



**SERVIZIO DI PROGETTAZIONE E PRODUZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI SU CARTA STAMPATA FINALIZZATE ALLA PROMOZIONE TURISTICA DELL'AREA DEI GAL.**  
(AZIONE 4.1 – PROGETTO DI COOPERAZIONE “BRAND MARCHE PROMOZIONE DEL TERRITORIO DEI GAL – MISURA 4.2.1. COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE).

**CAPITOLATO TECNICO**  
(Allegato 1 al bando di gara)

**INDICE**

1. **OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO**
2. **AMMONTARE DEL SERVIZIO**
3. **DURATA DEL SERVIZIO**
4. **LUOGO DEL SERVIZIO**
5. **MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO**

**1. OGGETTO E OBIETTIVI DEL SERVIZIO**

Nell'ambito del Progetto di Cooperazione (di cui si allega un estratto), il servizio prevede la progettazione e produzione di azioni promozionali su carta stampata finalizzate alla promozione turistica dell'area dei GAL. Attraverso l'acquisizione del servizio indicato nell'oggetto dell'appalto i sei GAL si prefiggono di perseguire le seguenti finalità:

- Posizionare la destinazione sui mercati individuati come strategici ed aumentare la visibilità e notorietà come meta turistica;
- Ottenere un aumento di reputation nei target obiettivi;
- Generare 'publicity' grazie alle inserzioni;
- Incrementare il numero di arrivi per nuovi target e nuovi mercati.

Specificatamente, i servizi richiesti, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con il Gal Montefeltro Sviluppo, riguardano la realizzazione delle seguenti tipologie di intervento nel campo della comunicazione e della promozione:

TIP A. Attività di produzione redazionale

TIP B. Attività di media planning e media buying

TIP C. Attività di ufficio stampa continuativo

TIP D. Spazi pubblicitari presso aeroporto delle Marche

TIP E. Proposte aggiuntive e/o migliorative ad invarianza di spesa per la committenza (i servizi offerti dovranno essere in stretta correlazione col servizio di cui alla presente procedura).

**TIP A. Attività di produzione redazionale**

In linea con gli obiettivi di cui all'Art. 2 della presente gara di appalto si richiede, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con il Gal Montefeltro Sviluppo, lo svolgimento di attività di produzione di materiale redazionale ai fini della promozione turistica dell'area dei GAL su carta stampata. Le attività sotto elencate sono da intendersi quali linee guida basilari da seguire per la costruzione di un efficace piano di comunicazione che costituirà l'offerta tecnica proposta dai concorrenti. Esse dovranno quindi essere rielaborate ed integrate dal concorrente durante lo sviluppo della propria offerta.

L'offerta tecnica dovrà essere corredata anche di un crono-programma di massima delle singole attività.

- Redazione di n. 1 servizio giornalistico e di n. 1 inserto promozionale per ogni cluster di prodotto individuati (“Dolci colline e antichi borghi”, “Parchi e natura attiva”, “The Genius of Marche”, “Spiritualità e meditazione” e “Made in Marche. Gusto Km 0 e shopping di qualità”) volti alla pubblicazione su carta stampata specificatamente nel settore turistico.
- L'impresa appaltatrice si impegna a realizzare delle proposte redazionali che siano adattabili a tutti i mezzi pianificati, ivi compresa la pianificazione online. Le proposte redazionali potranno essere riviste e/o modificate nel corso della vigenza contrattuale.

- Le proposte redazionali dovranno garantire la piena riconoscibilità del territorio dei sei GAL e promuoverne gli elementi turistici come da Piano Strategico dei GAL, Piano Triennale 2016/2018 della Regione Marche e immagine visiva coordinata #ruralmarche.
- L'impresa appaltatrice si impegna ad eseguire su tutti i prodotti in corso di realizzazione, prima della validazione definitiva, tutte le modifiche espressamente richieste dalla Stazione Appaltante.
- La campagna promozionale su carta stampata dovrà tenere conto degli altri elementi facenti parte del presente progetto – ad esempio il logo di destinazione, appaltato separatamente.
- Su tutti i prodotti realizzati deve essere eseguita dall'Aggiudicatario attività di editing e correzione di bozze fino ad esecutivo.
- Servizio di traduzione dell'insero promozionale e/o del servizio giornalistico in lingua straniera.
  - L'impresa appaltatrice si impegna a fornire il servizio di traduzione dell'insero promozionale e/o del servizio giornalistico sopra citato in lingua straniera, sulla base delle esigenze comunicate dalla Stazione Appaltante in fase di progetto. Si precisa fin da ora che si richiede la traduzione del materiale in tre lingue straniere: Inglese, Tedesco e Francese.
- Elaborazione grafica dell'insero giornalistico e promozionale sopra citato.
  - L'impresa appaltatrice si impegna a realizzare delle proposte creative adattabili a tutti i mezzi pianificati. Le proposte redazionali potranno essere riviste e/o modificate nel corso della vigenza contrattuale.
  - Le elaborazioni grafiche proposte dovranno garantire la piena riconoscibilità del territorio dei sei GAL Piano Strategico dei GAL, Piano Triennale 2016/2018 della Regione Marche e immagine visiva coordinata #ruralmarche. Si richiede anche che l'elaborazione grafica tenga conto di altri strumenti di comunicazione above and below the line, in particolare il web.
  - L'impresa appaltatrice si impegna ad eseguire su tutti i prodotti in corso di realizzazione, prima della validazione definitiva, tutte le modifiche espressamente richieste dalla Stazione Appaltante.
  - La campagna promozionale su carta stampata dovrà tenere conto degli altri elementi facenti parte del presente progetto – ad esempio il logo di destinazione, appaltato separatamente.
  - Su tutti i prodotti realizzati deve essere eseguita dall'Aggiudicatario attività di editing e correzione di bozze fino ad esecutivo.
- Preparazione di cartelle stampa (fino a un massimo di 15 cartelle) in lingua italiana ed in 3 lingue straniere (inglese, tedesco e francese).
  - Redazione e preparazione della cartella stampa in lingua italiana.
  - Si richiede la traduzione della cartella stampa in tre lingue straniere: Inglese, Tedesco e Francese. Si precisa che i costi di traduzione della cartella stampa saranno a carico dell'aggiudicatario.
  - Si richiede la redazione ed elaborazione della cartella stampa in formato digitale e ove necessario in formato cartaceo. Si richiede la stampa e distribuzione delle sopramenzionate cartelle stampa, i costi saranno a carico dell'aggiudicatario.
  - L'impresa appaltatrice si impegna a realizzare delle proposte creative adattabili a tutti i mezzi pianificati. Le proposte redazionali potranno essere riviste e/o modificate nel corso della vigenza contrattuale.
  - L'impresa appaltatrice si impegna ad eseguire su tutti i prodotti in corso di realizzazione, prima della validazione definitiva, tutte le modifiche espressamente richieste dalla Stazione Appaltante.

#### **TIP B. Attività di media planning e media buying**

In linea con gli obiettivi di cui all'Art. 2 della presente gara di appalto si richiede, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con il Gal Montefeltro Sviluppo, lo svolgimento di attività di media planning e media buying ai fini della promozione turistica dell'area dei GAL. Le attività sotto elencate sono da intendersi quali linee guida basilari da seguire per la costruzione di un efficace piano di comunicazione, esse dovranno quindi essere rielaborate ed integrate dal concorrente durante lo sviluppo della propria offerta.

L'offerta tecnica dovrà essere corredata anche di un crono-programma di massima delle singole attività.

- Acquisto di spazi promo redazionali su carta stampata specializzata nel settore turistico: mercato Italia (40% degli spazi);
- Acquisto di spazi promo redazionali su carta stampata specializzata nel settore turistico: mercato estero (60% degli spazi).

L'impresa appaltatrice dovrà provvedere alla prenotazione e all'acquisto degli spazi, alle trattative sulle tariffe e, alla definizione e acquisizione del calendario, alla verifica, puntualità e qualità della pubblicazione del materiale promo redazionale come da accordi con la Stazione Appaltante.

Si richiede l'acquisto di almeno di 40 spazi promo redazionali da suddividersi sul mercato Italia e sui mercati esteri sulla base del media plan e sulla base delle specifiche richieste della Stazione Appaltante. Il servizio dovrà prevedere l'adattamento, la realizzazione e l'implementazione dell'insero promozionale sopra menzionato (TIP A) per gli spazi promo redazionali acquistati.



L'impresa appaltatrice si impegna ad eseguire su tutti i prodotti in corso di realizzazione, prima della validazione definitiva, tutte le modifiche espressamente richieste dalla Stazione Appaltante.

### **TIP C. Attività di ufficio stampa continuativo**

In linea con gli obiettivi di cui all'Art. 2 della presente gara di appalto si richiede, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con il Gal Montefeltro Sviluppo, lo svolgimento di attività di ufficio stampa continuativo per 40 giorni ai fini della promozione turistica dell'area dei GAL. Le attività sotto elencate sono da intendersi quali linee guida basilari da seguire per la costruzione di un efficace piano di comunicazione che costituirà l'offerta tecnica proposta dai concorrenti. Esse dovranno quindi essere rielaborate ed integrate dal concorrente durante lo sviluppo della propria offerta.

Le attività di ufficio stampa dovranno mirare alla creazione di un flusso di comunicazione continuativo con i media presenti in Italia e nei mercati esteri come da piano strategico dei GAL e piano strategico Regionale (Germania, Francia, Regno Unito, Paesi Bassi - mercati prioritari per il territorio dei GAL nell'ambito dell'UE), sia generalisti sia specializzati nel settore turistico. L'ufficio stampa dovrà essere punto di riferimento per il reperimento di temi di attualità e di interesse per gli stakeholders e dovrà porsi in modo proattivo nei confronti della Stazione Appaltante per sollecitare contenuti e proporre contenuti dai tagli notiziabili al fine di suscitare interesse da parte delle redazioni e quindi raggiungendo i risultati prefissati.

A tale scopo è pertanto richiesta la presentazione di un progetto di attività di ufficio stampa inerente la prestazione richiesta con la presente gara d'appalto che descriva esplicitamente e con accuratezza come la società proponente intenda realizzare il servizio richiesto in termini di progettazione delle attività proposte, team di lavoro e modalità operative. L'offerta tecnica dovrà essere corredata anche di un crono-programma di massima delle singole attività.

Durante l'esecuzione dell'incarico la ditta aggiudicataria sarà tenuta a prestare tutte le attività solitamente fornite dalle agenzie di relazioni pubbliche secondo la prassi consolidata del settore, ed in modo particolare le seguenti attività:

- Redazione di un piano di comunicazione e media plan
- Redazione e invio comunicati stampa a media
- Redazione di testi e contenuti specifici da utilizzazione per le campagne online e offline
- Attività di PR continuativa per un massimo di 40 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto
- Progettazione, organizzazione e gestione di n. 1 conferenza stampa nazionale
- Attività di rassegna stampa (prevedere abbonamento a soggetto specializzato) per una durata massima di 40 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto
- Attività di affiancamento al nucleo sales per l'organizzazione e gestione di workshop/incontri da realizzare all'estero e partecipazione agli stessi durante l'esecuzione

### Redazione del piano di comunicazione e media plan

- o Definizione degli obiettivi di comunicazione in collaborazione con la Stazione Appaltante e con le azioni individuate dai GAL che rispetti le linee del Piano Strategico dei GAL, Piano Triennale 2016/2018 della Regione Marche e immagine visiva coordinata #ruralmarche.
- o Definizione dei media più adatti per il raggiungimento degli obiettivi di cui all'Art. 2 della presente gara di appalto ed in riferimento ai documenti strategici elaborati per i GAL.
- o Si richiede l'identificazione del calendario ottimale per la distribuzione delle uscite pubblicitarie, redazionali, ecc, articolato in uscite off line (30 %) e on line (70%).
- o Si richiedono aggiornamenti costanti e tempestivi su possibili speciali, dossier, etc. che potrebbero offrire opportunità di interesse strategico per le tematiche di competenza. Pertanto andranno individuate con tempestività occasioni utili alla diffusione di notizie relative al territorio.

L'impresa aggiudicatrice si impegna a realizzare un piano di comunicazione e media plan in linea con i segmenti e target di riferimento individuati per lo sviluppo turistico dell'area GAL. Devono essere ricercati e proposti i mezzi di comunicazione più efficaci con riferimento ai target di interesse e ai prodotti turistici/cluster di prodotto precedentemente delineati.

L'impresa appaltatrice si impegna a predisporre il piano di comunicazione e il media plan e ad eseguire sugli stessi le modifiche espressamente richieste dalla Stazione Appaltante (a parità di importo). Il piano di comunicazione ed il piano media presentati saranno oggetto di valutazione da parte della Stazione Appaltante e potranno essere modificati sulla base di nuove esigenze di comunicazione – pertanto, i piani di comunicazione e media plan consegnati avranno valore primario di riferimento ma non avranno carattere vincolante per la Stazione Appaltante.

### Redazione e distribuzione di comunicati stampa ai media

- o Si richiede la redazione e diramazione di comunicati stampa in lingua italiana e straniera (si precisa fin da ora che si richiede la traduzione dei comunicati in tre lingue straniere: Inglese, Tedesco e Francese) e costruzione di relativo data base di interesse



- Si richiede la diffusione dei comunicati stampa in forma digitale e ove necessario in forma cartacea (nel caso di divulgazione in forma cartacea si specifica che i costi di stampa saranno a carico della ditta appaltatrice)
- Attività di follow up relativi ai lanci dei comunicati stampa con conseguente attività di report alla Stazione Appaltante

#### Redazione di testi e contenuti specifici da utilizzazione per le campagne online e offline

- Si richiede la redazione di materiali redazionali ad hoc (almeno 16 cartelle) sulla base di requisiti specifici della Stazione Appaltante in merito alla realizzazione di campagne promozionali su strumenti di comunicazione online e offline.
- La redazione di tali materiali redazionali potrà essere eventualmente richiesta sia in lingua italiana, sia in lingua straniera (traduzione in tre lingue straniere: Inglese, Tedesco e Francese), sulla base delle esigenze della Stazione Appaltante.

#### Attività di PR continuativa per un massimo di 40 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto

- Aggiornamento costante di una database di contatti esaustivo di giornalisti italiani ed internazionali attivi nei settori di interesse sui media outlet (carta stampata, TV, radio, etc.). Si richiede inoltre l'individuazione di giornalisti, blogger e altri opinion leader di interesse strategico per agevolare l'organizzazione dei press tour che verranno appaltati separatamente. Conseguirà anche l'accompagnamento e follow up con giornalisti/blogger/opinion leader in occasione degli stessi
- Si richiede l'attivazione di una serie di iniziative di comunicazione che sviluppino un filo diretto con gli operatori turistici (e non solo) del territorio dei sei GAL per favorire la raccolta di dati/informazioni relativi a news, offerte, pacchetti, eventi, attività ecc. da distribuire attraverso i canali di comunicazione. La comunicazione dovrà interessare stakeholder pubblici e privati. Si precisa che le modalità di comunicazione con gli operatori del territorio dovranno essere concordate con la Stazione Appaltante.
- La Stazione Appaltante prevede di partecipare nel periodo dei 40 giorni ad alcuni momenti promozionali per i quali si richiede che la ditta aggiudicataria, oltre ai servizi descritti nei punti precedenti, garantisca la presenza di una (o più) figure professionali per la gestione di eventuali conferenze stampa, media relation e supporto nella gestione dei suddetti eventi. Si richiede pertanto la fornitura di servizi secondo le sotto elencate modalità:
  - Maggiore concentrazione delle attività di ufficio stampa in occasione delle manifestazioni promozionali sopraindicate.
  - Se previsto procedere alla gestione ed organizzazione della conferenza stampa secondo gli standard e requisiti di cui sotto
  - Ove previsti, si richiede il presidio del press point per l'intera durata della manifestazione fieristica ed eventuale evento collaterale dove sia prevista la presenza di giornalisti
  - Gestione dell'accoglienza dei giornalisti e report sulle presenze

In occasione di eventi promozionali si richiede inoltre un'attività di supporto nell'ambito delle pubbliche relazioni finalizzate al successo dell'evento. In particolare si richiede consulenza nell'ambito della scelta della location, degli allestimenti, nell'individuazioni di possibili moderatori, intrattenimento ecc.

#### Progettazione, organizzazione e gestione di n. 1 conferenza stampa

- Organizzazione di n. 1 conferenza stampa. Nello specifico si richiede la predisposizione e l'invio di inviti, recall e gestione delle partecipazioni; assistenza logistica ai giornalisti, blogger, opinion leader; distruzione dei contenuti con i mezzi ritenuti idonei; azioni necessarie post evento per ottimizzarne i risultati.

Si specifica fin da ora che sono inclusi in questo punto i costi relativi ad eventuale noleggio spazi e qualsiasi strumentazione necessaria alla realizzazione dell'evento.

#### Attività di rassegna stampa per una durata massima di 40 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto

In linea con gli obiettivi di cui all'Art. 2 della presente gara di appalto si richiede lo svolgimento di attività di monitoraggio delle azioni intraprese previa presentazione di rassegna stampa, strumento essenziale per il corretto e tempestivo svolgimento delle azioni e funzioni sopra riportate. Si richiede quindi l'elaborazione di rassegne stampe informatizzate, realizzate bi-settimanalmente (due volte a settimana) al fine di un accurato monitoraggio dei flussi di notizie su carta stampata. La cura di servizi e software necessari ai fini della prestazione e gestione della stessa saranno a carico dell'aggiudicatario.

La fornitura del servizio prevede la realizzazione della rassegna stampa nazionale e internazionale secondo le sotto elencate modalità:

- Si richiede un servizio evoluto in termini qualitativi e quantitativi, dovrà pertanto essere curata in maniera ragionata la selezione dei ritagli di interesse, eliminando duplicazioni e/o ritagli che non aggiungono valore informativo e tantomeno coinvolgono direttamente le attività di interesse turistico/strategico dei sei GAL
- La rassegna dovrà essere costituita da tutti gli articoli pubblicati dalla stampa nazionale, internazionale e ove opportuno, locale



La rassegna stampa fornita dovrà rispondere ai criteri di completezza indicati e gli articoli saranno selezionati in base all'elenco delle testate e parole chiave. L'aggiornamento dell'elenco delle testate per la durata del contratto sarà a cura dell'aggiudicatario che provvederà ad aggiungere, anche su richiesta del Committente, le eventuali nuove testate o eliminare quelle non più valide.

- La suddivisione degli articoli dovrà essere impostata secondo parole chiave di specifica rilevanza allo sviluppo strategico del turismo nella destinazione. L'elenco delle parole chiave sarà definito in collaborazione con la Stazione Appaltante e potrà essere variato nel tempo senza che ciò comporti oneri aggiuntivi per il Committente.
- Per ogni ritaglio inserito dovranno essere inserite le seguenti informazioni:
  - Testata media outlet
  - Data di pubblicazione dell'articolo e data della rassegna stampa
  - Titolo dell'articolo con eventuali informazioni aggiuntive (e.g. occhiello, sommario, catenaccio, immagini, ecc.)
  - N. di pagina esatto da cui è stato estratto il ritaglio
  - Nome e cognome dell'autore (se presente)
  - Riproduzione miniaturizzata dell'intera pagina in cui è presente l'articolo evidenziandone il posizionamento e l'impaginazione.
  - Controvalore economico del ritaglio in questione
- Tutti i ritagli inseriti dovranno avere le seguenti caratteristiche tecniche di memorizzazione e montaggio:
  - Formato file PDF con riconoscimento ottico dei caratteri per consentire ricerche full text
  - Colori originali con alta qualità
  - Info-grafica (immagini, schemi e tabelle a corredo del pezzo)
  - Attacchi e strilli in prima dovranno essere abbinati all'articolo cui si riferiscono e montati insieme a esso.
  - La lettura e consultazione della rassegna dovranno essere possibili da qualsiasi computer, tablet, smartphone e compatibile con tutti i dispositivi anche di recente concezione

Costituisce oggetto del presente bando di gara anche il monitoraggio delle versioni digitali dei media outlet oggetto della rassegna stampa tradizionale sopra menzionata. Il servizio di rassegna stampa bisettimanale dovrà quindi prevedere il monitoraggio degli articoli riguardanti il settore turistico dei sei GAL e relativi a specifici argomenti di interesse.

Attività di affiancamento al nucleo sales per l'organizzazione e gestione di incontri/workshop all'estero con il fine di trasmettere e comunicare il "prodotto entroterra marchigiano" e partecipazione agli stessi durante l'esecuzione

Il servizio prevede che – sulla base delle indicazioni fornite dalla Stazione Appaltante – l'impresa aggiudicataria fornisca attività di affiancamento nell'organizzazione e gestione di n.4 incontri/workshop, ciascuno dei quali dovrà essere della durata minima di 3 giorni. In particolar modo, dovranno essere obbligatoriamente svolte le seguenti attività, secondo le indicazioni della Stazione Appaltante, per ciascun incontro/workshop commissionato:

- Attività di affiancamento nella selezione e invito degli interlocutori strategici importanti per l'incoming verso le Marche, quali giornalisti specializzati nel settore turismo, tours operator e agenti di viaggio interessati al territorio dei sei GAL come destinazione turistica, nonché interessati ai cinque cluster turistici
- Attività di affiancamento nella predisposizione e organizzazione degli incontri/workshop; supporto alle attività di segreteria organizzativa (a titolo esemplificativo e non esaustivo: organizzazione viaggi, vitto e alloggio, noleggio sale, service audio e video, ecc)
- Maggiore concentrazione delle attività di ufficio stampa in occasione delle manifestazioni promozionali sopraindicate

**TIP D. Spazi pubblicitari presso Aeroporto Raffaello Sanzio di Ancona.**

L'azione, sulla base delle indicazioni, in stretto contatto e collaborazione con il Gal Montefeltro Sviluppo, prevede l'elaborazione grafica di uno spazio promozionale e il noleggio di uno spazio espositivo-promozionale presso l'aeroporto Raffaello Sanzio di Ancona-Falconara per un periodo di almeno 30 giorni ai fini della promozione turistica dell'area dei GAL.

Si richiede:

- Elaborazione e declinazione grafica dello spazio promozionale sopra citato.
- L'impresa appaltatrice si impegna a realizzare delle proposte creative, le elaborazioni grafiche proposte dovranno garantire la piena riconoscibilità del territorio dei sei GAL come da Piano Strategico dei GAL e Piano Marketing Regionale.
- L'impresa appaltatrice si impegna ad eseguire sul prodotto in corso di realizzazione, prima della validazione definitiva, tutte le modifiche espressamente richieste dalla Stazione Appaltante, fino ad esecutivo.
- Noleggio spazio espositivo-promozionale presso l'aeroporto Raffaello Sanzio di Ancona-Falconara per un periodo di almeno 30 giorni ai fini della promozione turistica dell'area dei GAL.



A tale scopo è pertanto richiesta la presentazione di un progetto di attività inerente la prestazione richiesta che descriva esplicitamente e con accuratezza come la società proponente intenda realizzare il servizio richiesto in termini di progettazione delle attività proposte, team di lavoro e modalità operative.

**TIP E. Proposte aggiuntive e/o migliorative**

I servizi aggiuntivi e/o migliorativi offerti dovranno essere in stretta correlazione col servizio di cui alla presente procedura.

**2. AMMONTARE DEL SERVIZIO**

L'importo a basa d'asta è pari a € 153.930,00 (euro centocinquantatrenovecentotrenta/00) IVA esclusa (IVA pari al 22%). La copertura finanziaria è garantita dalle risorse del Progetto di Cooperazione interterritoriale denominato "BRAND MARCHE. PROMOZIONE DEL TERRITORIO DEI GAL" tra il GAL Montefeltro Sviluppo (Capofila), con i partner REGIONE MARCHE, GAL FLAMINIA CESANO s.r.l., GAL COLLI ESINI SAN VICINO s.c.a.r.l., GAL SIBILLA s.c.a.r.l., GAL FERMANO LEADER s.c.a.r.l., GAL PICENO s.c.a.r.l., a valere sui fondi P.S.R. Marche 2007-2013, misura 4.2.1 "Cooperazione interterritoriale e transnazionale" dei già citati GAL.

**3. DURATA DEL SERVIZIO**

Il servizio di cui alle attività A, B, C, D, E nel loro complesso del Capitolato di Gara allegato deve concludersi entro il 19/08/2016. Eventuali proposte aggiuntive e/o migliorative dovranno, laddove necessario, contenere anche i tempi previsti per la loro esecuzione, che dovranno terminare entro e non oltre il 19/08/2016, salvo la concessione di eventuali proroghe da parte della Stazione Appaltante.

I tempi di attuazione, le fasi di lavoro e le attività previste dovranno essere specificati attraverso la predisposizione di un crono programma di massima, che dovrà essere inserito all'interno della Relazione Tecnica e comunque l'attività non dovrà protrarsi oltre la data del 19/08/2016, salvo la concessione di eventuali proroghe della Stazione Appaltante.

Con il prezzo offerto l'aggiudicatario si intende compensato per tutti gli oneri, diretti e indiretti, derivanti dal presente appalto e per tutto quanto occorra per realizzare a regola d'arte le prestazioni richieste nel presente bando di gara e nell'allegato Capitolato Tecnico.

**4. LUOGO ED ESECUZIONE DEL SERVIZIO**

Il servizio dovrà riguardare il territorio dei sei GAL partner di progetto: GAL Montefeltro Sviluppo, Gal Flaminia Cesano, Gal Colli Esini San Vicino, GAL Sibilla, GAL Fermano Leader, GAL Piceno.

L'aggiudicatario dovrà partecipare a sopralluoghi e riunioni/incontri periodici in base alle esigenze del progetto, da tenersi presso gli uffici della sede del GAL Montefeltro (Urbania, PU) e, per tutte le necessarie attività di raccordo tecnico-operative, presso la sede degli altri GAL partner e della Regione Marche.

**5. MODALITA' DI RACCORDO E COORDINAMENTO**

L'aggiudicatario dovrà coordinarsi e rapportarsi in maniera diretta e costante, mediante riunioni e incontri periodici con la Stazione Appaltante. Effettuare, laddove necessario, sopralluoghi e giornate lavorative presso le aree di progetto e riunioni operative periodiche in base alle esigenze del progetto, presso gli uffici come da punto precedente.

Dovranno essere altresì realizzate adeguate forme di confronto e condivisione con i soggetti pubblici e territoriali competenti negli ambiti oggetto delle attività.

IL PRESIDENTE DEL GAL MONTEFELTRO  
IL RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO  
Sig. Bruno Capanna

**MONTEFELTRO SVILUPPO s.c.a.l.**  
Via Manzoni, 24  
61049 URBANIA (PU)  
Tel. 0722/317599 Fax 317730  
C. Fisc. e P.IVA 0131786041

*Pal*