

## CAPITOLATO SPECIALE E CONDIZIONI DELLA PRESTAZIONE

**Oggetto: Progetto C.Os.T.A. - Comunità ospitali per il turismo accessibile - “SERVIZI DI COMUNICAZIONE GENERALE DEL PROGETTO: ASSISTENZA TECNICA, PROGETTAZIONE IMMAGINE COORDINATA, VISUAL IDENTITY, PROGETTAZIONE GRAFICA, PRODUZIONE E STAMPA MATERIALI PROMOZIONALI E GADGET, ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI INFORMATIVI (INFO DAY), SUPPORTO UFFICIO STAMPA” - AFFIDAMENTI SEMPLIFICATI PER APPALTI DI SERVIZI SOTTO-SOGLIA ex art. 50, comma 2, lettera B) del D.Lgs. 36/2023 e s.m.i. e Linee Guida Anac n. 4) “Fondo per l’inclusione delle persone con disabilità” (art. 34 D.L. 22/03/21, n. 41, convertito con L. 21/05/21, n. 69). Azioni in materia di turismo accessibile.**

CUP: B39G22003520003

### 1. Obiettivo generale e fabbisogno

Sulla base delle attività previste dal progetto C.Os.T.A., approvato dal Ministero, è necessario supportare la creazione di “Progetti di Rete”. A tal fine, si intende individuare un Soggetto che possa curare la progettazione, sviluppo ed esecuzione di un piano di comunicazione a sostegno delle Reti territoriali. Obiettivo generale è rendere visibile e attrattiva l’offerta turistica accessibile del territorio pugliese proposta attraverso i Progetti di Rete territoriale, caratterizzati dall’aggregazione di Soggetti del Terzo Settore, Soggetti privati del settore turistico (tour operator – agenti di viaggio; stabilimenti balneari; strutture ricettive e operatori che erogano servizi per il turismo); soggetti pubblici su cui insiste la Rete (Comuni). Per garantire la più ampia partecipazione e aggregazione di soggetti privati e pubblici, dovranno essere sviluppare le seguenti azioni afferenti il piano di comunicazione, suddivisi per macro ambiti:

#### A. ASSISTENZA TECNICA E ANALISI DELLA DOMANDA E DELL’OFFERTA

A.1. Ricognizione dell’offerta di servizi di turismo accessibile esistente sul territorio pugliese, sulla base principalmente dei dati forniti dagli operatori mediante la piattaforma dell’A.RE.T. Pugliapromozione dms.puglia.it;

A.2. Accounting, affiancamento e supporto al Progetto per l’acquisizione ed il potenziamento di tecniche e metodi per sviluppare un efficace lavoro di coinvolgimento degli stakeholders territoriali;

A.3. Affiancamento e supporto per la definizione del fabbisogno di strumenti, strutture e servizi per aumentare il livello di accessibilità dell’offerta turistica territoriale di ciascuna rete selezionata e conseguente implementazione delle azioni e delle attività tese a colmare tali fabbisogni;

A.4. Affiancamento e supporto alle Reti territoriali per la co-progettazione e l’implementazione del sistema di informazione (es. pannelli informativi e icone segnaletiche indicative dei servizi e delle esperienze turistiche accessibili proposte).

#### B. PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO, STRATEGICO E OPERATIVO

B.1. Definizione ed implementazione di una strategia di comunicazione locale, regionale ed extraregionale per la promozione dei servizi a supporto delle attività di comunicazione dell’Agenzia regionale Pugliapromozione (media mix);

B.2. Creazione di un’icona/logo/marchio/timbro identificativo del circuito/network di operatori che qualifichi i soggetti gestori delle esperienze turistiche accessibili;

B.3. Supporto alle Reti territoriali per la definizione della Brand Identity e comunicazione di pacchetti di offerta turistica accessibile da integrare all’offerta ordinaria, con la previsione di partecipazione ad almeno un evento o fiera turistica nazionale sia B2C che B2B (BIT Milano, Fa la cosa giusta, TTG Rimini);

B.4. Progettazione della Visual Identity e dell’immagine coordinata dei Progetti di Rete afferenti le

comunità turistiche accessibili;

B.5. Progettazione ed esecuzione digitale di materiali idonei alla comunicazione web;

B.6. Organizzazione di incontri formativi e di orientamento (Info Day), sul territorio pugliese, rivolti a operatori turistici e rappresentanti dei Comuni, per diffondere l'Avviso pubblico finalizzato alla presentazione di "Progetti di Rete", e webinar/tutorial su temi, a titolo indicativo, quali la Travel Experience Design; esperienze outdoor e Cammini per tutti (es. testimonial come Pietro Scidurlo - fondatore di Freewheelsonlus - freewheelsonlus.com per l'utilizzo di ausili in sharing o noleggio); manuale operativo, comprendente un glossario della comunicazione, per le esperienze turistiche accessibili ;

B.7. Supporto all'Ufficio stampa e alla Comunicazione istituzionale per la diffusione delle esperienze dei progetti di Rete;

B.8. Progettazione grafica e produzione di gadget da mettere a disposizione delle Reti territoriali;

B.9. Progettazione grafica ed elaborazione dei file esecutivi, in formato vettoriale, per eventuali materiali da stampare proposti dal Soggetto aggiudicatario, sia in termini qualitativi che quantitativi, per soddisfare il fabbisogno dell'A.RE.T. (a titolo indicativo mappe visuo-tattili, mappe per percorsi esperienziali creati ad hoc, ecc.). I file esecutivi saranno messi a disposizione delle Reti territoriali che provvedono in autonomia alla stampa;

B.10. Progettazione grafica, produzione esecutiva e stampa di materiali informativi;

B.11. Progettazione ed esecuzione di un piano di comunicazione, con particolare riferimento alla comunicazione web e mediante i social network, da integrare con la comunicazione web del portale viaggiareinpuglia.it e con i canali social già in uso dall'A.RE.T., al fine di ampliare la visibilità dell'offerta di turismo accessibile.

L'attività di supporto dovrà essere realizzata sia nella fase preliminare che in contemporanea con le azioni dei Progetti di Rete che saranno realizzate a livello territoriale. In questa maniera il programma di supporto potrà essere utilizzato per il consolidamento e la qualificazione della Rete.

## 2. Dettaglio dei Servizi sub A) e sub B)

### ➤ **A) ASSISTENZA TECNICA E ANALISI DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA**

L'offerta deve comprendere il servizio di gestione delle attività di comunicazione delle azioni del Progetto e di coordinamento delle attività di comunicazione dei Progetti di Rete. Tutte le attività devono essere in linea con gli obiettivi generali e specifici definiti nel Progetto ed essere svolte secondo le indicazioni del Coordinatore tecnico del Progetto C.Os.T.A.. Si specifica che dalla offerta si dovrà evincere la disponibilità di un gruppo di lavoro multidisciplinare, che sia guidato da un project manager, responsabile dell'operato delle risorse costituenti il gruppo.

I componenti del gruppo di lavoro dovranno avere le competenze per garantire tutti i servizi di cui al presente documento tecnico, ed in particolare:

A.1) consulenza operativa, accounting e project management: progettazione di soluzioni organizzative per la comunicazione efficace delle attività di progetto, coordinamento del gruppo di lavoro, supervisione e monitoraggio delle attività, reporting periodico.

A.2) realizzazione dei materiali di comunicazione: creazione della brand identity e progettazione della visual identity; sviluppo di concept creativi per la comunicazione offline/online; progettazione grafica e realizzazione di materiali digitali e cartacei (produzione di file esecutivi in formato vettoriale); produzione di materiali audiovisivi/multimediali.

A.3) organizzazione e comunicazione di Info Day: attività di pianificazione, realizzazione e follow-up degli eventi, realizzazione di materiali informativi dedicati, supporto nelle attività di comunicazione e ufficio stampa dell'A.RE.T. Pugliapromozione.

A.4) web editing e social media management: supporto al Social media manager dell'A.RE.T. Pugliapromozione nelle attività di comunicazione online; redazione di testi; aggiornamento degli strumenti di comunicazione già in uso ed attivazione di nuovi canali per la diffusione delle attività del progetto. Nel caso in cui si attivino nuovi canali, garantire la gestione e la moderazione dei nuovi canali attivati.

L'offerta economica dovrà comprendere una quota di budget da destinare a campagne ADV sui social network.

Nel gruppo di lavoro dovrà essere presente una risorsa umana in possesso di un'ottima conoscenza della lingua inglese. Il gruppo di lavoro dovrà fornire la disponibilità a partecipare, per tutta la durata del Servizio, a riunioni operative sia online che in presenza presso la sede della Stazione Appaltante. Il gruppo di lavoro dovrà altresì prevedere la presenza di un esperto in materia di accessibilità turistica, per esperienza diretta, al fine di raggiungere l'obiettivo generale di inclusività sociale e/o con esperienza di studio o professionale documentata. Nel gruppo di lavoro può essere prevista la presenza di tirocinanti e/o studenti universitari provenienti da Università con le quali l'A.RE.T. Pugliapromozione ha stipulato Accordi Quadro.

Il gruppo di lavoro, una volta comunicato ed approvato dalla Stazione Appaltante, non potrà essere modificato durante l'esecuzione del servizio, né nel numero complessivo, né nelle qualifiche professionali delle risorse impiegate, se non previo consenso della Stazione Appaltante.

#### ➤ B) PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO, STRATEGICO E OPERATIVO

L'offerta deve comprendere i seguenti servizi:

##### **B.1) PROGETTAZIONE GRAFICA E BRAND DESIGN DELLA VISUAL IDENTITY**

Creazione della brand identity e del sistema di visual identity che identifichi le attività dei Progetti di Rete, del brand "Puglia per tutti" e ne espliciti declinazioni e modalità di utilizzo. Il Soggetto aggiudicatario dovrà provvedere alla creazione di un manuale di immagine coordinata; alla definizione di linee guida per le politiche di tutela del marchio; alla realizzazione di un format grafico per gli strumenti di comunicazione da mettere a disposizione dei Progetti di Rete selezionati (con relativi template su file aperti), in particolare:

- codici cromatici
- codici tipografici
- materiale informativo stampato, istituzionale e di prodotto
- banner online dinamici e statici
- newsletter istituzionale e dem di prodotto
- modulistica istituzionale
- segnaletica per indicare le attività esperienziali e servizi proposti nei Progetti di Rete
- gadget
- comunicazione delle offerte turistiche accessibili

##### **B.2) PROGETTAZIONE GRAFICA, PROGETTAZIONE E SVILUPPO EDITORIALE, PRODUZIONE ESECUTIVA E PRESTAMPA DI MATERIALI INFORMATIVI IN FORMATO DIGITALE E PER LA STAMPA; PROGETTAZIONE GRAFICA E PRODUZIONE ESECUTIVA DI MATERIALI PROMOZIONALI (GADGET)**

L'area di attività comprende la progettazione grafica, l'adattamento grafico e la stampa/produzione, su richiesta della Stazione Appaltante e per l'intera durata del servizio, di materiali informativi e promozionali, audiovisivi e multimediali.

Con riferimento a tutti i materiali di comunicazione, si specifica che l'impostazione della Visual Identity, deve essere declinata per tutti gli strumenti utilizzati proposti, con particolare riferimento alla veicolazione da mobile. La Visual Identity dovrà essere coerente e integrata con l'immagine coordinata

utilizzata per la promozione del brand Puglia, che sarà fornita dalla Stazione Appaltante. La fornitura in oggetto richiede al Soggetto Aggiudicatario la realizzazione degli adeguamenti ai diversi strumenti, canali ed attività di comunicazione che dovessero risultare necessari nel corso dell'implementazione delle attività del progetto, oltre che l'inserimento di testi e immagini libere da copyright. Qualora si includa l'acquisto dei copyright di ulteriori immagini nell'offerta, la quantità e le caratteristiche qualitative delle stesse andranno specificate. L'offerta dovrà inoltre prevedere la realizzazione di scatti fotografici ad opera di fotografi professionisti, appositamente creati per rendere visibili ed esplicative le esperienze di turismo accessibile. Gli scatti dovranno prevedere la riproduzione sia su web che su carta stampata, in particolare per essere veicolate attraverso il portale regionale viaggiareinpuglia.it e la guida Routes&Experiences per il Trade.

I contenuti di base dovranno essere elaborati dal Soggetto affidatario in funzione del prodotto specifico, del target di riferimento e dell'efficacia comunicativa; i testi finali dovranno essere sottoposti a proofreading da parte di madrelingua inglese specializzato nel campo dei servizi linguistici. I materiali informativi saranno soggetti a revisione periodica ed eventuale aggiornamento dei contenuti.

I materiali, in quadricromia, potranno essere prodotti sia in formato digitale che cartaceo; in quest'ultimo caso occorre prevedere carta/grammatura idonee alla realizzazione di stampe di alta qualità.

I materiali dovranno essere realizzati anche in lingua inglese; ove necessario, i materiali dovranno essere resi disponibili in formati che consentano interventi di personalizzazione testi e traduzione, che potranno essere realizzati su richiesta del Committente.

È responsabilità del Soggetto Affidatario assicurarsi che, con riferimento a tutte le immagini acquisite e utilizzate ai fini dell'implementazione dei servizi richiesti, tutti i diritti di riproduzione (copyright) siano assolti nonché siano state acquisite le liberatorie audio, video e immagini obbligatorie per gli usi consentiti dalla normativa vigente, in materia di protezione dei dati personali.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, si elencano alcune tipologie di prodotti e le quantità minime richieste:

- pieghevole, con stampa a colori in bianca e volta, formato aperto A4 21 x 29,7, carta patinata opaca da 170 gr., plastificazione opaca - min. 1000 pz
- flyer/cartoline, con stampa a colori in bianca e volta, formato aperto A4 21 x 29,7 o A5 14,8 x 21, carta patinata opaca da 170 gr., plastificazione opaca - min. 1000 pz
- totem trifacciale triangolare con stampa personalizzata a colori 85 x 100 cm - min. 6 pz
- gadget personalizzati con l'immagine coordinata di Progetto. A titolo indicativo e non esaustivo: USB stick 32 gb /powerbank) - min. 500 pz; cappelli in paglia naturale - min. 1000 pz; magliette a manica corta in fibra di cotone naturale - min. 1000 pz; altro su proposta del Soggetto aggiudicatario che sia coerente con gli obiettivi del progetto.

### **B.3) PROGETTAZIONE E PRODUZIONE ESECUTIVA DI MATERIALI AUDIOVISIVI E MULTIMEDIALI**

L'area di attività comprende l'ideazione, la produzione e la diffusione di materiali audiovisivi e multimediali che rispondano ai massimi standard qualitativi e tecnologici. Tutti i materiali devono essere realizzati in accordo con il Committente e sottoposti alla sua approvazione prima della loro produzione e diffusione.

I contenuti dei video dovranno essere prodotti anche in lingua inglese e sottoposti a proofreading da parte di madrelingua inglese specializzato nel campo dei servizi linguistici; lo speakeraggio deve essere effettuato da speaker professionista madrelingua inglese. Occorrerà prevedere riprese video ed interviste per le azioni previste dal progetto.

I video dovranno essere resi disponibili in vari formati/compressioni, utili alla riproduzione attraverso i principali canali di diffusione.

È responsabilità del Soggetto Aggiudicatario assicurarsi che, con riferimento all'utilizzo di immagini, fotografie, interviste, musiche, siano tutelati tutti i diritti di riproduzione, distribuzione, diffusione, esecuzione, privacy.

A titolo esemplificativo e non esaustivo si elencano le tipologie di prodotti e le quantità minime richieste:

#### Video istituzionale

Realizzazione di n. 1 video istituzionale (completo di trattamento/soggetto/sceneggiatura, preparazione, lavorazione e post produzione) per la presentazione dei risultati del Programma e dei progetti da esso finanziati, con immagini, musica, testi e/o animazioni grafiche, interviste, speakeraggio professionale e sottotitoli in lingua inglese, per presentazione nel corso di eventi e diffusione su portale web e social media. Durata: max 3 min.

#### Video informativi/Webinar/Tutorial

Realizzazione di video promozionali (min. 4) con immagini, musica testi e/o animazioni grafiche e contenuti da definire a seconda delle necessità del Progetto, per presentazione nel corso degli eventi Info Day e fiere di settore nonché diffusione su portale web e social media. Durata: max 3/5 min, in base agli standard previsti dagli strumenti di diffusione web.

#### Mini video

Realizzazione di mini video (min. 5), con immagini, musica testi e/o animazioni grafiche e contenuti da definire a seconda delle necessità del Programma, per diffusione su social media. Durata: max 60 sec.

### **B.4) PROGETTAZIONE E PRODUZIONE DEL CATALOGO DIGITALE (DIGITAL PUBLISHING APP)**

Il Soggetto Aggiudicatario dovrà prevedere la realizzazione di un "Catalogo digitale", veicolabile da web e da mobile, scaricabile nel formato pdf. Il catalogo dovrà essere prodotto a colori, con testi, immagini e mappe interattive e dovrà comprendere informazioni tecniche necessarie alla chiarezza informativa dei dettagli e caratteristiche tecniche dei servizi e delle esperienze di turismo accessibile (es. distanze, caratteristiche dei servizi accessibili, ecc.). Il catalogo dovrà comprendere l'offerta dei Progetti di Rete ed essere in linea con la produzione editoriale "Routes & Experiences" per il Trade, già realizzata dalla Stazione Appaltante, e per il portale di destinazione viaggiareinpuglia.it, per offrire un'offerta integrata di servizi ed esperienze. Dovrà essere prevista la successiva eventuale integrazione e/o aggiornamento dell'offerta ivi riportata oltre alla possibilità di estrapolare schede descrittive per territorio e/o servizi e/o esperienze accessibili.

### **B.5) ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI INFORMATIVI (INFO DAY)**

L'area di attività comprende l'ideazione, pianificazione, organizzazione e gestione di eventi, workshop e altre iniziative mirate alla promozione dell'Avviso per "Progetti di rete" e alla comunicazione diretta con i target di riferimento. Il Soggetto Affidatario deve assicurare la gestione completa delle attività, per un numero indicativo di 6 Info Day, in tutte le fasi e per tutti gli aspetti organizzativi: selezione delle location, noleggio sale, sopralluoghi tecnici, allestimenti, trasporto e distribuzione materiali, servizi di accoglienza, segreteria organizzativa, assistenza in sala, servizi audiovisivi, catering per coffee break, ospitalità di testimonial e/o rappresentanti istituzionali, trasporti ed eventuali servizi accessori utili alla buona riuscita degli eventi.

Con riferimento a località e sedi degli eventi il Concorrente è invitato a prevedere ipotesi di location in strutture di elevata qualità, che garantiscano l'accessibilità nonché congrue alle finalità della comunicazione; la scelta definitiva è vincolata all'approvazione del Committente. Per gli eventi occorrerà prevedere sia il formato in presenza che quello ibrido, con possibilità di partecipazione online/streaming. Si raccomanda, inoltre, di tener conto, nella formulazione delle offerte e nell'esecuzione dei servizi, di tutte le misure e gli accorgimenti necessari ex lege e de facto, finalizzati alla prevenzione dei rischi, alla tutela della sicurezza e salute dei partecipanti agli eventi.

A titolo esemplificativo e non esaustivo si elencano le attività e le caratteristiche minime richieste:

Gli eventi avranno la durata di mezza giornata e comprenderanno una sessione formativa ed informativa (Workshop) sul tema dell'accessibilità turistica e illustrazione dell'Avviso ed una a carattere partecipativo, sul modello "Question time".

Di seguito i servizi minimi da assicurare per ciascun Info Day:

- a) Affitto sala conferenze o location per n. 40/80 pax dotata di impianti audiovisivi e wi-fi;
- b) Segreteria organizzativa e assistenza in sala;
- c) Servizi di foto/video reportage, live streaming;
- d) Servizi di catering: 1 welcome coffee per n. 150 pax e coffee station per break per n. 150 pax;
- e) Kit evento digitale (materiale informativo) + gadget;
- f) Servizio transfer A/R per rappresentanti regionali, per i relatori del workshop (3 pax.) da e per aeroporto/stazione sede workshop

### 3. Brief di comunicazione

*“L’uomo ragionevole si adatta al mondo; l’uomo irragionevole persiste nel tentativo di adattare il mondo a se stesso. Ne consegue che ogni progresso dipende dall’uomo irragionevole.”*

*George Bernard Shaw*

Il viaggio è per tutti, indipendentemente dalle capacità o limitazioni che ogni persona può affrontare nel suo percorso di vita, perché viaggiare è innanzitutto una passione. I viaggi di persone con disabilità fisico-motoria, cognitivo-intellettive, sensoriali, con bisogni speciali, anziane, con problemi cronici di salute e più in generale appartenenti a categorie fragili; famiglie numerose o con bambini piccoli, mamme in dolce attesa richiedono spesso una grande quantità di pianificazione preliminare. Pertanto, il primo ostacolo, per molte persone che hanno problemi di accesso o disabilità, per esempio che necessitano di spostamenti in sedia a rotelle, è la mancanza di informazioni, unita alla paura dell'ignoto. Filo conduttore deve essere l'aspirazione alla felicità e alla ricerca della felicità. La persona con bisogni speciali, non vuole solo la sua bella camera accessibile, ma vuole vivere esperienze e pacchetti esperienziali che lo rendano felice.

*“Se continuiamo a fare i ragionevoli, il mondo non cambierà mai e continueremo con il consolidamento di ciò che non funziona. Per quello dobbiamo ogni tanto essere irragionevoli, fare un passo indietro e guardare il tutto da un altro punto di vista e avere un approccio totalmente diverso che è quello del DESIGN FOR ALL.”*

*Pete Kercher*

La Regione Puglia, attraverso la propria Agenzia specializzata Pugliapromozione, intende individuare, mediante avviso pubblico, alcuni territori lungo la costa adriatica e ionica in cui dare sviluppo a un modello partecipato di turismo accessibile, coinvolgendo in maniera diretta gli operatori economici e sociali ivi presenti attraverso l'implementazione e sviluppo di Progetti di Rete territoriale. Obiettivo è pertanto creare una rete di operatori specializzati, che possano garantire un'offerta di turismo accessibile per tutti, *senza limiti* e a favore dell'inclusione sociale, garantendo il *diritto alla felicità* con la creazione di esperienze e pacchetti turistici, alloggi e percorsi dedicati grazie al lavoro encomiabile di guide turistiche che permettano di soddisfare i bisogni di svago e relax, le aspirazioni e i sogni di *ogni persona* che sceglie la Puglia come meta di viaggio.



Pugliapromozione intende rispondere al desiderio di informazione e conoscenza su quali sono i migliori luoghi accessibili da visitare in Puglia, per persone con disabilità o bisogni speciali, anziani, famiglie con bambini e tutti coloro che vivono un momento di difficoltà temporanea o permanente: turisti e abitanti locali che vogliono beneficiare delle bellezze del territorio regionale. Oltre all'alloggio, alle vacanze, ai tour accessibili e alle attrazioni per disabili, ciascun "Progetto di rete" dovrà offrire una serie di esperienze e pacchetti turistici accessibili su misura con indimenticabili escursioni e/o attività accessibili da poter vivere tutto l'anno. Un cambio culturale fondato su un principio sostanziale: l'assenza di barriere architettoniche non è l'obiettivo del turismo accessibile ma la base fondante di una destinazione ospitale e accogliente per tutti. Con il superamento delle barriere architettoniche, culturali e sensoriali si vuole valorizzare la fruizione del patrimonio turistico pugliese.

Pugliapromozione intende altresì aumentare il livello qualitativo dei servizi per gli ospiti con disabilità per godere appieno della "Puglia per tutti".

#### **4. Coerenza con il Piano Strategico del Turismo**

In linea con la visione della Puglia verso "una lunga vita felice", l'accessibilità e l'inclusione sociale rappresentano leve per vivere bene nel territorio pugliese, apprezzando le piccole grandi bellezze che la Puglia offre e prendendosene cura giorno dopo giorno.

Il Viaggio in Puglia è un evento della vita: implica immersione nell'identità pugliese, intrisa di cultura, aperta all'accoglienza, animata da creatività e proiezione al futuro.

Gli Eventi e le attività pugliesi devono essere considerati come esperienze di vita ('serie concatenata di eventi che si svolgono nel tempo e nello spazio, si sedimentano e influiscono su scelte future').

L'Accoglienza e l'attrazione del territorio pugliese è rivolta a coloro che vogliono trasferirsi in Puglia, temporaneamente o per la vita, per studio, lavoro, cura o per vivere un'esperienza di benessere. Il progetto propone un turismo accessibile e inclusivo per le persone con disabilità, incrementando la mobilità sostenibile e la formazione per le imprese turistiche. Strategico è migliorare la fruizione dei contenuti, la gestione delle infrastrutture e i servizi di trasporto mediante una comunicazione efficace dei servizi e delle esperienze esistenti, attraverso percorsi innovativi e strumenti digitali.

#### **5. Tempi del Servizio**

Si prevede inizialmente un impegno di 12 mesi con un cronoprogramma da definire e aggiornare nel tempo, in modalità iterativa e coordinata.

La previsione temporale è soggetta e subordinata a valutazione tecnica ed economica nonché alle eventuali indicazioni e proroghe Ministeriali.