

**CONTRATTO PER LA DEFINIZIONE DI UN NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO
TURISTICO PER LA PROVINCIA DI BRESCIA**

CIG: Z363C18382

Con la presente scrittura privata la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Brescia, con sede in Brescia Via Luigi Einaudi n. 23, C.F. 80013870177 e P.IVA 00859790172, di seguito indicata "Camera", in persona di Massimo Ziletti, C.F. ZLTMSM64M22B157V, nato a Brescia il 22/8/1964, che agisce nel presente atto quale Dirigente dell'Area Amministrativa e rappresentante negoziale della stessa

E

JUST GOOD TOURISM srl C.F./P.I. 05303870280, con sede in Padova, Via Risorgimento, 36, di seguito indicato anche come "Fornitore", rappresentata da _____, nato a _____ il _____, C.F. _____, che agisce nel presente atto in nome, per conto e nell'interesse del Fornitore quale _____,

premesse

che la Camera, con determinazione del Segretario Generale n. _____ del _____, ha affidato il servizio in oggetto a JUST GOOD TOURISM srl

CONVENGONO E STIPULANO QUANTO SEGUE

Art. 1 - Oggetto

Il servizio di cui al presente contratto consiste nella realizzazione di un nuovo modello organizzativo turistico per la provincia di Brescia, come dettagliato nell'allegato parte integrante del presente contratto, con l'osservanza degli articoli che seguono ed in conformità della vigente disciplina in materia, strutturato come segue:

- a) interviste con i principali stakeolder della destinazione; in stretta collaborazione con Visit Brescia verranno organizzati degli incontri sui seguenti aspetti:
- la mappatura degli stakeholder
 - i modelli organizzativi dei marchi d'area attuali
 - relative sfide e fabbisogni
 - dove si vuole arrivare
 - progettualità in corso
 - le caratteristiche distintive del territorio
 - i trend turistici attuali della provincia di Brescia
 - i prodotti turistici e le esperienze nella provincia di Brescia.

Output: 25 interviste per un coinvolgimento dei soggetti

chiave del territorio.

b) benchmark di altri modelli organizzativi ed organizzazione di laboratori e tavole rotonde con l'obiettivo di selezionare un panel di benchmark al fine di confrontarsi con altri modelli organizzativi, con l'approfondimento di:

- Forma giuridica / Statuto
- Vision e Mission
- Shareholders
- Partner
- Organigramma / Funzioni
- Modello di gestione / Analisi bilanci
- Percorso di costituzione del modello organizzativo
- Progettualità strategica
- Azioni di sostenibilità applicati nel territorio
- Rapporto con sotto-ambiti di destinazione e/o marchi d'area
- Esperienze, sfide e buone prassi.

Output: confronto con 3 benchmark (presso la Camera di Commercio o organizzazione di study visit).

c) proposta e affiancamento nella fase di start-up del nuovo modello organizzativo. Il gruppo di lavoro composto da Visit Brescia e Camera di Commercio sarà accompagnato nella progettazione e nella prima fase di start-up del nuovo modello di governance. Il lavoro verterà su:

- Indicazioni di sviluppo del prodotto
- Il modello di governance futuro - Funzioni, ruoli, competenze (chi fa cosa)
- La nuova organizzazione interna - Management e staff
- La sostenibilità economica - Budget, accordi economici e linee di finanziamento.

Output: accompagnato nella progettazione e nella prima fase di start-up del nuovo modello di governance ed elaborazione di un documento che descriverà:

- Vision, mission
- Proposta di forma giuridica
- Partner
- Funzionigramma
- Definizione della struttura dei costi
- Step operativi per l'implementazione del nuovo modello organizzativo e avvio dei processi (coaching sul project management)
- Sintesi strategico-prospettica
- Roadmap progetti prioritari.

Art. 2 - Durata

L'intero progetto avrà una durata complessiva fino a 12 mesi. Si

prevede l'inizio delle attività a 2 settimane dalla stipula dell'incarico.

Art. 3 - Norme regolatrici del servizio

Il servizio deve essere svolto con l'osservanza di quanto previsto:

- a) dal presente contratto;
- b) dal Codice Civile e dalle altre disposizioni normative già emanate in materia di contratti di diritto privato, per quanto non regolato dal presente atto.

Art. 4 - Prezzi

Il corrispettivo è quantificato in € 30.000,00, oltre IVA 22%. Non sono compresi i costi di trasferta per le study visit.

Art.5 - D.U.V.R.I. - Documento unico di valutazione dei rischi da interferenze

Per la tipologia del servizio oggetto del contratto non si rilevano interferenze per cui si renda necessario gestire i rischi conseguenti.

Art. 6 - Fatturazione

Il Fornitore procederà alla fatturazione di una prima rata al termine della prima fase che si concluderà entro il 31 dicembre 2023 - Interviste con i principali stakeholder della destinazione - art. 1 comma a) - pari a metà dell'importo (€ 15.000,00 + IVA 22%). Il saldo verrà fatturato nel 2024 al termine del servizio.

La fattura dovrà recare l'annotazione "scissione dei pagamenti". In sede di pagamento la Camera di Commercio applicherà le disposizioni di cui all'art. 1 comma 629 lett. b) della Legge di Stabilità n. 190/2014, ovvero pagherà alla fornitore l'Imponibile e verserà all'Erario l'Iva. Nella fattura emessa dal fornitore dovrà essere indicato il codice IBAN completo del conto corrente dedicato sul quale effettuare il pagamento. Il pagamento delle fatture avrà luogo entro 30 giorni dalla data di ricezione della fattura, secondo quanto previsto dagli artt. 15 e 55 del D.P.R. n. 254/2005, e dall'art. 4 commi 1, 2 e 4 del D.Lgs. 231/2002 e successive modificazioni, mediante bonifico bancario sull'Istituto di credito e sul numero di conto corrente anticipatamente indicato dalla fornitore (codice univoco per la fatturazione elettronica: HCZBEG).

Art. 7 - Collaudo

Il Dirigente camerale responsabile dell'Area promozione e regolazione del mercato, o suo delegato, alla presentazione della fattura, procederà alla verifica della regolare esecuzione del servizio.

Art. 8 - Penali

In caso di inosservanza da parte del Fornitore di quanto previsto nel presente contratto la Camera, previa contestazione a mezzo PEC, esaminate le eventuali controdeduzioni del Fornitore, le quali dovranno pervenire entro dieci giorni, applica una penale

giornaliera pari al 1% (uno per mille) dell'ammontare netto contrattuale ai sensi dell'art. 126 del D.Lgs. 36/2023. Tutti gli importi suddetti si intendono al netto dell'IVA. Resta inteso che l'importo della penale non potrà superare il 10% del medesimo ammontare netto del contratto, fatto comunque salvo il risarcimento del maggiore danno. Nel caso di grave colpa o reiterata negligenza da parte del Fornitore, la Stazione Appaltante ha facoltà di recesso trattenendo l'eventuale cauzione depositata dal Fornitore a garanzia degli obblighi contrattuali.

Art. 9 - Obblighi di riservatezza

Il fornitore considererà strettamente confidenziali i documenti e le informazioni di cui venisse a conoscenza durante la trattativa e i rapporti di lavoro. In ottemperanza alle normative del D.Lgs. 196 del 30.6.2003 e del Regolamento UE 2016/679, ogni dato relativo alla documentazione non potrà essere usato per fini che esulino il rapporto contrattuale, non dovrà essere violato il diritto alla riservatezza.

Art. 10 - Dati personali

Informativa ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 e della normativa vigente in materia di trattamento dei dati personali. Con riferimento ai dati personali conferiti per la sottoscrizione del presente contratto, si forniscono le seguenti informazioni:

- Titolare del trattamento è la Camera di Commercio di Brescia - Via Einaudi, 23 - 25121;
- Presso l'Ente opera il Responsabile della protezione dei dati, designato ai sensi dell'art. 37 del Regolamento (UE) 2016/679, contattabile all'indirizzo mail: serviziodpo@lom.camcom.it;
- Finalità del trattamento: i dati forniti sono trattati per le finalità di esecuzione del presente contratto ai sensi dell'articolo 6 comma 1 lettera b) del Regolamento UE 2016/679, nonché per gli eventuali ulteriori adempimenti previsti per legge;
- Modalità di trattamento: il trattamento sarà svolto in forma automatizzata e/o manuale, nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 32 del Regolamento UE 2016/679 e dalla normativa nazionale vigente in materia di misure di sicurezza, ad opera di soggetti appositamente autorizzati ed in ottemperanza a quanto previsto dall'articolo 29 del predetto Regolamento;
- Diritti dell'interessato: in ogni momento, il Fornitore potrà esercitare i diritti previsti dalla normativa nazionale vigente e dagli articoli da 15 a 22 del Regolamento UE n. 2016/679.

Art. 11 - Imposte e registrazione

Sul presente contratto non è prevista l'imposta di bollo in quanto inferiore ad € 40.000.

Ai sensi dell'art. 5, comma 2, del D.P.R. 26/04/1986 n. 131 secondo la Tariffa Parte II art. 1, lettera b), il presente atto è soggetto a registrazione solo in caso d'uso e le relative spese sono a carico della parte che intende avvalersene.

Art. 12 - Domicilio delle parti

Per gli effetti del presente atto e per tutte le conseguenze derivanti, la Camera e il fornitore eleggono il proprio domicilio presso le rispettive sedi.

Art. 13 - Obblighi dell'appaltatore relativi alla tracciabilità dei flussi finanziari (L. 136/2010)

Il fornitore assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'art. 3 della Legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche. Il fornitore si impegna a dare immediata comunicazione alla stazione appaltante e alla Prefettura - Ufficio territoriale del Governo della Provincia di Brescia della notizia dell'inadempimento della propria controparte (subappaltatore - subcontraente) agli obblighi di tracciabilità.

Art. 14 - Codice di comportamento

Il fornitore con la presentazione dell'offerta ha dichiarato di avere preso visione e di accettare il Codice di Comportamento dei dipendenti della Camera di Commercio. In caso di violazione da parte dell'impresa dei contenuti del Codice, il presente contratto si risolve automaticamente.

Art. 15 - Controversie - clausola di mediazione

Ogni controversia derivante dall'interpretazione, esecuzione, risoluzione del presente contratto, prima del ricorso all'autorità giurisdizionale ordinaria, sarà fatta oggetto di un tentativo di mediazione ai sensi del D.Lgs. 4.3.2010 n. 28, avanti l'Organismo di Mediazione della Camera di Commercio di Brescia, iscritto al nr 104 del Registro degli Organismi di Mediazione tenuto dal Ministero di Giustizia, secondo il Regolamento di mediazione vigente al momento del deposito della domanda.

CAMERA DI COMMERCIO DI BRESCIA
IL DIRIGENTE DELL'AREA AMMINISTRATIVA
(dr Massimo Ziletti)

IL FORNITORE

(_____)

Agli effetti degli artt. 1341 e 1342 C.C., si approva espressamente l'articolo seguente:

art. 15 - Controversie - Clausola di mediazione

IL FORNITORE

(_____)

ALLEGATO AL CONTRATTO

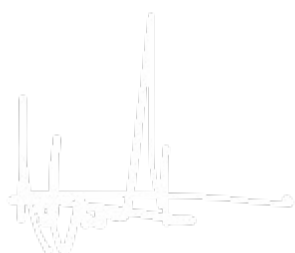
Spett.le
Roberto Saccone
Presidente Camera di Commercio di Brescia

OFFERTA DI SERVIZIO

**DEFINIZIONE DI UN NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO TURISTICO
PER LA PROVINCIA DI BRESCIA**

ADRIANA MIOTTO
Founder e Legale Rappresentante

JUST GOOD TOURISM SRL
Via del Risorgimento 36
35137 Padova
C.F. e P.I. 05303870280



I. SCENARIO DI RIFERIMENTO E METODOLOGIA

Il turismo è di per sé un fenomeno complesso, trasversale ad una pluralità di ambiti e fortemente influenzato anche da fattori esterni alla stessa filiera turistica, rivelandosi spesso tra i settori più sensibili al cambiamento e tra i primi ad essere direttamente coinvolto dalle variazioni di scenario così come dai trend del momento.

Oggi, le destinazioni si trovano ad affrontare molteplici sfide, tra cui annoveriamo:

- **I cambiamenti climatici;**
- I dati **geopolitici**: conflitti, flussi migratori, sicurezza, costi energetici;
- **L'overtourism**, il consumo dei luoghi e la conseguente gestione dei flussi;
- Il rapporto sempre più stretto tra **sostenibilità e redditività**;
- **L'equilibrio** dinamico tra identità e innovazione;
- La necessità di aggiornare e sviluppare nuove **competenze e professionalità**;
- La «**nuova**» **domanda** e i nuovi comportamenti di consumo turistico;
- **Il ricambio generazionale**, il poco ricambio e la poca innovazione nei modelli di gestione delle imprese;
- **I nuovi modelli di residenzialità**, dettati dalle opportunità dello smart working, dalla conseguente creazione di nuove stagionalità e dal tema delle 2^e case.

Tutto ci richiede un approccio strategico più efficace e flessibile che implica l'evoluzione ad una **struttura di governance** mirata e declinata sulle specificità della destinazione turistica e che sappia rispondere in modo più coerente non solo ai bisogni del turista ma anche a quello dei suoi residenti, abbracciando la radicale evoluzione che stanno attraversando le DMO, ovvero la trasformazione da "agenzie di marketing" ad "agenzie di sviluppo locale".

LA RICHIESTA

Tale scenario di riferimento, correttamente avvertito dalla Camera di Commercio di Brescia, è stato declinato nella richiesta espressa a Just Good Tourism per un supporto nell'individuare un percorso che possa portare ad uno sviluppo del modello organizzativo attuale che:

- abbracci una visione fortemente sostenibile, in tutte le sue declinazioni, quindi, ambientale, sociale ed economica;
- non eroghi solo attività di marketing, ma comprenda anche funzioni di sviluppo territoriale;
- si coordini e si integri in modo efficace con i molteplici sotto-ambiti di destinazione, che - a loro volta - dovranno trovare una propria chiave organizzativa;

- favorisca un'evoluzione della situazione attuale e non una sua sostituzione o duplicazione.

II. STRUTTURA DELL'INTERVENTO

In coerenza con tale richiesta, indichiamo di seguito la struttura della proposta di intervento per la Camera di Commercio di Brescia.

1. Interviste con i principali stakeholder della destinazione
2. Benchmark di altri modelli organizzativi ed organizzazione di laboratori e tavole rotonde
3. Proposta e affiancamento nella fase di start-up del un nuovo modello organizzativo

01. INTERVISTE CON I PRINCIPALI STAKEHOLDER DELLA DESTINAZIONE

In stretta collaborazione con Visit Brescia, verranno organizzati degli incontri con i principali stakeholder della filiera turistica (quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: la Camera di Commercio, l'Università, le associazioni di categoria, i consorzi, le imprese chiave, le amministrazioni comunali e i principali gestori delle attrattive territoriali) **con l'obiettivo di comprendere le progettualità esistenti e le relazioni tra i diversi soggetti.**

Si indagherà insieme a Visit Brescia sui seguenti aspetti:

- la mappatura degli stakeholder;
- i modelli organizzativi dei marchi d'area attuali;
- relative sfide e fabbisogni;
- dove si vuole arrivare;
- progettualità in corso;
- le caratteristiche distintive del territorio;
- i trend turistici attuali della provincia di Brescia;
- i prodotti turistici e le esperienze nella provincia di Brescia.

Tale fase sarà essenziale per organizzare al meglio la fase successiva e la formulazione della proposta di sviluppo del modello organizzativo attuale.

Output: Si prevedono 25 interviste per un coinvolgimento dei soggetti chiave del territorio.

02. BENCHMARK DI ALTRI MODELLI ORGANIZZATIVI ED ORGANIZZAZIONE DI LABORATORI E TAVOLE ROTONDE

L'intervento consiste nel selezionare un panel di benchmark al fine di confrontarsi con altri modelli organizzativi. I casi studio verranno valutati e scelti insieme alla committenza, invitando presso la Camera di Commercio (o altra sede) Direttori / Manager / Presidenti di altre DMO oppure andando direttamente nelle destinazioni prescelte con l'obiettivo di creare un confronto reale ed operativo su percorsi intrapresi da altre realtà.

Gli elementi da approfondire potranno essere:

- Forma giuridica / Statuto
- Vision e Mission
- Shareholders
- Partner
- Organigramma / Funzioni
- Modello di gestione / Analisi bilanci
- Percorso di costituzione del modello organizzativo
- Progettualità strategica
- Azioni di sostenibilità applicati nel territorio
- Rapporto con sotto-ambiti di destinazione e/o marchi d'area
- Esperienze, sfide e buone prassi

Output: Confronto con numero 3 benchmark (presso la Camera di Commercio o organizzazione di study visit).

03. PROPOSTA E AFFIANCAMENTO NELLA FASE DI START-UP DEL NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO

L'ultima fase ha l'obiettivo di concepire una vision di medio e lungo termine che possa fornire indicazioni di sviluppo del prodotto e far evolvere il modello organizzativo attuale verso un nuovo modello che sia in grado di rispondere alle sfide e ai fabbisogni espressi dal gruppo di lavoro coinvolto.

Il gruppo di lavoro composto da Visit Brescia e Camera di Commercio sarà accompagnato nella progettazione e nella prima fase di start-up del nuovo modello di governance.

Il lavoro verterà su:

- a) Indicazioni di sviluppo del prodotto
- b) Il modello di governance futuro – Funzioni, ruoli, competenze (chi fa cosa)
- c) La nuova organizzazione interna – Management e staff

d) La sostenibilità economica – Budget, accordi economici e linee di finanziamento

Output: Accompagnato nella progettazione e nella prima fase di start-up del nuovo modello di governance ed elaborazione di un documento che descriverà:

- Vision, mission
- Proposta di forma giuridica
- Partner
- Funzionigramma
- Definizione della struttura dei costi
- Step operativi per l'implementazione del nuovo modello organizzativo e avvio dei processi (coaching sul project management)
- Sintesi strategico-prospettica
- Roadmap progetti prioritari

III CRONOPROGRAMMA

L'intero progetto avrà una durata complessiva fino a 12 mesi. Si prevede l'inizio delle attività a 2 settimane dalla stipula dell'incarico.

IV. TEAM DI LAVORO

Il team sarà composto da un mix di professionisti specializzati in: governance, destination marketing e destination management, sviluppo di prodotti turistici sostenibili e gestione di processi partecipativi.

ADRIANA MIOTTO

CEO e Co-founder di Just Good Tourism, si occupa di progetti di destination management volti a far crescere le destinazioni in modo sostenibile. Temporary destination manager e co-creatrice del network nazionale delle destinazioni balneari più visitate in Italia. Docente a contratto presso l'Università di Padova, è Consigliere di Amministrazione per il quinquennio 2022-2027, su nomina della Regione Veneto presso il Ciset- Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica.

STEFAN MARCHIORO

Si occupa di turismo dal 1990, attualmente lavora presso la Direzione Turismo della Regione Veneto dove si occupa di progetti territoriali e governance del turismo. Dal 2003 collabora con l'Università degli Studi di Padova, è componente del Comitato

Scientifico di ITS Turismo Veneto, delle riviste Turismo e Psicologia e Regional Studies and Local Development e dal 2018 è componente dell'Advisory Board della BTO di Firenze.

PAOLO GRIGOLLI

Direttore generale Azienda per il Turismo della Val di Fassa, già Direttore della Scuola di management turistico della Trentino School of Management di Trento, consulente di diverse destinazioni in Italia e all'estero.

ANDREA GELSOMINO

Project Manager Area Destination Management per Trentino School of Management di Trento, ricercatore per università Iulm di Milano, responsabile progetti di sviluppo turismo outdoor.

STEFANO NEGRELLI

Co-Founder di Just Good Tourism e Loft Consulting. Dal 2001 affianca imprese e startup nel definire e realizzazione piani industriali per lo sviluppo dei progetti imprenditoriali. Ha collaborato per 9 anni con l'Università di Padova nel supporto per l'avvio di spin-off e start-up. Docente presso l'Università di Padova e diversi enti di formazione certificati.

PAOLA BAGATELLA

Project Manager in Just Good Tourism. Architetto specializzato in design dell'offerta turistica, ha esperienza di project management in ambito di pubbliche amministrazioni. Si occupa di sviluppo turistico e destination management, elaborando ricerche, realizzando mappature delle risorse territoriali, identificando benchmark e stendendo report e presentazioni.

GAIA SORGATO

Tourism expert in Just Good Tourism. Specialista del design dell'offerta turistica, sviluppo turistico e destination management. Gestisce focus group, workshop.

GIORGIA TEOLATO

Project Manager in Just Good Tourism. Dopo un percorso di storica dell'arte si perfeziona nel marketing dell'offerta turistica. Si occupa di analisi e realizzazione di piani di marketing. Gestisce la parte comunicativa dei progetti realizzati.

MELANI KAPUSTA

Creative Designer in Just Good Tourism. Esperienza ventennale nella progettazione e sviluppo dell'identità grafica di aziende, enti e progetti, attraverso la definizione di logo, palette colori, brand-book, oltre a tutti i materiali di stationery. Si occupa di sviluppare materiali promozionali e di comunicazione (brochure, manifesti, roll-up, vele) oltre a ideare il design di tutti gli output realizzati.

V. PROPOSTA ECONOMICA

La nostra migliore proposta relativa alle attività descritte ai precedenti punti è riportata di seguito:

30.000 Euro + IVA

Non sono compresi i costi di trasferta per le study visit.

Proposta di modalità di pagamento:

- Pagamento di una prima rata al termine della prima fase – **Interviste con i principali stakeholder della destinazione** – pari a metà dell'importo (15.000 Euro + IVA)
- Pagamento a saldo al termine dei lavori

IL SEGRETARIO GENERALE
(dr Massimo Ziletti)

