



CONTRATTO IN FORMA DI SCRITTURA PRIVATA PER I SERVIZI UTILI PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO NA.RE.V.AL ATTIVITA' FINALIZZATE ALLA CREAZIONE DI ITINERARI TURISTICI DEDICATI AL SEGMENTO NATURA. CUP: G69D13000510003.

L'anno duemilasedici il giorno diciotto del mese di marzo nella casa comunale di Giardini

Naxos (Me) sita in p.zza abate Cacciola sn nell'ufficio del Responsabile I° settore

TRA

La sig.ra Leonarda Conti nata a Giardini Naxos il 09.03.1952 e residente a Giardini Naxos in via della Seta n. 23, la quale dichiara di intervenire in questo atto non in proprio, ma esclusivamente in nome, per conto e nell'interesse del Comune che rappresenta (C.F. 00343940839), ed ai sensi del combinato disposto dall'art. 51 lett. c) della L. 142/90 e art. 2 della L.R. n. 23/98, di seguito nel presente atto denominato semplicemente "Ente"

E

la società Etnos Srl con sede in Catania, Zona Industriale Blocco Palma I, Stradale Vincenzo Lancia, 57 P.IVA 04146870870 rappresentata nel presente atto dal sig. La Rocca Mario nato a Militello in Val di Catania (Ct) il 01/04/1938 e domiciliato per la carica presso la Ditta.

P R E M E S S O C H E :

- sulla G.U.R.S. n. 11 del 14 marzo 2014, è stato pubblicato il Decreto n. 5 dell'Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, contenente l'Avviso Pubblico per la presentazione di proposte progettuali inerenti la realizzazione di attività finalizzate alla creazione di itinerari turistici dedicati al segmento "natura" nell'ambito del progetto di eccellenza denominato "Progettazione e realizzazione di itinerari per la valorizzazione del turismo naturalistico";
- che i Comuni di Giardini Naxos, Gaggi, Graniti, Motta Camastra e Francavilla di Sicilia, ricadenti nel Comprensorio della Valle Alcantara, unitamente alle PMI e Associazioni individuate in qualità di partner, hanno predisposto un progetto a valere sul citato Avviso pubblico, denominato NA.RE.V.AL;
- che con protocollo d'intesa sottoscritto tra i Comuni di Giardini Naxos, Gaggi, Graniti, Motta Camastra e Francavilla di Sicilia, unitamente alle PMI e Associazioni, viene individuato nel Comune di Giardini Naxos l'Ente capofila per l'attivazione di ogni utile attività finalizzata alla realizzazione del progetto in essere;
- con D.D.G. n. 1124 del 09.06.2015 della Regione Siciliana Assessorato Turismo Sport e Spettacolo è stato approvato il progetto NA.RE.V.AL; cofinanziato con un importo di € 147.400,00 (centoquarantasettemilaquattrocento)

[Handwritten signature]

- in data 22.01.2016 è stata indetta una trattativa privata senza gara formale per la realizzazione dei servizi inerenti il progetto NA.RE.V.AL
- la ditta Etnos Srl è risultata aggiudicataria con un offerta di € 26.400,00 (ventiseimilaquattrocentoeuro) oltre iva.
- che si è preso atto della positiva conclusione della verifica del possesso dei prescritti requisiti da parte dell'aggiudicatario, effettuata ai sensi dell'art. 11, comma 8 e dell'art. 48 comma 2 del d.Lgs. 163/2006 e s. m. ed i. confermando alla Ditta l'aggiudicazione del servizio di cui trattasi;
- in merito all'insussistenza di procedimenti e/o provvedimenti definitivi di applicazione di misure di prevenzione di cui alla legge 31 maggio 1965, n. 575 e, successive modificazioni ed integrazioni, si è acquisito il certificato CCIAA di Etnos Srl. Datato 25.02.2016

TUTTO QUANTO INNANZI PREMESSO:

confermato e ratificato dalle parti che lo ritengono richiamato e riportato nel presente atto, si

CONVIENE E STIPULA QUANTO SEGUE:

ART.1

OGGETTO DELL'APPALTO

La ditta assume l'obbligo di eseguire le prestazioni oggetto del presente affidamento nel rispetto delle norme in materia di pubbliche forniture, delle condizioni stabilite nel presente contratto, nell'offerta sopra richiamata ed infine sulle disposizioni del Codice Civile e di tutte le altre normative di riferimento vigenti applicabili.

ART. 2

CORRISPETTIVO

Il Comune si obbliga a corrispondere alla Ditta il corrispettivo di €26.400,00 (ventiseimilaquattrocentoeuro) oltre iva, così come dettagliatamente descritta nell'offerta e alle prescrizioni contenute nella lettera di aggiudicazione, ai costi così riepilogati:

Descrizione Servizio	Q.tà	Unità di misura	Prezzo offerto
Rafforzamento eventi esistenti	20	g/u	€ 6.400,00
Attività di formazione	25	g/u	€ 9.600,00
Seminari	8	g/u	€ 4.800,00
Farmers market presidi Friendly	8	gg	€ 5.600,00



ART. 3

OBBLIGHI

Il servizio dovrà essere eseguito così come analiticamente descritto negli atti di gara, ed in particolare nel Capitolato Speciale di gara, che si allega al presente atto per formarne parte integrante e sostanziale.

ART.4

DURATA DELL'APPALTO

L'appalto è stabilito in 3 mesi a decorrere dalla stipula del presente contratto.

ART. 5

CONTESTAZIONI E PENALITA'

L'Ente, in caso di inosservanza delle obbligazioni contrattuali o di non puntuale adempimento delle stesse, tali da non comportare l'immediata risoluzione del contratto, contesta, mediante lettera raccomandata A.R., le inadempienze riscontrate, assegnando un termine, non inferiore a dieci giorni, per la presentazione di contro deduzioni o memorie scritte.

Trascorso tale termine, l'eventuale penale sarà applicata con provvedimento dell'Amministrazione, nel quale verrà data contezza delle eventuali giustificazioni addotte dalla Ditta, nonché delle ragioni per cui l'Amministrazione ritiene di non poterle accogliere.

ARTICOLO 6

PENALI E SANZIONI PER INADEMPIMENTI

L'Ente, a tutela della qualità del servizio e della sua scrupolosa conformità alle norme di legge e contrattuali, si riserva di applicare sanzioni pecuniarie in ogni caso di verificata violazione di tali norme, secondo il seguente sistema sanzionatorio:

Le penalità saranno comunicate alla Ditta in via amministrativa, restando escluso qualsiasi avviso di costituzione in mora ed ogni atto o provvedimento giudiziale.

ART. 7

RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

Il contratto potrà essere risolto a giudizio dell'Amministrazione, con provvedimento motivato e previa comunicazione del relativo procedimento, ove ricorrano motivi di inadempienza da parte della Ditta e, cioè:

a- qualità del servizio non conforme a quanto prescritto nel presente capitolato;

e- per gravi inadempienze, frode o altro, compresa l'immotivata interruzione del servizio, tali da giustificare l'immediata risoluzione del contratto;

h- per accertata inosservanza delle norme concernenti il personale dipendente della Ditta, compresa la mancata applicazione dei contratti collettivi;

i- in caso di cessione a terzi dell'attività della Ditta secondo quanto disposto dall'art. 116 D.Lgs 163/2006;

j- in caso di fallimento dell'Impresa;

m- per motivate esigenze di pubblico interesse specificate nel provvedimento di risoluzione;

n- qualora disposizioni legislative, regolamentari od autorizzative non dipendenti dalla volontà dell'Amministrazione non consentano la prosecuzione totale o parziale del servizio;

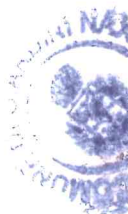
Al verificarsi delle ipotesi sopra indicate, la risoluzione avviene di diritto non appena l'Amministrazione concluso il relativo procedimento, deliberi di avvalersi della clausola risolutiva, e di tale volontà ne dia comunicazione scritta, in forma di lettera raccomandata alla Ditta.

Il contratto sarà pertanto risolto di diritto, con effetto immediato, al momento in cui detta comunicazione perviene all'indirizzo della Ditta.

Con la risoluzione del contratto sorge nell'Amministrazione il diritto di affidare a terzi il servizio, in danno alla Ditta inadempiente alla quale saranno addebitate le spese sostenute in più dall'Ente rispetto a quelle previste dal contratto risolto.

L'esecuzione in danno non esime la Ditta dalla responsabilità civile e penale in cui la stessa possa incorrere a norma di legge per i fatti che hanno motivato la risoluzione.

La Ditta può richiedere la risoluzione del contratto in caso di impossibilità della sua esecuzione, in conseguenza di cause non imputabili alla stessa Ditta, secondo il disposto dell'articolo 1672 del Codice Civile.



ART. 8
FATTURAZIONE, TERMINI E MODALITA' DI PAGAMENTO

La Ditta emetterà una fattura successivamente alla data di stipula del presente contratto per ottenere l'anticipazione e una fattura per ottenere il saldo, subordinato, comunque, al trasferimento dei fondi da parte dell'Assessorato Regionale al Turismo..

L'attestazione della regolare esecuzione delle prestazioni, sarà effettuata a cura del Responsabile Unico del Procedimento.

Il pagamento delle prestazioni è subordinato alla emissione di regolare fattura da parte dell'Impresa, redatta secondo le norme in vigore.

ART. 9
RINVIO

Per quanto non espressamente previsto nel presente atto, si applica la normativa civilistica vigente in materia di contratti, così come integrata dalla normativa pubblicistica in materia di appalti pubblici.

ART.10
FORO COMPETENTE

Le parti convengono che nel caso di eventuali controversie, non risolte bonariamente, si farà ricorso alla giustizia ordinaria. Il Foro competente è quello di Messina

ART. 11

Il presente contratto, letto dalle parti rappresentate come innanzi, che lo trovano pienamente conforme alla loro volontà, è da Queste sottoscritto , in segno di totale accettazione, in calce al presente ed a margine degli altri fogli.

Il presente contratto, consta di 5 fogli, f.to A4.

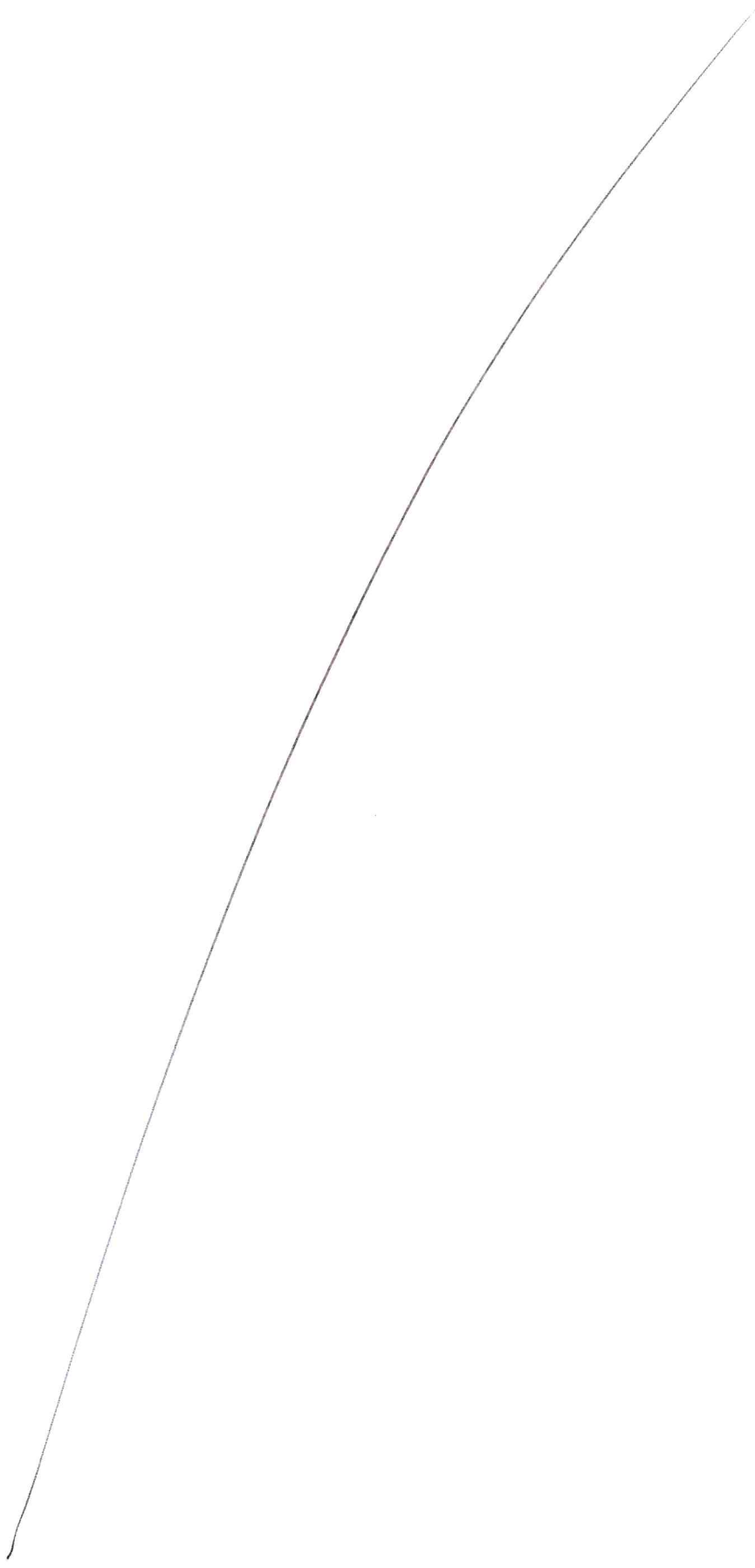
Letto, confermato e sottoscritto

IL RESPONSABILE I SETTORE

L'ISTRUTTORE DIRETTIVO
Leone

LA DITTA

 **ETNOS srl**
Z.I. Blocco Palma I, Strada 14 Vincenzo Lancia, 57
90131 CATANIA
Codice IVA 04146870870
REA 276469 - etnos@pec.it



Oggetto : “Progettazione e realizzazione di itinerari per la valorizzazione del turismo naturalistico” - Progetto NA.RE.V.AL – CUP: G69D13000510003. Capitolato speciale d'appalto. Lotto 3.

ATTIVITA' DI FORMAZIONE SPECIALISTICA E SEMINARIALE E DI ASSISTENZA TECNICA AGLI OPERATORI

In questo incessante processo di trasformazione ed evoluzione del contesto turistico verso contesti 2.0, le persone, lo stile di lavoro e la professionalità svolgono un ruolo fondamentale.

Il lavoro, che in generale è il prodotto dell'ingegno, delle competenze e dell'organizzazione delle persone, è valore strategico dell'offerta integrata di turismo. Alla luce della evoluzione del turista moderno, nei mesi precedenti la decisione di vacanza, il primo valore di accoglienza ricettiva ricercato è la “qualità del personale”.

Stile, professionalità, comportamenti e discrezione ma anche reputazione, e deontologia sono oggi indispensabili, e analogamente le persone protagoniste a qualsiasi livello del turismo devono orientare e integrare competenze e abilità di mestiere con quei valori e quelle sensibilità per essere/diventare “sistema di un brand” a vantaggio dell'offerta integrata, attesa e cercata dalla domanda più affluente.

Da questo punto di vista, la formazione è una leva di cambiamento indispensabile che deve essere progettata ed erogata su basi differenti dal passato e deve essere vissuta da tutti, senza eccezione alcuna, come una risorsa preziosa, la più importante per l'intero arco della vita professionale di ciascuno.

Obiettivo è attuare una serie di giornate formative volte a promuovere un modello di formazione rivolto ai lavoratori e alle imprese turistiche. In questo contesto, al fine di incoraggiare progressivi adattamenti delle capacità professionali nel campo del turismo naturalistico si organizzerà un percorso di formazione sul turismo naturalistico e sulla gestione sostenibile del territorio e del turismo attraverso l'uso delle nuove strategie della comunicazione della durata di 25 giornate suddivisa in 5 ore giornaliere nelle ore pomeridiane per un totale di 125 ore rivolta ai soggetti del partenariato ma anche ai produttori agricoli locali dei Farmer's Market.

Al fine di sensibilizzare la popolazione locale sull'integrazione dell'economia turistica e delle esigenze di tutela ambientale verranno realizzati, lungo l'intero periodo del progetto, una serie di incontri con le scuole del territorio nell'ambito di specifici programmi di educazione ambientale.

Il progetto, mediante la realizzazione delle attività previste, si propone il raggiungimento di risultati stabili nella tutela e fruizione dei beni naturali e precisamente:

- favorire nei partecipanti al progetto la conoscenza e la valorizzazione del patrimonio ambientale, naturalistico, storico, ecc. presente sul territorio di riferimento;

- acquisire competenze specifiche attraverso nozioni di:
 - Lingue (55 ore);
 - Marketing Turistico e Marketing Territoriale (40 ore);
 - Social Media Marketing e nuovi strumenti di comunicazione virale (20 ore);
 - Customer Satisfaction (10 ore).
- dare ai giovani/partner partecipanti al progetto l'opportunità di guardare al territorio di riferimento rilevandone le potenzialità di sviluppo e di crescita in rapporto a nuove figure professionali emergenti;
- creare un momento di crescita personale per i giovani coinvolti, in sinergia con il territorio;
- far esprimere le proprie potenzialità in rapporto alla conoscenza diretta del territorio in ambito di turismo naturalistico;
- crescita personale relativa ad una nuova esperienza integrata nel proprio contesto territoriale.

Le ricadute del progetto sul territorio di riferimento sono costituite:

- dalla diffusione nella comunità locale della cultura di tutela, difesa e valorizzazione dei beni ambientali, naturalistici, culturali, artistici, storici, ecc.;
- dall'implementazione di "best practices" nella gestione dei sentieri, percorsi, mercati agricoli slow a km 0;
- dalla creazione di percorsi stabili per la fruizione dei beni e del patrimonio della NA.RE.VAL.

Indicatori dei risultati

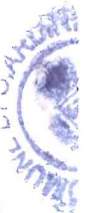
- Migliore conoscenza delle tematiche inerenti il Marketing;
- Migliore conoscenza ed approfondimento delle Lingue con particolare attenzione al microlinguaggio e alle specificità relazionali richieste dal settore turistico.;
- Possibilità di creare una maggiore sensibilizzazione nei soggetti più piccoli ancora in età scolare (bambini scuole elementari e medie);
- Migliorare l'immagine e la comunicazione verso l'utenza.

Azioni di sensibilizzazione, seminariale ed assistenza tecnica per gli operatori pubblici e privati sul tema dell'accoglienza e dell'ospitalità

Verranno inoltre organizzate attività di sensibilizzazione, seminari, ed assistenza tecnica agli operatori pubblici e privati volti ad approfondire la conoscenza diretta e pratica delle azioni del progetto, dei sentieri, dei prodotti, delle eccellenze e delle attività produttive distintive e rappresentative del territorio NA.RE.VAL.

Uno degli aspetti più importanti di tale attività sarà quella dell'animazione territoriale, una metodologia che si è andata affermando come pratica di valorizzazione delle potenzialità di un territorio attraverso l'attivazione di una funzione connettiva del tessuto sociale. Essa comprende una

Handwritten signature in blue ink.



serie di attività che si configurano come insieme di operazioni volte a promuovere in forma partecipata dinamiche di conoscenza e di sviluppo della comunità locale, quali ad esempio:

- sensibilizzazione della realtà locale, su obiettivi di sviluppo del territorio;
- lettura e interpretazione dei principali aspetti problematici del sistema locale;
- coinvolgimento della cittadinanza in un'ottica bottom up.

L'attività di animazione generalmente incorpora un'attività tipicamente conoscitiva, quella di indagine territoriale, finalizzata ad acquisire in modo sistematico informazioni quantitative e qualitative relative agli "elementi di forza" del territorio di appartenenza, sui quali puntare ed investire, ed agli "elementi di debolezza" dello stesso a cui far fronte attraverso progetti ed iniziative di sviluppo locale.

Secondo questa prospettiva lo sviluppo locale passa attraverso un approccio innovativo, compiuto e gestito in prima persona dagli attori del territorio lungo le tre fasi fondamentali di dinamizzazione del contesto, socializzazione delle informazioni e delle esperienze e cooperazione tra gli attori.

L'attività di animazione territoriale nei confronti degli imprenditori locali si configura come un momento fondamentale dell'intera azione di marketing operativo.

Il contributo che può apportare al raggiungimento di tali obiettivi consiste nell'incoraggiare l'adozione di queste forme di collaborazione e nel creare operativamente le condizioni per elaborare modelli organizzativi e di sviluppo locale innovativi ed aderenti alle specificità del contesto locale.



FARMER'S MARKET:

ovvero Presidi friendly e Slow Agricolture a km 0 in cui gli ospiti potranno acquistare prodotti agricoli biologici a km 0 coltivati direttamente dai contadini della Valle. L'obiettivo è quello di investire sulla filiera corta e sulla valorizzazione dei prodotti dell'agricoltura, attraverso la costituzione di mercatini/stand/presidi contadini, con strutture leggere in legno, sia lungo i sentieri

che nei centri dei comuni. In questo modo, non solo si possono favorire nuove opportunità di crescita per le aziende locali ma anche sensibilizzare la cittadinanza ed i turisti al consumo responsabile. L'intento è dunque quello di commercializzare i prodotti del territorio, la cui qualità viene garantita dal produttore e dal sistema di regole che governa il mercato.

PROMOZIONE DEI MERCATI DEI CONTADINI

I farmers' markets o farmers markets (letteralmente "mercati dei contadini" o "mercati contadini") sono mercati, generalmente svolti all'aperto e a cadenza mensile, dove i produttori agricoli effettuano la vendita diretta delle proprie produzioni. Questi mercati si sono rapidamente diffusi

negli ultimi anni a livello nazionale, seguendo una tendenza già in atto in molti altri Paesi occidentali, in Europa e ancor prima negli Stati Uniti. Insieme ad altre esperienze di vendita diretta, gestite in forma individuale o collettiva, essi si inseriscono in quel quadro di iniziative definite nel nostro Paese comunemente con il termine "filiera corta", ma conosciute anche come "circuiti brevi di produzione-consumo" (short food circuits) o come "network (o sistemi) agroalimentari alternativi" (alternative food networks). C'è chi ha anche giocato con le parole, parlando di "cortocircuitazione" del sistema dominante da parte di queste iniziative orientate ad una diversa organizzazione delle relazioni tra produzione e consumo (Renting et al., 2003). Al di là della diversità di termini, ciò che accomuna gran parte di queste iniziative è proprio questo: la creazione di alternative alle logiche e alle relative modalità organizzative del sistema agroalimentare dominante, nella direzione di un riavvicinamento, di un accorciamento delle distanze - fisiche, sociali, culturali, economiche - tra mondo della produzione e mondo del consumo.

Il progetto, come detto ampiamente in principio, ha tra i suoi obiettivi la creazione di mercati dei contadini o farmer's market in cui gli ospiti potranno acquistare prodotti agricoli biologici a km 0 coltivati direttamente dai contadini della Valle. L'obiettivo è quello di investire sulla filiera corta e sulla valorizzazione dei prodotti dell'agricoltura, attraverso la costituzione di mercatini/stand/presidi contadini, con strutture leggere in legno, sia lungo i sentieri che nei centri storici dei comuni. In questo modo, non solo si possono favorire nuove opportunità di crescita per le aziende locali ma anche sensibilizzare la cittadinanza ed i turisti al consumo responsabile. L'intento è dunque quello di commercializzare i prodotti del territorio, la cui qualità viene garantita dal produttore e dal sistema di regole che governa il mercato.



Handwritten signature and official stamp of the Municipality of Naxos (ME). The stamp is circular with the text "COMUNE DI NAXOS (ME)" around the perimeter and a central emblem.