



COMUNE DI FERRARA

Città Patrimonio dell'Umanità

**Settore Cultura e Turismo**  
**Servizio Promozione del Territorio**  
UO Gestione Turismo ed Eventi

**AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI PROGETTAZIONE E  
ATTUAZIONE DI UN PIANO PLURIENNALE DI  
COMUNICAZIONE, PROMOZIONE TERRITORIALE E  
COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI ESPRESSI  
DAL TERRITORIO DEL COMUNE DI FERRARA E DEL  
“SERVIZIO DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA  
(I.A.T.)”  
CAPITOLATO SPECIALE D’APPALTO**



Ferrara, 09/03/2022

## Sommario

<u>PREMESSA</u>	4
<u>Art. 1 – OGGETTO DELL’APPALTO</u>	4
<u>1.1 Elementi generali di riferimento e finalità dell’appalto</u>	4
<u>1.2 Documenti di riferimento</u>	5
<u>Art. 2 – DURATA DELL’APPALTO, OPZIONI E RINNOVI</u>	6
<u>Art. 3 – VALORE DELL’APPALTO E CORRISPETTIVO DEL SERVIZIO</u>	6
<u>Art. 4 – CONTESTO DI RIFERIMENTO</u>	7
<u>Art. 5 - PRESTAZIONI OGGETTO DELL’APPALTO, SPECIFICHE TECNICHE E PRESTAZIONALI</u>	8
<u>5.1 Progettazione e attuazione di attività di comunicazione e promozione territoriale</u>	8
<u>5.2 Gestione del servizio di Informazione e Accoglienza Turistica (I.A.T.)</u>	11
<u>Art. 6 – MODELLO ORGANIZZATIVO, PROFILI E REQUISITI RISORSE UMANE</u>	17
<u>Art. 7 – COSTO DELLA MANODOPERA DEI SERVIZI OGGETTO DEL PRESENTE APPALTO</u>	19
<u>Art. 8 – LUOGHI DI SVOLGIMENTO DEI SERVIZI</u>	20
<u>Art. 9 – ATTIVITA’ COMMERCIALE IAT</u>	20
<u>Art. 10 – ATTIVITA’ DI PROMOZIONE E PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE</u>	21
<u>Art. 11 – GESTIONE DEI SERVIZI, CONTROLLI E INTERAZIONI ORGANIZZATIVE</u>	21
<u>11.1 Recapiti</u>	21
<u>11.2 Controllo di gestione</u>	21
<u>11.3 Gestione delle segnalazioni- Reclami</u>	21
<u>11.4 Rilevazione della qualità percepita e azioni migliorative</u>	21
<u>11.5 Clausole ambientali</u>	22
<u>11.6 Rapporti dell’Amministrazione con l’aggiudicatario</u>	22
<u>11.7 Rapporti dell’aggiudicatario con l’Amministrazione</u>	22
<u>Art.12 INTERAZIONI ORGANIZZATIVE CORRELATE ALL’ESECUZIONE DEL’APPALTO</u>	22
<u>Art. 13 – OBBLIGHI DI RISERVATEZZA – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI</u>	23
<u>Art. 14 – OBBLIGHI DELL’AGGIUDICATARIO</u>	24
<u>Art. 15 – MODIFICHE IN CORSO DI ESECUZIONE DEL CONTRATTO</u>	24
<u>Art. 16 – VERIFICHE IN ORDINE ALL’ESECUZIONE DEL CONTRATTO</u>	25
<u>Art. 17 – MODALITA’ DI PAGAMENTO</u>	25
<u>Art. 18– OBBLIGHI DI TRACCIABILITA’ DEI FLUSSI FINANZIARI</u>	26
<u>Art. 19 – CONTESTAZIONI - PENALITA’</u>	26

<u>Art.20 – SCIOPERI O INTERRUZIONI DEL SERVIZIO PER CAUSE DI FORZA MAGGIORE</u> .....	27
<u>Art.21 – SOSPENSIONE, RISOLUZIONE E RECESSO</u>	27
<u>Art.22 – CESSIONE DEL CONTRATTO, CESSIONE DEI CREDITI E SUB APPALTO</u>	28
<u>Art.23 – PROCEDURE DI AFFIDAMENTO IN CASO DI FALLIMENTO DELL'ESECUTORE O DI RISOLUZIONE DEL CONTRATTO</u>	28
<u>Art.24 – STIPULAZIONE DEL CONTRATTO – GARANZIE . COPERTURE ASSICURATIVA – SPESE CONTRATTUALI</u>	28
<u>Art.25 – CONTROVERSIE E FORO COMPETENTE</u>	29
<u>Art.26 - NORME DI RIFERIMENTO E DI RINVIO</u>	29
Allegato 1) Analisi del contesto territoriale del turismo ferrarese.....	31

## **Art. 1 – OGGETTO DELL'APPALTO**

### **PREMESSA**

Il ruolo dell'informazione e dell'accoglienza turistica, negli ultimi anni, ha visto il succedersi di profondi e progressivi mutamenti, dovendo adattarsi sia alla evoluzione del settore turistico in linea con i nuovi bisogni dei turisti sia alle multiformi possibilità offerte dalle nuove tecnologie.

La consolidata concezione degli uffici di informazione turistica come luoghi in cui il turista, ormai arrivato presso la destinazione, poteva reperire materiali cartacei generici e standardizzati o informazioni presenziali è resa obsoleta dall'avvento di piattaforme di prenotazione online e più in generale della digitalizzazione della informazione e dei servizi. Oggi, il turista cerca risposte alle proprie motivazioni di vacanza e tali motivazioni possono essere anche indotte attraverso una adeguata attività di comunicazione e promozione. Infatti, il web e i social media consentono di raccogliere in modo autonomo informazioni e suggestioni. In questo modo, il turista può costruirsi da sé la propria esperienza di viaggio, autonomamente e su misura.

Si può dire che, grazie alle nuove tecnologie, il turista inizia il suo viaggio prima ancora di arrivare a destinazione, avendo a disposizione, attraverso uno smartphone, la possibilità di reperire le informazioni utili per la prenotazione, per la scoperta e l'acquisto di servizi ma anche per la condivisione dell'esperienza. La fase della condivisione, durante e dopo il viaggio, è estremamente importante e delicata per la reputazione della destinazione e dipende dalla qualità del contatto tra territorio e turista.

La qualità dell'accoglienza, intesa in senso omnicomprensivo, è da curare in tutti i suoi canali, e riveste un ruolo ed una importanza fondamentale per la reputazione della destinazione. In questo contesto lo IAT rappresenta uno dei canali di erogazione del servizio, ovvero il canale di front-office a diretto contatto con il turista, che va a inserirsi nel più ampio contesto della comunicazione e della promozione della "esperienza Ferrara".

In particolare gli obiettivi dell'attività di comunicazione e promozione sono stati individuati in:

- trasformare l'attività di informazione e accoglienza al turista in un vero e proprio sistema di promozione della destinazione;
- convogliare verso i canali dell'informazione e accoglienza al turista i valori espressi dalle principali istituzioni culturali, formative, scientifiche ed economiche del territorio (Musei, Università, centri espositivi, fondazioni e associazioni culturali, etc.);
- offrire un servizio a 360° fruibile in tutte le fasi del viaggio/soggiorno in modo da accompagnare attivamente e in maniera efficace il turista durante l'intero ciclo di relazione con la destinazione: fase di ispirazione, ricerca, convincimento, decisione, prenotazione e pianificazione, permanenza, ricordo e condivisione;
- stimolo allo sviluppo di un prodotto turistico che integri le diverse anime del territorio (ad es. culturali, gastronomiche, naturalistiche, etc.)
- favorire lo sviluppo di ulteriori prodotti e servizi turistici;
- favorire la collaborazione tra i diversi stakeholder della destinazione Ferrara.

### **1.1 Elementi generali di riferimento e finalità dell'appalto**

Il presente capitolato ha per oggetto gli oneri e le specifiche per la realizzazione dei servizi inerenti il turismo nella città di Ferrara e del suo territorio, costituiti dalla gestione:

- A. del servizio volto alla progettazione e attuazione di un piano pluriennale di comunicazione e promozione turistica dei prodotti espressi dal territorio del Comune di Ferrara, nel quadro dell'esercizio delle funzioni di valorizzazione e promo - commercializzazione turistica

previste dalla Legge Regionale n. 4 del 25 marzo 2016, nel rispetto del Decreto Legislativo n. 62 del 21 maggio 2018, relativo ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegati.

- B. del Servizio di Informazione ed Accoglienza Turistica (I.A.T.), compresa la collaborazione con il Comune di Comacchio (capofila) per la gestione del Sistema Informativo regionale per il turista (SITur), in base a quanto previsto in carico al Comune di Ferrara dalla *“Convenzione triennale non onerosa tra il Comune di Comacchio ed i comuni di Ferrara, Lagosanto, Bondeno, Ostellato, Codigoro, Mesola, Argenta, Goro, Fiscaglia, Terre del Reno, Vigarano Mainarda, Portomaggiore, Voghiera, Cento e l’Unione Terre e Fiumi (per i Comuni di Copparo, Riva del Po e Tresignana) per la gestione della redazione locale gestita dal comune di Comacchio, facente parte del sistema informativo regionale per il turista (SITUR) – annualità 2021-2022-2023”*.

I servizi richiesti hanno l'obiettivo di valorizzare il territorio della Città di Ferrara nel suo complesso, predisponendo una serie di azioni mirate all'accoglienza del turista, alla promozione e promo commercializzazione delle proposte/pacchetti turistici per tutta la durata contrattuale, da attuarsi in dialogo con gli operatori turistici presenti sul territorio in modo inclusivo e non sostitutivo come di seguito meglio specificati.

## **1.2 Documenti di riferimento**

Le attività oggetto dell'appalto dovranno essere eseguite in conformità ai seguenti piani e linee strategiche e alle seguenti leggi e direttive. Tutti i riferimenti ai documenti di seguito richiamati, devono intendersi comprensivi di tutti i successivi aggiornamenti eventualmente intervenuti nel corso della gara e durante lo svolgimento del contratto.

- ✓ Relazione tecnico illustrativa degli obiettivi da perseguire (DUP Comune di Ferrara).
- ✓ Legge regionale 25 marzo 2016, n. 4, *“Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica, abrogazione della legge regionale 4 marzo 1998 n.7 (organizzazione turistica regionale – interventi e per la promozione e la commercializzazione turistica)”*.
- ✓ Piano strategico di sviluppo del turismo 2017/2022 del MIBACT.
- ✓ Linee Guida triennali per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022-2024 - *Regione Emilia Romagna*” (DGR 1618/21 del 18/10/2021).
- ✓ Linee strategiche della Destinazione Turistica Romagna – Documento Unico di programmazione Semplificato 2022-2024.
- ✓ Programma annuale delle attività turistiche 2022 della Destinazione Turistica Romagna.
- ✓ Piano APT Servizi 2022 e spunti di programmazione triennale 2023-2024.
- ✓ Legge Regionale 31 marzo 2003, n. 7, *“Disciplina delle attività di produzione, organizzazione e vendita viaggi, soggiorni e servizi turistici, abrogazione della legge regionale 26 luglio 1997, n.23 (disciplina delle attività di agenzia di viaggio e turismo)”*.
- ✓ D. Lgs. 21 maggio 2018, n.62, *“Attuazione della direttiva (UE) 2015/2302 del parlamento Europeo e del consiglio, del 25 novembre 2015, relativa ai pacchetti turistici e ai servizi turistici collegato, che modifica il regolamento (CE) n. 2006/2004 e la direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del consiglio e che abroga la direttiva 90/314/CEE del Consiglio”*.
- ✓ D.G.R. 956/2005, *“definizione standard minimi e degli standard di qualità dei servizi di accoglienza ed informazione turistica - Attuazione art. 14, L.R. 7/98 e art. 21, L.R. 7/03”*.

## **Art. 2 – DURATA DELL'APPALTO, OPZIONI E RINNOVI**

La durata dell'appalto è di **anni 3 (tre)** a partire dalla data della firma del contratto.

Alla scadenza, il rapporto si intende risolto di diritto senza obbligo, né onere di disdetta. Tuttavia, perdurando le condizioni che hanno determinato il ricorso al presente appalto e qualora il servizio sia stato svolto in maniera pienamente soddisfacente per il Committente, accertato il pubblico interesse e la convenienza al rinnovo del rapporto, verificate le compatibilità di bilancio, l'affidamento del servizio potrà essere **rinnovato** all'Aggiudicatario, agli stessi patti e condizioni, anche più volte, ma comunque **per un periodo complessivo non superiore ai 3 (tre) anni**. Il rinnovo del contratto è subordinato alla concorde manifestazione di volontà di entrambe le parti contraenti, da rendersi nota a mezzo PEC entro 2 mesi dalla scadenza del contratto. La risposta, in merito alla richiesta di rinnovo da parte del responsabile del procedimento, dovrà essere resa dal legale rappresentante dell'Aggiudicatario entro quindici giorni dal suo ricevimento.

Nel caso in cui, al termine del contratto, il Committente non fosse riuscito a completare la procedura per un nuovo affidamento dei servizi, potrà prorogare l'appalto con specifico provvedimento, limitatamente al tempo necessario per l'individuazione di un nuovo contraente, alle condizioni di legge e fino ad un massimo di sei mesi.

In tal caso il contraente è tenuto all'esecuzione delle prestazioni oggetto del contratto agli stessi patti e condizioni o più favorevoli per l'Amministrazione.

## **Art. 3 – VALORE DELL'APPALTO E CORRISPETTIVO DEL SERVIZIO**

Ai fini dell'art.35, c.4 del Codice dei contratti, il valore massimo stimato dell'appalto è pari a €3.292.622,97 al netto di IVA e/o altre imposte e contributi di legge, tenuto conto delle prestazioni di cui al presente capitolato e rapportato alla durata massima dell'appalto, ossia comprensivo dell'estensione per un ulteriore triennio, degli eventuali sei mesi per il completamento delle procedure relative al nuovo affidamento dopo la fine del contratto, e dell'importo per eventuali ulteriori lavori che potranno essere affidati ai sensi dell'art. 106 c.1 lett. A) del D.Lgs 50/2016 e s.m.i.,

L'importo a base di gara per i tre anni contrattuali è pari ad **€ 769.672,14**, IVA esclusa.

L'importo del contratto per l'intero periodo di durata dello stesso è quello risultante dall'aggiudicazione definitiva, tenuto conto del ribasso offerto in sede di gara.

Ai sensi dell'art. 23, comma 16, del Codice dei contratti l'importo posto a base di gara comprende i costi della manodopera, che la stazione appaltante ha stimato, per la durata di 36 mesi, in via presuntiva pari ad 429.000,00.

Gli oneri per la sicurezza derivanti da rischi e da interferenze, non soggetti a ribasso, sono pari a € 0,00.

L'Ente si riserva la possibilità di affidare all'aggiudicatario, con le modalità previste dall'art. 106 c.1 lett. A) del D.Lgs 50/2016 e s.m.i., eventuali ulteriori incarichi legati a finanziamenti derivanti da progetti a dimensione europea, nazionale o regionale qualora disponibili, per la realizzazione di attività di comunicazione e di promo-commercializzazione aggiuntive, pari a complessivi €750.000(IVA esclusa) per i tre anni contrattuali.

*Tabella riepilogativa degli importi a base di gara:*

SERVIZI	I° anno contrattuale	II° anno contrattuale	III° anno contrattuale
Gestione servizi:			
A) Comunicazione, promozione e commercializzazione	€ 163.934,43	€ 163.934,43	€ 163.934,43
B) IAT	€ 92.622,95	€ 92.622,95	€ 92.622,95
Oneri per la sicurezza	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Iva 22%	€ 56.442,62	€ 56.442,62	€ 56.442,62
<b>Totale</b>	<b>€ 313.000,00</b>	<b>€ 313.000,00</b>	<b>€ 313.000,00</b>

#### **Art. 4 – CONTESTO DI RIFERIMENTO**

Allegato 1) Analisi del contesto territoriale del turismo ferrarese.

## Art. 5 - PRESTAZIONI OGGETTO DELL'APPALTO, SPECIFICHE TECNICHE E PRESTAZIONALI

### 5.1 Progettazione e attuazione di attività di comunicazione e promozione territoriale

L'aggiudicatario dovrà elaborare e attuare un piano di comunicazione e promozione dell'offerta turistica territoriale, comprensivo della promo-commercializzazione dei prodotti turistici, coerente con le linee strategiche dell'amministrazione comunale, contenute nel DUP del Comune di Ferrara, le "linee programmatiche triennali della regione Emilia Romagna per la promo-commercializzazione turistica regionale 2022-2024 - Regione Emilia Romagna" (DGR1618/21 del 18/10/2021), e gli obiettivi programmatici espressi dalla Destinazione Turistica Romagna all'interno del proprio DUP e dei propri programmi annuali delle attività turistiche.

Il progetto dovrà sostanziarsi nella definizione di un Piano triennale di comunicazione e promozione turistica del territorio del comune di Ferrara, da presentare in sede di gara, incentrato sul raggiungimento degli obiettivi espressi nell'Art.1 e in particolare tenendo conto che si richiede l'adesione ai seguenti asset di progettazione delle attività:

- fornire una vision unitaria e distintiva del territorio, da declinarsi attraverso la valorizzazione delle reti dei prodotti turistici già consolidati (turismo culturale ed Eventi) e di quelli in via di consolidamento o da consolidare, come enogastronomia, cicloturismo, turismo sportivo, wellness e movimento slow, turismo fluviale e intermodalità, cultura ebraica; wedding, M.I.C.E. e business;
- gestire in modo integrato e sinergico le attività e gli strumenti di comunicazione, per arrivare ad un vero e proprio sistema di promozione inclusivo e completo, ove la proposizione dei singoli prodotti concorra alla promozione complessiva del territorio accompagnando attivamente e in maniera efficace il visitatore;
- trascendere la concezione di "turista" come entità unica della destinazione delle attività e strumenti, per arrivare a considerare il "visitatore" nel suo complesso e nelle sue mille sfaccettature (ad esempio: visitatore in occasione di eventi culturali, frequentatore occasionale per lavoro, soggetto del mondo accademico e afferenti quali professori, studenti, parenti, amici, etc.).

Nel piano triennale dovranno essere dettagliate le proposte di:

- "Marketing territoriale e comunicazione" (vedi in dettaglio il successivo punto A),
- "Sistema di integrazione e aggregazione" (vedi in dettaglio il successivo punto B)
- "Sistema di promozione territoriale e promo-commercializzazione" (vedi in dettaglio il successivo punto C).

Successivamente, nella fase attuativa, il piano promozionale triennale dovrà essere puntualmente sviluppato in **Piani Operativi Annuali**, completi di piano finanziario analitico di previsione distinto per singole attività, in linea con gli indirizzi adottati dalla Destinazione Turistica Romagna, da APT Servizi e con gli obiettivi annuali previsti dal DUP del Comune di Ferrara.

I piani operativi annuali dovranno essere oggetto di concertazione con il Comune di Ferrara, su proposta dell'aggiudicatario al Servizio Promozione del Territorio, da presentarsi, per il primo anno contrattuale, entro un mese dalla decorrenza del contratto, ed entro il decimo mese dell'anno precedente all'annualità contrattuale di riferimento per i restanti anni. Il piano sarà esaminato dalla Cabina di Regia e approvato, completo di eventuali modifiche e integrazioni, entro 30 giorni dalla consegna.

I risultati dovranno essere rendicontati all'Ente con cadenza annuale, entro un mese dal termine dell'annualità contrattuale di riferimento.

La creazione del piano e le attività di promozione e di accrescimento della competitività del territorio, si dovranno sviluppare principalmente nei seguenti servizi:

### **A) Marketing territoriale e comunicazione**

1) L'aggiudicatario dovrà procedere all'elaborazione e all'attuazione di una strategia di management e marketing turistico territoriale evoluta, che consenta di strutturare un'offerta distintiva e integrata mediante l'ampio coinvolgimento di tutti gli attori locali.

In particolare, dovranno essere individuati innovativi modelli di proposta dell'offerta sui mercati, da innestare su strumenti altamente performanti, finalizzati a rafforzare i prodotti "core" e a strutturare, nel contempo, offerte esperienziali legate alle passioni e ai desideri dei potenziali ospiti. Opzioni, queste, che non solo ampliaranno la tipologia di clientela e le catchment area, ma che svilupperanno anche nuova economia turistica in periodi nei quali vi è minore concentrazione dei flussi. La strategia dovrà integrarsi con gli strumenti di programmazione di cui al precedente art. 1.

Il piano promozionale dovrà essere supportato dallo sviluppo e dall'attuazione di un'azione comunicativa coordinata e di forte impatto finalizzata alla promozione di un'immagine unitaria di Ferrara e della sua offerta, nei mercati turistici italiani e stranieri.

Dovranno a tal fine essere utilizzati, in modo efficace ed incisivo, strumenti, linguaggi e concept di comunicazione innovativi e performanti.

Dovrà proseguire l'attività di *brand identity* già avviata dal sistema turistico locale, che dovrà essere ulteriormente sviluppata ed intensificata. Strumento integrante della *brand identity* sarà il logo, creato dal Comune di Ferrara, "Ferrara Feelings", un invito (in inglese semplice e comprensibile a tutti) a sentire la città in tutti i suoi aspetti di attrattiva, che possono diventare di volta in volta protagonisti di logo e pay off in specifiche declinazioni ("FEEL THE EVENT", "FEEL THE FESTIVAL", "FEEL THE HISTORY", "FEEL THE NATURE", "FEEL THE ART"). Le grafiche dei loghi saranno fornite dall'amministrazione.

Il progetto di marketing turistico territoriale dovrà essere incentrato su una vision unitaria e distintiva del territorio, da declinarsi attraverso la valorizzazione dei prodotti turistici già consolidati (turismo culturale ed Eventi) e di quelli in via di consolidamento o da consolidare, come enogastronomia, cicloturismo, turismo sportivo, wellness e movimento slow, turismo fluviale e intermodalità, cultura ebraica, wedding, M.I.C.E. (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) e business.

Il piano promozionale, nella sua definizione minima, dovrà prevedere per ogni annualità:

- elaborazione della strategia di comunicazione complessiva, in accordo con l'Amministrazione, definizione del piano di comunicazione annuale (sui canali digitali e tradizionali) e del media planning sulla base del budget destinato alla pianificazione
- l'attivazione di uno o più uffici stampa per il mercato nazionale e per i mercati esteri di riferimento;
- la partecipazione a fiere turistiche e work shop di settore sui più importanti mercati target, anche all'interno di spazi acquisiti da Enit o APT servizi;
- realizzazione di una campagna di comunicazione annuale (ideazione e progettazione del concept e del format, da declinarsi successivamente sui diversi mercati, interno ed esterno, e sui diversi prodotti da promuovere) da pianificare sui media più idonei in relazione ai pubblici di riferimento e agli obiettivi concordati;
- l'organizzazione annuale di almeno due eductour con operatori o giornalisti di uno dei mercati esteri di riferimento più significativi;
- l'organizzazione annuale di almeno 6 lezioni di "Scuola di territorio", con incontri in aula e itinerari guidati, dedicati agli operatori turistici per approfondire la conoscenza della città e della

provincia di Ferrara;

- la gestione del “Catalogo delle esperienze del Comune di Ferrara” (strumento di promozione del territorio. Il catalogo racconta il territorio privilegiando immagini e suggestioni e offre una ricchissima carrellata di proposte e opportunità per vivere esperienze uniche sul nostro territorio. Consultabile online sul sito: <https://www.ferrarainfo.com/it>), finalizzato alla creazione e vendita di pacchetti turistici;
- supporto all’ente in particolare per quel che concerne i servizi connessi alla ricettività e all’*incoming*, in occasione di eventi di varia natura e impatto che si svolgono in città (congressuali/fieristici, sportivi, musicali, culturali, troupe cinematografiche ecc.), sulla base della programmazione annuale dell’ente, anche mediante il coordinamento di tavoli attuativi tra stakeholder (gestori dei siti, Professional Congress Organizer, agenzie incoming, strutture ricettive, trasporti, ecc.) e fornitori di servizi di supporto per la realizzazione degli eventi;
- assistenza e accoglienza di giornalisti, e organizzazione, per gruppi limitati di partecipanti, di itinerari di visita e di educational tour, definiti rispetto alle esigenze degli ospiti interessati alla promozione della destinazione, in dialogo con gli uffici comunali, e gli operatori turistici presenti sul territorio, sulla base della programmazione annuale;
- la partecipazione alle azioni di marketing volte a valorizzare le potenzialità del territorio anche nell’ambito di accordi di co-marketing del Comune di Ferrara con altre istituzioni od enti e soggetti pubblici e privati;
- il supporto all’attività progettuale dell’ente per la redazione di proposte da candidare a bandi regionali, nazionali o comunitari sui temi del turismo
- la produzione del materiale promozionale (cartaceo, redazionale, web, gadget, ecc..) funzionale all’attuazione delle azioni di cui ai punti precedenti.

2) L’aggiudicatario potrà proporre, al di fuori delle azioni previste dal presente capitolato, ulteriori azioni e risorse aggiuntive, per la realizzazione di progetti di comunicazione dedicati ai calendari annuali degli eventi della città e del territorio. Tali attività dovranno essere corredate da un impegno sottoscritto ex-ante che sostanzi e indichi col maggiore dettaglio possibile le caratteristiche delle azioni aggiuntive e i vantaggi per la promozione del territorio.

L’Aggiudicatario ha l’obbligo di presentare annualmente all’Amministrazione aggiudicante, entro la fine del primo mese dell’annualità successiva a quella contrattuale, la rendicontazione tecnica ed economica delle azioni sopra descritte.

## **B) Sistema di integrazione e aggregazione**

L’aggiudicatario dovrà aggregare le risorse del territorio per il perseguimento di un fine di utilità generale. In particolare dovrà favorire l’integrazione dei servizi offerti dagli operatori che agiscono all’interno della filiera turistica locale, al fine di contribuire alla definizione di un prodotto turistico integrato che porti al progressivo superamento della segmentazione dell’offerta.

L’aggiudicatario deve, a tal fine, promuovere iniziative volte a stimolare la collaborazione e l’aggregazione fra gli operatori turistici in modo tale da conferire una visione sistemica dell’offerta turistica locale, favorendo l’integrazione fra le strategie territoriali di marketing e la strategia imprenditoriale dei singoli attori economici.

L’aggiudicatario dovrà inoltre promuovere l’integrazione trasversale fra la filiera turistica e gli ambiti dell’agricoltura, dell’impresa sociale, della cultura, della formazione, della scuola e dell’innovazione, in una logica inclusiva che favorisca la coesione fra le diverse componenti sociali e rafforzi il sistema economico produttivo nel suo complesso.

L’aggiudicatario dovrà porre in essere, di concerto con l’Amministrazione Comunale, le azioni

funzionali all'attivazione e al coordinamento di processi di aggregazione, favorendo l'adesione dei singoli operatori alla Piattaforma di Promo-commercializzazione, impiegata anche per l'attuazione del piano di marketing territoriale.

Dovrà operare per un coinvolgimento strutturato, anche attraverso appositi tavoli di lavoro con gli stakeholders, nella definizione dei Piani Operativi Annuali.

Dovranno inoltre essere avviati processi di integrazione trasversale tra le diverse componenti socio economiche, al fine di valorizzare le risorse locali in grado di rafforzare il posizionamento competitivo del territorio.

### **C) Sistema di promozione territoriale**

L'aggiudicatario si impegna a possedere e a mantenere, per l'intero arco di vigenza contrattuale, sia i requisiti strutturali sia quelli di capacità professionale, necessari per lo svolgimento di Agenzia di viaggio e Turismo, condizione essenziale per esercitare l'attività di reservation.

L'aggiudicatario dovrà garantire l'integrazione dell'offerta in pacchetti e servizi ad alto valore aggiunto favorendo l'incontro fra la domanda e l'offerta, in particolar modo in occasione di eventi di grande richiamo, congressi, presenza di troupe televisive, ecc..

Le proposte promozionali di servizi e pacchetti turistici dovranno essere costruite e commercializzate in dialogo con gli operatori turistici presenti sul territorio, in modo inclusivo e non sostitutivo, coinvolgendo le altre istituzioni culturali e tutti i soggetti pubblici e privati.

L'aggiudicatario dovrà:

- a) dotarsi di una piattaforma tecnologica on-line che consenta il rispetto dei principi di imparzialità uguaglianza e trasparenza nei rapporti con i vari operatori coinvolti e/o aderenti;
- b) favorire e promuovere l'adesione degli operatori locali alla Piattaforma di Promo commercializzazione;
- c) definire un protocollo operativo, condiviso con l'Ente, che stabilisca gli obblighi degli aderenti alla Piattaforma;
- d) registrare in termini puntuali l'attività di commercializzazione ed i trend preferenziali e fornire all'Ente, al termine di ciascuna annualità, i dati raccolti;
- e) sviluppare pacchetti integrati finalizzati alla valorizzazione delle eccellenze del territorio in tutte le sue declinazioni, nonché dei principali eventi.

### **5.2 Gestione del servizio di Informazione e Accoglienza Turistica (I.A.T.)**

L'Aggiudicatario dovrà garantire il Servizio di Informazione e accoglienza Turistica (I.A.T.), nel rispetto delle leggi nazionali e regionali vigenti in materia, in particolare la Legge Regionale 25 marzo 2016, n.4 *"Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica, abrogazione della legge regionale 4marzo 1998 n.7 (organizzazione turistica regionale – interventi e per la promozione e la commercializzazione turistica)"* e il DGR 956/2005" della Regione Emilia Romagna, relativo alla *"definizione standard minimi e degli standard di qualità dei servizi di accoglienza ed informazione turistica - Attuazione art. 14, L.R. 7/98 e art. 21, L.R. 7/03"*, garantendo i livelli prestazionali minimi indicati nel presente capitolato.

Attualmente è attivo, nel Comune di Ferrara, lo I.A.T. Castello, situato all'interno del Castello Estense, via Largo Castello n.1 – 44121 Ferrara, in locali messi a disposizione dall'amministrazione. L'immobile è di proprietà dell'amministrazione provinciale, affidato in convenzione al Comune di Ferrara, misura circa 120 mq., attuali orari di apertura: dal lunedì al sabato, dalle 9.00 alle 18.00, nei giorni festivi, dalle 9.30 alle 17.30, con eccezione del 25 dicembre.

Il servizio richiesto sarà svolto all'interno dei locali sopra descritti dell'attuale ufficio IAT Castello. Il Comune di Ferrara si riserva, a sua discrezione, la facoltà di cambiare, nel corso dell'appalto, la sede dell'ufficio IAT.

**Per l'esecuzione del presente appalto, l'aggiudicatario deve essere in possesso di regolare autorizzazione all'esercizio dell'attività di Agenzia di Viaggio con almeno tre anni di esercizio. In conformità a quanto previsto dalla L. R. 7/03, il soggetto si impegna, in caso di aggiudicazione, ad attivare, entro 30 giorni dall'aggiudicazione, una sede o filiale dell'Agenzia di Viaggio sul territorio della Regione Emilia Romagna.**

### **5.2.1 Servizio e attività dell'ufficio I.A.T.**

I servizi e le attività di cui al presente capitolato dovranno essere svolti nel rispetto di quanto previsto dalle vigenti normative nazionali e regionali, nonché regolamenti e/o disposizioni comunali, in materia turistica e di legislazione del lavoro e sicurezza sui luoghi di lavoro e nel rispetto dei principi fondamentali per la gestione del servizio di Informazione ed Accoglienza Turistica di cui all'allegato A) "Disposizioni attuative per la gestione dei servizi di accoglienza e informazione turistica" del D.G.R. 956/2005, "definizione standard minimi e degli standard di qualità dei servizi di accoglienza ed informazione turistica - Attuazione art. 14, L.R. 7/98 e art. 21, L.R. 7/03", che qui espressamente si richiamano.

Gli Uffici di informazione ed accoglienza turistica forniscono informazioni esaurienti relativamente ai servizi turistici dell'ambito di appartenenza, ed in generale sull'offerta turistica del territorio regionale con l'utilizzo del sistema di informazione regionale per il turista. In particolare il personale addetto mette a disposizione del turista materiali, documenti, cartine, cataloghi ed elenchi grazie ai quali egli riceve informazioni in merito alle risorse turistiche di ambito più ampio del proprio Comune di competenza e fornisce assistenza al turista nella ricerca di disponibilità ricettiva.

In linea generale, l'aggiudicatario dovrà operare:

- promuovendo, incrementando e qualificando lo sviluppo turistico nell'ambito di sua competenza, assicurando la piena imparzialità e neutralità di ogni attività di informazione;
- svolgendo tutte le funzioni attinenti al turismo che sono di interesse anche per le organizzazioni locali pubbliche e private;
- attivando un sistema di controllo (software) che assicuri l'imparzialità del servizio erogato, la massima obiettività, puntualità e snellezza operativa.

L'aggiudicatario, in riferimento al Servizio di Accoglienza e Informazione turistica IAT, dovrà, nello specifico, garantire:

#### **A) Fornitura di informazioni relative alla destinazione:**

1. raccolta, trattamento e diffusione d'informazioni turistiche: l'ufficio collabora con la redazione locale di riferimento per la realizzazione delle schede informative a livello locale. L'ufficio distribuisce gratuitamente informazioni e materiali all'utente in loco o con risposta via mail, telefonica, sulle risorse locali o su quelle inserite nel Sistema Informativo regionale per il turista;
2. assistenza diretta al turista che necessita di tutte le indicazioni su come muoversi in città e sul territorio e su come organizzare il proprio tempo di visita e permanenza;
3. il personale addetto mette a disposizione del turista materiali per la ricerca di disponibilità ricettiva ed effettua, su richiesta dell'utente, verifiche di disponibilità per la partecipazione a eventi, spettacoli, visite guidate;
4. l'ufficio partecipa alla promozione e/o realizzazione degli eventi organizzati sul proprio territorio;

5. per ogni richiesta effettuata dall'utente, l'ufficio compila la scheda contatti elaborata sulla base di quanto previsto nell'Allegato F) del DGR 956/2005 " Informazioni obbligatorie da rilevare nelle schede contatti" e finalizzata anche all'elaborazione di statistiche annuali e raccoglie informazioni sugli utenti in indirizzari o archivi, nel rispetto di quanto previsto dalla normativa sul trattamento dei dati sensibili;
6. accoglienza ed evasione di ogni tipologia pertinente di richiesta dell'utente, che si rivolge all'Ufficio anche telefonicamente, per mezzo di posta elettronica, tramite sistemi di messaggistica, social network, ovvero qualsiasi altro mezzo elettronico informatico, fornendo indicazioni sulle opportunità offerte dal territorio su tutti i fronti di interesse turistico;
7. accoglienza dei potenziali "futuri turisti" che si avvalgono dei servizi offerti dagli I.A.T. per organizzare un soggiorno nel territorio della città di Ferrara e della provincia;
8. aggiornamento e messa a disposizione dell'Amministrazione aggiudicante di una mailing list di turisti, operatori turistici e altri soggetti che si registreranno a vario titolo nel periodo di affidamento;
9. aggiornamento costante di liste utili per le richieste di front-office quali: locali serali, ristorazione, trasporti, luoghi di divertimento per bambini, noleggi, luoghi per pic-nic, ecc.
10. aggiornamento calendari di manifestazioni nel territorio con elenco di locali, impianti sportivi e luoghi di divertimento per le varie fasce d'età;
11. redazione e distribuzione del calendario eventi mensile di Ferrara e provincia e del calendario settimanale "Ferrara Sette";
12. consultazione giornaliera dei quotidiani locali, dei siti internet ferrarainfo.com, del sito istituzionale della città e di altri portali informativi per fornire agli utenti informazioni in tempo reale;
13. aggiornamento, revisione generale e produzione (con stampa e fotocopie), del materiale informativo cartaceo in distribuzione presso il front office, quale, ad esempio: orari musei, elenco ristoranti, elenco guide turistiche, ecc.;
14. dialogo operativo con la Regione Emilia Romagna, Direzione Turismo, comprensivo del caricamento ed aggiornamento costante dei contenuti inerenti: punti di interesse, località, brochure scaricabili, galleria immagini, itinerari tematici, blog, eventi, manifestazioni, mostre e qualunque altro tipo di attività proprie di una destinazione turistica organizzata, in accordo con l'Amministrazione aggiudicante.

**B) Produzione, stoccaggio, trasporto e distribuzione, presso lo I.A.T., di materiale informativo e comunicativo come segue:**

1. Per ogni annualità, minimo n. 300 blocchi annui di 100 fogli di mappe della città formato: cm 33,00 x 33,00 carta: uso mano bianca da gr. 80 stampa: a 4/4 colori, gommati sul lato corto con sottoblocco, per un totale di n. 30.000 mappe/anno.
2. Per ogni annualità:
  - ✓ brochure "Visitare Ferrara in breve" e "Ferrara e le sue Mura", costituite da pieghevole 5 ante, formato chiuso cm10Bx21H, aperto 50 B x 21 H, carta patinata opaca gr. 170 ECF 100% riciclabile, stampa 4+4 colori, versioni IT,EN, e altre lingue, secondo le indicazioni del Servizio Promozione del Territorio, per un totale di 8.000 copie/anno;
  - ✓ cartoguida "Feel the History", costituita da mappa pieghevole, formato aperto: 59,4x42 cm, formato chiuso: 14,5x21 cm.,quadricromia fronte e retro Carta: Soporset da 120 gr, versioni IT e EN, per un totale di 4.000 copie/anno;

- ✓ cartoguida “By Bike”, costituita da mappa pieghevole, formato aperto circa cm 68 B x 48 H, stampa 4+4 colori, versioni IT, EN e altre lingue, secondo le indicazioni del Servizio promozione del Territorio per un totale di 4.000 copie/anno.

Gli impianti stampa saranno forniti dall'amministrazione all'inizio del contratto.

Saranno a carico dell'aggiudicatario gli eventuali aggiornamenti dei contenuti, comprese le relative traduzioni, in occasione delle ristampe annuali del materiale;

3. ulteriore materiale informativo promozionale e pubblicitario potrà essere realizzato e/o messo in distribuzione, previa autorizzazione dell'Amministrazione aggiudicante, in dialogo con la Regione Emilia Romagna, il Servizio di Promozione del Territorio e gli operatori turistico – culturali locali.

Al termine dell'affidamento l'Aggiudicatario consegna all'Amministrazione aggiudicante il materiale promozionale non distribuito e rimasto a magazzino.

L'aggiudicatario dovrà inoltre utilizzare il materiale di proprietà comunale presente nel magazzino dell'Amministrazione al momento dell'aggiudicazione dell'appalto.

### **C) Servizi di assistenza al turista:**

1. attività di monitoraggio della disponibilità ricettiva e ricerca disponibilità di strutture alberghiere ed extra alberghiere per le diverse fasce di utenza;
2. ai fini dell'inoltro all'autorità competente gli uffici raccolgono le schede reclami (fac - simile allegato E) del DGR 956/2005) per disservizi inoltrando all'ente competente ed offrono assistenza al turista nella compilazione;
3. assistenza alla promozione della MyFE Card, di altre eventuali card contrattualizzate dall'Amministrazione aggiudicante, e di servizi direttamente organizzati dall'Amministrazione aggiudicante a cui compete l'introito dei relativi incassi, secondo le direttive impartite dall'Amministrazione aggiudicante e senza corresponsione di alcun aggio;
4. vendita di prodotti editoriali per i turisti, nonché, eventualmente, altri prodotti tipici locali, dell'artigianato dell'attività rurale locale nel rispetto della disciplina di settore;
5. assistenza alla prenotazione dell'alloggio nelle strutture ricettive, nonché di altri servizi di interesse turistico, quali escursioni, visite guidate, servizi di trasporto e ristoro o altro, purché nell'ambito regionale.

### **D) Altri servizi:**

nello specifico è richiesto all'Aggiudicatario:

1. di collaborare attivamente, con il Servizio Promozione del Territorio, alla gestione e all'aggiornamento, in lingua italiana e straniera, dei contenuti del sito turistico della redazione locale, correlato ai domini [www.ferraraterraeacqua.it](http://www.ferraraterraeacqua.it), [www.ferrarainfo.com](http://www.ferrarainfo.com), facente parte del sistema informativo regionale per il turista (SITUR), gestita dal Comune di Comacchio, quale capofila dei comuni firmatari, secondo quanto stabilito dalla “Convenzione triennale non onerosa tra il Comune di Comacchio ed i comuni di Ferrara, Lagosanto, Bondeno, Ostellato, Codigoro, Mesola, Argenta, Goro, Fiscaglia, Terre del Reno, Vigarano Mainarda, Portomaggiore, Voghiera, Cento e l'Unione Terre e Fiumi (per i Comuni di Copparo, Riva del Po e Tresignana) per la gestione della redazione locale gestita dal comune di Comacchio, facente parte del sistema informativo regionale per il turista (SITUR) – annualità 2021-2022-2023”. In particolare l'aggiudicatario dovrà curare la raccolta e l'aggiornamento a livello locale delle informazioni di carattere turistico da trasmettere alla redazione locale;

2. la comunicazione mensile all'Amministrazione aggiudicante dei dati relativi al numero di utenti che si sono rivolti agli sportelli di informazione turistica, suddivisi almeno per provenienza, età, genere dell'utenza e tipologia di richiesta (profilazione utente). La scheda contatti dovrà essere elaborata sulla base di quanto previsto nell'Allegato F) del DGR 956/2005. Al fine di semplificare e rendere più tempestive le analisi dei dati sull'utenza e sulle principali richieste, l'Aggiudicatario dovrà definire nella proposta tecnica le modalità di raccolta dei dati, privilegiando l'utilizzo di strumenti informatici per la registrazione ed elaborazione automatica e in tempo reale degli stessi;
3. di fornire annualmente, entro un mese dal termine dell'anno contrattuale di riferimento, una **Relazione annuale a consuntivo dell'attività svolta**, contenente anche i dati di sintesi previsti nell'allegato F) del D.G.R. n. 956/2005 della regione Emilia Romagna (scheda contatti) e un breve report sulle schede pervenute aggregate per tipologia: reclami, osservazioni, valutazioni di gradimento, etc. evidenziando i temi più significativi;
4. di tenere presso gli uffici, a disposizione degli utenti, apposite schede sulle quali possano essere riportati eventuali reclami, osservazioni e/o indicazioni di gradimento relativi ai servizi erogati. Le schede relative ad eventuali reclami segnalati dai turisti dovranno essere tempestivamente trasmesse all'Amministrazione aggiudicante;
5. l'aggiudicatario, dovrà collaborare con l'amministrazione aggiudicante, per iniziative mirate alla valorizzazione delle risorse turistiche e dei progetti turistico culturali. Dovrà essere garantita attività di Informazione e Accoglienza Turistica anche fuori sede, nel centro storico della città, o presso stand fieristici o punti informativi esterni alla sede principale di attività, all'interno del territorio del Comune di Ferrara. Dovranno essere garantite eventuali aperture prolungate di orario o serali, anche con 2 operatori in compresenza, in occasione di particolari eventi cittadini. Dovrà inoltre essere garantita la collaborazione con il Servizio Promozione del Territorio per la creazione di materiali turistico culturali, per iniziative mirate alla valorizzazione delle risorse turistiche e per la partecipazione o promozione di eventi artistici, musicali, culturali, ricreativi e sportivi, **per un monte ore complessivo non superiore alle 200 ore/anno**, a cui si sommano quelle eventualmente offerte in sede di gara. Le attività aggiuntive saranno comunicate con richiesta scritta e gestite da parte del Servizio Promozione del Territorio e rendicontate nella relazione annuale consuntiva dell'attività svolta allo I.A.T.. Anche in occasione delle attività fuori sede, dovrà sempre essere garantita la presenza del personale allo IAT con il numero di operatori stabilito.

### Apertura

L'aggiudicatario dovrà garantire l'apertura al pubblico del servizio per n. 364 giorni all'anno, ovvero 365 in caso di anno bisestile, osservando la chiusura nella sola giornata del 25 dicembre.

L'articolazione del piano orario, definita ad inizio del contratto, ed eventualmente rimodulata periodicamente, sulla base della stagionalità, dal Dirigente del Servizio Promozione del Territorio del Comune di Ferrara, terrà conto dei flussi turistici e prevederà:

- a) orientativamente n. 9 ore di apertura diurna, dalle 9.00 alle 18.00, nei giorni feriali e n. 8 ore di apertura diurna, dalle 9.30 alle 17.30, nei giorni festivi. Gli orari dovranno essere esposti in modo ben visibile dall'esterno e sempre riportati nel materiale informativo dopo l'indirizzo, il numero di telefono e la mail dell'ufficio;
- b) compresenza di almeno 2 operatori al front office per 120 giorni all'anno (circa 4 mesi), corrispondenti ai periodi di maggiore afflusso turistico, definiti in base allo studio dei flussi turistici negli anni precedenti, in accordo con il Servizio di Promozione del Territorio.

### Controlli:

Come previsto dal DGR 956/2005 “Definizione degli standard minimi e degli standard di qualità dei servizi di accoglienza e di informazione turistica – Attuazione art. 14. L.R. 7/98 e art. 21. L.R. 7/03”, l’amministrazione comunale opererà accertamenti e controlli sull’attività svolta dal soggetto gestore dell’“ Ufficio di informazione e accoglienza turistica”.

### **E) Reservation (attività secondaria)**

All’interno dell’ufficio I.A.T. l’aggiudicatario, in quanto abilitato all’esercizio dell’attività di agenzia di viaggio e turismo, esercita l’attività di prenotazione diretta dei servizi turistici e del pernottamento presso le strutture ricettive, limitatamente al turismo in entrata nel territorio della Regione Emilia Romagna, in conformità a quanto previsto dalla L. R. 7/03 e si impegna, in caso di aggiudicazione, ad attivare, entro 30 giorni dall’aggiudicazione, una sede o filiale dell’Agenzia di Viaggio sul territorio della Regione Emilia Romagna.

L’attività di prenotazione deve essere opportunamente segnalata all’esterno dell’edificio nel rispetto degli standard regionali.

L’aggiudicatario si impegna alla massima diffusione e pubblicizzazione delle condizioni di adesione all’attività di reservation, che devono essere improntate a favorire il più esteso coinvolgimento dei soggetti esercenti le strutture ricettive.

Il sistema di prenotazione deve consentire la gestione di molteplici funzioni quali:

- inserimento e successivo aggiornamento dell’anagrafica delle imprese aderenti, completa di tutte le caratteristiche necessarie alla loro descrizione e alla selezione, secondo i più diversi parametri di ricerca;
- inserimento e successivo aggiornamento della disponibilità comunicata dalle strutture ricettive;
- ricerca della disponibilità sulla base dei parametri richiesti dal turista;
- inserimento e successiva variazione delle prenotazioni emesse;
- comunicazione dell’avvenuta prenotazione o variazione di prenotazione;
- gestione delle statistiche di controllo delle attività suddivisa per struttura, classifica, parametri di ricerca, operatore, periodo, data di immissione delle prenotazioni, data di arrivo del cliente, emissione del voucher di prenotazione riportante durata del soggiorno, tipologia, prestazione richiesta, prezzo, modalità di pagamento e note informative utili al cliente o relative alla prenotazione;
- prenotazioni on-line.

L’aggiudicatario attiva un sito internet attraverso il quale garantisce il servizio di e-commerce nel rispetto delle modalità e delle prescrizioni sopra enunciate ed in considerazione delle finalità pubbliche perseguite, ossia la promozione turistica dell’intero sistema territoriale locale ed i principi di imparzialità, trasparenza e correttezza a cui deve uniformarsi.

L’aggiudicatario, nell’intero arco di vigenza contrattuale, si impegna a fare tutto ciò che occorra per mantenere sia i requisiti strutturali che quelli di capacità professionale, necessari per il regolare svolgimento dell’attività di agenzia di viaggio e turismo, condizione essenziale per esercitare l’attività di reservation.

Al fine di massimizzare la propria attività l’aggiudicatario, nell’esercizio del servizio oggetto del presente capitolato, favorisce l’integrazione con la piattaforma di prenotazione regionale “emiliaromagnaturismo” e, più in generale, attiva forme di cooperazione con i soggetti che, a livello regionale, gestiscono i servizi informativi.

**Il complesso delle prestazioni e delle attività relative al presente appalto si intende integrato dalle proposte formalizzate in sede di offerta dall'aggiudicatario, comprese le varianti progettuali eventualmente ammesse, in base a quanto previsto dall'art. 106 del Codice dei contratti pubblici.**

## **ART. 6 – MODELLO ORGANIZZATIVO, PROFILI E REQUISITI RISORSE UMANE**

L'Aggiudicatario, nel rispetto della propria autonomia gestionale, è tenuto a rendere noto all'Amministrazione aggiudicante, il proprio modello organizzativo adottato per l'esecuzione del contratto, evidenziando le soluzioni organizzative prescelte, le risorse umane impiegate, i profili professionali del management specializzato nei vari settori e gli strumenti di autocontrollo. In caso di cambiamenti nel modello organizzativo, l'Aggiudicatario è tenuto a darne tempestiva comunicazione all'Amministrazione aggiudicante, in relazione alle attività di controllo e di verifica di conformità dell'esecuzione dei servizi svolte dalla stessa.

Viene richiesto un adeguato team mix di figure professionali che possano prestare i servizi come descritto all'Art. 5.1. Il gruppo di lavoro dovrà essere coordinato da un referente responsabile (coordinatore) che avrà tra i suoi compiti anche quello di mantenere i collegamenti tecnici e operativi con l'Amministrazione. Le figure professionali del team mix dovranno coprire le diverse competenze richieste dalle attività strategiche ed operative, sia nella gestione della comunicazione sia nella promo-commercializzazione. Per quanto riguarda gli incarichi di front-office e di back-office del personale dello IAT di seguito vengono indicati i requisiti minimi.

Qualora nello IAT vengano impiegati volontari, la loro attività dovrà essere svolta in una logica complementare, aggiuntiva e non sostitutiva rispetto all'impiego di operatori professionali e agli standard di servizio identificati nel presente capitolato.

Per il personale dell'ufficio di accoglienza e informazione turistica I.A.T. l'aggiudicatario deve garantire:

**personale addetto al servizio di front-office e di back office**, nell'orario di apertura al pubblico, articolando le compresenze e le turnazioni sulla base degli orari di apertura di cui al precedente art. 5.2. Resta inteso che deve essere garantita la presenza contemporanea nei periodi di maggiore afflusso, di almeno due addetti plurilingue con ottima conoscenza parlata e scritta della lingua inglese e di almeno una seconda lingua (non sono computabili nel numero minimo di addetti personale in stage o volontari);

### **requisiti del personale:**

1. diploma di maturità e almeno un anno di esperienza, anche non continuativa, in ambito turistico e/o in progetti di comunicazione rivolti al turismo;
2. ottima conoscenza della lingua italiana parlata e scritta;
3. ottima conoscenza di almeno due lingue straniere (inglese obbligatorio, più seconda lingua a scelta);
4. capacità di operare con gli strumenti informatici e telematici più avanzati, conoscere l'uso dei principali browser per la navigazione in internet e l'uso dei motori di ricerca, nonché l'uso della posta elettronica, la gestione delle mailing list e l'invio di newsletter ecc.;
5. ottima conoscenza del territorio di Ferrara (patrimonio storico, artistico, culturale, paesaggistico, artigianale, enogastronomico) e in generale della provincia di Ferrara;
6. competenze di organizzazione generale delle attività di ufficio, accoglienza del turista, gestione dei reclami, contabilità minuta;
7. per il personale è richiesta la partecipazione a corsi di formazione per l'aggiornamento delle conoscenze su nuove risorse o servizi turistici per un minimo di n. 18 ore annue per addetto;

8. per il personale è richiesta la partecipazione ai corsi sulla prevenzione antincendio livello medio e di pronto soccorso sanitario, previsti dalla normativa in vigore.

### **Il personale dovrà possedere:**

1. capacità di ascolto e problem solving;
2. flessibilità;
3. spirito di iniziativa;
4. empatia al turista;
5. puntualità e chiarezza delle risposte;
6. capacità di rassicurazione;
7. prontezza nel reagire agli imprevisti;
8. sintonia verso gli altri operatori.

### **Compiti:**

l'attività di informazione ed accoglienza deve essere sempre orientata :

- ✓ a soddisfare i bisogni degli utenti e concorrere così ad accrescere la reputazione della destinazione o del territorio e l'attività economica delle imprese;
- ✓ alla cortesia e alla disponibilità e all'ascolto delle richieste dell'utente, requisiti fondamentali della relazione;
- ✓ a fornire le informazioni e l'accoglienza con uguaglianza e imparzialità cercando di interpretare al meglio i bisogni dell'utente; eventuali trattamenti differenziati e migliorativi possono essere praticati a fronte di oggettive esigenze ed in relazione agli utenti anziani, portatori di handicap e bambini;
- ✓ a garantire agli utenti un servizio continuo ed affidabile: il servizio di informazione ed accoglienza è sempre garantito negli orari di apertura degli uffici, a meno di cause di forza maggiore o imputabili a terzi e in tali casi il soggetto gestore si impegna a ridurre al minimo i tempi di disservizio;
- ✓ a garantire la partecipazione alla prestazione del servizio da parte dell'utente attraverso una sistematica raccolta di suggerimenti e proposte per migliorarne l'erogazione e mediante il monitoraggio della qualità dei servizi erogati attraverso indagini sulla soddisfazione dell'utente;
- ✓ a rispettare le condizioni di legge per quanto concerne il riconoscimento del dipendente da parte dell'utente nell'esercizio delle proprie attività di ricevimento del pubblico.

### **Il personale dell'ufficio I.A.T. inoltre deve:**

- a) custodire i locali assegnati, vigilando affinché gli utenti e i visitatori non arrechino danni alle strutture, ai beni e alle attrezzature presenti;
- b) comunicare tempestivamente eventuali disfunzioni agli impianti di illuminazione, riscaldamento, sicurezza, telefonici ecc. nonché ogni eventuale situazione di pericolo o anomala o sospetta che possa, in qualsiasi modo, risultare di pregiudizio all'incolumità dei visitatori, degli operatori della struttura e/o dei beni e delle attrezzature;
- c) osservare tutti gli accorgimenti per garantire la massima economicità del servizio, l'uso corretto delle attrezzature, degli arredi e dei materiali, nonché la sicurezza e l'ordine degli ambienti in cui si svolge l'attività;
- d) adeguare gli strumenti e le modalità di erogazione delle informazioni alle linee di comunicazione che verranno nel tempo definite;
- e) effettuare il controllo dei siti web al fine di reperire informazioni utili allo svolgimento dell'attività;
- f) collaborare con il Servizio Promozione del Territorio, alla gestione dei canali social legati all'Ufficio IAT;

- g) mantenere il segreto professionale e d'ufficio su fatti e/o circostanze concernenti l'organizzazione e l'andamento del servizio, nonché riguardanti la privacy degli utenti, di cui siano venuti a conoscenza durante l'espletamento del servizio, nel rispetto di quanto previsto dal GDPR (General Data Protection Regulation) approvato con Regolamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 e applicabile a decorrere dal 25 maggio 2018.
- h) uniformarsi alle disposizioni emanate dall'Amministrazione aggiudicante.

**Per tutto il personale** impiegato, l'aggiudicatario dovrà:

1. applicare ed osservare, per i propri dipendenti, le disposizioni legislative ed i vigenti specifici contratti di lavoro che disciplinano lo stato giuridico, il trattamento economico, l'orario di lavoro ed il trattamento previdenziale ed assicurativo dei lavoratori di tale categoria e settore; pertanto il Comune di Ferrara non si assume responsabilità di alcun genere per quanto attiene i rapporti di lavoro fra l'aggiudicatario e i prestatori d'opera;
2. garantire la stabilità del personale impiegato, limitando il turnover al minimo indispensabile al fine di assicurare efficienza e standard qualitativi costanti del servizio;
3. impiegare personale che osservi comportamenti corretti e cortesi nei confronti dell'utenza, che osservi il segreto d'ufficio, il dovere di riservatezza e il diritto all'anonimato degli utenti e che rispetti gli orari di lavoro;
4. provvedere ad effettuare tempestivamente la sostituzione del personale assente o del personale per cui si dovessero rilevare situazioni di incompatibilità ambientale, con altro in possesso dei medesimi requisiti professionali, dandone tempestiva comunicazione al Dirigente del Servizio promozione del Territorio. Spetterà al Comune di Ferrara, nella figura del Dirigente del Servizio Promozione del Territorio, a proprio insindacabile giudizio, chiedere la sostituzione delle persone ritenute non idonee, qualora non osservino un comportamento corretto e cortese, vengano meno al dovere dell'imparzialità dell'informazione e/o non offrano sufficienti garanzie di riservatezza. L'aggiudicatario dovrà provvedere alla sostituzione delle persone non idonee entro e non oltre 5 (cinque) giorni dal ricevimento della comunicazione;
5. assumere in proprio ogni responsabilità in caso di danni eventualmente arrecati dal personale a persone e a cose, sia del Comune di Ferrara che di terzi, in dipendenza di colpa o negligenza nell'esecuzione delle prestazioni stabilite.

## **ART. 7 - COSTO DELLA MANODOPERA DEI SERVIZI OGGETTO DEL PRESENTE APPALTO**

Per tutto il personale impiegato nei servizi, oggetto del presente appalto, nel caso di richiesta di spiegazioni ai sensi dell'articolo 97 del dlgs 50/2016, i costi relativi al personale impiegato saranno oggetto di raffronto sulla base delle tabelle predisposte dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali per il Comparto Servizi Integrati/Multiservizi risalenti al 2013, che stabiliscono il costo medio orario del lavoro nella provincia di Ferrara per addetto come segue:

- impiegato esecutivo - 2° livello € 15,92;
- impiegato esecutivo - 3° livello € 16,71;
- impiegato d'ordine - 4° livello € 17,57;
- impiegato di concetto - 5° livello € 18,55.

**Monte ore annuale stimato, per la sola manodopera:**

- ✓ per il servizio di comunicazione, promozione e commercializzazione circa 3.520 ore/anno, per un totale pari ad Euro 65.296,00 per anno;

✓ per il solo servizio di informazione ed accoglienza dell'ufficio I.A.T. è stato stimato in circa 4168 ore/anno, per un totale pari ad Euro 77.316,40 per anno.

Calcolo dei costi per la determinazione del valore a base d'asta: costo della manodopera di circa Euro 143.000,00 per anno.

## **ART. 8- LUOGHI DI SVOLGIMENTO DEI SERVIZI**

Il **servizio di comunicazione, promozione turistica e commercializzazione**, oggetto del presente appalto, dovrà svolgersi in una sede individuata e allestita dall'aggiudicatario (locazione, utenze, arredi, attrezzature e qualsiasi altro onere necessario per il suo funzionamento) nel territorio del Comune di Ferrara, possibilmente in zona centrale, con costi totalmente a carico dell'Aggiudicatario.

Il **servizio di informazione e accoglienza turistica**, oggetto del presente appalto, si svolgerà presso i locali situato all'interno del Castello Estense, via Largo Castello n.1.

I locali sono completi di arredi e attrezzature informatiche, per i quali verrà redatto apposito verbale prima dell'avvio delle attività di gestione del servizio. Detto verbale sarà debitamente aggiornato in occasione di eventuale integrazione di arredi, apparecchiature e strumenti. Si procederà analogamente in caso di variazione della collocazione logistica dell'ufficio o del cambio della sua sede. All'aggiudicatario saranno consegnate le chiavi di accesso ai locali. Competono al Comune di Ferrara la manutenzione ordinaria dei locali, la pulizia dei locali e il mantenimento a proprio carico delle utenze di acqua, riscaldamento, luce e telefono, fatto salvo l'accertamento da parte del Comune di uso improprio di tali utenze.

Il Comune di Ferrara si riserva, a sua discrezione, la facoltà di cambiare, nel corso dell'appalto, la sede dell'ufficio IAT.

Per quanto riguarda l'attività di Reservation prevista all'interno dell'ufficio I.A.T., si chiede l'impegno dei partecipanti, in caso di aggiudicazione, ad attivare, entro 30 giorni dall'aggiudicazione, una sede o filiale dell'Agenzia di Viaggio sul territorio della Regione Emilia Romagna, come previsto dalla Legge regionale 7/2003 e ss.mm.ii al suo art. 6 comma 1.

## **ART. 9 – ATTIVITÀ COMMERCIALE I.A.T.**

Al fine di consentire una maggiore sostenibilità economico-finanziaria della gestione del servizio pubblico di informazione e accoglienza turistica, l'Aggiudicatario può svolgere, assumendone ogni onere di carattere amministrativo, commerciale e fiscale, all'interno dell'ufficio I.A.T., una propria marginale attività di vendita di prodotti o servizi funzionali alla fruizione turistica del territorio (gestione bookshop, vendita di prodotti editoriali, guide turistiche, vendita biglietti, merchandising volto alla promozione culturale del territorio e delle sue eccellenze, ecc), previo nulla osta dell'Amministrazione aggiudicante.

I relativi proventi restano di esclusiva proprietà dell'Aggiudicatario.

L'Aggiudicatario ha l'obbligo di presentare annualmente all'Amministrazione aggiudicante la rendicontazione degli incassi relativi all'attività commerciale, entro la fine del primo mese dell'annualità successiva a quella contrattuale.

## **ART. 10 – ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE**

I proventi derivanti dalla commercializzazione di prodotti e servizi turistici come previsti all'art. 5.1, rimangono di proprietà dell'Aggiudicatario e, in accordo con l'amministrazione aggiudicante, verranno reinvestiti in attività utili alla promozione del territorio.

L'Aggiudicatario ha l'obbligo di presentare annualmente all'Amministrazione aggiudicante la rendicontazione degli incassi relativi all'attività di commercializzazione di prodotti e servizi turistici, entro la fine del primo mese dell'annualità successiva a quella contrattuale.

## **Art. 11 – GESTIONE DEI SERVIZI, CONTROLLI E INTERAZIONI ORGANIZZATIVE**

### **11.1 Recapiti**

Prima dell'avvio dell'appalto, l'aggiudicatario individua un recapito organizzativo presso il quale attiva un collegamento telefonico, di posta elettronica e PEC.

Presso il suddetto recapito sono indirizzate le comunicazioni e le richieste di informazioni o interventi che l'Ente intenda far pervenire all'aggiudicatario, salva diversa soluzione operativa prospettata dallo stesso in termini di migliore funzionalità e medesima garanzia.

### **11.2 Controllo di gestione**

L'aggiudicatario si impegna ad attivare un **Sistema di Controllo di gestione** sullo svolgimento e sulla qualità dei servizi offerti, che comprenda il monitoraggio, la misurazione e la verifica delle prestazioni delle azioni messe in campo rispetto ai piani operativi e a quanto richiesto dal capitolato prestazionale, al fine di identificare tempestivamente eventuali scostamenti e di attuare, ove necessario e possibile, immediate azioni correttive. L'aggiudicatario dovrà definire una serie di indicatori oggettivi, **da esplicitare in sede di gara**, in grado di consentire la misurazione dei risultati conseguiti. I risultati di detto controllo vengono inviati con cadenza semestrale al Servizio Promozione del Territorio dell'Ente, entro un mese dal termine del semestre contrattuale di riferimento.

### **11.3 Gestione delle segnalazioni - Reclami**

L'aggiudicatario predispone un sistema per la gestione delle segnalazioni e dei reclami con riferimento ai turisti fruitori dei servizi, agli operatori economici del territorio e ai tour operator con i quali l'aggiudicatario attiverà rapporti commerciali.

L'aggiudicatario assicura la ricezione delle segnalazioni e dei reclami presentati mediante un sistema di monitoraggio e di elaborazione, finalizzato a garantire risposta immediata per l'assistenza.

L'aggiudicatario riporta tutte le informazioni relative a segnalazioni e reclami, nonché agli interventi di assistenza in risposta agli stessi in un rapporto annuale per il referente organizzativo dell'Ente.

L'Ente, qualora riceva segnalazioni o reclami in ordine al servizio oggetto del presente appalto, inoltra le informazioni essenziali all'aggiudicatario, per gli interventi di assistenza e di risposta.

### **11.4 Rilevazione della qualità percepita e azioni migliorative**

L'aggiudicatario dovrà attivare un processo di rilevazione della qualità percepita in relazione ai servizi oggetto di appalto, inviando all'Ente annualmente, entro il primo mese dell'anno successivo a quello di riferimento, gli esiti delle rilevazioni con individuazione delle azioni migliorative concretamente approntate.

### **11.5 Clausole ambientali**

L'Aggiudicatario si impegna ad assicurare una corretta gestione delle sostanze pericolose e dello smaltimento dei rifiuti derivanti nel rispetto degli obblighi di legge e si impegna altresì a garantire una corretta gestione e conservazione dei prodotti/sostanze pericolose. Si impegna inoltre a favorire l'utilizzo di prodotti/sostanze non pericolose, a basso impatto sull'ambiente, e a ridurre al minimo indispensabile l'utilizzo di prodotti/sostanze pericolose.

In caso di acquisti di forniture, per i quali sono stati adottati con Decreto del Ministero dell'ambiente i criteri minimi ambientali, il soggetto è tenuto ad inserire nella documentazione le specifiche tecniche e le clausole ivi previste. Per le categorie merceologiche dei CAM in vigore consultare la pagina web dedicata agli Acquisti Verdi del Ministero dell'Ambiente al seguente indirizzo internet: <http://www.minambiente.it/pagina/gpp-acquisti-verdi>.

### **11.6 Rapporti dell'Amministrazione con l'aggiudicatario**

L'Amministrazione Comunale sarà rappresentata dal Dirigente del Servizio Promozione del Territorio del Comune di Ferrara, Responsabile del Procedimento ai sensi del D.lgs. 50/2016.

L'Amministrazione Comunale provvederà a nominare, prima dell'inizio dell'esecuzione del contratto, un direttore dell'esecuzione del contratto e un referente operativo, nel rispetto di quanto stabilito dal D.lgs. 50/2016 e s.m.i. e dalle Linee-guida Anac.

### **11.7 Rapporti dell'aggiudicatario con l'Amministrazione**

L'aggiudicatario individua un referente che risponda dei rapporti contrattuali fra esecutore ed Ente e che rappresenti per l'Ente la figura di costante riferimento per tutto quanto attiene l'organizzazione del servizio.

## **Art.12 INTERAZIONI ORGANIZZATIVE CORRELATE ALL'ESECUZIONE DELL'APPALTO**

L'Ente mantiene le funzioni di indirizzo e coordinamento in relazione al presente appalto per assicurare unitarietà e qualità degli interventi anche con riferimento ai rapporti con altre Amministrazioni pubbliche in relazione ai profili programmatori connessi all'appalto.

Ferma restando la piena autonomia organizzativa e di programmazione del soggetto gestore in ordine alle attività ricomprese nel presente contratto, si individua, quale elemento di garanzia per il corretto svolgimento delle azioni dei servizi, l'istituzione di una **Cabina di regia**, composta dall'assessore con delega al turismo, da funzionari dell'Amministrazione Comunale competenti nelle materie oggetto del presente contratto, e da referenti dell'aggiudicatario, con il compito di delineare le linee strategiche e gli obiettivi annuali.

L'Ente si impegna altresì ad una continua collaborazione con il referente responsabile individuato dall'aggiudicatario, al fine di un ottimale svolgimento delle attività.

L'aggiudicatario è comunque tenuto al rispetto del capitolato tecnico-organizzativo per la gestione delle attività inerenti al presente appalto stabilito dall'Ente e specificato nel protocollo operativo di seguito illustrato:

<b>Soggetto produttore</b>	<b>Attività</b>	<b>Cadenza e interazione organizzativa</b>	<b>Soggetto controllore</b>
aggiudicatario	Piano operativo promozionale annuale	Annuale - Condivisione delle singole attività e proposta definitiva all'Ente ai fini dell'approvazione - entro il 10° mese dell'anno precedente a quello contrattuale di riferimento. Per il primo anno contrattuale la proposta dovrà pervenire entro 30gg. dall'inizio dell'esecuzione del contratto	Ente e cabina di regia
aggiudicatario	Relazione annuale a consuntivo dei risultati del Piano Operativo Annuale (compresi	Annuale - entro 1 mese dalla fine dell'anno contrattuale di riferimento	Ente

	risultati di integrazione e aggregazione e risultati di promo-commercializzazione)		
aggiudicatario	Report del Controllo di gestione	Semestrale - entro 1 mese dalla fine del semestre contrattuale di riferimento	Ente
aggiudicatario	Statistica degli accessi allo IAT con profilazione utente	Mensile - entro 10 giorni dalla fine del mese di riferimento	Ente
aggiudicatario	Relazione annuale a consuntivo dell'attività svolta presso l'ufficio I.A.T.	Annuale - entro 1 mese dalla fine dell'anno contrattuale di riferimento	Ente

Lo svolgimento delle interazioni organizzative ed operative nel rispetto di quanto stabilito al precedente comma è finalizzato ad ottimizzare le relazioni tra aggiudicatario ed Ente in ordine alla gestione delle attività principali e complementari oggetto del presente appalto.

In relazione alle interazioni organizzative necessarie per assicurare la corretta esecuzione del contratto relativo al presente appalto, l'Ente individua, quale referente organizzativo, il Direttore dell'esecuzione del contratto, nominato ai sensi dell'art. 31 del Codice dei contratti pubblici.

#### **Art. 13 – OBBLIGHI DI RISERVATEZZA – TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

L'aggiudicatario avrà l'obbligo di mantenere riservati i dati e le informazioni di cui venga in possesso, di non divulgarli in alcun modo e di non farne oggetto di utilizzazione a qualsiasi titolo per scopi diversi da quelli strettamente necessari all'esecuzione del presente contratto.

L'aggiudicatario s'impegna a far sì che nel trattare dati, informazioni, e conoscenze dell'Ente e/o di terzi di cui venga eventualmente in possesso, vengano adottate le necessarie ed idonee misure di sicurezza e impiegate modalità di trattamento che non compromettano in alcun modo il carattere della riservatezza ed arrechino danno.

Le informazioni, i dati e le conoscenze riservate non potranno essere copiate o riprodotte in tutto o in parte dall'aggiudicatario se non per esigenze operative strettamente connesse allo svolgimento delle attività di cui al presente appalto.

In ogni caso si precisa che tutti gli obblighi in materia di riservatezza verranno rispettati anche in caso di cessazione del rapporto contrattuale.

L'aggiudicatario sarà responsabile per l'esatta osservanza da parte di propri dipendenti e consulenti degli obblighi di riservatezza anzidetti.

Le parti s'impegnano altresì a trattare eventuali dati personali e sensibili nel rispetto della normativa vigente in materia, in particolare del GDPR (General Data Protection Regulation) approvato con Regolamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 e applicabile a decorrere dal 25 maggio 2018.

#### **Art. 14 – OBBLIGHI DELL'AGGIUDICATARIO**

1. L'Aggiudicatario è responsabile della piena osservanza delle condizioni di cui al presente Capitolato e della corretta esecuzione delle disposizioni impartite dal Committente.

2. L'Aggiudicatario deve garantire l'esecuzione dei servizi richiesti e di tutte le prestazioni accessorie che si rendessero necessarie per lo svolgimento dei servizi appaltati.

3. L'Aggiudicatario si impegna ad ottemperare a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro, ivi comprese quelle in tema di igiene e sicurezza, previdenza e disciplina infortunistica, assumendo a proprio carico tutti gli oneri relativi. E' inoltre obbligato a far osservare al personale le norme antinfortunistiche e a dotarlo di quanto necessario per la prevenzione degli infortuni, in conformità alle norme vigenti o a quelle che dovessero successivamente intervenire.

4. Nell'esecuzione dei servizi oggetto dell'appalto, l'aggiudicatario è obbligato ad applicare, nei confronti dei propri dipendenti, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro applicabili, alla data di inizio esecuzione del presente appalto, alla categoria nella provincia di Ferrara, nonché le condizioni risultanti da successive modifiche e integrazioni e, in genere, da ogni altro contratto collettivo successivamente stipulato per la categoria e applicabile nella località. L'obbligo suddetto sussiste anche se il contraente non sia aderente alle associazioni di categoria stipulanti, ovvero se receda da esse, e permane anche dopo la scadenza dei contratti collettivi, fino al loro rinnovo. I diritti e le garanzie a tutela del lavoro devono in ogni caso essere garantiti ad ogni prestatore d'opera a qualunque titolo associato all'impresa contraente. L'Aggiudicatario si obbliga a dimostrare, a qualsiasi richiesta del Committente, l'adempimento di tutte le disposizioni relative alle assicurazioni sociali, derivanti da leggi e contratti collettivi di lavoro, che prevedano il pagamento di contributi da parte dei datori di lavoro a favore dei propri dipendenti. Ai fini di cui sopra l'Amministrazione acquisirà, ex art. 16 bis della L. 2/2009 il DURC attestante la posizione contributiva e previdenziale dell'Aggiudicatario nei confronti dei propri dipendenti. In caso di inadempienza contributiva risultante dal documento unico di regolarità contributiva e in caso di ritardo nel pagamento delle retribuzioni dovute al personale dipendente impiegato nell'esecuzione del contratto, il Committente darà applicazione a quanto prescritto dall'art. 30 del D.lgs 50/2016.

## **Art. 15 – MODIFICHE IN CORSO DI ESECUZIONE DEL CONTRATTO**

Nessuna variazione al contratto può essere introdotta dall'Aggiudicatario, se non è autorizzata dal responsabile del procedimento o dal responsabile dell'esecuzione. Le modifiche non preventivamente autorizzate non danno titolo a pagamenti o rimborsi di sorta.

Il Committente può richiedere variazioni al contratto, senza una nuova procedura di affidamento, in tutti i casi previsti dell'art. 106 del D.lgs. 50/2016, fermo restando quanto previsto dall'art. 106 comma 12 del D.lgs 50/2016 in merito al possibile aumento o diminuzione delle prestazioni fino a concorrenza del quinto dell'importo del contratto.

L'Ente si riserva inoltre la possibilità di affidare all'aggiudicatario, con le modalità previste dall'art. 106 c.1 lett. A) del D.Lgs 50/2016 e s.m.i., eventuali ulteriori incarichi legati a finanziamenti derivanti da progetti a dimensione europea, nazionale o regionale qualora disponibili, per la realizzazione di attività di comunicazione e promo-commercializzazione aggiuntive, pari a complessivi € 750.000 (IVA esclusa) per i tre anni contrattuali. La richiesta per l'espletamento dell'incarico sarà comunicata all'aggiudicatario per iscritto tramite PEC dal RUP; l'aggiudicatario potrà produrre la propria proposta progettuale ed economica entro il termine che sarà indicato dalla richiesta; l'offerta sarà esaminata dal RUP, che potrà richiedere eventuali modifiche o integrazioni, alle quali l'aggiudicatario dovrà prontamente provvedere; la proposta definitiva sarà approvata dall'amministrazione, con atto del Dirigente, entro 30 giorni dalla consegna.

Infine, l'Aggiudicatario ha l'obbligo di eseguire tutte quelle variazioni di carattere non sostanziale che siano ritenute opportune dal Committente e che il responsabile del procedimento e/o il responsabile dell'esecuzione abbiano ordinato, a condizione che non mutino sostanzialmente la natura delle attività oggetto del contratto e non comportino a carico dell'esecutore maggiori oneri.

## **Art. 16 – VERIFICHE IN ORDINE ALL'ESECUZIONE DEL CONTRATTO**

Il Responsabile del Procedimento, per il tramite delle persone da esso delegate, controlla che i servizi, oggetto del presente Capitolato, vengano svolti con la massima cura e diligenza.

Le attività di verifica di conformità dei servizi sono dirette a certificare che le prestazioni contrattuali siano state eseguite a regola d'arte sotto il profilo tecnico e funzionale, in conformità e nel rispetto delle condizioni, modalità, termini e prescrizioni del contratto, nonché nel rispetto delle eventuali leggi di settore.

I controlli sono effettuati sul rispetto degli assetti organizzativi del servizio e delle prestazioni oggetto dell'appalto, tenuto conto delle integrazioni formalizzate in sede di gara e delle attività migliorative ulteriori eventualmente offerte.

I controlli vengono effettuati e i risultati controllati anche tramite l'acquisizione e la gestione delle informazioni trasmesse con i report di cui all'art. 12 del presente capitolato.

Nel caso in cui vengano riscontrati difetti o mancanze riguardo all'esecuzione, il Committente assegnerà all'aggiudicatario un termine per adempiere alle prescrizioni impartite allo scopo di garantire la buona esecuzione delle prestazioni contrattuali.

In ogni caso il Committente provvederà a porre in essere tutti gli ulteriori controlli previsti dalla legge in merito al rispetto da parte dell'Aggiudicatario degli obblighi scaturenti dal rapporto contrattuale.

Sulla base delle verifiche di cui al presente articolo vengono avviate le eventuali contestazioni di cui al successivo art.19.

## **Art. 17 – MODALITA' DI PAGAMENTO**

Le condizioni economiche in base alle quali è aggiudicato l'appalto rimarranno ferme per l'intera durata contrattuale secondo quanto stabilito all'atto dell'aggiudicazione, senza che l'Aggiudicatario abbia nulla di ulteriore a pretendere per qualsiasi ragione o titolo.

Il pagamento dei corrispettivi avverrà con cadenza bimestrale nella misura di due dodicesimi dell'importo annuale complessivo.

A tal fine, entro il mese successivo a quello cui le prestazioni si riferiscono, l'Aggiudicatario dovrà inviare all'Amministrazione regolare fattura elettronica, così come previsto dalla normativa vigente, relativa al servizio prestato.

L'Ente provvederà d'ufficio, periodicamente e prima della liquidazione delle fatture, all'acquisizione del Documento Unico di Regolarità Contributiva (DURC) della ditta, ai sensi del comma 10, dell'art. 16 bis, del D.L. 20/11/2008 n. 185. Qualora tale documento risulti regolare ed in assenza di contestazioni ed addebiti inerenti il servizio prestato, l'Ente procederà al pagamento delle relative fatture entro il termine previsto dalla normativa vigente.

L'ente provvederà periodicamente a richiedere all'aggiudicatario ai sensi della circolare n. 1/E dell'Agenzia delle Entrate, la trasmissione della dichiarazione sostitutiva (redatta ai sensi del DPR 445/2000), attestante la sussistenza dei requisiti previsti dall'art. 17-BIS, comma 5, del D.Lgs. 9 luglio 1997. Nr. 241 (certificazione di regolarità fiscale, c.d. DURF), tesa a verificare che l'aggiudicatario abbia effettivamente assolto all'obbligo di pagamento allo Stato delle ritenute effettuate ai lavoratori direttamente impiegati nell'esecuzione del servizio.

Con il corrispettivo pattuito l'aggiudicatario si intenderà compensato di qualsiasi avere connesso o conseguente al servizio svolto.

## **Art. 18– OBBLIGHI DI TRACCIABILITA' DEI FLUSSI FINANZIARI**

L'Aggiudicatario assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari previsti dalla legge n. 136/2010 e successive modifiche e integrazioni.

L'aggiudicatario si obbliga ad utilizzare, ai fini dei pagamenti relativi al contratto, un conto corrente bancario o postale, acceso presso banche o presso Poste Italiane S.p.A., dedicati anche in via non esclusiva alle commesse pubbliche, del quale dovrà dichiarare gli estremi identificativi. Ai fini della tracciabilità dei flussi finanziari, gli strumenti di pagamento dovranno riportare il codice identificativo gara (CIG).

Il mancato rispetto degli obblighi citati nel presente articolo costituisce causa di risoluzione del contratto.

## **Art. 19 – CONTESTAZIONI - PENALITA'**

Ove il Committente riscontrasse inadempienze degli obblighi assunti ovvero violazioni delle disposizioni contenute nel presente Capitolato, provvederà alla formale contestazione per iscritto (diffida) con descrizione analitica e motivata delle contestazioni e con invito a conformarsi immediatamente alle prescrizioni violate, mediante PEC, indirizzata al legale rappresentante dell'Aggiudicatario. In ogni caso, le comunicazioni e le eventuali contestazioni di inadempienza relative al servizio fatte dal Committente al legale rappresentante, si intendono come presentate direttamente all'Aggiudicatario. L'Aggiudicatario potrà far pervenire le proprie controdeduzioni entro e non oltre cinque giorni dalla data di ricevimento della contestazione o comunque entro il termine stabilito nella diffida.

Ove ad insindacabile giudizio del Committente le controdeduzioni di cui al capoverso precedente risultassero irrilevanti o non pervenissero entro i termini sopra indicati, nei confronti dell'Aggiudicatario saranno applicate le seguenti penalità:

- per mancata esecuzione totale o parziale della prestazione o per inadempienze diverse, quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, modifiche non concordate delle prestazioni, spostamento di orari, mancate comunicazioni, ritardo nella consegna delle relazioni a consuntivo di cui all'art.12, comportamento irriverente nei confronti del pubblico: da euro 500,00 (euro cinquecento) a euro 1.000,00 (euro mille) in proporzione all'entità dell'inadempienza;
- in caso di ritardata esecuzione di tutta o parte delle prestazioni per causa non dipendente da forza maggiore, o ritardo nella consegna del "piano operativo promozionale annuale", verrà applicata una penale pari allo 0,5 per mille (art. 113-bis, comma 2, D.Lgs. n. 50/2016) del valore totale dell'appalto a base di gara per ogni giorno lavorativo di ritardo maturato; nel caso in cui il ritardo dovesse superare i 30 (trenta) giorni il committente si riserva il diritto di risolvere il contratto per inadempimento;
- in caso di mancata realizzazione delle azioni aggiuntive relative ai progetti di comunicazione dedicati ai calendari annuali degli eventi della città e del territorio (art. 5.1, lett. A, punto 2) eventualmente offerte in sede di gara: da euro 2.000,00 (euro duemila) a euro 10.000,00 (euro diecimila) in proporzione all'entità dell'inadempienza;

Il Direttore dell'esecuzione segnala l'inadempimento al Responsabile Unico del Procedimento che, previa contestazione, procede all'applicazione della penale.

La contabilizzazione delle penali e il relativo scomputo dal corrispettivo dovuto all'aggiudicatario avverrà in occasione della prima fattura ammessa al pagamento, immediatamente successiva al

verificarsi dell'episodio sanzionato. Qualora ciò non sia possibile, il pagamento della penale avviene mediante escussione di pari importo sulla cauzione prestata.

Fermo restando quanto previsto nel successivo articolo per le ipotesi di risoluzione del contratto, in caso di mancata esecuzione, totale o parziale, della prestazione delle attività comprese nell'appalto, oppure quando l'esecuzione risulti, a seguito di verifica, non rispondente ai requisiti pattuiti, il Committente si riserva la facoltà di procedere, a spese dell'Aggiudicatario, all'esecuzione d'ufficio, totale o parziale, allo scopo di assicurare la piena funzionalità degli spazi presso i quali i servizi vengono prestati, senza necessità di particolari formalità o procedure.

Resta comunque fermo e impregiudicato in capo al Committente, ai sensi dell'art. 1382 cod. civ., il diritto di agire per ottenere il risarcimento degli ulteriori danni derivanti da inadempienze dell'Aggiudicatario.

Gli importi addebitati a titolo di penale e per le spese relative all'esecuzione in danno, verranno trattenuti direttamente sull'importo del corrispettivo relativo al periodo durante il quale è avvenuto l'inadempimento ovvero verranno incamerati con detrazione dal deposito cauzionale costituito a garanzia dell'esatto adempimento del contratto. Il Committente si riserva in ogni caso tutte le azioni a tutela dei propri interessi anche attraverso l'immediata esecuzione della polizza fideiussoria, con obbligo da parte dell'Aggiudicatario di provvedere al relativo reintegro.

## **Art. 20 – SCIOPERI O INTERRUZIONI DEL SERVIZIO PER CAUSE DI FORZA MAGGIORE**

In caso di sciopero dei propri dipendenti o di eventi eccezionali che possano interrompere o influire in modo sostanziale sulla normale esecuzione del contratto, l'aggiudicatario sarà tenuto a darne tempestiva comunicazione scritta al Comune di Ferrara ai sensi della normativa vigente, precisandone le ragioni e la durata e dando preciso conto delle misure adottate per contenere i disagi all'utenza.

L'interruzione del servizio per cause di forza maggiore non darà luogo a responsabilità alcuna per entrambe le parti. Per forza maggiore si intende qualunque fatto eccezionale, imprevedibile e al di fuori del controllo delle parti, che le stesse non possano evitare.

## **Art. 21 – SOSPENSIONE, RISOLUZIONE E RECESSO**

Si applicano, per quanto compatibili, le disposizioni di cui all'art. 107 del D.lgs. 50/2016 relative ai casi di sospensione del contratto.

Sono causa di risoluzione del contratto, per quanto compatibili, i motivi individuati dall'art. 108 del D.lgs. 50/2016.

In particolare, in tutti i casi di grave inadempimento alle obbligazioni contrattuali da parte dell'Aggiudicatario, il contratto può essere risolto, ai sensi e secondo la procedura prevista dal comma 3 dell'art. 108 del D.lgs n. 50/2016.

Inoltre, l'Amministrazione si riserva la facoltà di risolvere il contratto nei seguenti casi:

- ritardo prolungato e/o reiterato o mancata effettuazione dello svolgimento della prestazione;
- ripetuta dimostrazione di incapacità ad assolvere i servizi ad un livello di qualità giudicato sufficiente dall'Amministrazione Comunale;
- in caso di danni provocati con dolo o colpa grave dell'Aggiudicatario o di suoi dipendenti, che comportino un danno di immagine per l'Amministrazione;
- altri casi espressamente indicati nel presente Capitolato.

In tutti i casi di risoluzione, l'aggiudicatario ha diritto soltanto al pagamento dei servizi regolarmente eseguiti, decurtato dagli oneri aggiuntivi derivanti dallo scioglimento del contratto, fatto salvo quanto disposto dall'art. 108 comma 8 del D.lgs. 50/2016.

Ai sensi dell'art. 109 del D.lgs. 50/2016, il Committente può recedere dal contratto in qualunque tempo previo il pagamento delle prestazioni relative ai servizi eseguiti e dell'importo a titolo di indennizzo calcolato come previsto dal medesimo art. 109.

## **Art. 22 – CESSIONE DEL CONTRATTO, CESSIONE DEI CREDITI E SUB APPALTO**

E' vietata la cessione del contratto a pena di nullità.

Fermo il divieto di cedere il contratto, non sono considerate cessioni ai fini del presente appalto le modifiche di sola denominazione sociale o di ragione sociale o i cambiamenti di sede, purché il nuovo soggetto venga espressamente indicato subentrante nel contratto in essere con il Comune.

Per quanto riguarda la cessione dei crediti derivanti dal contratto si applica l'art. 106 comma 13 del D.lgs. 50/2016.

Tenuto conto della natura e della complessità derivante dal rapporto diretto con il pubblico, con le realtà delle imprese sociali, della cultura, della formazione, della scuola, e degli operatori turistici del territorio, delle prestazioni richieste dal presente appalto, l'amministrazione ritiene che la gestione dello I.A.T. e del servizio di comunicazione e promozione turistica debbano essere eseguiti a cura dell'aggiudicatario, in quanto oggetto di rapporto fiduciario derivante da offerta economicamente più vantaggiosa.

## **Art. 23 – PROCEDURE DI AFFIDAMENTO IN CASO DI FALLIMENTO DELL'ESECUTORE O DI RISOLUZIONE DEL CONTRATTO**

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 110 del D.lgs. 50/2016, il Committente, in caso di fallimento dell'Aggiudicatario o di liquidazione coatta o concordato preventivo dello stesso, ovvero procedura di insolvenza concorsuale o liquidazione dell'aggiudicatario, o di risoluzione del contratto ai sensi dell'art. 108 del D.lgs. 50/2016 ovvero di recesso ai sensi dell'art. 88 comma 4 ter del D.lgs. 159/2011, ovvero in caso di dichiarazione giudiziale di inefficacia del contratto, interpella progressivamente i soggetti che hanno partecipato all'originaria procedura di gara, risultanti dalla relativa graduatoria, al fine di stipulare un nuovo contratto per l'affidamento del completamento del servizio.

## **Art. 24 – STIPULAZIONE DEL CONTRATTO – GARANZIE, COPERTURE ASSICURATIVA – SPESE CONTRATTUALI**

Con l'Aggiudicatario si procederà alla stipula del contratto con atto pubblico in forma amministrativa, con firma digitale. Al fine di procedere alla stipulazione del contratto di appalto, l'Aggiudicatario dovrà prestare, nei modi previsti dalla vigente normativa, una **cauzione definitiva**, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 103 del D.lgs. n. 50/2016, che verrà depositata o costituita mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa, a norma di legge, e resterà vincolata a favore dell'Amministrazione fino al termine del periodo contrattuale. Tale cauzione, che verrà resa solo al termine del contratto, è prestata a garanzia di ogni adempimento dell'Aggiudicatario assunto con la sottoscrizione del contratto, con facoltà di rivalsa del Committente per ogni e qualsiasi inadempimento contrattuale, nonché per danni di qualsiasi natura provocati per effetto della prestazione.

La fideiussione bancaria o la polizza assicurativa costituente cauzione definitiva, dovrà prevedere espressamente la rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore

principale, la rinuncia all'eccezione di cui all'art. 1957 comma 2 del Codice Civile, nonché la sua operatività entro quindici giorni a semplice richiesta scritta dell'Amministrazione. La mancata costituzione della garanzia determina la decadenza dell'affidamento e l'acquisizione della cauzione provvisoria di cui all'art. 93 del D.lgs. 50/2016, presentata in sede di offerta, da parte del Committente che procederà ad aggiudicare l'appalto al concorrente che segue nella graduatoria.

Ove non esistano contestazioni formali fra le parti, la cauzione definitiva prestata sarà svincolata alla conclusione del rapporto dopo la verifica della regolare esecuzione del servizio. Nel caso in cui il deposito cauzionale subisca riduzioni a seguito di incameramento parziale di somme da parte dell'Amministrazione, l'aggiudicatario deve provvedere al reintegro entro quindici giorni.

Durante il periodo di affidamento del servizio, l'Aggiudicatario è direttamente responsabile di tutti i danni di qualsiasi natura, diretti e indiretti, arrecati a persone, cose, opere e materiali, sia dell'Amministrazione che di terzi, in dipendenza di manchevolezze o trascuratezze commesse durante l'esecuzione della prestazione contrattuale. A tale scopo l'aggiudicatario deve stipulare e consegnarne copia all'Amministrazione, almeno dieci giorni prima della data stabilita per l'esecuzione del servizio, adeguata polizza assicurativa a beneficio dell'Amministrazione per le coperture di responsabilità civile e operatori (RCT/RCO) a copertura di tutti i rischi connessi alla gestione del servizio, compresi i rischi e i conseguenti danni materiali, fisici e immateriali che possono occorrere agli utenti, e a terzi. Sono considerati terzi anche i dipendenti dell'Amministrazione appaltante. Il massimale non deve essere inferiore a:

- per la RCT, € 3.500.000,00 per ogni sinistro con il limite di: € 3.500.000,00 per ogni persona lesa e € 3.500.000,00 per danni a cose;

- per la RCO, € 3.500.000,00 per ogni sinistro con il limite di: € 1.500.000,00 per ogni persona lesa.

Tutte le imposte e le spese inerenti e conseguenti all'appalto e al contratto, sono a carico dell'Aggiudicatario senza alcuna possibilità di rivalsa nei riguardi dell'Amministrazione.

## **Art. 25 – CONTROVERSIE E FORO COMPETENTE**

Le eventuali controversie che dovessero insorgere tra le parti contraenti per l'interpretazione, l'esecuzione o risoluzione del contratto, di qualsiasi natura, tecnica, giuridica o amministrativa e non risolvibili in via extragiudiziale è devoluta in via esclusiva alla competenza del Foro di Ferrara.

## **Art. 26 NORME DI RIFERIMENTO E DI RINVIO**

Il presente appalto è soggetto all'osservanza di tutte le norme e condizioni precedentemente enunciate.

Per quanto non espressamente previsto dal presente Capitolato e dagli atti e documenti da esso richiamati, si farà riferimento alle norme del Codice Civile, alla legislazione in materia di appalti di servizi, con particolare riguardo al D.lgs. 50/2016, ai Regolamenti approvati dall'Amministrazione Comunale, alle leggi e ai regolamenti vigenti in materia, in quanto applicabili.

L'Aggiudicatario è tenuto al rispetto delle eventuali norme che dovessero intervenire successivamente all'aggiudicazione e durante il rapporto contrattuale.

Nulla potrà essere richiesto o preteso per eventuali oneri aggiuntivi derivanti dall'introduzione e dall'applicazione delle nuove normative di cui al comma precedente.

## Allegato 1) Analisi del contesto territoriale del turismo ferrarese

### Sommario

Art. 1 – INTRODUZIONE: FERRARA CITTA' DA SCOPRIRE	1
1.1 <i>Contesto storico e territoriale</i>	2
1.2 <i>Ferrara e le sue destinazioni</i> .....	3
Art. 2 – I FLUSSI TURISTICI DAL 2017 AL 2019	4
Art. 3 – LA SEGMENTAZIONE TURISTICA	5
3.1 <i>Prodotti consolidati del turismo Ferrarese</i>	6
3.2 <i>Prodotti da consolidare del turismo ferrarese</i> .....	10
Art. 4 – UN TURISMO INTELLIGENTE, SOSTENIBILE ED INCLUSIVO .....	11

## **Art. 1 – INTRODUZIONE: FERRARA CITTA' DA SCOPRIRE**

### **1.1 Contesto storico e territoriale**

Ferrara è un comune dell'Emilia Romagna con una popolazione che supera di poco i 130.000 abitanti, situata nella pianura Emiliana, a pochi chilometri dal fiume Po e a circa 50 chilometri dal mare.

Prima città moderna e tra le signorie più importanti e culturalmente fondanti del Rinascimento italiano, Ferrara fu capitale del Ducato di Ferrara nel periodo degli Estensi, quando rappresentò un importante centro politico, artistico e culturale una delle capitali europee della cultura, dell'arte, della politica, della gastronomia, nonché punto di riferimento per artisti, poeti e cantori. Lo sviluppo urbanistico avvenuto durante il Rinascimento, l'Addizione Erculeo, trasformò la città in un modello urbano che le valse il titolo di "prima capitale moderna d'Europa".

Ferrara è stata un importante "centro medioevale" e una delle corti più sfarzose del Rinascimento. Nasce di qui la sua fisionomia del tutto particolare: dalla somma, armoniosa e inimitabile, dell'intrigo di strade ombrose e irregolari dei suoi quartieri medievali e degli spazi ariosi, luminosi e geometrici, dell'età rinascimentale. Gli uni e gli altri costellati di splendidi palazzi, case, chiese, piazze, strade, giardini e di opere d'arte conservate nei suoi innumerevoli musei, che costituiscono una delle sue maggiori attrattive.

Ferrara è inserita, dal 1995, nella lista UNESCO dei siti patrimonio mondiale dell'umanità, quale esempio eccezionale di città del Rinascimento; viene così consacrato il valore universale del suo centro storico allo scopo di garantirne la tutela a beneficio di tutta l'umanità. ce lo ricorda il riconoscimento UNESCO. Nel 1999 ottiene il secondo riconoscimento UNESCO: "Ferrara città del Rinascimento e il suo Delta del Po". Ferrara è infatti anche territorialmente inserita in un paesaggio culturale e ambientale molto più ampio che si estende, a toccare i tratti costieri, attraverso un panorama ambientalmente sfaccettato: dal centro storico, attraverso i territori più periferici con le loro Delizie, al Delta – MAB Unesco, sino a Comacchio con i suoi lidi e tutti i tratti costieri della Romagna.

Ferrara è oggi importante sede universitaria (Università degli Studi di Ferrara) e arcivescovile (arcidiocesi di Ferrara-Comacchio). L'economia si basa storicamente sulla produzione agricola, ma possiede vari impianti industriali, in particolare nel settore petrolchimico, e un polo per le piccole e medie imprese.

### **1.2 Ferrara e le sue destinazioni**

#### **Ferrara città d'arte e della cultura**

Ferrara è una splendida città d'arte, immersa nel verde, da assaporare passeggiando per le sue strade o percorrendola in bicicletta, scoprendo in ogni angolo il suo carattere di magnifica capitale del Rinascimento e di città storica medioevale.

Il governo degli Estensi, durato tre secoli, l'ha resa prima città moderna d'Europa, creando un'urbanistica unica che armoniosamente fonde Medioevo e Rinascimento.

E' una città silenziosa, a misura d'uomo, da percorrere a piedi o in bicicletta, rivivendo ad ogni passo magiche atmosfere del passato, anche grazie ai molteplici eventi legati alle rievocazioni storiche come quelle proposte con i festeggiamenti legati al celebre Palio di San Giorgio.

In tutti i mesi dell'anno mostre prestigiose attirano numerosissimi visitatori a **Palazzo Diamanti**, gioiello del Rinascimento ferrarese; il **Museo Schifanoia** è stato riaperto dopo gli interventi post sisma e si presenta restaurato con il suo splendido Salone dei Mesi affrescato nel XV secolo dai pittori dell'Officina Ferrarese e con nuove esposizioni in tutto il suo splendore. Numerosi i musei che, lungi dall'essere semplici contenitori di opere d'arte, si contraddistinguono per i ricchi rimandi alla realtà che li circonda, sia essa retaggio del passato o testimonianza del presente. Reperti della

favolosa città di Spina, testimonianze del mondo greco ed etrusco, sono custoditi nelle sale di Palazzo Costabili **Museo Archeologico Nazionale**; la grande pittura del Quattrocento e Cinquecento nella **Pinacoteca Nazionale a Palazzo dei Diamanti**; **Casa Romei** che riesce a trasmettere il fascino e l'atmosfera di un palazzo signorile del pieno Quattrocento. **Il castello Estense**, antica residenza dei duchi d'Este, con le sue molteplici mostre; l'armoniosa **Cattedrale** romanico-gotica e il suo Museo con opere di grandissimo pregio, tra cui le ante d'organo raffiguranti l'Annunciazione e San Giorgio che uccide il drago, opera di Cosmè Tura (1469), maestro della Scuola ferrarese. Sul fianco sinistro della cattedrale, affacciata sulla piazza, si trova la Loggia dei Merciai, occupata da negozi e botteghe fin dall'epoca medievale.

Addentrandosi nella zona medievale si scoprono poi gioielli di arte religiosa, come il **Monastero di Sant'Antonio in Polesine** con i suoi affreschi di scuola giottesca, o la **Chiesa di Santa Maria in Vado**, meta di pellegrinaggi in seguito al miracolo eucaristico che qui ebbe luogo nel XII secolo.

In città è possibile percorrere un evocativo itinerario ebraico che, tra le tappe più dense di storia, annovera il nuovissimo **MEIS**, Museo Nazionale Italiano dell'Ebraismo e della Shoa, all'interno del quale si può percorrere una narrazione di 2.200 anni di vitale e ininterrotta presenza degli Ebrei in Italia.

Per gli amanti di storia e natura, una passeggiata nelle suggestive vie medievali e un giro in bicicletta sulle **Mura rinascimentali**, che hanno mantenuto pressoché intatto il loro aspetto originario, fino al magnifico Parco Bassani, un tempo riserva di caccia degli Estensi, annessa alla Delizia di Belfiore, luogo votato agli svaghi e ai divertimenti, oggi magnifica oasi naturalistica.

### **Gli eventi**

Non mancano i grandi eventi: il **Palio di San Giorgio**, il più antico del mondo, l'ultima domenica di maggio, con più di mille figuranti che sfilano in costume rinascimentale per raggiungere la **Piazza Ariostea**, dove si disputano le gare tra le otto contrade; il **Ferrara Buskers Festival**, rassegna di artisti di strada che riempiono le vie di musica e colori; il **Carnevale degli Este**, con spettacoli, iniziative ludiche e gastronomiche, rievocazioni, giochi per incontrare cortigiani, dame, principi e cantastorie tra le vie e le piazze del centro, nei palazzi rinascimentali e tra le mura del Castello Estense.

Durante le festività natalizie, poi, Ferrara si illumina con cascate di luci, il bellissimo albero di Natale, concerti, eventi e spettacoli che culminano con la Festa di Capodanno in piazza: tanta musica e intrattenimento in attesa del bellissimo spettacolo pirotecnico sopra le torri del Castello Estense, il famoso "**Incendio del Castello**", che dal 2000 incanta ed emoziona con un turbinio di scintille, musica, effetti illuminanti e cascate di fuoco, avvolgendo il monumento in un'atmosfera magica.

### **La cultura enogastronomica**

Patria del "mangiar bene", Ferrara vanta una tradizione culinaria che affonda le proprie radici in epoca medioevale, con piatti tipici davvero tutti da gustare. Tra le ricette simbolo della cucina ferrarese vanno sicuramente annoverati i **cappellacci di zucca**, che venivano gustati già in epoca estense, dalla particolare forma a cappello (da cui il nome) hanno un morbido ripieno di zucca violina che, per la sua dolcezza, crea un eccezionale sapore agro-dolce, autentica meraviglia per il palato; la famosa "**coppia**" ferrarese, il saporito pane dalla forma elaborata, insignito del marchio IGP; il "**pasticcio di maccheroni**", vera sintesi delle tradizioni cortigiane; la **salama da sugo**, condita con vino, spezie e servita con il purè di patate; il dolce **Pampapato**, con il suo gusto intenso e il suo profumo delizioso, impreziosito da mandorle e gustosi canditi, insaporito con spezie profumate, ricoperto di cioccolato fondente, recentemente insignito del marchio IGP.

### **Il territorio fino al mare**

Il territorio, che si estende fino alla costa, offre molteplici attrattive culturali e naturalistiche. Merita senz'altro una visita il circuito delle **Delizie Estensi**, le residenze di svago dei Duchi di Ferrara disseminate in tutto il territorio; il **Parco del Delta del Po**, una delle zone umide più importanti d'Europa, la più vasta d'Italia che accoglie elementi di biodiversità che lo rendono un paradiso per naturalisti, biologi, turisti e birdwatchers; le **Valli di Comacchio**, nel cuore del Parco del Delta del Po, dove il paesaggio acquista una bellezza irreale, dove i cangianti colori degli specchi salmastri sono interrotti da cordoni sabbiosi che disegnano strategie stravaganti; la Riserva Naturale del **Gran Bosco della Mesola**, con una superficie di 1.058 ettari, rappresenta uno degli ultimi e meglio conservati residui di bosco di pianura, memoria delle antiche foreste che si trovavano fino a qualche secolo fa lungo la costa adriatica.

## Art. 2 – I FLUSSI TURISTICI DAL 2017 AL 2019

I dati di seguito riportati sono estrapolati dalle tabelle riportate sul sito della Regione Emilia Romagna, curati dal Servizio statistica e Sistemi Informativi geografici della Direzione generale Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni della Regione Emilia Romagna.

L'anno 2020 non è stato preso in considerazione a causa dei dati sul turismo "anomali", dovuti all'emergenza per Covid 19. Vengono pertanto presi in esame gli anni 2017, 2018 e 2019.

### DOMANDA TURISTICA NEGLI ESERCIZI RICETTIVI PER DESTINAZIONE

(valori assoluti e variazione percentuale sull'anno precedente)

#### FERRARA

ANNO	ARRIVI						PRESENZE					
	Italiani	VAR. %	Esteri	VAR. %	Totali	VAR. %	Italiani	VAR. %	Esteri	VAR. %	Totali	VAR. %
<b>Anno 2017</b>	163.329	4,9	82.611	9,5	245.940	6,4	311.699	10,1	144.044	1,2	455.743	7,1
<b>Anno 2018</b>	166.526	2	81.620	-1,2	248.146	0,9	303.539	-2,6	146.897	2	450.436	-1,2
<b>Anno 2019</b>	176.285	5,9	80.361	-1,5	256.646	3,4	321.712	6	157.399	7,1	479.111	6,4

Ferrara presenta un quadro degli arrivi e delle presenze con un trend in crescita delle presenze, negli anni presi in esame, dal 2017 al 2019, sia per i turisti italiani sia per quelli stranieri; nel 2019 sono state raggiunte quasi 480.000 presenze, con una media di sosta in città di 1,9 notti (dati sulla città di Ferrara, fonte Servizio statistica e Sistemi Informativi geografici della Direzione generale Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni della Regione Emilia Romagna).

Dei quasi 180.000 turisti italiani arrivati a Ferrara nel 2019, i più numerosi sono quelli provenienti dalla Lombardia, dal Lazio e a seguire, dall'Emilia Romagna, Veneto, Piemonte e Toscana (dati sulla città di Ferrara, fonte Servizio statistica e Sistemi Informativi geografici della Direzione generale Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni della Regione Emilia Romagna).

Numerosa la presenza di turisti stranieri, con una permanenza media di 2 notti, in aumento dal 2017 al 2019. I più numerosi, sempre nell'anno 2019, risultano essere quelli provenienti dalla Germania, con 7.086 unità, dalla Francia, con 5.485 unità, dalla Polonia, con 4.092 unità, dal

Regno Unito, con 3.008 unità, dall'Austria, con 2.947 unità, dalla Spagna con 2.834 unità e dalla Cina, con 2.007 unità (dati sulla città di Ferrara, fonte Servizio statistica e Sistemi Informativi geografici della Direzione generale Risorse, Europa, Innovazione e Istituzioni della Regione Emilia Romagna).

Per quanto riguarda la distribuzione del turismo a Ferrara nelle diverse stagioni dell'anno, i dati statistici della tabella sotto riportata evidenziano una maggiore attrattività nei mesi primaverili e autunnali, con una crescita, dal 2017 al 2019, delle presenze distribuita su tutti i mesi dell'anno.

*DOMANDA TURISTICA NEGLI ESERCIZI RICETTIVI PER DESTINAZIONE E MESE  
(valori assoluti e variazione percentuale sull'anno precedente)*

**FERRARA**

<b>ANNO 2017</b>								
<b>MESE</b>	<b>ARRIVI</b>				<b>PRESENZE</b>			
	Italiani	Esteri	Totali	VAR. %	Italiani	Esteri	Totali	VAR. %
Gennaio	12.011	3.312	15.323	22,2	23.677	5.643	29.320	20,3
Febbraio	10.549	3.593	14.142	-4,8	19.854	5.627	25.481	-0,7
Marzo	15.301	5.668	20.969	13,5	27.974	11.863	39.837	19
Aprile	18.592	6.820	25.412	18,5	34.314	12.040	46.354	23,6
Maggio	14.436	10.724	25.160	16,6	26.258	18.246	44.504	16,7
Giugno	12.618	8.720	21.338	9,8	25.348	14.858	40.206	6,2
Luglio	10.210	10.439	20.649	7,4	19.621	17.194	36.815	3,5
Agosto	12.082	8.997	21.079	-4,9	22.909	14.385	37.294	-8,5
Settembre	15.327	8.566	23.893	6,7	28.649	16.931	45.580	5,5
Ottobre	14.956	7.130	22.086	0,4	28.648	12.383	41.031	-1,4
Novembre	12.668	4.621	17.289	-4,1	25.774	8.392	34.166	2,7
Dicembre	14.579	4.021	18.600	-2,5	28.673	6.482	35.155	3
<b>Totale Periodo</b>	<b>163.329</b>	<b>82.611</b>	<b>245.940</b>	<b>6,4</b>	<b>311.699</b>	<b>144.044</b>	<b>455.743</b>	<b>7,1</b>
<b>ANNO 2018</b>								
	Italiani	Esteri	Totali	VAR. %	Italiani	Esteri	Totali	VAR. %
Gennaio	10.415	3.668	14.083	-8,1	20.448	6.539	26.987	-8
Febbraio	11.380	3.957	15.337	8,5	20.156	7.099	27.255	7
Marzo	13.771	5.753	19.524	-6,9	24.877	13.256	38.133	-4,3
Aprile	17.875	6.979	24.854	-2,2	31.918	12.213	44.131	-4,8
Maggio	13.870	10.166	24.036	-4,5	23.904	17.100	41.004	-7,9
Giugno	12.345	8.464	20.809	-2,5	24.053	13.640	37.693	-6,3
Luglio	10.424	9.853	20.277	-1,8	19.296	16.368	35.664	-3,1
Agosto	13.503	8.805	22.308	5,8	24.043	14.859	38.902	4,3
Settembre	15.748	8.590	24.338	1,9	28.738	17.589	46.327	1,6
Ottobre	16.663	7.126	23.789	7,7	31.486	12.537	44.023	7,3
Novembre	15.242	4.945	20.187	16,8	27.620	9.831	37.451	9,6
Dicembre	15.290	3.314	18.604	0	27.000	5.866	32.866	-6,5

Totale Periodo	166.526	81.620	248.146	0,9	303.539	146.897	450.436	-1,2
<b>ANNO 2019</b>	Italiani	Esteri	Totali	VAR. %	Italiani	Esteri	Totali	VAR. %
Gennaio	10.196	3.317	13.513	-4	19.528	6.212	25.740	-4,6
Febbraio	11.076	3.484	14.560	-5,1	19.144	6.706	25.850	-5,2
Marzo	17.866	5.288	23.154	18,6	29.084	12.197	41.281	8,3
Aprile	20.503	6.463	26.966	8,5	35.945	13.092	49.037	11,1
Maggio	15.849	9.586	25.435	5,8	28.186	17.265	45.451	10,8
Giugno	11.678	9.808	21.486	3,3	21.768	18.866	40.634	7,8
Luglio	10.656	10.500	21.156	4,3	20.187	18.410	38.597	8,2
Agosto	14.269	8.221	22.490	0,8	25.481	15.666	41.147	5,8
Settembre	16.429	8.639	25.068	3	30.864	18.323	49.187	6,2
Ottobre	16.918	7.345	24.263	2	32.099	15.615	47.714	8,4
Novembre	15.175	4.304	19.479	-3,5	30.701	8.655	39.356	5,1
Dicembre	15.670	3.406	19.076	2,5	28.725	6.392	35.117	6,8
Totale Periodo	176.285	80.361	256.646	3,4	321.712	157.399	479.111	6,4

### Art. 3 – LA SEGMENTAZIONE TURISTICA

Il turismo ferrarese presenta un ampio ventaglio di offerte.

**Ferrara città d'arte e di cultura**, tra le maggiori d'Italia, grazie in primo luogo al suo Palazzo dei Diamanti, sede di mostre prestigiose, e dalle stagioni di altissima qualità del suo Teatro Comunale.

Ferrara è sede anche di **manifestazioni storico-rievoative** di grande richiamo come il Palio di San Giorgio, il più antico d'Italia, di avvenimenti musicali come il Ferrara Buskers Festival e di una grande kermesse dedicata al mondo delle mongolfiere, il Ferrara Balloons Festival.

Ferrara, città del Rinascimento e il suo **Delta del Po** nella Lista del Patrimonio Mondiale UNESCO. Il riconoscimento Unesco alla città e al suo territorio ha attestato autorevolmente il valore di un paesaggio urbano e naturalistico unico al mondo.

L'inserimento della Città Estense all'interno di quest'area vasta a valenza turistica (la Destinazione Romagna) permette di valorizzare le risorse tipiche del nostro paesaggio urbano in continuo dialogo con un territorio che esprime prodotti turistici complementari.

Le politiche turistiche possono essere immaginate come leva di sviluppo socio economico del nostro territorio attraverso azioni tese ad incentivare, supportare, valorizzare progetti condivisi pubblico-privati. La crescita turistica in un territorio come il nostro non può essere legata ad un solo attrattore /prodotto, ma deve essere il frutto di un sistema coordinato di offerte.

Il prodotto maturo del turismo culturale potrà rafforzarsi, sviluppando le potenzialità del patrimonio, i numerosi eventi culturali cittadini e la nuova conformazione che assumerà il paesaggio culturale.

Ferrara presenta potenzialità e giacimenti ancora inespressi e non completamente sfruttati dal punto di vista turistico che possono condurre, attraverso la messa in rete di progetti pubblici e privati, ad un allargamento e ad un innalzamento qualitativo della sua offerta turistica.

#### 3.1 Prodotti consolidati del turismo Ferrarese

##### Turismo culturale – Ferrara città d'arte

Ferrara è considerata, dalle maggiori riviste di settore italiane e straniere, una città d'arte di indubbia attrattività, per questo il turismo culturale, che comprende i luoghi del patrimonio artistico e gli eventi culturali, è uno dei prodotti consolidati del turismo ferrarese.

Il primo motivo del viaggio, per i turisti italiani e stranieri, nella nostra città è legato al patrimonio culturale, subito seguito dalle mostre presso il Palazzo dei Diamanti e dagli eventi.

Il Comune di Ferrara è impegnato in una serie di interventi di riqualificazione del patrimonio monumentale della città, grazie ad investimenti di milioni di euro, provenienti dal Ministero sotto forma di progetto "Ducato Estense" e dalla Regione per la ricostruzione post sisma. Questi grandi progetti, già tutti avviati porteranno ad una riqualificazione del patrimonio monumentale della città di Ferrara.

Il **Museo Schifanoia** è stato riaperto dopo gli interventi post sisma e si presenta in tutto il suo splendore con il meraviglioso Salone dei Mesi affrescato nel XV secolo dai pittori dell'Officina Ferrarese e con nuove esposizioni nell'ala quattrocentesca, oltre al percorso dell'ala trecentesca che sarà inaugurato ad ottobre.

Per le **Mura** storiche prosegue l'opera di restauro e manutenzione, inserita nel progetto "1 chilometro all'anno". Dopo la grande opera di valorizzazione e recupero fatta negli anni Ottanta, le Mura in questi anni hanno avuto vari interventi di sistemazione, ora pianificati da un preciso piano di recupero. Le Mura saranno a breve valorizzate con un nuovo impianto di illuminazione architettonica che consentirà di rendere utilizzabile il percorso ciclabile presente lungo tutto il percorso sotto-mura anche durante le ore serali.

Molti gli interventi sui beni monumentali in corso o che partiranno a breve: nel **Palazzo Diamanti** è iniziato a luglio il cantiere per ricostruire il piano terra dell'ala Rossettiana; a fine settembre sarà assegnato l'appalto che prosegue l'opera di restauro del **Palazzo Massari**, già avviata subito dopo il sisma e che ha portato anche al rifacimento della facciata del palazzo e dell'annessa palazzina Cavalieri di Malta; a novembre inizierà il cantiere per la complessa ristrutturazione della **Chiesa di San Paolo**; al Palazzo Ducale partiranno ad ottobre i lavori per la ristrutturazione soprattutto del lato nord e del **Giardino delle Duchesse**.

Questi interventi, insieme al completamento del Museo Nazionale dell'Ebraismo Italiano e della Shoah e al recupero urbanistico dell'area che si affaccia sulla Darsena di San Paolo, porteranno il sistema museale ferrarese ad assumere, nei prossimi anni, una nuova conformazione. La Ferrara che verrà avrà una connotazione turistica molto forte legata al patrimonio museale.

Di seguito si riportano i dati relativi ai visitatori dei musei e degli spazi espositivi negli anni 2017-2018 e 2019.

Musei	2019	2018	2017
<b>Musei a pagamento</b>			
<b>Castello Estense</b>	<b>192.579</b>	<b>201.746</b>	<b>179.629</b>
Palazzo Schifanoia e Civico Lapidario (1)	0	3.811	69.352
Palazzina di Marfisa d'Este	18.743	18.462	21.352
Museo della Cattedrale	19.238	19.550	19.585
Museo di Storia Naturale	17.125	19.577	17.490
Museo del Risorgimento e della Resistenza	10.635	9.551	9.498
<b>Tot visitatori Musei a pagamento</b>	<b>258.320</b>	<b>272.697</b>	<b>316.906</b>

<b>Spazi espositivi a pagamento</b>			
Padiglione d'Arte Contemporanea (PAC) (2)	6.186	1.790	0
<b>Musei ad ingresso gratuito</b>			
Casa di Ludovico Ariosto	12.518	11.515	14.182
Mondo Agricolo Ferrarese	8.440	8.720	8.220
Palazzo Bonacossi	10.427	9.113	11.199
Tempio San Cristoforo alla Certosa (3)	22.334	300	0
<b>Tot visitatori Musei ad ingresso gratuito</b>	<b>53.719</b>	<b>29.648</b>	<b>33.601</b>
<b>Spazi espositivi ad ingresso gratuito</b>			
Mostra MRR	7.848	9.657	6.708
<b>TOTALE VISITATORI</b>	<b>326.073</b>	<b>313.792</b>	<b>357.215</b>

Note:

(1) Palazzo Schifanoia, chiuso al pubblico per lavori post sisma dal 8 gennaio 2018

(2) Riaperto il 15 aprile 2018 in occasione della mostra della Biennale donna "KETTY LA ROCCA 80. Gesture, Speech and Word" allestita sino al 3 giugno 2018. Dal 22 dicembre 2018 sino al 2 giugno 2019 si è svolta la mostra "De Pisis. La poesia dell'attimo"; il 21 dicembre 2019 è stata inaugurata la mostra "La collezione Franco Farina. Arte e avanguardia a Ferrara 1963/1993" allestita sino al 15 marzo 2020.

(3) Tempio chiuso dal 30 ottobre 2016 per lavori di manutenzione post sisma. Si è tenuta un'apertura straordinaria il 22 dicembre 2018 in occasione di un concerto natalizio a conclusione dei lavori di restauro architettonico post sisma. Dal 5 gennaio al 17 aprile 2019 il tempio è stato aperto al pubblico solamente nelle giornate del sabato e della domenica, mentre dal 18 aprile è stato visitabile tutti i giorni.

### **Il turismo degli eventi**

Gli eventi sono ormai il più importante strumento di movimentazione dei flussi, e molte tecniche di marketing si indirizzano oggi verso gli eventi quali strumenti di comunicazione e promozione di un territorio.

Si tratta di un segmento turistico importante, che porta talvolta turismo di prossimità ma che permette anche di portare fenomeni di attrattività di altissimo livello, capaci di incidere o di modificare il profilo turistico di un territorio.

Negli ultimi anni è stato l'evento, l'esperienza di un evento o il suo ricordo a identificare un luogo in particolare della città e a spingere il turista a tornare a Ferrara, come spettatore o attore in prima persona. L'evento stesso (si pensi al Ferrara Buskers Festival, alle mostre di palazzo dei Diamanti, al Festival di Internazionale a Ferrara o all'incendio del Castello) è quindi diventato una leva per valorizzare le risorse e promuovere la città creandone e aggiungendone valore, facendo convergere l'attenzione del pubblico sulle risorse urbanistiche, culturali e sociali della città.

Ferrara esprime ormai un cospicuo numero di iniziative e nei prossimi anni verranno prodotti nuovi eventi capaci di intercettare nuovi target di cittadini e turisti, promuovendo manifestazioni sicure e di qualità.

In ambito culturale il Comune di Ferrara offre un'articolata proposta di manifestazioni e spettacoli in collaborazione con molti soggetti del territorio, con un ricco calendario di appuntamenti durante tutto l'anno.

Le esposizioni d'arte rappresentano un fattore attrattivo fondamentale per la città di Ferrara.

Di seguito si riportano i dati relativi ai visitatori del Palazzo dei Diamanti, che ogni anno ospita importanti mostre.

MOSTRA	PERIODO	VISITATORI
Orlando Furioso 500 anni. Cosa vedeva Ariosto quando chiudeva gli occhi	24/09/2016 - 29/01/2017	146.567
Carlo Bononi. L'ultimo sognatore dell'Officina Ferrarese	14/10/2017 - 07/01/2018	19.301
Stati d'Animo. Arte e psiche tra Previati e Boccioni	03/03/2018 – 10/06/2018	44.164
Courbet e la natura	22/09/2018 – 06/01/2019	76.053
Boldini e la moda	16/02/2019 – 02/06/2019	84.673
De Nittis e la rivoluzione dello sguardo	01/12/2019 – 13/04/2020* *(la mostra ha chiuso anticipatamente per Covid il 7 marzo 2020)	34.042
Un artista chiamato Banksy	30/05/2020 – 27/09/2020	65.138

### **3.2 Prodotti da consolidare del turismo Ferrarese**

#### **Mice, Business e Bleisure**

Il settore del turismo congressuale in Italia è in continua crescita. Su Ferrara le presenze derivate da questo segmento turistico hanno sempre mantenuto i livelli di occupazione infrasettimanale a buoni livelli. La crescita del segmento bleisure evidenzia attualmente una forbice un po' più ampia rispetto al passato tra l'occupazione infrasettimanale e quella del weekend. In un tale contesto è importante incentivare i privati a investire su questo segmento per creare un'offerta di qualità che possa attrarre nella città eventi congressuali e aziendali, nazionali ed internazionali.

Il bleisure si sta consolidando come nuova tendenza nel settore dei viaggi aziendali e identifica un nuovo tipo di lavoratore, il worksumer, una figura professionale che ricerca flessibilità, mobilità ed equilibrio tra dimensione lavorativa e privata che si compenetrano sempre di più. E' un mercato in crescita che ben calza ad una città come Ferrara.

#### **Turismo fluviale**

Il "piano periferie" cambierà il volto di tutta la zona che si affaccia sul fiume. Come in tutte le grandi città d'Europa e d'Italia, il fiume, se valorizzato con politiche turistiche, commerciali e culturali di livello, può diventare uno dei poli più attrattivi delle città.

#### **Enogastronomia**

Il turismo enogastronomico partecipa al complesso fenomeno del turismo slow ed è quella forma di turismo volta all'esplorazione delle realtà enogastronomiche e alla degustazione dei prodotti tipici del territorio. L'esperienza enogastronomica si vive anche frequentando i mercati cittadini, veri e propri luoghi del commercio.

Numerose in città e nel territorio le attività di ristorazione, dal ristorante gourmet al ristorante tipico, attività di bar, agriturismi e le attività artigianali del settore alimentare (pizzerie per asporto, pasticcerie e gelaterie, piadinerie, ecc.).

A Ferrara e nel suo territorio il turismo enogastronomico permette ai visitatori di conoscere la città frequentando i ristoranti che propongono piatti, prodotti tipici e vini del territorio e aziende agroalimentari aperte al pubblico, che offrono il meglio della produzione agricola e vinicola di tutto il territorio, oltre alle aziende che producono e che trasformano i prodotti locali per la vendita nei mercati di Ferrara e di altre città.

Nonostante gli enormi giacimenti enogastronomici che il territorio possiede, il food non può essere la principale motivazione del viaggio per un turista che si reca a Ferrara (come succede ad esempio a Parma che ha una tradizione e un'industria sviluppata nel settore agroalimentare), ma può rappresentare uno stimolante e sorprendente corollario, attraverso esperienze che spingono il turista a valutare positivamente la destinazione ed eventualmente a prolungare la propria permanenza.

### **Turismo ebraico e della memoria**

Il turismo ebraico ha una fenomenologia molto particolare: la volontà di sapere come e perché le cose sono accadute è per gli ebrei un bisogno vero e proprio che li spinge a visitare i luoghi in cui i loro antenati o ebrei famosi hanno vissuto e operato, oppure quei luoghi dove si sono svolti eventi importanti per la storia del giudaismo.

Il primo dato da evidenziare, con questa chiave di lettura, è l'ampiezza della popolazione mondiale ebraica. Principali bacini turistici a livello internazionale: Israele, Stati Uniti e Regno Unito hanno una densità maggiore di popolazione ebraica e sono i per questo i primi tre mercati di riferimento.

Il nuovo polo museale è destinato a cambiare radicalmente il volto di Ferrara. L'area circostante sarà oggetto di un intervento di recupero urbanistico molto importante che andrà ad allargare i confini del centro storico fino a comprendere la parte della città che si affaccia sul fiume.

### **Wedding**

L'Italia è la meta preferita al mondo per il wedding tourism, un trend che registra una crescita annua del +10%. Fenomeno di tendenza: su 44 milioni di turisti che ogni anno visitano l'Italia, 352 mila (circa l'8%) lo fanno per sposarsi, festeggiare anniversari o per viaggi di nozze. L'Italia è la meta preferita per le nozze di turisti stranieri: fra le prime nazionalità di provenienza: inglesi, americani russi cinesi e giapponesi, disposti a spendere una media di 50.000 euro per una cerimonia.

Ferrara, il suo centro storico e il territorio ferrarese, sono ricchi di suggestioni e di angoli nascosti, che ben si prestano a proporsi come location ideale per questa tipologia di eventi.

## **Art. 4 – UN TURISMO INTELLIGENTE, SOSTENIBILE ED INCLUSIVO**

Il Piano Pluriennale di promozione turistica di Ferrara e del suo territorio dovrà favorire uno sviluppo turistico coerente con gli indirizzi regionali e nazionali in materia di sostenibilità, in linea con gli orientamenti europei. Questi individuano per il futuro un turismo che, da un lato, metta al centro la persona e ne valorizzi l'esperienza, l'unicità della fruizione e, dall'altro, si basi su un rapporto nuovo con l'ambiente naturale e sociale. In questo contesto si dovranno favorire reti di collaborazione creative e competitive, e nel suo rapporto con il territorio il piano dovrà perseguire gli obiettivi di una crescita intelligente, sostenibile, inclusiva.

Quello che si vuole dare alla città è un turismo intelligente, sia dal punto di vista tecnologico (*smart tourism*), con l'utilizzo della tecnologia da parte dei turisti e degli operatori della filiera turistica che permette di migliorare l'offerta turistica territoriale e la sua fruibilità, sia dal punto di vista della sostenibilità, in accordo con i principi dell'unione europea in tema di turismo sostenibile, che pongono l'accento sugli impatti delle attività turistiche e incentivano uno sviluppo turistico basato sui criteri della sostenibilità, ecologicamente sopportabile a lungo termine, conveniente economicamente, eticamente e socialmente.

La realizzazione di un turismo sostenibile preveda la solidarietà e la partecipazione di tutti gli attori coinvolti, e una visione complessiva che tenga conto dei temi della stagionalità della domanda, dell'impatto della mobilità sui trasporti, della qualità occupazionale turistica, dell'uso delle risorse, della valorizzazione del patrimonio culturale e naturale, della vacanza accessibile per tutti, del turismo quale strumento di sviluppo sostenibile.

Lo sviluppo turistico nel territorio della città di Ferrara dovrà essere sempre più inclusivo, sia dal lato dell'offerta sia dal lato della domanda. Dovranno essere affrontati il tema delle disabilità, della mobilità e dell'accessibilità e dovrà essere riconosciuta la legittimità del diritto di accesso alle attività sportive, culturali, ricreative e turistiche ai disabili. Questo dovrà tradursi in una strategia di dialogo tra domanda e offerta per trovare e sperimentare soluzioni originali, che promuovano interventi efficaci ed efficienti volti ad abbattere le barriere architettoniche ed a prevedere una mobilità, con interventi infrastrutturali, oltre che sostenibile, anche accessibile, senza che tutto ciò pregiudichi l'esperienza turistica.

Fondamentale per affrontare il tema dell'accessibilità sarà l'acquisizione di ulteriori conoscenze sulla domanda e i profili dei viaggiatori con bisogni speciali di accesso e per valutare l'impatto economico del turismo accessibile.