazione alle prestazioni contrattuali che saranno previste nella soluzione dichiarata formalmente idonea da parte di Venezia@Opportunità al termine della I ^ Fase.

9) ISTANZA DI PARTECIPAZIONE ALLA II^ FASE PROCEDURALE

Nella fase di gara di cui alla II^ Fase procedurale i candidati ammessi al dialogo competitivo devono presentare istanza di partecipazione, con contestuale dichiarazione sostitutiva, resa ai sensi del D.P.R. n. 445/2000, con le quali il concorrente o suo procuratore, assumendosene la piena responsabilità attesta:

1) che i legali rappresentanti del soggetto proponente sono:

—

.....

2) che non ricorre, nei confronti del concorrente e delle persone fisiche sopra indicate, alcuna delle cause di esclusione dalle gare per l'affidamento di lavori pubblici di cui all'art. 38 del D. Lgs. 163/2006.

A norma di quanto dispone l'art. 38, comma 2, del D. Lgs. 163/2006, il concorrente è tenuto ad indicare, con riferimento a tutte le persone fisiche di cui sopra, le condanne riportate, comprese quelle per le quali sia stato concesso il beneficio della non menzione;

3) che non ricorre nei confronti del concorrente alcun provvedimento interdittivo nell'ultimo biennio per violazioni di cui all'art. 36 bis del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223 convertito in legge 4 agosto 2006, n. 248 e per violazioni di cui all'art. 5 della Legge 123 del 03.08.2007;

4) di avere preso conoscenza e di accettare le clausole tutte degli atti di gara;

5) dichiara, specificatamente, il possesso dei requisiti tecnico organizzativi ed economico finanziari richiesti da Venezia@Opportunità per la proposta messa in gara;

10) DOCUMENTI DA ALLEGARE

DOCUMENTAZIONE GENERALE

Si precisa che la documentazione da prodursi nella II^ fase sarà definita nel dettaglio solo all'esito della I^ fase di dialogo e successivamente comunicata.

11) CRITERI PER LA DETERMINAZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICAMENTE PIU' VANTAGGIOSA (Art. 58 commi 4 e 5 ed art. 83 commi 2 e 3 del D. Lgs. n. 163/2006)

Il contratto, verrà affidato al soggetto che abbia presentato, nella fase di gara, l'offerta economicamente più vantaggiosa, da valutare secondo i criteri sotto riportati, valutati secondo l'ordine decrescente conformemente ai sensi dell'art. 83 comma 3 del D. Lgs. n. 163/2006:

- Costo complessivo del progetto e costo/contatto
- qualità e metodologia degli interventi
- caratteristiche innovative di comunicazione
- validità gestionale della proposta
- Indicazione di un sistema di monitoraggio e di valutazione degli interventi (evidenziando gli indicatori prescelti)
- curriculum professionale degli operatori impegnati
- progetti analoghi realizzati nell'ultimo triennio

Detti parametri, come eventualmente ulteriormente definiti nella fase del dialogo competitivo, a seguito delle soluzioni emerse o presentate e della scelta della soluzione maggiormente rispondente all'interesse pubblico, saranno ulteriormente specificati nella Lettera di invito, nel rispetto dei principi di concorrenza e non discriminazione.

13) ULTERIORI DISPOSIZIONI

Venezi@Opportunità si riserva, in qualsiasi momento e per motivate ragioni di pubblico interesse, di sospendere o revocare la presente procedura, di non

dare corso o di non procedere all'aggiudicazione del contratto, senza che gli operatori economici partecipanti possano vantare alcuna pretesa di sorta. Nei confronti dei partecipanti al dialogo non verranno erogati rimborsi o pagamenti.

Il Responsabile del Procedimento è il dott. Alberto Capuzzo.

Marghera – Venezia 12 Ottobre 2010.

IL DIRETTORE

Alberto Capuzzo

ALLEGATO "A"

SCHEMA PROGETTUALE

Premessa

Il brand/marca "Venezia" è uno straordinario attrattore a livello mondiale, e non vi è dubbio che in termini di marketing territoriale questo rappresenti un patrimonio quasi inestimabile, ma è altrettanto vero che, al pari dei propri monumenti, il vero capitale di Venezia sono anche le modalità con cui vengono ricordate, raccontate, trasmesse le esperienze ed emozioni di coloro che l'hanno visitata e che contribuiscono a mantenere quell'aura "magica" che le viene riconosciuta.

La notorietà di Venezia non è, soprattutto, adeguatamente utilizzata per promuovere ciò che a Venezia viene prodotto in senso lato. I palazzi veneziani, il gusto per la giusta e bella illuminazione delle case, gli arredi tessili, i vetri decorativi o di utilizzo comune, gli orti della provincia, la gastronomia, l'artigianato, una dimensione "slow" di villeggiatura di goldoniana memoria e la stessa possibilità di godere del silenzio, sono modelli ricercati e ambiti anche ai nostri giorni a tutte le latitudini. Iniziando a ricordarci e a ricordare ai nostri connazionali e al mondo che sono prodotti ed emozioni che sono state "inventate" centinaia di anni orsono proprio a Venezia, significherà abbinare ad ogni acquisto di un prodotto o di un servizio, allo stesso sbarco da una nave da crociera, un valore aggiunto che potrebbe determinarne la scelta.

Obiettivi generali

- Rafforzare e consolidare la riconoscibilità delle produzioni appartenenti al territorio veneziano associando ad esse i valori e i fattori identitari che hanno caratterizzato il modo di vivere e produrre veneziano recuperandone la valenza come "stile di vita".
- Trasmettere il "Venitian way of living" agli opinion leaders nazionali ed internazionali in modo da abbinarlo inequivocabilmente a tutto ciò che si produce, si crea e si acquista a Venezia, utilizzando il fattore emozionale come neurotrasmettitore privilegiato.

Azioni previste

a titolo indicativo e non esaustivo, la proposta progettuale dovrà articolarsi fornendo indicazioni operative ai seguenti punti:

- ***Definizione ed analisi dei valori da trasmettere e loro strutturazione in uno o più messaggi***
 - Recupero dello stile di vita “veneziano” basato su:
 - produzioni funzionali allo stile di vita (artigianato artistico, tessuti, vetro, mobili, calzature e altro)
 - ritmo della vita (vacanza slow, silenzio)
 - produzioni alimentari fortemente legate al territorio lagunare e del primo entroterra

- ***Definizione ed analisi dei target di mercato a cui indirizzare le iniziative***

Costituzione di una banca dati su:

 - giornalisti, opinionisti
 - testate giornalistiche (Magazine di tendenza, life style e altro)
 - opinion makers , testimonial
 - Eventi particolarmente interessanti

Definizione dei mercati geografici di riferimento (Italia, Europa, Mondo)

- ***Pianificazione della comunicazione e della grafica, che identifichi l’iniziativa***
 - Definizione del progetto comunicativo
 - Logo e/o brand

- ***Pianificazione di una campagna di sensibilizzazione e diffusione***
 - Attenta e capillare azione di Ufficio stampa per il coinvolgimento di giornalisti, opinion makers e trasferimento delle esperienze caratterizzanti
 - Piano media per il lancio delle iniziative
 - Educational tour sul territorio per rendere reali esperienze ed emozioni
 - Partecipazione a eventi fieristici

- ***Valutazione e monitoraggio***

Ricognizione su :

 - articoli
 - interviste
 - programmi video
 - altro
 - Valutazione e verifica costo/contatto

Durata dell’intervento

La durata del progetto è prevista non essere inferiore a **tre** anni.