



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

SERVIZI DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE E

MARKETING PER IL MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO

CAPITOLATO

CIG: 92605607DC

INDICE

Art. 1 – Oggetto e finalità dell'appalto	2
Art. 2 – Descrizione del servizio e condizioni di espletamento delle attività	6
Art. 3 – Obblighi a carico dell'appaltatore	14
Art. 4 – Condizioni e modalità di esecuzione delle prestazioni.....	16
Art. 5 – Documenti che fanno parte del contratto	18
Art. 6 – Durata del contratto	18
Art. 7 – Importo a base di gara e modalità di pagamento	18
Art. 8 – Direttore dell'esecuzione del contratto.....	19
Art. 9 – Avvio dell'esecuzione del contratto	20
Art. 10 – Modalità di pagamento e fatturazione.....	20
Art. 11 – Controlli sull'esecuzione del contratto	21
Art. 12 – Fallimento e modifiche soggettive dell'appaltatore	21
Art. 13 – Divieto di cessione del contratto e cessione dei crediti derivanti dal contratto.....	22
Art. 14 – Subappalto.....	22
Art. 15 – Tutela dei lavoratori.....	23

Pag. 1 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

Art. 16 – Condizioni economico-normative da applicare al personale dipendente ed ai soci lavoratori impiegati nell'appalto	23
Art. 17 – Sicurezza	23
Art. 18 – Elezione di domicilio dell'appaltatore	24
Art. 19 – Trattamento dei dati personali.....	24
Art. 20 – Riservatezza	24
Art. 21 – Garanzia definitiva	25
Art. 22 - Obblighi assicurativi.....	25
Art. 23 – Penali	26
Art. 24 – Responsabilità.....	26
Art. 25 – Risoluzione del contratto per inadempimento	26
Art. 26 – Clausole di risoluzione espressa	27
Art. 27 – Recesso	28
Art. 28 – Definizione delle controversie.....	28
Art. 29 – Tracciabilità dei flussi finanziari	28
Art. 30 – Spese contrattuali	28
Art. 31 – Disposizioni anticorruzione	28
Art. 32 – Norme che regolano il contratto e criteri interpretativi	29

Art. 1 – Oggetto e finalità dell'appalto

1. L'appalto ha per oggetto lo svolgimento del servizio di comunicazione, promozione e marketing, comprensivo del servizio di centro media per le campagne pubblicitarie on e off line del Museo Archeologico

Pag. 2 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

Nazionale di Taranto in Italia e all'estero. In particolare, la comunicazione ed il marketing debbono essere finalizzati alla promozione e alla divulgazione del Museo Archeologico Nazionale di Taranto (di seguito denominato anche "MARTA"), della sua immagine e delle sue attività a livello locale, nazionale e internazionale, e tramite le attività digitali, attraverso la gestione di tutti i canali social del Museo Archeologico Nazionale di Taranto, la gestione e l'aggiornamento del sito web del Museo e l'invio della newsletter.

Le attività di comunicazione, promozione e marketing debbono essere svolte secondo un piano di comunicazione ed un piano di marketing che l'Appaltatore deve elaborare, redigere e consegnare al Museo Archeologico Nazionale di Taranto che deve approvarli. L'Appaltatore deve elaborare e redigere una strategia globale di comunicazione, multi-canale, metterla in opera e coordinarla, dopo che sarà approvata dal Museo Archeologico Nazionale di Taranto. Il piano di comunicazione, il piano di marketing e le strategie sono di proprietà del Museo Archeologico Nazionale di Taranto.

Il piano di comunicazione ed il piano di marketing debbono contribuire all'affermazione di una immagine istituzionale positiva che permetta al Museo Archeologico Nazionale di Taranto di sviluppare i suoi differenti pubblici e di diffondere la propria immagine, la propria "marca", la propria identità a livello locale, nazionale e internazionale.

L'Appaltatore deve gestire con la creazione di contenuti, implementare, animare e aggiornare il sito web del Museo Archeologico Nazionale di Taranto attraverso una strategia di contenuti innovativi adeguati ai vari target di pubblico. La strategia di comunicazione e di marketing deve essere declinata sui canali social del Museo Archeologico Nazionale di Taranto.

L'Appaltatore deve identificare nuovi mecenati e sponsor e consolidare quelli esistenti, deve fortificare i partenariati esistenti e contribuire a crearne di nuovi anche al di fuori della rete abituale dei partenariati del Museo. Inoltre, deve contribuire a trasformare i non-pubblici in pubblici, deve sviluppare nuovi pubblici e contribuire allo sviluppo di partenariati nell'ambito del turismo.

L'Appaltatore deve elaborare campagne pubblicitarie dinamiche e innovative.

L'Appaltatore deve elaborare un piano di marketing specifico per l'uso degli spazi (dati in concessione a terzi dietro pagamento di canoni in favore del Museo Archeologico Nazionale di Taranto) e delle immagini (date in concessione a terzi dietro pagamento di canoni in favore del Museo Archeologico Nazionale di Taranto) del Museo Archeologico Nazionale di Taranto. L'Appaltatore deve gestire il piano nello svolgimento delle attività.

L'Appaltatore deve contribuire, attraverso le strategie di comunicazione e di marketing, a far aumentare gli introiti del Museo Archeologico Nazionale di Taranto.

Pag. 3 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

L'Appaltatore deve creare una strategia di promozione e di valorizzazione della "marca" del Museo Archeologico Nazionale di Taranto, della sua identità, della sua immagine e dei valori che veicola.

L'Appaltatore deve gestire e sviluppare le relazioni con i media nazionali e internazionali, e sviluppare i partenariati strategici con i media, le imprese e il settore turistico.

L'Appaltatore deve sviluppare la creazione, la qualità e la coerenza delle forme e dei contenuti di comunicazione interna ed esterna del Museo Archeologico Nazionale di Taranto.

Le suddette attività devono coinvolgere anche l'estero, in particolare: Stati Uniti d'America, Corea e Cina (e non soltanto), e tutti i paesi europei con focus country verso le aree tradizionalmente di derivazione dei visitatori del Museo, ovvero: Germania, Belgio, Gran Bretagna, Francia, Olanda, Spagna, Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia. I servizi oggetto d'appalto si configurano quali prestazioni specialistiche per l'attività di comunicazione, promozione e marketing del Museo Archeologico Nazionale di Taranto, al fine di promuovere il Museo Archeologico Nazionale di Taranto e il suo *incoming*, incrementandone i flussi, la visibilità e la reputazione, e valorizzando in modo integrato i diversi aspetti che connotano le attività e la missione istituzionale del Museo (ricerca, educazione, laboratori, studio, didattica, mostre, spazi espositivi, eventi culturali, co-progettazione con il territorio).

L'appalto è costituito da un unico lotto, in quanto le prestazioni non sono separabili da un punto di vista funzionale ed economico.

In particolare, l'Appaltatore dovrà occuparsi, nel quadro della strategia e degli obiettivi di comunicazione, promozione e marketing indicati dal Museo Archeologico Nazionale di Taranto, dei seguenti aspetti:

a. ATTIVITÀ WEB, COMUNICAZIONE "IN PRESENZA" E DIGITALE INCLUSI LA PREDISPOSIZIONE E L'INVIO DELLA NEWSLETTER, COMPRESI A TITOLO ESEMPLIFICATIVO MA NON ESAUSTIVO SERVIZI GRAFICI, VIDEO, STREAMING, REALIZZAZIONE SPOT, ELABORATI STATISTICI, INFO-GRAFICHE, ANIMAZIONE IN 2D E 3D, VOICE OFF, INTERPRETARIATO, PRODUZIONI MUSICALI COPY-FREE;

b. REALIZZAZIONE, SVILUPPO E GESTIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE E DI PROMOZIONE E REALIZZAZIONE, SVILUPPO E GESTIONE DEL PIANO DI MARKETING – ANCHE MARKETING TURISTICO - CON ATTIVITÀ "FISICHE" E DIGITALI; LA CONSULENZA, PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI GRAFICHE, DISPOSITIVI VIDEO, ANIMAZIONE 2D, 3D, RIPRESE 4K, FOTOGRAFIA, MOCKUPPING, SKETCH CRAWLING, CREATIVE IMAGING, FUMETTO, ILLUSTRAZIONE, CARTONI ANIMATI PER I VISUAL CHE ACCOMPAGNERANNO IL MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO IN TUTTE LE ATTIVITÀ INTERNE E DI PROMOZIONE ESTERNA, COMPRESA LA PROGETTAZIONE DI UN'EVENTUALE E ULTERIORE BRAND IDENTITY, IMMAGINE COORDINATA, MOOD BOARD E MERCHANDISING;

Pag. 4 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

- c. GESTIONE, IMPLEMENTAZIONE, MANUTENZIONE, AGGIORNAMENTO DEI CONTENUTI IN 8 LINGUE (ITALIANO, INGLESE, FRANCESE, SPAGNOLO, TEDESCO, RUSSO, CINESE E ARABO) CON ADEGUATA COMUNICAZIONE DEI CONTENUTI REALIZZATI PER CULTURE DEI PAESI LEGATI ALLE 8 LINGUE, DEL SITO INTERNET DEL MUSEO E DEI CANALI SOCIAL MEDIA;
- d. PIANIFICAZIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE E STRATEGIE PER INCREMENTARE LE ATTIVITÀ DI FUNDRAISING E CROWDFUNDING E GLI INTROITI DEL MUSEO;
- e. ATTIVITÀ DI ADDETTO STAMPA SVOLTA DA GIORNALISTA PROFESSIONISTA ISCRITTO ALL'ORDINE DEI GIORNALISTI DA ALMENO 10 ANNI, CHE ASSICURI L'ORGANIZZAZIONE E LA GESTIONE DELL'UFFICIO STAMPA, TESTI PER LA PIATTAFORMA LARAVEL DEL MINISTERO DELLA CULTURA, DELLE CONFERENZE STAMPA, DEI PRESS TOUR E DI EVENTI SULLE ATTIVITÀ DELL'ENTE E LA SUA PRESENZA DURANTE LO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ; IL GIORNALISTA DOVRA' POSSEDERE UNA CONOSCENZA DELLA LINGUA INGLESE EQUIVALENTE AL LIVELLO C2, DOCUMENTATA DALL'ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE QUALE ORGANIZZATORE ALL'ESTERO E IN ITALIA, DI CONFERENZE STAMPA, DI PRESS TOUR ED EVENTI IN LINGUA INGLESE;
- f. ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT E DI COMMUNITY MANAGEMENT MULTILINGUE (Tik Tok, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Google Art Culture, Google Business) CON IMPLEMENTAZIONE DI ALTRI STRUMENTI COME TUMBLR E FLICKR E L'ACCESSO E ANIMAZIONE DEI SOCIAL ASIATICI (BAIDU, ALIBABA E TENCENT) E DELL'UTILIZZO DELLE APP COME WECHAT;
- g. L'ORGANIZZAZIONE DELL'ATTIVITÀ DOVRÀ PREVEDERE UNA FIGURA PROFESSIONALE DEDICATA CHE SVOLGA FUNZIONI DI COORDINATORE E REFERENTE UNICO PER L'AMMINISTRAZIONE PER IL COORDINAMENTO E LA GESTIONE DI TUTTE LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE E MARKETING;
- h. SERVIZI DESTINATI ALLA PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI E-COMMERCE ED EDITORIALI DEL MARtA INCLUSI QUELLI CONFERITI IN GESTIONE A CONCESSIONARI, REALIZZAZIONE RASSEGNA, GESTIONE DELLE INFORMAZIONI D'ACCESSO FISICO E VIRTUALE AGLI EVENTI DI COMUNICAZIONE DEL MUSEO, PROFILAZIONE UTENTI, APP PER IL MOBILE, INTERFACCIA PER L'UTILIZZO DI EVENTUALI APP DESTINATE ALL'UTILIZZO DI SERVIZI DI REALTÀ AUMENTATA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE;
- i. ATTIVITÀ SULL'ACCESSIBILITÀ E ATTENZIONE AL MONDO DELLE DISABILITÀ;
- l. ATTIVITÀ DI POSIZIONAMENTO DEL BRAND E DELLA "MARCA" DEL MARtA NEL SETTORE DELL'EDUCAZIONE, DELLA RICERCA, DELL'INNOVAZIONE E DELL'INCLUSIONE SOCIALE;
- m. TARGET SPECIFICI DELL'APPALTATORE saranno:

Pag. 5 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARtA
Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731
PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it
PEO: man-ta@beniculturali.it
Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

- m.1 STRATEGIA, PIANO ED ESECUZIONE DELLE ATTIVITÀ CON REPORTISTICA DEI RISULTATI CONSEGUITI;
- m.2 IMPLEMENTAZIONE DELLE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E RAFFORZAMENTO DELLA BRAND IDENTITY DEL MAR_TA CON VISIBILITÀ LOCALE, NAZIONALE E INTERNAZIONALE.

Art. 2 – Descrizione del servizio e condizioni di espletamento delle attività

Il fornitore, in accordo con il Museo Archeologico Nazionale di Taranto, dovrà sviluppare azioni sul fronte:

- della creazione del piano di comunicazione e della creazione del piano di promozione e di marketing, anche al fine di creare nuovi partenariati e di incrementare gli introiti del Museo;
- della gestione della comunicazione del Museo Archeologico Nazionale di Taranto con i media, la stampa, le agenzie e gli altri mezzi di comunicazione per una diffusione e promozione locale, nazionale e internazionale del Museo, con il coinvolgimento del pubblico e per conquistare il non-pubblico e nuovi pubblici; per affermare una immagine istituzionale e positiva del Museo che gli permetta di incrementare i suoi pubblici, assicurando l'engagement del pubblico;
- del marketing, della promozione e del web marketing;
- della comunicazione digitale e social media, previa pianificazione di azioni strategiche atte ad ampliare la conoscenza, l'appeal e la reputazione del Museo Archeologico Nazionale di Taranto presso un pubblico più vasto possibile, con il coinvolgimento attivo del pubblico; il pubblico deve diventare attore e co-creatore di contenuti;
- del social media marketing;
- del marketing turistico;
- del semantic discovery;
- del contextual discovery;
- della creazione della strategia per convertire il pubblico digitale in pubblico fisico;
- della progettazione e nella realizzazione di micro e macro eventi sia in presenza che in digitale, in una modalità digitale, assicurando l'engagement del pubblico.

In particolare, l'Appaltatore dovrà occuparsi, nel quadro della strategia e degli obiettivi di comunicazione, promozione e marketing indicati dal Museo Archeologico Nazionale di Taranto, dei seguenti aspetti:

Pag. 6 di 30

MAR_TA
MUSEO
ARCHEOLOGICO
NAZIONALE
DI TARANTO

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MAR_TA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it

 **MINISTERO
DELLA
CULTURA**



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

a. ATTIVITÀ WEB, COMUNICAZIONE “IN PRESENZA” E DIGITALE INCLUSI LA PREDISPOSIZIONE E L’INVIO DELLA NEWSLETTER SETTIMANALE, COMPRESI A TITOLO ESEMPLIFICATIVO MA NON ESAUSTIVO SERVIZI GRAFICI (TUTTA LA GRAFICA PER VARI PRODOTTI), VIDEO, STREAMING, REALIZZAZIONE SPOT, ELABORATI STATISTICI, TUTTE LE INFO-GRAFICHE, ANIMAZIONE IN 2D E 3D, VOICE OFF, INTERPRETARIATO, PRODUZIONI MUSICALI COPY-FREE;

b. REALIZZAZIONE, SVILUPPO E GESTIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE PROMOZIONE E REALIZZAZIONE, SVILUPPO E GESTIONE DEL PIANO DI MARKETING – ANCHE MARKETING TURISTICO - CON ATTIVITÀ “FISICHE”; LA CONSULENZA, PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI GRAFICHE, DISPOSITIVI VIDEO, ANIMAZIONE 2D, 3D, RIPRESE 4K, FOTOGRAFIA, MOCKUPPING, SKETCH CRAWLING, CREATIVE IMAGING, FUMETTO, ILLUSTRAZIONE, CARTONI ANIMATI PER I VISUAL CHE ACCOMPAGNERANNO IL MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO IN TUTTE LE ATTIVITÀ INTERNE E DI PROMOZIONE ESTERNA, COMPRESA LA PROGETTAZIONE DI UN’EVENTUALE E ULTERIORE BRAND IDENTITY, IMMAGINE COORDINATA, MOOD BOARD E MERCHANDISING.

Le attività prevedono una modalità “figitale” per lo sviluppo della brand reputation, mediante: la gestione del piano di comunicazione e di promozione e del piano di marketing – anche marketing turistico - con attività “fisiche” e digitali destinate sia ai visitatori occasionali che abituali, ma anche alla comunità locale. Nelle attività sono da includere la consulenza, progettazione e realizzazione di grafiche, dispositivi video, animazione 2D, 3D, riprese fino a 4K, fotografia, mockupping, sketch crawling, creative imaging, fumetto, illustrazione, cartoni animati per i visual che accompagneranno il Museo Archeologico Nazionale di Taranto in tutte le attività interne e di promozione esterna, compresa la progettazione di un’eventuale e ulteriore brand identity, immagine coordinata, mood board e merchandising. In particolare l’Appaltatore dovrà provvedere, quale prestazione già remunerata nel presente appalto, alla realizzazione e produzione di 15 video al mese destinati alla pubblicazione sui social e 12 video all’anno strutturati per le campagne promozionali del Museo. I materiali così prodotti, nell’ottica di una copy strategy che dovrà essere condivisa con le figure apicali del Museo, dovranno essere finalizzati ad attivare campagne di advertising mirate a comunicare con i vari target, ad ampliare l’appeal, la visibilità e l’elemento valoriale del MARta e ad assicurare l’engagement dei vari pubblici e la loro partecipazione attiva.

L’Appaltatore dovrà provvedere alla progettazione grafica relativa a materiali promozionali (manifesti, brochure, inserzioni, inviti, flyer, brochure, pop-up, grafiche per mostre ed eventi, segnaletica eventi - targhe - cartellonistica su più formati) e realizzazione dei layout grafici per i formati previsti.

Il MARta dovrà validare tutte le grafiche.

Pag. 7 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARta

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

c. GESTIONE, IMPLEMENTAZIONE, MANUTENZIONE, AGGIORNAMENTO DEI CONTENUTI IN 8 LINGUE (ITALIANO, INGLESE, FRANCESE, SPAGNOLO, TEDESCO, RUSSO, CINESE E ARABO) CON ADEGUATA COMUNICAZIONE DEI CONTENUTI REALIZZATI PER CULTURE DEI PAESI LEGATI ALLE 8 LINGUE, DEL SITO INTERNET DEL MUSEO.

Il costo delle traduzioni, sarà a totale carico dell'appaltatore essendo lo stesso ricompreso nel prezzo dell'appalto. Dovranno essere eseguiti tutti gli aggiornamenti di sicurezza del sito web e dei sistemi ed applicativi utilizzati entro 3 (tre) giorni dal loro rilascio (per motivi di stabilità). Gli aggiornamenti minori saranno eseguiti entro 7 (sette) giorni dal loro rilascio. Eventuali errori nei contenuti di comunicazione dovranno essere corretti entro 2 ore dalla segnalazione.

L'Appaltatore garantirà un servizio di aggiornamento, manutenzione e correzione degli errori che emergono nell'uso operativo di tutte le componenti oggetto della fornitura del sito web. In particolare è ricompresa nel presente appalto l'assistenza consistente nelle seguenti attività: supporto e rettifica di difetti e/o malfunzionamenti; supporto all'installazione di aggiornamenti e nuove versioni del CMS e dei plug-in utilizzati. L'assistenza potrà essere fornita anche da remoto.

Ai servizi di base sarà necessario abbinare i servizi destinati all'e-commerce, i gestionali per rassegna stampa, gestione delle informazioni d'accesso, profilazione cliente, app per il mobile e per l'e-ticketing, interfaccia per l'utilizzo di eventuali app destinate all'utilizzo di servizi di realtà aumentata e intelligenza artificiale.

Dovrà essere consegnata al MARTA la reportistica mensile di profilazione degli utenti.

d. PIANIFICAZIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE E STRATEGIE PER INCREMENTARE LE ATTIVITÀ DI FUNDRAISING E CROWDFUNDING, DI SPONSORING, DI MECENATISMO, DI CONCESSIONI E GLI INTROITI DEL MUSEO.

L'Appaltatore dovrà sviluppare mirate attività di fundraising e crowdfunding volte o comunque destinate ad incrementare gli introiti del Museo.

L'Appaltatore dovrà elaborare un piano di marketing specifico per l'uso degli spazi (dati in concessione a terzi dietro pagamento di canoni in favore del Museo Archeologico Nazionale di Taranto) e delle immagini (date in concessione a terzi dietro pagamento di canoni in favore del Museo Archeologico Nazionale di Taranto) del Museo Archeologico Nazionale di Taranto. L'Appaltatore deve gestire il piano nello svolgimento delle attività. Per incrementare le attività relative agli introiti derivanti da concessioni di uso di immagini, l'Appaltatore dovrà assistere e coadiuvare con le proprie competenze il MARTA nell'ambito di NFT e blockchain.

Pag. 8 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)

Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946

C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

L'Appaltatore dovrà identificare nuovi mecenati e sponsor e consolidare quelli esistenti, deve fortificare i partenariati esistenti e contribuire a crearne di nuovi anche al di fuori della rete abituale dei partenariati del Museo. Inoltre, deve contribuire a trasformare i non-pubblici in pubblici, deve sviluppare nuovi pubblici e contribuire allo sviluppo di partenariati nell'ambito del turismo.

e. ATTIVITÀ DI ADDETTO STAMPA SVOLTA DA GIORNALISTA PROFESSIONISTA ISCRITTO ALL'ORDINE DEI GIORNALISTI DA ALMENO 10 ANNI, CHE ASSICURI L'ORGANIZZAZIONE E LA GESTIONE DELL'UFFICIO STAMPA, TESTI PER LA PIATTAFORMA LARAVEL DEL MINISTERO DELLA CULTURA, DELLE CONFERENZE STAMPA, DEI PRESS TOUR E DI EVENTI SULLE ATTIVITÀ DELL'ENTE E LA SUA PRESENZA DURANTE LO SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ; IL GIORNALISTA DOVRA' POSSEDERE UNA CONOSCENZA DELLA LINGUA INGLESE EQUIVALENTE AL LIVELLO C2, DOCUMENTATA DALL'ORGANIZZAZIONE ALL'ESTERO E IN ITALIA, DI CONFERENZE STAMPA, DI PRESS TOUR ED EVENTI IN LINGUA INGLESE.

Sarà compito dell'addetto stampa, in collaborazione degli altri componenti del team di progetto indicato dall'Appaltatore in sede di offerta, pianificare e realizzare l'attività di comunicazione con i media che coinvolga giornali, riviste, testate on line, influencer, blogger.

L'attività di addetto stampa, svolta da giornalista professionista iscritto all'ordine dei giornalisti dovrà assicurare:

- l'organizzazione e la gestione dell'ufficio stampa,
- la produzione e la pubblicazione di testi per la piattaforma Laravel del Ministero della Cultura,
- l'organizzazione delle conferenze stampa e di eventi, assicurando la sua presenza fisica durante lo svolgimento delle stesse, dei press tour e di eventi sulle attività dell'Amministrazione e la sua presenza durante lo svolgimento delle attività; con un massimo di 8 conferenze stampa al mese e 2 eventi a settimana.
- redazione di comunicati stampa per l'attività dell'ente (massimo 15 comunicati al mese);
- organizzazione di interviste su tv, radio, blog, social media e stampa locale, nazionale, internazionale, compresa la stampa specializzata e di settore museale, artistico, del patrimonio culturale, dell'industria creativa e culturale, del turismo, dell'innovazione e dell'economia della cultura;
- pianificazione uscita sui mass media;
- gestione contatti con testate locali, nazionali e internazionali, agenzie, media e altri mezzi di comunicazione locali, nazionali e internazionali;
- gestione dei contatti con i media, blogger, influencer;
- il controllo sulla pubblicazione delle notizie sul sito istituzionale;

Pag. 9 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

- l'internazionalizzazione
- realizzazione della rassegna stampa e della reportistica delle attività e della comunicazione, con analisi delle attività effettuate
- partecipazione a incontri e riunioni.

L'Addetto stampa dovrà essere fisicamente presente alle conferenze stampa e agli eventi, nel caso di conferenze stampa e eventi fisici.

f. ATTIVITÀ DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT E DI COMMUNITY MANAGEMENT MULTILINGUE (Tik Tok, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Pinterest, Linkedin, Google Art Culture, Google Business) CON IMPLEMENTAZIONE DI ALTRI STRUMENTI COME TUMBLR E FLICKR E L'ACCESSO E ANIMAZIONE DEI SOCIAL ASIATICI (BAIDU, ALIBABA E TENCENT) E DELL'UTILIZZO DELLE APP COME WECHAT.

L'Appaltatore dovrà occuparsi della promozione del Museo MArTA, attraverso i social media, gestendo, aggiornando e creando i contenuti digitali dei canali attuali del Museo. In particolare i canali attualmente utilizzati sono:

Tik Tok (pubblicazione di almeno 3 contenuti a settimana)

Facebook (pubblicazione di almeno 1 post al giorno)

Instagram (pubblicazione di almeno 1 post al giorno)

YouTube

Twitter (pubblicazione di almeno 1 post al giorno)

Pinterest

Linkedin

Google Arts and Culture

Social asiatici (Baidu, Alibaba e Tencent)

L'Appaltatore dovrà implementare gli strumenti digitali attualmente utilizzati dal MArTA. Nello specifico per le suddette piattaforme è necessario prevedere il servizio di traduzione almeno in inglese. Per i sopra indicati social, nonché per gli ulteriori sui quali si accrediterà il Museo, i contenuti dovranno essere pubblicati almeno

Pag. 10 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MArTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

in italiano e in inglese (il costo delle traduzioni è ricompreso nel presente appalto). Si richiede all'Appaltatore anche di curare e gestire la comunicazione del MARTA sui canali social asiatici (Baidu, Alibaba e Tencent).

Il servizio è comprensivo di consulenza e supporto tecnico per la gestione delle dirette degli eventi web in diretta dai canali Facebook, YouTube e LinkedIn sulla piattaforma StreamYard a carico dell'Appaltatore, con presenza di operatore dedicato.

Tutte le attività devono essere coordinate e supervisionate dal social media manager dell'Appaltatore che deve relazionare la Stazione Appaltante sulle strategie nonché relativi esiti e fornire consulenza e supporto tecnico per la gestione di eventi in diretta attraverso l'uso di piattaforme digitali. La consulenza dovrà tener conto anche dei servizi grafici, video, realizzazione spot, elaborati statistici, info-grafiche, animazione in 2D e 3D, voice off, interpretariato, produzioni musicali copy-free. Il social media manager dovrà redigere il piano editoriale dei social consegnandolo al MARTA per approvazione almeno una settimana prima.

Lo sviluppo di una social media strategy deve prevedere:

1. un piano di comunicazione organizzato, strategico ed omogeneo per ogni piattaforma, teso a sviluppare contenuti efficaci in considerazione dei diversi target presenti sulle piattaforme e comunicati in modo strategico al fine di incrementare l'engagement.
2. Un cronoprogramma della campagna ed un piano di massima per le attività promozionali, di comunicazione, social e di engagement online.
3. Continuo affinamento della strategia in funzione dell'analisi dei risultati.
4. Reportistica della campagna.

In particolare, la gestione del piano di Inbound Marketing avrà i seguenti focus:

a) Strategie

- Attrarre visitatori e trasformare il non-pubblico in pubblico;
- Comunicazione pubblica delle attività didattiche del Museo;
- Profilazione dei visitatori;
- Fidelizzare i contatti;
- Offrire valore e trasformare i contatti in promotori.

Pag. 11 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

b) Strumenti

- Blogging e monitoraggio SEO;
- Motori di ricerca;
- Social Media;
- Call to action;
- Landing Page;
- Form;
- Newsletter;
- Aggiornamento e manutenzione tour virtuale del Museo Archeologico Nazionale di Taranto.

c) Keyword

- Keyword;
- Search intent;
- Traffico potenziale da quantificare attraverso tool.

d) Obiettivi e risultati attesi. Analisi degli obiettivi e dei risultati attesi.

- Condivisione cronoprogramma delle attività;
- Monitoraggio;
- Strumenti e metodologie di monitoraggio delle metriche.

È incluso nel presente appalto il supporto e l'impaginazione per la newsletter, monitoraggio del backup del database.

L'Appaltatore dovrà provvedere all'invio periodico della newsletter, provvedendo all'elaborazione dei contenuti da condividere con la stazione appaltante.

L'appaltatore dovrà elaborare, in accordo con le indicazioni del Museo Archeologico Nazionale di Taranto, pianificazioni pubblicitarie per raggiungere i target e gli obiettivi individuati e proporre i mezzi più idonei e il periodo di pianificazione adeguato. La società appaltatrice dovrà svolgere una ricerca di mercato adatta al miglior posizionamento del messaggio pubblicitario. L'appaltatore dovrà prevedere per le campagne on line, la possibilità di attivare assistenza e gestione dei prodotti adv di Google (Adwords, Youtube ADV, GDN, etc.).

Pag. 12 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

Al fine di pianificare le campagne pubblicitarie, la società appaltatrice provvede al monitoraggio e alla reportistica mensile sull'andamento delle campagne on-line.

La società appaltatrice verifica le uscite su ciascun mezzo di comunicazione pianificato e gestisce i contratti con i media (fatturazioni, pagamenti ed eventuali contestazioni).

g. L'ORGANIZZAZIONE DELL'ATTIVITÀ DOVRÀ PREVEDERE UNA FIGURA PROFESSIONALE DEDICATA CHE SVOLGA FUNZIONI DI COORDINATORE E REFERENTE UNICO PER L'AMMINISTRAZIONE PER IL COORDINAMENTO E LA GESTIONE DI TUTTE LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE, PROMOZIONE E MARKETING.

La figura indicata dall'appaltatore come referente unico di progetto per la totalità delle attività previste nel presente appalto, sarà l'interfaccia del team di progetto con l'Amministrazione, e dovrà possedere una conoscenza della lingua inglese equivalente al livello C2.

h. SERVIZI DESTINATI ALLA PROMOZIONE DEI PRODOTTI DI E-COMMERCE ED EDITORIALI DEL MARtA INCLUSI QUELLI CONFERITI IN GESTIONE A CONCESSIONARI, REALIZZAZIONE RASSEGNA, GESTIONE DELLE INFORMAZIONI D'ACCESSO FISICO E VIRTUALE AGLI EVENTI DI COMUNICAZIONE DEL MUSEO, PROFILAZIONE UTENTI, APP PER IL MOBILE, INTERFACCIA PER L'UTILIZZO DI EVENTUALI APP DESTINATE ALL'UTILIZZO DI SERVIZI DI REALTÀ AUMENTATA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE.

L'Appaltatore dovrà sviluppare attività finalizzate alla promozione dei prodotti di e-commerce ed editoriali del MARtA inclusi quelli conferiti in gestione a concessionari, e promuovere l'utilizzo di eventuali APP di realtà aumentata e di intelligenza artificiale.

i. ATTIVITÀ SULL'ACCESSIBILITÀ E ATTENZIONE AL MONDO DELLE DISABILITÀ.

Ogni attività posta in essere dall'Appaltatore nell'ambito del presente appalto, dovrà rivolgersi ad un'utenza diversificata e multilivello in modo che nessun potenziale fruitore dei servizi del Museo possa sentirsi escluso.

L'Appaltatore dovrà garantire la completa accessibilità (è inclusa nel presente appalto anche la lingua dei segni italiana e internazionale).

I. ATTIVITÀ DI POSIZIONAMENTO DEL BRAND MARtA NEL SETTORE DELL'EDUCAZIONE, DELLA RICERCA, DELL'INNOVAZIONE E DELL'INCLUSIONE SOCIALE.

L'Appaltatore dovrà sviluppare attività che valorizzino i laboratori educativi e di inclusione realizzati dal Museo.

Pag. 13 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARtA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

Target specifici dell'appaltatore saranno:

- m.1 STRATEGIA, PIANO ED ESECUZIONE DELLE ATTIVITÀ CON REPORTISTICA DEI RISULTATI CONSEGUITI;
- m.2 IMPLEMENTAZIONE DELLE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E RAFFORZAMENTO DELLA BRAND IDENTITY DEL MARtA CON VISIBILITÀ LOCALE, NAZIONALE E INTERNAZIONALE.

L'Appaltatore dovrà prevedere la produzione ogni 3 mesi di elaborati statistici al fine di consentire alla stazione appaltante di monitorare l'efficacia delle strategie poste in essere.

Art. 3 – Obblighi a carico dell'Appaltatore

1. L'impresa affidataria si impegna a concordare preventivamente con la Stazione appaltante, in presenza o via e-mail, il rilascio dei Piani Operativi delle Attività (POA) di seguito esplicitati. Ciascun POA dovrà essere approvato con comunicazione PEC da parte del Museo Archeologico Nazionale di Taranto, che provvederà ad autorizzare l'emissione della fattura riferita a ciascuno SAL e alla sua successiva liquidazione, compreso il SAL finale.

2. L'impresa affidataria potrà proporre eventuali rimodulazioni del piano delle attività che dovessero rendersi necessari per cause non previste o al verificarsi di condizioni tecniche o di contesto che dovessero influire sull'esecuzione delle attività. Le eventuali modifiche e/o rimodulazioni del piano delle attività dovranno essere formalmente approvate dalla Stazione appaltante.

3. L'Appaltatore si impegna a comunicare tempestivamente eventuali restrizioni legislative in materia di creatività (ad esempio norme che disciplinano la presenza di alcool, presenza di minori all'interno degli spot TV e/o soggetti stampa, messaggi contrari alla morale o lesivi del diritto d'autore etc). Eventuali dichiarazioni di assunzione di responsabilità per i contenuti delle campagne non saranno sottoscritte dalla stazione appaltante in assenza di idonea informativa.

4. L'impresa affidataria si impegna a presentare via PEC:

I. il primo piano operativo - alla scadenza di 30 giorni dalla data di stipula del contratto;

II. il secondo piano operativo con il primo report di monitoraggio delle attività realizzate e dei risultati conseguiti - alla scadenza di 3 mesi dalla stipula;

III. il terzo piano operativo con il secondo report di monitoraggio - alla scadenza di 6 mesi dalla stipula;

Pag. 14 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARtA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)

Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946

C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

IV. il quarto piano operativo con il terzo report di monitoraggio - alla scadenza di 9 mesi dalla data di stipula;

V. il quinto piano operativo con il quarto report di monitoraggio - alla scadenza di 12 mesi dalla data di stipula.

5. L'impresa affidataria provvederà altresì a realizzare, mediante un collegamento in cartella condivisa con il Museo, una raccolta di ogni output prodotto nell'esecuzione della prestazione.

6. L'impresa affidataria si impegna prima della scadenza del contratto tutto quanto prodotto in esecuzione dei servizi con le relative licenze d'uso. Inoltre dovrà presentare in allegato via PEC i report finali su:

- monitoraggio e analisi dei social media advertising;
- monitoraggio e analisi dei risultati delle attività di digital inbound marketing;
- monitoraggio e analisi dei risultati delle campagne off line;
- attività di formazione realizzata.

La fase finale di realizzazione delle attività dovrà essere garantita nel pieno rispetto dei tempi sopra indicati, a meno di eventuali diversi accordi con l'Amministrazione.

Nel calcolo dei tempi non si terrà conto dei periodi in cui:

- il fornitore è impossibilitato a proseguire le propedeutiche o di riscontro da parte della Stazione Appaltante.

La Stazione appaltante e l'impresa affidataria si impegnano ad agire in buona fede per rimuovere tempestivamente le cause ostative che bloccano l'esecuzione delle attività;

- l'attività può essere sospesa su indicazione o per esigenze interne o per accordi presi con la Stazione appaltante.

7. La documentazione prodotta dall'impresa affidataria durante l'esecuzione dell'appalto (compresi studi e analisi di mercato, contenuti intermedi e finali, materiali didattici, comprese piattaforme di dashboard e repository) resterà di piena ed esclusiva proprietà del Museo Archeologico Nazionale di Taranto, che ne ha richiesto la produzione tramite il presente Capitolato, e potrà essere pubblicata, rilasciata e diffusa in piena discrezionalità dell'Amministrazione e potrà essere ceduta anche ad altri organismi facenti parte del Ministero della Cultura.

Pag. 15 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

8. Nell'ambito della realizzazione dell'attività di promozione, di comunicazione e di marketing da parte dell'impresa affidataria, la Stazione appaltante acquisisce la proprietà piena ed esclusiva di tutte le opere realizzate - quali, a mero titolo esemplificativo, testi, lavori artistici o fotografici, claim, immagini, e di tutti i diritti che ne derivano, nessuno escluso o eccettuato, nonché la piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla riproduzione e al riutilizzo delle opere previste dal presente affidamento, indipendentemente dalla protezione di tali opere in base alle norme che regolano il diritto d'autore.

9. L'impresa affidataria riconosce alla Stazione appaltante, in qualità di editore delle opere, il diritto alla tutela, all'utilizzazione, alla traduzione e allo sfruttamento economico di tutto il materiale prodotto per le campagne di comunicazione inerenti il contratto. Tale diritto si intende esteso anche ai materiali che dovessero essere rielaborati dalla stazione appaltante per eventuali attività non contemplate dal presente capitolato.

10. La Stazione appaltante sarà pertanto libera di utilizzare e disporre direttamente o indirettamente di tali opere sia durante che dopo l'esecuzione del presente rapporto contrattuale, nonché cederne l'utilizzo ad altri organismi e di apportare ad esse qualsiasi modifica, variazione o aggiunta, senza che l'affidatario possa vantare alcun diritto o pretesa.

11. L'impresa affidataria assume la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti di terzi che dovessero rivendicare, su parti e/o elementi del progetto, diritti d'autore e/o brevetti.

12. L'impresa affidataria stessa non potrà utilizzare per sé, in misura anche parziale e senza il preventivo assenso scritto della Stazione appaltante, contenuti, documenti, dati e informazioni relativi alle attività oggetto di contratto, né fornirli o cederli a terzi.

13. L'impresa affidataria, infine, ha l'obbligo di tenere indenne la Stazione appaltante da ogni pretesa da chiunque azionata, nonché da tutti i costi, le spese o responsabilità relativi, ivi comprese le spese legali eventualmente conseguenti, per la violazione di diritti d'autore, di marchio o brevetto, comunque connesse alle prestazioni contrattuali.

Art. 4 – Condizioni e modalità di esecuzione delle prestazioni

1. La natura dei servizi da erogare implica che il soggetto aggiudicatario debba operare in stretto raccordo con l'Amministrazione per la realizzazione del progetto. L'aggiudicatario dovrà rifarsi al Piano di Lavoro Operativo presentato in sede di offerta tecnica, in cui ha definito gli obiettivi da raggiungere, i servizi da erogare, le modalità operative, gli strumenti, le risorse da impiegare e la relativa tempistica ed articolazione annua delle giornate uomo per ciascuna linea di attività. Il gruppo di lavoro del progetto dovrà essere quello indicato nell'offerta tecnica. L'eventuale sostituzione di uno dei componenti del team indicati dall'impresa affidataria deve essere comunicata con un preavviso di 10 (dieci) giorni con relativa comunicazione di nominativo, curriculum vitae del sostituto, autocertificazione delle competenze ed esperienze e dei requisiti

Pag. 16 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

come richiesti dal Capitolato. La Stazione appaltante potrà rifiutare la candidatura proposta dall'impresa affidataria nel caso in cui rilevi la mancanza dei requisiti. Inoltre potrà richiedere l'esclusione di uno o più componenti del team di progetto, qualora ne rilevasse le palesi carenze nel corso delle attività oggetto dell'affidamento.

Dovrà essere in ogni caso garantita la reperibilità sette giorni su sette del coordinatore di progetto e dell'addetto stampa.

Il team di progetto dovrà affiancare il personale dell'Amministrazione, sia interno che esterno ad essa, nella realizzazione e gestione delle attività previste dal presente capitolato tecnico. L'impresa affidataria dovrà garantire la formazione specialistica e qualificata a favore del personale indicato dalla stazione appaltante.

2. L'aggiudicatario, allo scopo di favorire la più ampia condivisione degli obiettivi e delle modalità operative di organizzazione del servizio, dovrà garantire la propria presenza ai meeting programmati.

3. Il servizio dovrà essere erogato in forma mista sia in remoto, sia in back-office presso la sede del Museo Archeologico Nazionale di Taranto in modalità tale da garantire il raggiungimento degli output di progetto e la gestione complessiva degli obiettivi.

4. L'aggiudicatario dovrà comunque rendersi disponibile per l'assistenza in situ nei casi di necessità rappresentati dal committente.

5. Il corrispettivo, così come offerto dall'Aggiudicatario, si intende remunerativo del compenso e delle coperture assicurative del personale costituente il gruppo di lavoro, comunque impegnato in presenza o da remoto, nell'esecuzione delle prestazioni presso la sede dell'Amministrazione o nel corso di eventuali missioni in Italia o all'estero.

6. Le prestazioni saranno eseguite in ossequio alle vigenti disposizioni normative in materia di sicurezza sul lavoro (D.Lgs. 81/2008 e s.m.i.).

7. L'Appaltatore, pertanto, dovrà garantire di aver istruito il personale tecnico che svolgerà le suddette prestazioni al fine di tutela della relativa sicurezza.

8. In merito a quanto sopra, il Museo si intende sollevato da qualsiasi responsabilità.

9. La stipulazione del contratto da parte dell'Appaltatore equivale a dichiarazione di perfetta conoscenza ed accettazione di tutte le norme vigenti in materia di appalti di servizi pubblici, delle norme che regolano il presente appalto nonché delle condizioni che attengono all'esecuzione del servizio.

10. La stipulazione del contratto da parte dell'appaltatore equivale altresì a dichiarazione della sussistenza delle condizioni che consentono l'immediata esecuzione dei servizi.

Pag. 17 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)

Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946

C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

11. Il Museo Archeologico Nazionale di Taranto si riserva la facoltà di procedere alla formalizzazione dell'incarico anche in presenza di una sola offerta valida, purché ritenuta congrua ed idonea.

Art. 5 – Documenti che fanno parte del contratto

1. Sono considerati parte integrante e sostanziale del contratto d'appalto:

- a) il presente capitolato speciale d'appalto;
- b) l'offerta tecnica dell'appaltatore;
- c) l'offerta economica dell'appaltatore.

2. Il contratto è stipulato in modalità elettronica ai sensi dell'art. 32, comma 14 del D.Lgs. n. 50/2016.

Art. 6 – Durata del contratto

1. L'incarico avrà durata di 12 mesi decorrenti dalla sottoscrizione del contratto.
2. Non è previsto il rinnovo tacito.

Art. 7 – Importo a base di gara e modalità di pagamento

1. L'importo della gara, soggetto a ribasso è pari ad euro 138.000,00 euro per la durata di 12 mesi.
2. L'importo stimato a base della procedura di affidamento è al netto di Iva e/o di altre imposte e contributi di legge, nonché degli oneri per la sicurezza dovuti a rischi da interferenze.
3. L'importo degli oneri per la sicurezza da interferenze è pari a € 0,00.
4. L'importo di aggiudicazione sarà onnicomprensivo e non potranno essere richiesti al Museo Archeologico Nazionale di Taranto rimborsi e/o indennizzi per eventuali, maggiori oneri e/o spese sostenute di qualsiasi titolo per l'erogazione dei servizi in oggetto.
5. Ogni altra prestazione oggetto del presente contratto sarà remunerata soltanto all'esito di regolare esecuzione della stessa a seguito di richiesta del Museo Archeologico Nazionale di Taranto e accettazione della proposta.

Pag. 18 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

6. Il corrispettivo si intende comprensivo di tutto quanto dovuto per l'esecuzione del contratto, a titolo esemplificativo e non esaustivo: spese di segreteria ed amministrative, riunioni presso la sede dell'Amministrazione, spese di trasferta per raggiungere la sede dell'Amministrazione.

7. È riconosciuta all'Amministrazione la possibilità di variare o sospendere i propri piani o programmi pubblicitari, anche se già approvati, nonché di annullare totalmente la realizzazione di una campagna anche se approvata. In tal caso nulla sarà dovuto all'appaltatore.

8. L'assunzione della fornitura di servizi di cui al presente Capitolato implica da parte dell'impresa affidataria la conoscenza perfetta non solo di tutte le norme generali e particolari che lo regolano, ma anche di tutte le condizioni locali, fatti e circostanze che possano influire in generale sulla convenienza di assumere l'affidamento.

9. Resta pertanto convenuto che il servizio si intenderà assunto dall'impresa affidataria a suo esclusivo rischio in base ai propri calcoli di convenienza e opportunità e con implicita rinuncia ad ogni rivalsa per caso fortuito o di qualsiasi altra circostanza che possa verificarsi dopo l'affidamento.

10. L'impresa affidataria non può sospendere i servizi forniti in seguito a decisione unilaterale, nemmeno nel caso in cui siano in atto controversie con la Stazione Appaltante. L'eventuale sospensione dei servizi per decisione unilaterale dell'impresa affidataria costituisce inadempienza contrattuale e conseguente causa di risoluzione del contratto per colpa. In tal caso la Stazione appaltante procederà all'incameramento della garanzia definitiva, fatta comunque salva la facoltà di procedere nei confronti dell'impresa affidataria per tutti gli oneri conseguenti e derivanti dalla risoluzione contrattuale, compresi i maggiori oneri eventualmente sostenuti dalla Stazione appaltante e conseguenti a stipula di un nuovo rapporto contrattuale.

11. La Stazione appaltante è esonerata da qualsiasi responsabilità derivante da rapporti instaurati a qualsiasi titolo dal fornitore con terzi in dipendenza delle attività connesse con l'espletamento del presente appalto.

12. L'impresa affidataria si impegna a manlevare e tenere indenne IL Museo Archeologico Nazionale di Taranto da qualsivoglia eventuale pretesa di terzi, garantisce inoltre che nell'ambito della fornitura di servizi non sarà violato alcun diritto di terzi (a titolo esemplificativo e non esaustivo diritti d'autore, diritti su segni distintivi, marchi e brevetti, diritti di proprietà, ecc.) ed è il garante unico della corretta modalità di raccolta informata dei dati sensibili e del loro utilizzo.

Art. 8 – Direttore dell'esecuzione del contratto

La stazione appaltante, prima dell'esecuzione del servizio, provvede a nominare il direttore dell'esecuzione del contratto il cui nominativo viene comunicato tempestivamente all'appaltatore. In mancanza di suddetta nomina il Responsabile dell'esecuzione è il RUP.

Pag. 19 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

Art. 9 – Avvio dell'esecuzione del contratto

1. L'appaltatore è tenuto a seguire le istruzioni e le direttive fornite dalla stazione appaltante per l'avvio dell'esecuzione del contratto. Qualora l'appaltatore non adempia, la stazione appaltante ha facoltà di procedere alla risoluzione del contratto.
2. Il direttore dell'esecuzione redige apposito verbale di avvio dell'esecuzione del contratto in contraddittorio con l'appaltatore. Il verbale viene redatto in doppio esemplare firmato dal direttore dell'esecuzione del contratto e dall'appaltatore.

Art. 10 – Modalità di pagamento e fatturazione

1. La stazione appaltante provvede al pagamento del corrispettivo spettante all'appaltatore verso presentazione di fatture posticipate emesse sulla base delle prestazioni di volta in volta pianificate e confermate. I servizi resi saranno rendicontati dall'impresa affidataria secondo 5 stati di avanzamento : SAL 1 dopo 30 giorni; SAL 2 dopo 90 giorni; SAL 3 al 6° mese; SAL 4 al 9° mese; SAL 5 al 12° mese; SAL finale 30 giorni dopo la scadenza del contratto; Potranno essere rendicontate le prestazioni completate sulla base delle disposizioni ricevute dalla stazione appaltante nel rispetto di quanto previsto dal presente capitolato. L'Appaltatore si impegna ad addebitare al Museo Archeologico Nazionale di Taranto i relativi importi, entro i 10 giorni lavorativi successivi al ricevimento delle fatture dei media.
2. Le fatture dell'Appaltatore dovranno indicare, in un unico documento, in maniera distinta l'importo per l'acquisto degli spazi pubblicitari sui social *media* o sui mass media.
3. Le fatture dovranno inoltre riportare il riferimento all'ordine di fornitura con il quale è stato confermato l'acquisto degli spazi ed essere accompagnate da copia delle fatture dei media e da tutta la documentazione giustificativa relativa all'acquisto stesso. Nel caso di pianificazioni stampa si intende come documentazione giustificativa almeno una copia integra e in originale di ciascuna testata compresa nel piano mezzi, nel caso di acquisto spazi TV o Radio s'intende la produzione di una registrazione di tutti i passaggi, contestualizzati all'interno del programma.
4. Le fatture dovranno essere intestate al Museo Archeologico Nazionale di Taranto, con sede via Cavour n.10 legalmente rappresentato dal Direttore, Dott.ssa Eva Degl'Innocenti nata il 24/03/1976 a Pistoia, con sede legale in Taranto cod. fisc. DGLVEA76C64G713R, contestualmente alla documentazione giustificativa.

Pag. 20 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)
Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946
C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

5. La stazione appaltante è soggetta alla normativa sullo “Split-Payment”, pertanto le fatture dovranno contenere espressamente la dicitura “scissione dei pagamenti art. 17 ter DPR 633/1972”.
6. La stazione appaltante provvede al pagamento del corrispettivo entro 30 giorni dalla data di ricezione fattura elettronica regolare, previa verifica della regolare effettuazione della prestazione, nonché della regolarità contributiva previdenziale e fiscale come previsto dalla vigente normativa.

Art. 11 – Controlli sull’esecuzione del contratto

1. La stazione appaltante si riserva il diritto di verificare in ogni momento l’esecuzione delle prestazioni contrattuali; a tal fine, l’appaltatore, per quanto di sua competenza, si impegna a prestare piena collaborazione per rendere possibile dette attività di verifica.
2. La stazione appaltante evidenzia le eventuali “non conformità” riscontrate rispetto agli obblighi contrattuali in forma scritta e l’appaltatore sarà chiamato a rispondere in forma scritta alla stazione appaltante, nei tempi e nei modi da essa specificati, evidenziando le azioni correttive che intende porre in essere.
3. La stazione appaltante si riserva infine, ove le “non conformità” evidenziassero oggettivamente i presupposti di gravi inadempienze contrattuali, la facoltà di risolvere il contratto.

Art. 12 – Fallimento e modifiche soggettive dell’appaltatore

1. Con riferimento alle vicende soggettive dell’appaltatore, di cui all’art. 106, comma 1, lett. d) punto 2 del D.Lgs n. 50/2016, la stazione appaltante prende atto della modificazione intervenuta con apposito provvedimento, verificati i requisiti richiesti dalla legge.
2. In caso di raggruppamento temporaneo di imprese, ferma restando la sussistenza dei requisiti di qualificazione, eventuali modificazioni alle parti o alle percentuali di esecuzione dei servizi rispetto alle parti o quote di servizio indicate in sede di gara o in sede di stipulazione del contratto, devono essere comunicate tempestivamente alla stazione appaltante mediante l’invio dell’atto di modifica redatto nelle stesse forme dell’atto in cui sono contenute le indicazioni originarie; la stazione appaltante procede all’eventuale autorizzazione alla modificazione e conseguentemente non è richiesta la stipulazione di atto aggiuntivo al contratto. La mancata produzione dell’atto di modifica delle quote di partecipazione al raggruppamento sospende il pagamento del corrispettivo, senza diritto per l’appaltatore al riconoscimento di interessi o altri indennizzi.

Pag. 21 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

3. In caso di fallimento o morte dell'appaltatore, la stazione appaltante può recedere dal contratto, salvo corrispondere il compenso per la parte di prestazione da questo utilmente eseguita. In caso di raggruppamento temporaneo di imprese si applicano i commi 17 e 18 dell'art. 48 del D.Lgs n. 50/2016.

Art. 13 – Divieto di cessione del contratto e cessione dei crediti derivanti dal contratto

1. È vietata la cessione del contratto sotto qualsiasi forma e ogni atto contrario è nullo di diritto, fatto salvo quanto previsto dall'art. 106, c. 13 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50.

2. Qualora la cessione dei crediti rientri nelle fattispecie previste dal combinato disposto dell'art. 106, c. 13 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e della L. 21 febbraio 1991, n. 52 e pertanto il cessionario sia una banca o un intermediario finanziario disciplinato dalle leggi in materia bancaria e creditizia, il cui oggetto sociale preveda l'esercizio dell'attività di acquisto di crediti d'impresa, la medesima cessione è efficace e opponibile alla stazione appaltante qualora questa non la rifiuti con comunicazione da notificarsi al cedente e al cessionario entro 45 (quarantacinque) giorni dalla notifica della cessione stessa.

3. La Stazione appaltante non accetta in alcun caso cessioni di credito per gli importi di contratto relativi a prestazioni che l'appaltatore intende subappaltare.

4. In tutti gli altri casi rimane applicabile la disciplina generale sulla cessione del credito nei confronti della pubblica amministrazione e la medesima cessione diventa efficace e opponibile alla stazione appaltante solo dopo la sua formale accettazione con provvedimento espresso.

5. Il contratto di cessione dei crediti, di cui ai commi 2 e 4, deve essere stipulato, ai fini della sua opponibilità alla stazione appaltante, mediante atto pubblico o scrittura privata autenticata e deve essere notificato alla stazione appaltante. Il contratto di cessione deve recare in ogni caso la clausola secondo cui la stazione appaltante ceduta può opporre al cessionario tutte le eccezioni opponibili al cedente in base al contratto di appalto, pena l'automatica inopponibilità della cessione alla stazione appaltante.

Art. 14 – Subappalto

L'organizzazione delle attività di comunicazione, promozione e marketing presso il Museo Archeologico Nazionale di Taranto e la loro valenza strategica non consentono il ricorso al subappalto.

Pag. 22 di 30



MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)

Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946

C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it





Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

Art. 15 – Tutela dei lavoratori

1. L'appaltatore e gli eventuali subappaltatori sono tenuti ad osservare le norme e prescrizioni delle leggi e dei regolamenti in materia di tutela, sicurezza e salute, assicurazione, previdenza e assistenza dei lavoratori, assolvendo agli obblighi previdenziali, assicurativi e fiscali nei confronti degli Enti preposti.
2. L'appaltatore è obbligato in solido con l'eventuale subappaltatore a corrispondere ai lavoratori del subappaltatore medesimo i trattamenti retributivi e i connessi contributi previdenziali e assicurativi dovuti. Tale responsabilità è estesa anche all'effettuazione e al versamento delle ritenute fiscali dovute.

Art. 16 – Condizioni economico-normative da applicare al personale dipendente ed ai soci lavoratori impiegati nell'appalto

1. L'Appaltatore deve, assumendo a proprio carico tutti gli oneri relativi, compresi quelli assicurativi e previdenziali, ottemperare nei confronti del proprio personale dipendente a tutti gli obblighi, nessuno escluso, derivanti da disposizioni legislative, regolamentari ed amministrative in materia di lavoro e di assicurazioni sociali, nonché da contratti collettivi di lavoro.
2. L'Appaltatore deve, inoltre, applicare, nei confronti del personale dipendente, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro applicabili alla categoria e nella località in cui si svolgono le prestazioni oggetto di appalto e, in genere, da ogni altro contratto collettivo, successivamente stipulato per la categoria, applicabile nella località; ciò anche nel caso che l'Appaltatore non sia aderente alle associazioni stipulanti o comunque non sia più ad esse associata.

Art. 17 – Sicurezza

1. L'appaltatore s'impegna a ottemperare verso i propri dipendenti e/o collaboratori a tutti gli obblighi derivanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di igiene e sicurezza sul lavoro, nonché di prevenzione e disciplina antinfortunistica, assumendo a proprio carico tutti i relativi oneri.
2. In particolare si impegna a rispettare e a fare rispettare al proprio personale nell'esecuzione delle obbligazioni contrattuali tutte le norme e gli adempimenti di cui al decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81 e s.m.

Pag. 23 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

3. L'appaltatore s'impegna ad adottare tutti i mezzi ritenuti necessari a garantire una perfetta rispondenza alle vigenti disposizioni igienico-sanitarie previste per lo svolgimento del servizio oggetto del presente capitolato.

4. L'appaltatore s'impegna a verificare che le medesime disposizioni siano rispettate anche dai propri eventuali subappaltatori nei confronti del loro personale e/o collaboratori.

Art. 18 – Elezione di domicilio dell'appaltatore

1. L'appaltatore elegge il proprio domicilio presso la propria sede legale, come espressamente indicato nel contratto di appalto.

Art. 19 – Trattamento dei dati personali

1. L'appaltatore autorizza sin d'ora la stazione appaltante al trattamento, anche informatico e telematico, ed alla comunicazione dei suoi dati personali, per l'assolvimento degli obblighi previdenziali, assistenziali, fiscali e contabili imposti dalla legge e dalla normativa comunitaria, connessi al presente contratto (ai sensi Regolamento UE 2016/679 (GDPR)).

2. L'appaltatore è tenuto ad osservare le norme vigenti in materia di tutela dei dati personali relativi ai soggetti con cui entra in contatto nell'esecuzione del presente incarico. Inoltre, i dati raccolti o di cui entra in possesso non possono essere diffusi, pubblicati o comunicati a nessun altro soggetto al di fuori della Committente o altro soggetto da quest'ultima individuato.

Art. 20 – Riservatezza

1. L'aggiudicatario non potrà far uso, né direttamente né indirettamente, per proprio tornaconto o per quello di terzi, del mandato affidato e delle informazioni di cui verranno a conoscenza in relazione ad esso e ciò anche dopo la scadenza del contratto.

2. A tal fine il soggetto aggiudicatario non potrà divulgare, comunicare o diffondere le informazioni e i dati dei quali verranno a conoscenza durante l'espletamento delle attività.

3. L'aggiudicatario si impegna a rispettare, nello svolgimento delle attività oggetto dell'appalto, tutti i principi contenuti nelle disposizioni normative vigenti, relative al trattamento dei dati personali e in particolare quelli contenuti nel Regolamento UE 2016/679 (GDPR) e a garantire che le informazioni personali, patrimoniali, statistiche, anagrafiche e/o di qualunque altro genere, di cui verrà a conoscenza in conseguenza dei servizi

Pag. 24 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

resi, in qualsiasi modo acquisite, vengano considerate riservate e come tali trattate, pur assicurando nel contempo la trasparenza delle attività svolte.

4. L'affidatario del servizio deve impegnarsi formalmente a dare istruzioni al proprio personale affinché tutti i dati e le informazioni vengano trattati nel rispetto della normativa di riferimento.

5. L'aggiudicatario del servizio si impegna ad utilizzare i dati e le informazioni di cui sopra esclusivamente ai fini e nell'ambito delle attività previste dal capitolato tecnico.

Art. 21 – Garanzia definitiva

1. Per la disciplina della garanzia definitiva si applica l'art. 103 del D.Lgs. n. 50/2016.

2. Qualora l'ammontare della garanzia dovesse ridursi per effetto dell'applicazione di penali o per qualsiasi altra causa, l'appaltatore deve provvedere al reintegro della stessa entro il termine di 10 (dieci) giorni di calendario dal ricevimento della relativa richiesta effettuata dalla stazione appaltante.

3. In caso di inadempimento alle obbligazioni previste nel comma precedente la reintegrazione si effettua a valere sui ratei di prezzo da corrispondere all'appaltatore.

4. Nel caso di integrazione del contratto, l'appaltatore deve modificare il valore della garanzia in misura proporzionale all'importo contrattualmente fissato nell'atto aggiuntivo, alle stesse condizioni di cui al presente articolo.

5. Con la garanzia definitiva l'appaltatore garantisce l'adempimento delle obbligazioni oggetto del contratto e verrà svincolata all'atto del regolare completamento di tutte le attività contrattuali, sulla base di apposita relazione di esecuzione finale del responsabile dell'esecuzione.

6. Qualora sia prestata mediante fidejussione bancaria o polizza assicurativa o rilasciata da Intermediari finanziari legittimati, essa dovrà contenere l'espressa esclusione della preventiva escussione.

Art. 22 - Obblighi assicurativi

1. Sono a carico esclusivo dell'appaltatore tutte le spese e gli oneri assicurativi per rischi, infortuni, responsabilità civile e le spese di risarcimento danni verso persone e cose dell'appaltatore stesso, di terzi o della stazione appaltante.

2. In relazione a quanto sopra, l'appaltatore si impegna a stipulare con compagnie assicuratrici di primaria importanza opportune polizze a copertura rischi, infortuni e responsabilità civili (RCT/RCO) e si obbliga a

Pag. 25 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

trasmettere alla stazione appaltante, prima dell'inizio del servizio, copia delle polizze suddette, relative al proprio personale operante nell'ambito del contratto.

3. L'appaltatore sarà ritenuto responsabile di ogni danno imputabile a negligenza del proprio personale; avrà pertanto a suo carico la rifusione di eventuali danni e ammanchi.

Art. 23 – Penali

1. In caso di mancata realizzazione degli obiettivi pianificati per causa imputabile all'Appaltatore, il Museo Archeologico Nazionale di Taranto potrà richiedere il pagamento di una penale pari al 10% del corrispettivo dovuto per la pianificazione non realizzata.

2. L'entità delle penali è stabilita, previa contestazione scritta, avverso la quale l'appaltatore avrà facoltà di presentare le proprie osservazioni entro 5 (cinque) giorni dal ricevimento della PEC contenente la contestazione.

3. Nel caso in cui l'appaltatore non presenti osservazioni o nel caso di mancato accoglimento delle medesime da parte della stazione appaltante, la stessa provvede a trattenere l'importo relativo alle penali applicate dalle competenze spettanti all'appaltatore in base al contratto, nel rispetto delle normative fiscali.

Art. 24 – Responsabilità

1. L'Aggiudicatario solleva l'Amministrazione da ogni eventuale responsabilità penale e civile, diretta o indiretta verso i terzi, comunque connessa alla esecuzione delle attività di servizio affidate.

2. L'Aggiudicatario riconosce a suo carico tutti gli oneri inerenti l'assicurazione delle risorse umane occupate nelle attività e assumerà in proprio ogni responsabilità in caso di infortunio e di danni arrecati eventualmente dal proprio personale a persone e a cose, sia del Committente che di terzi, in dipendenza di colpa o negligenza nell'esecuzione delle prestazioni stabilite.

3. Nessun Ulteriore onere potrà derivare, pertanto, a carico dell'Amministrazione, oltre al pagamento del corrispettivo contrattuale.

Art. 25 – Risoluzione del contratto per inadempimento

1. Ai sensi dell'art. 1453 c.c., nel caso di accertato inadempimento rispetto alle obbligazioni oggetto del contratto di appalto, la stazione appaltante provvede a mettere formalmente in mora tramite PEC

Pag. 26 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

l'appaltatore, fissando contestualmente un termine finale essenziale non inferiore ai 15 (quindici) giorni, entro il quale adempiere compiutamente all'obbligazione.

2. Scaduto inutilmente il termine di cui al comma 1, la stazione appaltante procede a dichiarare la risoluzione del contratto, fatto salvo il diritto all'eventuale risarcimento del danno patito a causa dell'inadempimento stesso; in tal caso all'appaltatore può essere corrisposto il compenso pattuito in ragione della parte di prestazione regolarmente eseguita, nei limiti in cui la medesima appaia di utilità per la stazione appaltante.

Art. 26 – Clausole di risoluzione espressa

1. Salva la risoluzione per inadempimento di cui all'art. 24, la stazione appaltante si riserva la facoltà di risolvere il contratto, ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 del c.c., a tutto rischio dell'appaltatore, con riserva di risarcimento danni nei seguenti casi:

- a. frode, a qualsiasi titolo, da parte dell'appaltatore nell'esecuzione delle prestazioni affidate;
- b. ingiustificata sospensione del servizio;
- c. subappalto non autorizzato;
- d. cessione in tutto o in parte del contratto a terzi, in violazione dell'art. 14 del presente capitolato;
- e. mancato rispetto ripetuto degli obblighi retributivi, previdenziali ed assistenziali stabiliti dai vigenti contratti collettivi;
- f. riscontro, durante le verifiche ispettive eseguite dalla stazione appaltante presso l'appaltatore, di non conformità che potenzialmente potrebbero arrecare grave nocimento alla qualità del servizio e/o rischi di danni economici e/o di immagine alla stazione appaltante stessa, in conformità all'art. 12, comma 3, del presente capitolato.

2. I casi elencati saranno contestati all'appaltatore per iscritto dalla stazione appaltante, previamente o contestualmente alla dichiarazione di volersi avvalere della clausola risolutiva espressa di cui al presente articolo.

3. Non potranno essere intese quale rinuncia ad avvalersi della clausola di cui al presente articolo eventuali mancate contestazioni e/o precedenti inadempimenti, per i quali la stazione appaltante non abbia ritenuto avvalersi della clausola medesima e/o atti di mera tolleranza a fronte di pregressi inadempimenti dell'appaltatore di qualsivoglia natura.

4. Nel caso di risoluzione, la stazione appaltante si riserva ogni diritto al risarcimento dei danni subiti e in particolare si riserva di esigere dall'appaltatore il rimborso di eventuali spese incontrate in più rispetto a

Pag. 27 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

quelle che avrebbe sostenuto in presenza di un regolare adempimento del contratto; in tal caso all'appaltatore può essere corrisposto il compenso pattuito in ragione della parte di prestazione regolarmente eseguita, nei limiti in cui la medesima appaia di utilità per la stazione appaltante.

Art. 27 – Recesso

1. È facoltà della stazione appaltante recedere tramite PEC, ex art. 1671 c.c., unilateralmente dal contratto in qualunque momento, anche se è già stata iniziata la prestazione del servizio, fatto salvo l'obbligo di corrispondere all'appaltatore, oltreché il corrispettivo per la eventuale parte del servizio utilmente prestata, un indennizzo relativo alle spese sostenute e documentate e all'eventuale mancato guadagno.

Art. 28 – Definizione delle controversie

1. Per le eventuali controversie che dovessero insorgere tra la stazione appaltante e l'appaltatore, che non si siano potute definire in via amministrativa, sia durante l'esecuzione del contratto che al termine del contratto stesso, è competente in via esclusiva il Foro di Taranto. Non è ammesso il ricorso ad arbitri.

Art. 29 – Tracciabilità dei flussi finanziari

1. L'Appaltatore assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'art. 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche.

2. L'Appaltatore si impegna a dare immediata comunicazione alla stazione appaltante della notizia dell'inadempimento della propria controparte (subappaltatore/subcontraente) agli obblighi di tracciabilità finanziaria.

Art. 30 – Spese contrattuali

1. L'imposta di bollo e l'eventuale imposta di registro relative al contratto e tutti gli altri oneri tributari sono a carico dell'appaltatore.

Art. 31 – Disposizioni anticorruzione

1. Nell'espletamento del servizio oggetto del presente capitolato vanno rispettati gli obblighi di condotta previsti dal vigente Codice di comportamento approvato ai sensi della legge 6 novembre 2012 n. 190 ("Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica stazione

Pag. 28 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

appaltante”) e visibile sul sito istituzionale della stazione appaltante, la cui violazione costituisce causa di risoluzione del contratto.

Art. 32 – Norme che regolano il contratto e criteri interpretativi

1. L'appaltatore, avendo partecipato alla procedura per l'assegnazione del contratto di appalto, riconosce e accetta in maniera piena e consapevole, tutte le prescrizioni richieste per l'espletamento del servizio, nonché tutte le clausole specifiche previste nel presente capitolato.

2. Le norme di riferimento per il contratto sono, in via principale:

a. il D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 “Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture” e il Regolamento di esecuzione contenuto nel D.P.R. 5 ottobre 2010, n. 207 ove applicabili;

b. il D.Lgs. 9 aprile 2008, n. 81 “Attuazione dell'articolo 1 della legge 3 agosto 2007, n. 123, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro” e le diverse normative sulla sicurezza specifiche in materia;

c. il D.Lgs. 6 settembre 2011, n. 159, “Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, nonché nuove disposizioni in materia di documentazione antimafia, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 13 agosto 2010, n. 136”;

d. la legge 6 novembre 2012, n. 190, “Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione”;

e. le norme del codice civile.

3. Il contratto deve essere interpretato in base alle disposizioni di cui agli artt. 1362 -1371 del codice civile ed in caso di contrasto tra il contratto e il presente capitolato, si considerano prevalenti le disposizioni del contratto.

4. Nel caso in cui una o più previsioni del contratto dovessero risultare contrarie a norme inderogabili di legge o dovessero venire dichiarate nulle o annullate, ovvero dovessero risultare oggettivamente non attuabili, le rimanenti previsioni contrattuali rimarranno in vigore per conservare, per quanto possibile, lo scopo e lo spirito del contratto stesso.

5. In tal caso le Parti sostituiranno alle previsioni del contratto risultate contrarie a norme di legge o, comunque, dichiarate nulle o annullate o divenute oggettivamente non più attuabili, altre previsioni -

Pag. 29 di 30



Ministero della cultura

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO
DIREZIONE

legalmente consentite - che permettano di dare allo stesso un contenuto il più vicino possibile a quello che le Parti avevano originariamente voluto ed assicurino un'esecuzione del presente contratto conforme al suo spirito ed agli scopi intesi dalle Parti.

Taranto 31/05/2022

Il Direttore - RUP

Ph. D. Eva Degl'Innocenti

Pag. 30 di 30

MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE DI TARANTO - MARTA

Via Cavour, 10 – 74123 Taranto (TA)

Tel. +39 099/4532112 – Fax. +39 099/4594946

C.F.: 90236940731

PEC: mbac-man-ta@mailcert.beniculturali.it

PEO: man-ta@beniculturali.it

Web site: www.museotaranto.beniculturali.it

MARTA
MUSEO
ARCHEOLOGICO
NAZIONALE
DI TARANTO

