ALLEGATO A

AVVISO PUBBLICO PER LA PRESENTAZIONE DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE AI FINI DELLA RICERCA DI SPONSOR DA INSERIRE ALL'INTERNO DELLO STAND REGIONALE PRESSO LA MANIFESTAZIONE FIERISTICA BIT-BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO CHE SI TERRA' A MILANO DAL 09 ALL'11 FEBBRAIO 2025

RIFERIMENTI NORMATIVI E AMMINISTRATIVI

- Articolo 43 della Legge 27 dicembre 1997, n. 449 "Misure per la stabilizzazione della finanza pubblica", che prevede per le pubbliche amministrazioni la possibilità di stipulare contratti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con soggetti privati ed associazioni al fine di favorire l'innovazione dell'organizzazione amministrativa e di realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi prestati;
- Articolo 134 del Decreto Legislativo 31 marzo 2023, n.36 "Codice dei contratti pubblici in attuazione dell'articolo 1 della legge 21 giugno 2022, n.78, recante delega al governo in materia di contratti pubblici", in cui si individuano gli obblighi di pubblicità e trasparenza relativi ai contratti di sponsorizzazione;
- Articolo 120 del Decreto Legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 "Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137" che tratta della sponsorizzazione di beni culturali, stabilendo che è tale ogni contributo, anche in beni o servizi, erogato per la progettazione o l'attuazione di iniziative in ordine alla tutela ovvero alla valorizzazione del patrimonio culturale, con lo scopo di promuovere il nome, il marchio, l'immagine, l'attività o il prodotto dell'attività del soggetto erogante e che possono essere oggetto di sponsorizzazione iniziative del Ministero, delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di altri soggetti pubblici o di persone giuridiche private senza fine di lucro, ovvero iniziative di soggetti privati su beni culturali di loro proprietà;
- D.G.R. del 15 dicembre 2022 n. 7492 - "Determinazioni in ordine alla disciplina dei contratti di sponsorizzazione della Giunta Regionale";
- Passaggio del progetto di sponsorizzazione in Commissione Comunicazione.

1. SOGGETTO PROMOTORE (SPONSEE)

Regione Lombardia (in seguito anche "Regione", "Amministrazione" o "Sponsee"), con sede in Milano, Piazza Città di Lombardia 1, codice fiscale n. 80050050154 e partita IVA n. 12874720159, rappresentata dal Dirigente Simona Martino della Direzione Turismo, Marketing Territoriale e Moda, rende nota l'intenzione di attivare la procedura di ricerca di sponsor tecnici da inserire all'interno dello stand regionale presso la manifestazione fieristica BIT - Borsa Internazionale del Turismo che si terrà a Milano dal 09 all'11 febbraio 2025, assumendo il ruolo di Sponsee, in qualità di soggetto promotore/responsabile della procedura di sponsorizzazione.

2. OGGETTO E NATURA DELLE SPONSORIZZAZIONI

La sponsorizzazione dovrà essere finalizzata alla fornitura di beni e/o all'erogazione di servizi da parte dello Sponsor, in favore dello Sponsee, nell'ambito dell'iniziativa, avendo a riferimento a titolo esemplificativo e non esaustivo, l'elenco delle attività di cui all'Allegato 1 del presente avviso, per il perseguimento di finalità di pubblico interesse e nell'osservanza dei criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.

Il presente Avviso, in nessun modo vincolante per l'Amministrazione, è da intendersi finalizzato alla ricezione di offerte di sponsorizzazione da parte di operatori potenzialmente interessati. Le offerte di sponsorizzazioni pervenute all'Amministrazione per effetto del presente Avviso non sono quindi da considerarsi vincolanti per lo Sponsee ai fini della formalizzazione del contratto.

3. DESTINATARI

Secondo quanto disciplinato dall'Art. 2, comma 1, della D.G.R. del 15 dicembre 2022, n. 7492 "Determinazioni in ordine alla disciplina dei contratti di sponsorizzazione della Giunta Regionale", il presente Avviso è rivolto alle imprese - escluse le imprese individuali - interessate a sostenere una o più iniziative fra quelle oggetto di sponsorizzazione, purché in possesso dei requisiti di ordine generale di cui agli articoli 94-95 D.lgs. n. 36/2023 e privi di impedimenti a contrarre con la Pubblica Amministrazione.

4. IMPEGNI GENERALI DELLO SPONSEE

Ai soggetti individuati come Sponsor, l'Amministrazione garantisce, in linea generale e tenendo conto dell'entità e della natura della sponsorizzazione offerta:

- un ritorno di immagine mediante la possibilità di veicolare il proprio logo, individuata ai sensi dell'art. 5 del presente avviso, negli allestimenti relativi agli eventi e all'interno di eventuali prodotti di comunicazione e materiali promozionali dello stesso, nonché sui canali proprietari digitali, web e social, con particolare riferimento alle pagine ai messaggi dedicati all'evento;
- la possibilità di citazioni dello Sponsor all'interno di specifici passaggi – spot radiofonici, televisivi dedicati all'evento, qualora previsti;
- la menzione all'interno dei comunicati stampa relativi all'evento;
- possibilità per lo Sponsor, previa condivisione con lo Sponsee, di produrre, a propria cura e spese, materiale di comunicazione ovvero gadget e sample di prodotti da distribuire al pubblico durante le manifestazioni;
- la possibilità per lo Sponsor di rappresentare la propria attività e i propri prodotti commerciali durante l'evento e secondo modalità concordate con l'amministrazione e coerenti con il profilo istituzionale.

I sopracitati impegni saranno oggetto di un "progetto personalizzato di visibilità" del logo dello Sponsor, redatto dallo Sponsee, condiviso tra le parti, e allegato come parte integrante e sostanziale del contratto di sponsorizzazione tecnica tra le parti.

L'Amministrazione potrà inoltre valutare e prendere in considerazione eventuali richieste di visibilità ulteriore avanzate dallo Sponsor.

Resta ferma la possibilità per l'Amministrazione di individuare, in relazione alle singole entità di Sponsorizzazioni, il Main Sponsor e di disporre:

- forme di gradazione e differenziazione delle proprie controprestazioni modulate in relazione alle offerte ricevute;
- eventuali altre forme di controprestazione diverse da quelle sopra elencate, se ritenute idonee in base alla natura ed entità della sponsorizzazione, al tipo di iniziativa Sponsorizzata, nonché alle richieste avanzate dall'offerente.

In ogni caso, nell'attività di promozione dell'immagine dello Sponsor associata allo stemma o al marchio di Regione Lombardia e al marchio regionale "Lombardia Style", il marchio dello Sponsor stesso dovrà essere chiaramente visibile ma non predominante rispetto ai segni distintivi della Regione, secondo le regole previste dai brand book regionali.

A seguito della definizione del "progetto personalizzato di visibilità" tra le parti, la Regione, a garanzia e a tutela del marchio dello Sponsor, si impegna a condividere preventivamente tutto il materiale promozionale contenente il logo aziendale. Lo Sponsor avrà n. 3 giorni lavorativi per effettuare eventuali osservazioni o richieste di modifica prima della stampa e/o diffusione, decorso inutilmente tale termine s'intende acquisito l'assenso.

5. IMPEGNI GENERALI DELLO SPONSOR

Lo Sponsor, con riferimento alla specificità dell'attività offerta, dovrà predisporre, ove necessario, la progettazione, da sottoporre previamente all'Amministrazione, nonché procedere all'acquisizione di eventuali nulla osta, permessi, autorizzazioni, realizzando il servizio/fornitura con maestranze qualificate secondo la vigente normativa e fornendo le certificazioni di avvenuta realizzazione a regola d'arte, ove previste, senza oneri a carico dell'Amministrazione Regionale.

Lo Sponsor dovrà inoltre garantire il controllo delle attività da effettuare, tenuto conto della loro natura e della loro complessità, assicurando la tutela delle condizioni di lavoro e della salute e sicurezza dei lavoratori e prevenendo il rischio di infiltrazioni criminali e fornendo adeguate garanzie assicurative in caso di danni.

In sede di presentazione dell'offerta e in quella di formalizzazione del rapporto, l'aspirante Sponsor è tenuto ad individuare il proprio logo con il quale intende procedere alla sponsorizzazione, mettendo a disposizione dell'Amministrazione i file vettoriali necessari per l'utilizzo sui prodotti di comunicazione e gli allestimenti, nonché le relative regole di utilizzo.

Le garanzie relative alla presenza del marchio e della visibilità, di cui all'art. 4, non sollevano lo Sponsor dall'eventuale pagamento del canone relativo alle pubbliche affissioni o di quello relativo all'installazione di mezzi pubblicitari, nelle quote previste, qualora ne ricorrano i presupposti.

Rimangono, più in generale, a carico dello Sponsor le spese relative al pagamento di imposte, tasse, canoni e corrispettivi previsti da leggi e/o regolamenti derivanti dall'esecuzione del contratto e dalla realizzazione delle attività sponsorizzate.

6. TERMINE E MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE

Le proposte di cui al presente Avviso dovranno pervenire esclusivamente attraverso la piattaforma informativa Bandi e Servizi, all'indirizzo www.bandi.regione.lombardia.it: a partire dalle ore 10:00 del giorno 9 dicembre 2024 e fino alle ore 12:00 del giorno 9 gennaio 2025.

Le domande pervenute con modalità diverse rispetto a quanto previsto dal presente Avviso non potranno essere accolte e verranno dichiarate inammissibili ed escluse.

La proposta, redatta in lingua italiana conformemente al modello predisposto sulla piattaforma Bandi e Servizi, dovrà contenere la seguente documentazione, sottoscritta digitalmente da uno dei soggetti di cui all'art. 2, comma 1 della D.G.R. n. 7492 del 15 dicembre 2022:

1) dichiarazione sostitutiva di certificazione e di atto notorio, ai sensi degli artt. 46-47 DPR n. 445/2000, attestante i dati generali identificativi dell'offerente, con indicazione, per le persone giuridiche, dei dati del soggetto/i titolare/i del potere di rappresentanza legale, attestando per ciascuno:
   a. il possesso da parte dei requisiti di ordine generale di cui agli articoli 94-95 D.lgs. n. 36/2023, necessari per contrarre con la Pubblica Amministrazione, nonché con riferimento agli artt. 32 ter e 32 quater del Codice penale, e di ogni altra situazione considerata, dalla legge, pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
   b. l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione a misure cautelari antimafia;
   c. l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari;
   d. l'assenza di conflitti di interesse;
   e. l'assenza di controversie legali in corso con l'Amministrazione regionale;
2) accettazione di tutte le clausole contenute nel presente Avviso;
3) impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti previsti dalla D.G.R. del 15 dicembre 2022 n. 7492 "Determinazioni in ordine alla disciplina dei contratti di sponsorizzazione della Giunta Regionale";
4) impegno ad accettare l'accostamento del proprio logo a qualsiasi ulteriore logo di altro Sponsor deciso dall'Amministrazione regionale;
5) sintetica descrizione dell'attività esercitata;

6) indicazione delle modalità di erogazione della prestazione, indicando, altresì, il valore economico complessivo dei beni/servizi resi;

7) proposta di controprestazioni nel rispetto di quanto previsto dall'art. 5, con descrizione della promozione dell'immagine aziendale dello Sponsor;

8) rappresentazione grafica del logo dello Sponsor.

7. ESAME DELLE PROPOSTE

Scaduto il termine di presentazione delle proposte indicato nel precedente articolo 6, si procederà alla valutazione delle offerte pervenute sulla base dei seguenti criteri:

- rappresentatività nella veicolazione dello "*stile lombardo*" della proposta di fornitura di beni e/o servizi anche in relazione al progetto di marketing territoriale "Lombardia Style" come da descrizione del progetto fornita dalla D.G.R. n. XII/2194 del 15 aprile 2024, riportata nell'Allegato 2 del presente atto. In particolare, verranno valutati positivamente soggetti che possano rappresentare l'eccellenza lombarda nei settori del design, della moda, del food e dell'enogastronomia tipica;
- qualità, originalità, creatività e distintività della proposta di fornitura di beni e/o servizi in relazione al target dell'iniziativa;
- realizzabilità dell'esperienza all'interno degli spazi offerti dallo stand regionale ed efficacia comunicativa;
- profilo dello Sponsor, nonché qualità ed esperienza in pregresse iniziative di sponsorizzazione;
- risparmio conseguito dall'amministrazione tramite l'utilizzo della fornitura di beni e/o servizi da parte dello Sponsor.

Le offerte pervenute sono valutate da un Nucleo di Valutazione coordinato dalla Direzione Generale Turismo, Marketing Territoriale e Moda, che ne comunica gli esiti alla Commissione tecnica in materia di Comunicazione, editoria ed immagine.

La ricerca di sponsorizzazione oggetto del presente Avviso non presuppone la necessità di svolgere una selezione tra le proposte presentate, essendo possibile il coinvolgimento di più Sponsor, assicurando la contemporanea presenza dei rispettivi loghi, marchi e messaggi all'interno stand e su eventuali materiali promozionali.

Il numero di contratti di sponsorizzazione da stipulare sarà deciso dall'Amministrazione in base al valore delle offerte pervenute e idonee ed in base alla compatibilità delle diverse proposte di sponsorizzazione tra loro; le proposte di sponsorizzazione pervenute non sono da considerarsi vincolanti né impegnative per lo Sponsee ai fini della formalizzazione del contratto.

L'esito della valutazione delle offerte, qualora pervenute, sarà pubblicato nel BURL, sul sito istituzionale e sulla piattaforma informativa Bandi e Servizi all'indirizzo www.bandi.regione.lombardia.it.

L'Amministrazione e lo Sponsor individuato procedono alla stipulazione del contratto di sponsorizzazione. La stipula dovrà avvenire in forma scritta prima dell'inizio dell'evento.

8. TRATTAMENTO DATI PERSONALI

Il trattamento dei dati personali avviene nel rispetto dei principi contenuti nel Regolamento Europeo n. 2016/679 nonché della normativa del Codice Privacy.

9. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO E INFORMAZIONI

Il Responsabile del Procedimento è individuato nella figura del Dirigente della UO Programmazione, Promozione turistica e territoriale della Direzione Turismo, Marketing Territoriale e Moda di Regione Lombardia.

10. PUBBLICITÀ

Il presente avviso, ai fini degli obblighi di pubblicità e trasparenza di cui al D.lgs. 33/2013, sarà pubblicato nel BURL, sul sito istituzionale e sulla piattaforma informativa Bandi e Servizi all'indirizzo www.bandi.regione.lombardia.it.

Allegato 1

MANIFESTAZIONE FIERISTICA BORSA ITALIANA DEL TURISMO – BIT 2025 MILANO

CONTESTO DI RIFERIMENTO

Dal 9 all'11 febbraio 2025, presso il polo fieristico Fieramilano Rho si svolgerà la Borsa Internazionale del Turismo (BIT) 2025.

BIT – Borsa Internazionale del Turismo è una delle fiere internazionali del turismo più affermate in Italia. Si tratta di un marketplace globale di riferimento a supporto dell'industria turistica in Italia e nel mondo e si configura come un evento unico che connette il mondo dei professionisti del settore in un contesto B2B ma che contemporaneamente offre l'opportunità agli operatori professionali di incontrare direttamente il pubblico dei viaggiatori (B2C).

La fiera si svolge su tre giornate, la prima, quella di domenica 9 febbraio è aperta al pubblico B2C composto da potenziali turisti, cittadini, scuole e altri soggetti interessati al comparto. Le giornate successive, invece, sono dedicate esclusivamente ad operatori di settore.

Nel 2024, nella sua 44° edizione, la manifestazione ha registrato numeri molto importanti:

- 1.100 sono stati gli espositori provenienti da 66 paesi;
- 8.585 incontri b2b registrati (+14% rispetto all'edizione 2023);
- 107 i Paesi di provenienza dei visitatori.

Regione Lombardia parteciperà anche per l'edizione 2025, con uno stand di 724,50 mq, che ospiterà, a titolo gratuito 48 operatori lombardi (12 per l'area Territori e 36 per l'area B2B), selezionati con bando ad evidenza pubblica e presenti per la promo-commercializzazione della variegata offerta turistica lombarda.

Anche per il 2025, lo stand sarà espressione del progetto di marketing territoriale "Lombardia style", nato nel 2023, con l'obiettivo di dare nuovo impulso al posizionamento attrattivo e turistico della Lombardia, intendendo promuovere non solo le bellezze naturalistiche e culturali della regione quali attrattori turistici, ma anche settori d'eccellenza quali la moda, il design, l'artigianalità e creatività lombarda, oltre alle produzioni alimentari di qualità.

FORNITURE E SERVIZI SPONSORIZZABILI FUNZIONALI ALL'INIZIATIVA

La ricerca è focalizzata su soggetti in grado di supportare l'amministrazione regionale al fine di dare dimostrazione, anche all'interno del contesto fieristico, al potenziale turista o all'operatore di settore dello *stile lombardo,* che si potrà concretizzare in elementi visivi iconici e rappresentativi della Lombardia del suo design, del comparto moda e artigianato oltre che dei suoi prodotti tipici da degustare.

A titolo indicativo e non esaustivo, potranno essere oggetto di sponsorizzazione:

- Arredi da esporre gratuitamente nello stand nei giorni dedicati alla manifestazione fieristica al fine di rappresentare la qualità e l'eccellenza del design lombardo;
- Fornitura di prodotti tipici lombardi al fine di organizzare degustazioni dedicate ai sapori lombardi;
- Proposte di show-cooking al fine di far testare la qualità della cucina lombarda e dei suoi prodotti, realizzabili all'interno di un contesto fieristico;
- Installazioni, opere artistiche e di design adatte all'esposizione in un contesto fieristico e ad essere esercitate nello spazio a disposizione per lo stand, rappresentative o riconducibili alla Lombardia;
- Eventi di intrattenimento (esibizioni artistiche e/o musicali, ad esempio) adatte al contesto fieristico e ad essere esercitate nello spazio a disposizione per lo stand, rappresentative del territorio lombardo o riconducibili a tradizioni lombarde;
- Fornitura tecnica per l'evento, da intendersi ad esempio in divise per le hostess (numero da concordare) realizzate da imprese lombarde e/o comunque rappresentative dell'artigianalità lombarda o dei suoi territori.

ALLEGATO 2

IL PROGETTO DI MARKETING TERRITORIALE LOMBARDIA STYLE

La Giunta regionale ha avviato (con Delibera di Giunta regionale n. 2194 del 15 aprile 2024) un progetto di marketing territoriale che promuove il brand "Lombardia Style" quale marchio rappresentativo di tutte le eccellenze e i "turismi" lombardi, sviluppando un vero e proprio network attraverso il quale riunire e comunicare al meglio luoghi e persone, accomunate dal trademark dello stile lombardo, unico al mondo e immediatamente riconoscibile.

L'intento è sostenere ed incentivare la peculiare vocazione territoriale che caratterizza il sistema turistico lombardo, valorizzando l'offerta dei territori e favorendo la destagionalizzazione dei flussi. In quest'ottica nasce l'idea del brand Lombardia, volta a creare una promozione unitaria dell'immagine lombarda, che racchiuda l'intera offerta turistica composta da una gamma di proposte uniche, irripetibili e soprattutto di alto livello.

L'identità dei luoghi e dei territori lombardi è quindi l'elemento cardine su cui si basa il progetto di marketing per sviluppare un nuovo tipo di narrazione della "destinazione Lombardia" valorizzando i settori nelle quali è un'eccellenza, quali il turismo outdoor, business, il turismo religioso, ma anche le unicità del territorio, dei luoghi d'arte, l'artigianato e in generale il "saper fare" lombardo. Si punta così a valorizzare il prodotto "made in Lombardia", riconducendolo a un vero e proprio stile del modo di vivere lombardo.

Rappresentare il brand "Lombardia Style" significa quindi rispecchiare l'immagine di eccellenza, qualità e unicità che contraddistingue e identifica lo stile lombardo, nei suoi prodotti, nelle sue attività, nei suoi luoghi, quale garanzia per il turista alla ricerca di un'esperienza autentica e di valore.