



## GAL NATIBLEI

Sede Legale: Piazza del Popolo, 1, c/o Municipio. 96010 Palazzolo Acreide (SR)  
 Registro Imprese Siracusa – REA 141943 del 15/12/2010 - C.f. 01704320892  
 Tel. 0931541139 – Fax 0931541077 - [www.natiblei.net](http://www.natiblei.net) gal.natiblei@gmail.com

### Piano di Sviluppo Locale (P.S.L.) NATIBLEI

#### MISURA 313 B "Rete dei Centri Rurali Natiblei"

#### CAPITOLATO TECNICO

**AFFIDAMENTO DEI SERVIZI PER LA REALIZZAZIONE DI ITINERARI TEMATICI,  
 PIANO DI MARKETING ED ORGANIZZAZIONE DELL'OFFERTA TERRITORIALE**

**CIG: 5874394747**

GAL "NATIBLEI". Piazza del Popolo, 1. 96010 Palazzolo Acreide (SR).  
 Info: tel. 0931541139. Fax 0931541077  
 Mail: gal.natiblei@gmail.com

## Art. 1 Servizi richiesti

Obiettivo generale dei servizi richiesti è quello di definire, individuare e valorizzare percorsi rurali che, in stretto collegamento con altre iniziative del PSL Natiblei, rappresentino l'offerta turistica di qualità dell'area Iblea delle Province di Ragusa, Siracusa e Catania, al fine di creare un rete qualificata di servizi turistici attraverso la diffusione di azioni di marketing territoriale.

Nello specifico, oggetto dell'incarico è l'espletamento dei servizi e la produzione degli output come sotto indicati:

- 1) **Creazione di itinerari tematici** che, seguendo il "filo conduttore" dei sapori e dei prodotti tipici, portino all'incontro e alla conoscenza dei diversi elementi di interesse del territorio (cultura, paesaggio, tradizioni, artigianato, ecc.), stabilendo le singole fasi di attuazione e gli step fondamentali per definire un valido prodotto di marketing territoriale che sia in grado non solo di valorizzare al meglio le potenzialità di una area vocata al turismo rurale, ma anche e soprattutto di identificarsi con il territorio divenendo espressione dello stesso.
- 2) **Ideazione, redazione e stampa dell'Atlante degli Iblei**, ovvero di pubblicazione di pregio da produrre in numero min. mille copie contenente immagini d'autore del territorio ibleo, rappresentazioni grafiche degli itinerari rurali individuati, schede corredate da immagini e testi analitici delle principali attrattive del territorio in campo archeologico, naturalistico, agro-alimentare, complete di cartografia ed approfondimenti descrittivi;
- 3) **Sito web**. Tutti i dati, testi ed immagini oggetto dei servizi richiesti dal presente bando dovranno essere forniti al Gal in formato digitale tali da poter essere agevolmente caricati su piattaforma web. Il prestatore dei servizi dovrà curare la messa in linea di specifiche pagine web relative a quanto prodotto.
- 4) **Redazione del piano di marketing**. Il GAL Natiblei ha l'obiettivo di aumentare la competitività e l'attrattività del sistema rurale dei quindici comuni che lo compongono puntando sulle attività agricole e artigianali con un carattere identitario, mirando a costruire un sistema rurale basato su iniziative volte alla valorizzazione delle eccellenze del comparto turistico, dei prodotti locali, dell'artigianato, del patrimonio culturale e paesaggistico in grado di far emergere un'immagine unitaria e di interesse. L'obiettivo di aumentare l'attrattività dell'area passa da una lato per la valorizzazione dei valori distintivi della propria cultura attraverso lo sviluppo delle attività dell'economia tradizionale, del paesaggio e dell'architettura rurale; dall'altro per la messa a punto di azioni e strumenti che consentano di definire e promuovere i prodotti e servizi territoriali dell'area GAL. Lo strumento per pianificare e valorizzare le risorse territoriali è il Piano di Marketing Territoriale, che consente di definire e indirizzare lo sviluppo dell'area in funzione delle specifiche caratteristiche del territorio da valorizzare, facendo nascere un legame tra le risorse, i servizi e i mercati. Il territorio GAL ha mercati e clienti interessati alla fruizione del territorio nel senso ampio del termine (beni, prodotti, servizi), un territorio in continua evoluzione e con componenti materiali e immateriali. I clienti e i mercati sono eterogenei e occorre conoscerli per massimizzare il risultato delle azioni di marketing che si intraprendono. I mercati vanno anche monitorati nei confronti del gradimento che hanno per gli acquisti che questi fanno del prodotto territoriale GAL. In sostanza, la pianificazione di marketing avrà il compito della creazione, conservazione e difesa del valore rurale del territorio sia per i clienti che per portatori di interessi locali. Il GAL ha dunque individuato nel Piano di Marketing

GAL "NATIBLEI". Piazza del Popolo, 1. 96010 Palazzolo Acreide (SR).

Info: tel. 0931541139. Fax 0931541077

Mail: gal.natiblei@gmail.com

Territoriale lo strumento attraverso il quale perseguire i suddetti obiettivi. Il Piano di Marketing Territoriale dovrà essere il documento basilare per determinare le priorità delle azioni in termini di condivisione e coordinamento delle attività nel territorio, posizionamento strategico, segmentazione della domanda e scelta degli strumenti adeguati a perseguire gli obiettivi.

**5) Promozione degli itinerari.** Al termine delle attività di realizzazione degli itinerari, dovranno essere avviate azioni promozionali finalizzate alla diffusione degli stessi nell'ambito di fiere di settore, stampa specializzata, web.

I servizi di cui sopra dovranno essere espletati secondo l'articolazione come di seguito indicata:

#### 1. Attività di rilevazione per lo studio preliminare del territorio

Il processo realizzativo del progetto richiederà una prima fase di studio preliminare nel corso del quale dovrà essere effettuato un ampio lavoro di ricerca e documentazione volto ad individuare e approfondire la conoscenza di tutte le realtà e le potenzialità presenti nelle aree dei comuni aderenti al GAL, che possano essere assunte quali elementi di interesse nell'ottica di un progetto di valorizzazione turistica del territorio rurale (elementi di interesse legati alle peculiarità e alle eccellenze dell'enogastronomia locale; elementi di interesse legati alle peculiarità e alle eccellenze dell'artigianato locale; elementi di interesse paesaggistico e naturalistico; elementi di interesse storico, monumentale e artistico; elementi di interesse legati alle tradizioni e al folklore locale; curiosità e luoghi di particolare fascino e suggestione; ecc.).

Passaggio fondamentale della fase di studio preliminare sarà anche l'individuazione e la localizzazione sul territorio, con successiva resa grafica, delle realtà che costituiscono il tessuto dell'imprenditoria rurale locale (aziende vitivinicole e cantine; aziende agrituristiche, masserie didattiche e sociali; aziende agricole produttrici di prodotti tradizionali; aziende della ristorazione; aziende di trasformazione di prodotti agroalimentari singoli o associati; aziende dell'artigianato; ecc.).

Occorrerà quindi **avviare azioni di rilevazione del territorio e delle sue valenze, con la predisposizione e somministrazione di minimo n. 150 schede informative** dedicate, comprensive di informazioni dettagliate sulla tipologia e le caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti come in appresso dettagliati, nell'ottica del fruitore turistico, tali da poter effettuare una un'accurata valutazione qualitativa di tali prodotti e servizi.

Si dovrà attuare:

- a) Rilevazione delle attività rurali (aziende vitivinicole e cantine; aziende agrituristiche, masserie didattiche e sociali; aziende agricole produttrici di prodotti tradizionali; aziende della ristorazione; aziende di trasformazione di prodotti agroalimentari singoli o associati; aziende dell'artigianato; ecc.) e loro caratteristiche in termini di servizi e funzionalità delle strutture;
- b) Rilevazione dei prodotti salutistici della Dieta Mediterranea. Nelle schede di approfondimento per singolo prodotto si dovranno riportare al minimo caratteristiche del prodotto, areali di produzione e quantitativi prodotti negli stessi;

GAL "NATIBLEI". Piazza del Popolo, 1. 96010 Palazzolo Acreide (SR).

Info: tel. 0931541139. Fax 0931541077

Mail: gal.natilei@gmail.com

- c) Rilevazione della rete della concentrazione commerciale dei prodotti ed individuazione di potenziali piattaforme logistiche;
- d) Rilevazione dell'offerta eno-gastronomica locale e verifica di produzioni locali. Nelle schede di dettaglio si dovranno riportare inoltre piatti tipici e modalità di preparazione degli stessi;
- e) Rilevazione delle aree naturalistiche di interesse: SIC, ZPS, aree naturali protette, corridoi ecologici. Le schede dovranno riportare in dettaglio le delimitazioni delle aree, elementi di interesse, flora e fauna presente, accessibilità;
- f) Rilevazione di greenways, percorsi e sentieri storici;
- g) Rilevazione dei servizi al turista presenti nell'area (ad es. sportelli bancari, farmacie, pro loco, associazioni, coop. di servizi, trasporti, guide);
- h) Rilevazione degli elementi di cultura popolare più rilevanti;
- i) Rilevazione delle piante officinali endemiche ed areali di crescita. Le schede dovranno riportare per ogni pianta officinale le caratteristiche del prodotto, le proprietà benefiche, gli areali di crescita, con individuazione cartografica degli stessi;
- j) Rilevazione degli strumenti promozionali e di comunicazione già presenti (depliantistica, marchi, guide, opuscoli, mappe turistiche, itinerari già collaudati ecc.);
- k) Rilevazione e classificazione delle principali risorse storico-culturali: monumenti, chiese, castelli, musei, edilizia rurale, scavi archeologici, risorse territoriali nell'area GAL, valutandone il grado di accessibilità;
- l) Ricerca ed analisi di eventi, risorse culturali e sociali (ad es. calendario di eventi turistici già presenti come festività, sagre manifestazioni culturali, festival);
- m) Studio delle relazioni tra calendario e stagionalità delle presenze.

Per la redazione dello studio preliminare si prevede un impiego minimo complessivo di n. 200 ore lavoro.

## 2. Individuazione e definizione della rete degli itinerari

Lo studio preliminare di cui al punto 1 fornirà una "mappa" completa ed esaustiva degli elementi d'interesse presenti sul territorio e consentirà di mettere in sinergia fra loro, attraverso lo studio e l'individuazione di itinerari fortemente caratterizzati sotto l'aspetto tematico (itinerari del gusto e dei prodotti tipici e/o tradizionali, itinerari della transumanza, itinerari paesaggistici, naturalistici, itinerari di escursionismo a piedi e di cicloturismo) che, nel loro complesso, costituiranno una rete in grado di consentire una fruizione turistica completa ed esaustiva del territorio.

Occorrerà quindi procedere alla **individuazione della rete degli itinerari, elaborando le informazioni rilevate di cui al precedente punto**. Dovranno essere elaborato almeno n. 5 itinerari tematici da valorizzare nel territorio attraverso la messa in rete di elementi quali: siti archeologici, aree naturali, musei, artigianato, enogastronomia, processi tradizionali di lavorazione, paesaggio rurale, feste, sagre e tradizioni popolari, areali di produzione di prodotti agroalimentari di qualità etc.

## 3. Realizzazione degli itinerari

GAL "NATIBLEI". Piazza del Popolo, 1. 96010 Palazzolo Acreide (SR).

Info: tel. 0931541139. Fax 0931541077

Mail: gal.natilei@gmail.com

Dopo le fasi di studio preliminare e identificazione degli itinerari sarà avviato un programma integrato e ordinato di azioni volte a rendere effettiva la fruibilità dei percorsi e delle potenzialità ed elementi di interesse del territorio in chiave turistica e a porre le basi per le successive azioni di promozione e comunicazione previste dal progetto. In particolare dovranno essere attuate le seguenti azioni:

- **Mappatura professionale attraverso apparecchiatura Gps** dei percorsi e georeferenziazione dei principali elementi d'interesse e delle attività rurali connesse attraverso la rete degli itinerari, quali attrazioni turistiche/rurali, culturali, dove dormire, dove mangiare, viabilità principale, servizi di utilità pubblica etc. Questa azione prevede l'intervento sul territorio di soggetti qualificati e specializzati, in grado di effettuare un rilievo di precisione submetrica (standard qualitativo indispensabile in particolare per la mappatura degli itinerari di carattere escursionistico e cicloturistico) e di identificare e classificare lungo i percorsi le differenti tipologie di elementi d'interesse. Questa azione risulta fondamentale nell'economia generale del progetto, sia a supporto delle successive fasi tecnico-operative, sia nell'ottica delle azioni promozionali (a fronte della sempre maggiore diffusione dei navigatori satellitari e dei palmari di nuova generazione, risulta infatti strategica la possibilità di mettere a disposizione dei turisti tracce Gps che consentano un immediato accesso alle informazioni e alla conoscenza del territorio).
- **Documentazione fotografica.** Nel corso dell'intervento di mappatura si dovrà procedere anche alla raccolta di un archivio di immagini georeferenziate, riferite agli itinerari e a tutti gli elementi di interesse individuati lungo di essi o nelle immediate vicinanze. Le immagini dovranno essere riportate nelle schede di approfondimento da creare in fase di rilevazione delle valenze del territorio.
- **Creazione delle schede descrittive degli itinerari.** Il progetto prevede che per ciascuno degli itinerari individuati venga redatta una articolata scheda testuale comprensiva delle fondamentali informazioni tecniche (punti di arrivo e partenza, durata, caratteristiche, periodo consigliato, ecc.) e della descrizione dettagliata del percorso e dell'indicazione degli elementi di interesse e delle attività rurali che si possono visitare percorrendo l'itinerario. Tali schede costituiranno il materiale informativo di base per tutte le successive azioni di comunicazione e promozione e dovranno pertanto essere redatte da personale specializzato, che percorrerà tutti gli itinerari individuati, cogliendone e valorizzandone nella descrizione gli aspetti più interessanti nell'ottica della fruizione turistica.
- **Creazione delle schede di approfondimento** relative agli elementi di interesse. Per ciascuno degli elementi di interesse turistico presenti lungo gli itinerari o nelle immediate vicinanze dovrà essere redatta un'apposita scheda comprensiva di un testo di approfondimento culturale e, ove possibile, di informazioni utili quali indirizzi web, recapiti telefonici o orari d'apertura (ad esempio nel caso di musei, centri visita, ecc.).
- **Impostazione dei pacchetti turistici** Nell'ottica di uno sviluppo coordinato delle successive azioni di promozione risulta fondamentale in questa fase prevedere l'intervento sul territorio di personale specializzato nell'impostazione di pacchetti turistici di qualità, in grado di valorizzare gli itinerari e tutte le potenzialità territoriali che essi mettono in sinergia. Nella fase di promo-commercializzazione del prodotto turistico rurale tali pacchetti potranno essere messi a disposizione di tour operator e agenzie di viaggio per l'effettiva vendita al pubblico.

- **Relazione finale sullo stato degli itinerari.** Al termine delle azioni sopra descritte verrà redatta una dettagliata relazione comprensiva di analisi generale dello status della rete degli itinerari, con indicazione dei “punti di forza e debolezza” in relazione alle esigenze e richieste dei differenti target turistici e indicazione delle linee generali di possibile sviluppo e delle azioni auspicabili per la futura implementazione della rete degli itinerari e delle opportunità offerte dal territorio. La relazione sullo stato degli itinerari deve porre in evidenza anche le opere che risulta necessario eseguire ai fini di rendere perfettamente fruibili e sicuri da parte dell’utenza finale i percorsi e deve suggerire eventuali interventi relativi al miglioramento della percorribilità e della sicurezza e deve contenere, tra l’altro un’analisi delle singole tappe con indicazione dettagliata degli interventi necessari per il miglioramento della sicurezza e percorribilità (ripristino e consolidamento della traccia, rimozione di ostacoli, sfalcio della vegetazione, segnaletica, arredo, ecc.). In un’ottica di cooperazione e di network building, le proposte di itinerario dovranno essere confrontate e condivise sia dal Gal, in quanto soggetto attuatore, che dagli stakeholders locali affinché, **attraverso approcci partecipativi, la scelta degli itinerari ed i percorsi ad essi collegati diventino** frutto della sinergia e della convergenza tra i vari attori locali cercando così di creare un senso di appartenenza e di riconoscimento ancorato alla memoria collettiva locale. Il frutto della ricerca di cui al presente punto dovrà essere consegnato in formato digitale, già editata per la stampa tipografica.
- **Creazione del GIS degli itinerari.** Tutte le informazioni e i dati raccolti nel corso delle precedenti azioni verranno riversate in un formato caricabile sui più comuni sistemi GIS (Geographic Information System), che rappresentano attualmente la miglior modalità di raccolta e organizzazione dei dati territoriali georeferenziati. Questa soluzione consentirà un accesso semplice e razionale alla consultazione delle informazioni ed offrirà la possibilità di disporre di un database costantemente aggiornabile e integrabile con altri dati provenienti da diversi attori operanti sul territorio.
- **Realizzazione di materiali cartacei** (carta/topoguida) che forniscano le informazioni tecniche necessarie all’effettuazione dei percorsi e che ne riporti i dati storici e culturali. Dovranno essere ideati e stampati:
  - a) n. 5.000 opuscoli informativi per promuovere le proposte turistiche del territorio, 12 facciate, colori di stampa 4/4, formato 21x28,5, carata patinata, confezione con punto metallico;
  - b) n. 5.000 cartine di informazione turistica a colori formato min. 29,7 x 42,0

Per la creazione degli itinerari come sopra indicati si prevede un impiego minimo complessivo di n. 200 ore lavoro.

#### 4. Ideazione, redazione e stampa dell’Atlante degli Iblei

Si dovrà procedere alla ideazione e stampa di una pubblicazione di pregio da produrre in numero minimo di mille copie contenente immagini d’autore del territorio ibleo, rappresentazioni grafiche degli itinerari rurali individuati, schede corredate da immagini e testi analitici delle principali attrattive del territorio in campo archeologico, naturalistico, agro-alimentare, complete di cartografia ed approfondimenti descrittivi. Il format di stampa e la complessiva linea editoriale saranno preventivamente sottoposte ad autorizzazione formale del Gal. Il testo dovrà essere in doppia lingua, italiano ed inglese. Il volume dovrà essere stampato secondo le seguenti caratteristiche minime:

GAL “NATIBLEI”. Piazza del Popolo, 1. 96010 Palazzolo Acreide (SR).

Info: tel. 0931541139. Fax 0931541077

Mail: gal.natilei@gmail.com

Formato cm. 26x21, pagine 200, a colori, carta satinata opaca 170 gr/mq, copertina in cartoncino patinato da gr. 300 con risvolti, plastificazione opaca, stampa con retinatura stocastica, cucitura a filo refe.

5. Sito web

Creazione di specifiche sezioni web dedicate agli itinerari ed agli operatori coinvolti, con cartografie semplici e leggibili ad uso turistico.

6. Redazione del Piano di Marketing.

Il piano di marketing territoriale è un documento che, partendo da un'analisi socio economica, ha il compito di definire gli obiettivi in termini di determinazione dei prodotti territoriali, posizionamento competitivo e attività di comunicazione. Gli elementi principali di questa fase dovranno essere:

- a) **Analisi Prodotto/Mercato:** analisi dei mercati, dei prodotti e del sistema competitivo e stesura di un piano strategico e delle linee di azione in cui si deve articolare la strategia di marketing territoriale per migliorare lo sviluppo, la conoscenza, l'immagine e l'attrattività del territorio del GAL;
- b) **Data Base:** redazione di un data base aggiornato di tutte le risorse territoriali: patrimonio ambientale e culturale, emergenze turistiche, imprese e soggetti dei comparti di interesse per la programmazione e attività del GAL (analisi dell'offerta).
- c) **Linee Guida:** definizione delle linee guida per ottimizzare il collegamento tra le misure e le azioni programmate nel PSL e le attività progettate nel Piano.
- d) **Piano di Marketing Operativo:** definizione del piano di marketing operativo volto a programmare azioni che permettano di ottenere il concreto coinvolgimento dei soggetti target e dei mercati individuati, e che definisca le attività di promozione e comunicazione per le attività del GAL.

Per la redazione del piano di marketing si prevede un impiego minimo complessivo di n. 100 ore lavoro.

7. Promozione degli itinerari.

- 1) Individuazione dei soggetti presso cui indirizzare prioritariamente le azioni di promozione;
- 2) Partecipazione ad almeno due fiere di settore nazionali da selezionare in base alla compatibilità di tempi e costi (BIT Milano, Agrietour BMT Napoli etc.). Saranno a carico della ditta aggiudicataria le seguenti spese: viaggi, vitto ed alloggio del personale del Gal, num. max tre soggetti, trasporto di eventuali materiali, affitto ed allestimento stand, spese di comunicazione con i mass media.
- 3) Acquisto servizi di comunicazione su testate nazionali o siti web, in numero minimo di quattro attività.

**Articolo 2. Durata dell'incarico**

GAL "NATIBLEI". Piazza del Popolo, 1. 96010 Palazzolo Acreide (SR).

Info: tel. 0931541139. Fax 0931541077

Mail: gal.natilei@gmail.com

L'attività avrà inizio dalla data di sottoscrizione della Convenzione e potranno considerarsi conclusi con la predisposizione e la consegna al GAL di tutta la documentazione amministrativa e tecnica, utile per la definitiva approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione.

Le attività, gli elaborati e quanto richiesto dal presente bando dovranno essere realizzati in via definitiva al massimo entro sei mesi dalla sottoscrizione della Convenzione, e comunque non oltre il 30/05/2015. Il mancato rispetto del suddetto termine, comporterà l'applicazione di una penale di € 250,00 (duecentocinquanta/00 euro) per ogni giorno di ritardo, salvo giustificati motivi di forza maggiore. Qualora il ritardo si prolungasse oltre il termine di 30 (trenta) giorni, il GAL si riserva di avviare le procedure per la rescissione del contratto.

### **Articolo 3. Corrispettivo dei servizi**

Il compenso per i servizi sarà quello risultante dell'offerta dell'aggiudicatario sull'importo a base d'asta di cui all'art. 6 del bando di gara.

### **Articolo 4. Contratto ed obblighi dell'attuatore**

Il soggetto aggiudicatario verrà invitato per iscritto a stipulare il contratto. Tutte le spese contrattuali sono a carico dell'Aggiudicatario. L'affido definitivo è comunque subordinato all'acquisizione della documentazione ritenuta utile al fine della verifica delle dichiarazioni rese.

In caso di affidamento il soggetto attuatore si impegna a:

1. sottoscrivere una convenzione con il GAL nella quale sono disciplinati gli obblighi reciproci;
2. attuare il progetto secondo le modalità e le tempistiche specificate nella documentazione progettuale, nel rispetto delle normative comunitarie, nazionali e regionali vigenti in materia di ammissibilità delle spese;
3. comunicare al Gal eventuali variazioni di progetto e le variazioni del gruppo di lavoro, che devono essere preventivamente approvate dal Gal.

### **Articolo 5. Subappalto**

Non è ammesso il subappalto.

### **Articolo 6. Risoluzione anticipata**

Il GAL si riserva la facoltà di risolvere il contratto al venir meno, a seguito dell'aggiudicazione, o comunque durante l'esecuzione del contratto, dei requisiti di partecipazione prescritti dalla normativa di gara. Il GAL si riserva, inoltre, la facoltà di risolvere il contratto in ogni caso di grave inadempimento, grave irregolarità e grave ritardo dell'Aggiudicatario, salvo il risarcimento del danno patito dallo stesso e si applica l'articolo 1453 e successivi del codice civile. Nel caso in cui si verifici la risoluzione del contratto il servizio verrà affidato a terzi, con rivalsa delle maggiori spese sostenute dal GAL, la quale sarà esercitata in primis sulla cauzione depositata dall'impresa. L'affido viene risolto di diritto in caso di sospensione della prestazione da parte dell'affidatario od in caso di fallimento.

f.to  
Il Presidente  
Dott. Giovanni Castello

f.to  
Il Responsabile del Procedimento  
Sebastiano Di Mauro