

CAPITOLATO d'ONERI

Azione 2.B.2 – GAL della Pesca Trapanese

Creazione e gestione del network territoriale della ristorazione tipica a base di pesce

1. FINALITÀ DELL'INTERVENTO

Il presente capitolato disciplina in modo puntuale l'insieme delle attività necessarie alla creazione, all'avvio e alla gestione di un network territoriale strutturato di ristoranti operanti nei 10 Comuni del GAL, con una specializzazione nella cucina tipica trapanese a base di pesce.

L'intervento si configura come un'azione di sistema, finalizzata non solo alla valorizzazione dell'offerta esistente, ma alla sua riorganizzazione in chiave strategica, attraverso modelli operativi, strumenti condivisi e una visione unitaria dello sviluppo territoriale.

In questo quadro, l'intervento è orientato a:

Organizzare l'offerta gastronomica in forma sistemica

L'obiettivo è superare la frammentazione attuale, costruendo un sistema coordinato di ristoratori aderenti al network, caratterizzato da regole comuni, identità condivisa e modalità operative omogenee. Ciò implica la creazione di una struttura organizzativa che consenta di mettere in rete gli operatori, favorendo la cooperazione, la condivisione di standard e la costruzione di un'offerta integrata e riconoscibile. Il sistema dovrà essere supportato da strumenti operativi (disciplinare, database, piattaforma digitale) che rendano possibile una gestione efficace e continuativa.

Integrare la filiera pesca-ristorazione-turismo

L'intervento mira a rafforzare le connessioni tra i diversi segmenti della filiera, creando un collegamento diretto tra il pescato locale, la sua trasformazione in ambito ristorativo e la fruizione turistica. Questo richiede la definizione di modalità operative che favoriscano l'utilizzo di prodotti ittici locali, la valorizzazione delle pratiche tradizionali e la costruzione di relazioni tra pescatori, ristoratori e operatori turistici. L'integrazione della filiera consente di generare valore aggiunto, migliorare la qualità percepita e rafforzare la coerenza dell'offerta territoriale.

Sviluppare un'offerta esperienziale

L'intervento non si limita alla promozione della ristorazione, ma punta alla costruzione di esperienze gastronomiche che coinvolgano attivamente il visitatore. Ciò comporta la progettazione di attività strutturate, come percorsi tematici, momenti di degustazione, esperienze legate al mare e alla cultura locale, in grado di arricchire la fruizione e di aumentare il valore percepito. L'offerta esperienziale dovrà essere integrata nel sistema complessivo e resa accessibile attraverso strumenti digitali e narrativi.

Garantire standard qualitativi omogenei

Un elemento centrale dell'intervento è la definizione e l'applicazione di criteri condivisi che assicurino un livello qualitativo uniforme tra i ristoranti aderenti. Ciò implica la predisposizione di un disciplinare tecnico, la definizione di requisiti minimi e la realizzazione di attività di monitoraggio e verifica. L'obiettivo è garantire al visitatore un'esperienza coerente e affidabile, rafforzando al contempo la reputazione del network e la fiducia nei confronti del sistema.

Rafforzare la visibilità attraverso strumenti digitali

L'intervento prevede l'utilizzo di strumenti digitali come leva principale per la promozione e la diffusione dell'offerta. In particolare, l'integrazione del network all'interno del portale degli itinerari del gusto rappresenta un elemento chiave per aumentare la visibilità, migliorare l'accessibilità delle informazioni e facilitare l'interazione con l'utente. La comunicazione digitale dovrà essere strutturata, coerente con l'identità del network e orientata a raggiungere target specifici, contribuendo al posizionamento del territorio sui mercati turistici.

2. AMBITO TERRITORIALE

Il servizio dovrà essere realizzato nei seguenti Comuni:

Mazara del Vallo, Petrosino, Marsala, Paceco, Misiliscemi, Trapani, Erice, Valderice, Custonaci, San Vito lo Capo.

Saranno assegnate specifiche premialità alle proposte che prevedono (senza alcun onere aggiuntivo per la committente) la possibilità, dietro richiesta della Committenza, di poter estendere l'ambito di attuazione della proposta anche ai territori dei seguenti Comuni:

Favignana e Pantelleria.

Nell'offerta, occorrerà specificare se come SERVIZIO AGGIUNTIVO la stessa prevede di estendere la propria attività anche ai Comuni di **Favignana** e/o **Pantelleria**. Ove voglia fruire di questa premialità, il proponente, dovrà indicare, nell'ambito della proposta, secondo quali modalità egli intenda assicurare l'inclusione dei questi territori nel proprio piano di attività.

3. ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITÀ

FASE 1 – MAPPATURA E STRUTTURAZIONE DEL SISTEMA

3.1 Attività richieste

L'Affidatario dovrà:

realizzare una mappatura completa dei ristoranti

L'attività dovrà essere condotta attraverso un processo strutturato che preveda sia un'analisi desk (fonti online, registri pubblici, portali turistici, social media) sia un'attività diretta sul territorio, mediante contatti telefonici, sopralluoghi e interviste agli operatori. La mappatura dovrà includere tutti i ristoranti operanti nei 10 Comuni target, con particolare attenzione a quelli che presentano un'offerta coerente con la cucina tipica a base di pesce. Per ciascun esercizio dovranno essere raccolte informazioni dettagliate quali tipologia di ristorante, posizionamento, offerta gastronomica, utilizzo di prodotti locali, capacità ricettiva, livello di digitalizzazione e disponibilità ad aderire a iniziative di rete.

creare un database strutturato

Tutte le informazioni raccolte dovranno essere organizzate in un database digitale strutturato, che rappresenti uno strumento operativo per la gestione del network. Il database dovrà prevedere campi standardizzati (anagrafica, contatti, caratteristiche dell'offerta, valutazione qualitativa, stato di coinvolgimento, ecc.) e dovrà essere progettato in modo da consentire aggiornamenti continui, filtri di ricerca e utilizzo per le fasi successive del progetto. Il formato dovrà essere interoperabile e facilmente trasferibile al GAL.

definire criteri di selezione oggettivi

L'Affidatario dovrà elaborare un sistema di criteri chiari, trasparenti e misurabili per la selezione dei ristoranti idonei all'ingresso nel network. Tali criteri dovranno riguardare, tra gli altri aspetti, la coerenza con la cucina tipica locale, l'utilizzo di materie prime del territorio, la qualità percepita del servizio, la disponibilità alla collaborazione e la capacità di inserirsi in un sistema organizzato. I criteri dovranno essere formalizzati in un documento metodologico e applicati in modo uniforme a tutti gli operatori censiti.

individuare i ristoranti potenzialmente aderenti

Sulla base dei criteri definiti, l'Affidatario dovrà procedere alla valutazione dei ristoranti mappati e alla selezione di quelli ritenuti idonei a far parte del network. Tale attività dovrà prevedere una classificazione degli operatori, distinguendo tra ristoranti prioritari, ristoranti potenzialmente idonei e ristoranti non coerenti. Dovrà inoltre essere avviata una prima attività di contatto e sensibilizzazione, finalizzata a verificare l'interesse concreto all'adesione.

3.2 Output obbligatori

Database ristoranti (formato Excel/CSV)

Il database dovrà essere completo, strutturato e aggiornato, contenente tutte le informazioni raccolte durante la fase di mappatura. Dovrà includere campi standardizzati e consentire una facile consultazione e utilizzo da parte del GAL. Il file dovrà essere consegnato in formato aperto (Excel o CSV) e corredato da una legenda esplicativa dei campi.

Report di mappatura

Dovrà essere redatto un documento analitico che descriva il processo di mappatura, le metodologie utilizzate, i risultati ottenuti e le principali evidenze emerse. Il report dovrà includere anche una lettura qualitativa del territorio, evidenziando eventuali criticità, opportunità e cluster di ristoranti individuati.

Elenco shortlist ristoranti selezionati

Dovrà essere predisposto un elenco dei ristoranti ritenuti idonei all'ingresso nel network, corredato da una scheda sintetica per ciascun operatore e dalla motivazione della selezione. Tale shortlist costituirà la base per le fasi successive di attivazione del network.

3.3 KPI minimi

≥ 80 ristoranti mappati

L'Affidatario dovrà garantire la copertura ampia e rappresentativa del territorio, censendo un numero minimo di 80 ristoranti distribuiti nei 10 Comuni, al fine di assicurare una base conoscitiva adeguata e completa.

≥ 40 ristoranti idonei selezionati

Tra i ristoranti mappati, dovrà essere individuato un numero minimo di 40 operatori che rispondano ai criteri di qualità e coerenza definiti, costituendo il bacino di riferimento per la successiva attivazione del network.

FASE 2 – DEFINIZIONE DEL DISCIPLINARE E ATTIVAZIONE NETWORK

3.4 Attività richieste

redazione disciplinare tecnico

L'Affidatario dovrà elaborare un disciplinare tecnico completo, chiaro e applicabile, che definisca in modo puntuale i requisiti di accesso e permanenza nel network. Il documento dovrà includere criteri relativi alla coerenza dell'offerta gastronomica con la cucina tipica a base di pesce, all'utilizzo di materie prime locali, alla trasparenza nei confronti del cliente e alla partecipazione attiva al sistema. Il disciplinare dovrà essere strutturato in modo modulare, prevedere livelli di applicazione progressiva e includere anche indicazioni operative per gli operatori, così da risultare facilmente comprensibile e attuabile. Dovranno inoltre essere previste modalità di verifica e aggiornamento periodico.

definizione standard qualitativi

L'Affidatario dovrà individuare e formalizzare un insieme di standard qualitativi condivisi, che costituiscano il riferimento per tutti i ristoranti aderenti. Tali standard dovranno riguardare non solo il prodotto gastronomico, ma anche l'esperienza complessiva offerta al cliente, includendo aspetti come accoglienza, presentazione dei piatti, valorizzazione del territorio e coerenza comunicativa. Gli standard dovranno essere misurabili e verificabili, in modo da consentire attività di monitoraggio e miglioramento continuo.

predisposizione modulistica di adesione

Dovrà essere sviluppata una modulistica completa e funzionale per l'adesione al network, comprensiva di domanda di partecipazione, dichiarazioni di impegno, accettazione del disciplinare e autorizzazioni all'utilizzo del marchio e dei contenuti. La modulistica dovrà essere progettata sia in formato digitale che eventualmente cartaceo, con l'obiettivo di semplificare il processo di adesione e garantire la raccolta di tutte le informazioni necessarie. Dovranno essere previste anche linee guida per la gestione delle candidature.

organizzazione incontri territoriali

L'Affidatario dovrà pianificare e realizzare incontri operativi nei territori interessati, finalizzati alla presentazione del network, alla condivisione degli obiettivi e al coinvolgimento diretto degli operatori. Gli incontri dovranno essere strutturati in modo partecipativo, prevedendo momenti di confronto, chiarimento e raccolta di feedback. Sarà necessario curare tutti gli aspetti organizzativi (location, convocazioni, materiali informativi) e garantire una copertura adeguata dei diversi

Comuni, con particolare attenzione ai ristoranti individuati nella fase precedente.

3.5 Output obbligatori

Disciplinare ufficiale

Documento formale, completo e validato, contenente l'insieme delle regole, dei requisiti e delle modalità di funzionamento del network. Dovrà essere redatto in formato editabile e corredato da eventuali allegati tecnici.

Modulo di adesione

Set completo di documenti necessari per la candidatura e l'ingresso nel network, comprensivo di modelli standardizzati e istruzioni per la compilazione. Dovrà essere fornito in formato digitale utilizzabile.

Report incontri con operatori

Documento riepilogativo delle attività di coinvolgimento realizzate, contenente informazioni su date, luoghi, partecipanti, contenuti trattati e principali evidenze emerse durante gli incontri.

3.6 KPI minimi

≥ 30 ristoranti aderenti

L'Affidatario dovrà garantire il raggiungimento di un numero minimo di 30 ristoranti formalmente aderenti al network, con sottoscrizione della modulistica e accettazione del disciplinare, assicurando una base operativa concreta per l'avvio del sistema.

≥ 4 incontri territoriali realizzati. Nell'offerta, occorrerà specificare se la stessa prevede di realizzare gli incontri territoriali anche nei Comuni di Favignana e/o Pantelleria

Dovranno essere organizzati e realizzati almeno due incontri territoriali, con partecipazione documentata degli operatori, finalizzati alla presentazione e attivazione del network, garantendo un adeguato livello di coinvolgimento e condivisione.

FASE 3 – CREAZIONE IDENTITÀ E BRAND

3.7 Attività richieste

sviluppo brand del network

L'Affidatario dovrà progettare e sviluppare un brand distintivo capace di rappresentare in modo efficace l'identità del network e i valori del territorio. Il brand dovrà essere costruito a partire da un'analisi preliminare del contesto, includendo elementi legati alla cultura marinara, alla cucina tipica a base di pesce e alla dimensione territoriale. Dovrà essere definito un posizionamento chiaro, individuando il target di riferimento e il messaggio principale da comunicare. Il brand dovrà risultare riconoscibile, coerente e facilmente utilizzabile sia in ambito fisico che digitale.

definizione naming, logo e linee guida

L'Affidatario dovrà elaborare una proposta di naming che sia coerente con il territorio, facilmente memorizzabile e utilizzabile nei diversi contesti di comunicazione. Dovrà inoltre progettare il logo del network, assicurandone versatilità, leggibilità e adattabilità ai diversi supporti. A completamento, dovranno essere definite linee guida dettagliate che regolamentino l'utilizzo del brand, includendo colori, font, applicazioni e modalità di utilizzo da parte dei ristoranti aderenti. Le linee guida dovranno garantire uniformità e coerenza nella comunicazione.

progettazione immagine coordinata

L'Affidatario dovrà sviluppare un sistema completo di immagine coordinata, che consenta di applicare il brand in modo coerente su tutti i materiali e i canali. Ciò include la progettazione di elementi grafici per uso digitale (portale, social media, schede ristoranti) e per uso fisico (insegne, vetrofanie, materiali informativi). L'immagine coordinata dovrà essere progettata per essere facilmente replicabile e utilizzabile dagli operatori, contribuendo a rafforzare la riconoscibilità del network.

3.8 Output obbligatori

Logo ufficiale

Elaborato grafico definitivo del marchio del network, fornito in diversi formati (vettoriale e raster) e versioni (colore, bianco/nero, positivo/negativo), pronto per l'utilizzo su tutti i supporti.

Manuale di utilizzo del brand

Documento completo contenente le regole di utilizzo del marchio, le linee guida grafiche, le applicazioni corrette e gli esempi pratici. Il manuale dovrà essere chiaro, operativo e destinato all'utilizzo da parte dei ristoranti aderenti e degli altri soggetti coinvolti.

Kit grafico (formati digitali)

Insieme di materiali grafici pronti all'uso, comprendente template per comunicazione digitale, elementi visivi per il portale, grafiche per social media e altri supporti. Il kit dovrà essere fornito in formati editabili e facilmente utilizzabili.

3.9 KPI minimi

Nr.1 brand completo sviluppato

L'Affidatario dovrà garantire la realizzazione di un sistema di identità visiva completo, comprensivo di naming, logo, linee guida e strumenti operativi, pronto per l'utilizzo immediato e coerente con gli obiettivi del progetto.

100% ristoranti aderenti dotati di materiale brand

Tutti i ristoranti aderenti al network dovranno essere messi nelle condizioni di utilizzare correttamente il brand, attraverso la fornitura del kit grafico e delle linee guida, assicurando così una diffusione uniforme e riconoscibile dell'identità del network su tutto il territorio.

FASE 4 – INTEGRAZIONE DIGITALE

3.10 Attività richieste

integrazione nel portale www.itineraridelgustotrapani.it

L'Affidatario dovrà curare l'inserimento strutturato del network all'interno del portale, sviluppando una sezione dedicata che consenta una navigazione intuitiva e coerente con l'identità del progetto. L'integrazione dovrà prevedere la definizione dell'architettura delle informazioni, la categorizzazione dei contenuti e la predisposizione di strumenti di ricerca e filtro per l'utente. Sarà inoltre necessario garantire la piena compatibilità con i dispositivi mobili, l'ottimizzazione SEO e l'aggiornabilità dei contenuti nel tempo, assicurando al GAL la gestione autonoma della piattaforma a conclusione delle attività.

creazione schede ristoranti

Per ciascun ristorante aderente dovrà essere realizzata una scheda digitale completa, strutturata in modo omogeneo e coerente con il brand del network. Le schede dovranno includere informazioni dettagliate quali descrizione del locale, tipologia di cucina, piatti rappresentativi, utilizzo di prodotti locali, servizi offerti, contatti, localizzazione geografica e eventuali elementi distintivi. Dovranno essere progettate per valorizzare l'esperienza proposta e facilitare l'interazione con l'utente, anche in ottica di eventuale prenotazione o contatto diretto.

produzione contenuti digitali

L'Affidatario dovrà sviluppare un insieme organico di contenuti digitali finalizzati a raccontare il network e il territorio, valorizzando la cucina tipica a base di pesce e le esperienze ad essa collegate. I contenuti dovranno includere testi narrativi, descrizioni tematiche, elementi di storytelling e materiali visivi (fotografie e, ove possibile, brevi video), progettati per essere utilizzati sia sul portale che sui canali di comunicazione digitale. Particolare attenzione dovrà essere dedicata alla qualità, all'originalità e alla coerenza dei contenuti con l'identità del progetto.

3.11 Output obbligatori

Schede complete per ogni ristorante

Insieme delle schede digitali relative ai ristoranti aderenti, redatte secondo uno standard uniforme e complete di tutte le informazioni necessarie. Le schede dovranno essere pubblicate sul portale e consegnate anche in formato editabile al GAL.

Contenuti testuali e fotografici

Produzione di contenuti editoriali e materiali visivi originali, organizzati e catalogati, pronti per l'utilizzo su piattaforme digitali. I contenuti dovranno essere forniti in formato aperto e corredati da eventuali diritti di utilizzo.

Sezione dedicata sul portale

Realizzazione e attivazione di una sezione del portale interamente dedicata al network, strutturata in modo coerente con l'immagine coordinata e progettata per valorizzare l'offerta in chiave esperienziale.

3.12 KPI minimi

≥ 30 schede ristoranti pubblicate

L'Affidatario dovrà garantire la pubblicazione di un numero minimo di 30 schede complete e funzionanti sul portale, assicurando copertura adeguata del network e qualità dei contenuti.

≥ 60 contenuti digitali prodotti

Dovrà essere assicurata la produzione di almeno 60 contenuti digitali tra testi, immagini e altri materiali, finalizzati alla promozione e alla valorizzazione del network e del territorio, con un livello qualitativo coerente con gli obiettivi del progetto.

FASE 5 – MARKETING E PROMOZIONE

3.13 Attività richieste

definizione piano marketing

L'Affidatario dovrà elaborare un piano di marketing strutturato, coerente con gli obiettivi dell'intervento e con il posizionamento del network. Il piano dovrà individuare i target di riferimento (nazionali e internazionali), definire i messaggi chiave e stabilire le strategie di comunicazione più efficaci. Dovranno essere dettagliati i canali da utilizzare (digitali e, ove opportuno, tradizionali), le tempistiche delle azioni, il calendario editoriale e gli indicatori di performance. Il piano dovrà inoltre prevedere una chiara integrazione tra portale, social media e altre attività promozionali, garantendo coerenza e continuità nella comunicazione.

gestione campagne digitali

L'Affidatario dovrà progettare, attivare e gestire campagne di comunicazione digitale finalizzate alla promozione del network e delle esperienze gastronomiche. Le campagne dovranno essere realizzate su piattaforme adeguate (social media, motori di ricerca, eventuali piattaforme di advertising), con definizione di obiettivi specifici, segmentazione del pubblico e monitoraggio dei risultati. Sarà necessario ottimizzare le campagne in corso d'opera, sulla base dei dati raccolti, al fine di massimizzare l'efficacia e l'impatto delle azioni promozionali.

creazione storytelling territoriale

L'Affidatario dovrà sviluppare una narrazione coerente e coinvolgente del territorio, capace di valorizzare la cucina a base di pesce, le tradizioni locali e l'identità marinara. Lo storytelling dovrà essere declinato in contenuti testuali e visivi, costruiti secondo una logica narrativa che metta al centro le persone, i luoghi e le esperienze. I contenuti dovranno essere progettati per generare interesse, emozione e coinvolgimento, contribuendo a rafforzare l'immagine del network e del territorio.

attivazione canali social e digitali

L'Affidatario dovrà attivare e gestire i principali canali digitali dedicati al network, assicurandone la coerenza con il brand e con il piano di comunicazione. Ciò include la creazione e gestione di profili social, la pubblicazione regolare di contenuti, l'interazione con gli utenti e il monitoraggio delle performance. I canali dovranno essere utilizzati come strumenti di promozione, informazione e relazione, contribuendo a costruire una community attiva attorno al progetto.

3.14 Output obbligatori

Piano marketing

Documento strategico completo, contenente obiettivi, target, strategie, strumenti, calendario delle attività e indicatori di performance. Il piano dovrà essere fornito in formato editabile e costituire il riferimento operativo per tutte le azioni di comunicazione.

Report campagne

Documenti di monitoraggio delle campagne realizzate, contenenti dati quantitativi e qualitativi relativi alle performance (copertura, interazioni, conversioni, ecc.). I report dovranno includere anche analisi dei risultati e indicazioni per eventuali ottimizzazioni.

Contenuti promozionali

Insieme dei materiali prodotti per le attività di comunicazione, tra cui testi, immagini, grafiche e altri contenuti digitali, organizzati e forniti in formato utilizzabile dal GAL.

3.15 KPI minimi

≥ 3 campagne realizzate

L'Affidatario dovrà garantire la progettazione e realizzazione di almeno tre campagne di comunicazione distinte, coerenti con gli obiettivi del progetto e distribuite nel periodo di attività.

≥ 50.000 utenti raggiunti

Le attività di promozione dovranno assicurare una copertura complessiva di almeno 50.000 utenti, considerando l'insieme delle campagne e dei canali utilizzati.

≥ 5.000 interazioni generate

Dovrà essere raggiunto un livello minimo di coinvolgimento pari ad almeno 5.000 interazioni (like, commenti, condivisioni, clic), quale indicatore dell'efficacia delle azioni di comunicazione e dell'interesse generato nei confronti del network.

FASE 6 – SVILUPPO ESPERIENZE GASTRONOMICHE

3.16 Attività richieste

progettazione esperienze integrate

L'Affidatario dovrà ideare e strutturare un insieme di esperienze gastronomiche che combinino in modo coerente ristorazione, territorio e cultura locale. Le esperienze dovranno essere progettate secondo una logica integrata, mettendo in relazione diversi elementi quali il consumo del pasto, la conoscenza delle materie prime, il contatto con il mare e le tradizioni locali. Sarà necessario definire per ciascuna esperienza il concept, la durata, il target di riferimento, il prezzo indicativo e le modalità di fruizione, assicurando che siano facilmente inseribili nel sistema complessivo del network e fruibili anche attraverso il portale.

creazione format esperienziali

L'Affidatario dovrà sviluppare format replicabili e scalabili, che possano essere adottati da più ristoranti aderenti al network. I format dovranno essere progettati in modo standardizzato ma flessibile, includendo linee guida operative, struttura dell'esperienza, elementi narrativi e modalità di coinvolgimento del cliente. Tali format potranno riguardare, ad esempio, momenti di degustazione guidata, percorsi tematici o attività legate alla preparazione dei piatti, e dovranno essere facilmente riconoscibili e comunicabili.

coinvolgimento operatori locali

L'Affidatario dovrà attivare un processo di coinvolgimento diretto dei ristoratori e, ove possibile, di altri attori della filiera (pescatori, guide, operatori turistici), al fine di costruire esperienze autentiche e radicate nel territorio. Tale attività dovrà prevedere incontri operativi, momenti di co-progettazione e supporto nella definizione delle singole esperienze. L'obiettivo è favorire la partecipazione attiva degli operatori, assicurando che le esperienze proposte siano realmente realizzabili e coerenti con le capacità organizzative dei soggetti coinvolti.

3.17 Output obbligatori

Catalogo esperienze

Documento strutturato che raccolga l'insieme delle esperienze progettate, organizzate in modo

chiaro e facilmente consultabile. Il catalogo dovrà includere descrizioni dettagliate, informazioni operative, target di riferimento e modalità di fruizione, e dovrà essere utilizzabile sia per finalità promozionali che operative.

Schede esperienziali

Per ciascuna esperienza dovrà essere predisposta una scheda dedicata, contenente tutte le informazioni necessarie alla sua realizzazione e promozione, tra cui descrizione, durata, contenuti, operatori coinvolti e condizioni di accesso. Le schede dovranno essere fornite in formato digitale e progettate per l'integrazione nel portale.

3.18 KPI minimi

≥ 10 esperienze create

L'Affidatario dovrà garantire la progettazione di almeno 10 esperienze strutturate, diversificate per tipologia e target, in grado di rappresentare in modo significativo l'offerta gastronomica del territorio.

≥ 10 ristoranti coinvolti attivamente

Dovrà essere assicurato il coinvolgimento diretto di almeno 10 ristoranti aderenti al network, che partecipino attivamente alla realizzazione delle esperienze, contribuendo alla loro definizione e attuazione.

FASE 7 – MONITORAGGIO E SVILUPPO

3.19 Attività richieste

monitoraggio performance

L'Affidatario dovrà attivare un sistema strutturato di monitoraggio delle attività e dei risultati del network, basato su indicatori quantitativi e qualitativi coerenti con gli obiettivi del progetto. Il monitoraggio dovrà riguardare diversi ambiti, tra cui il numero di ristoranti attivi, il livello di utilizzo del portale, le performance delle attività di comunicazione e il grado di partecipazione degli operatori. Dovranno essere utilizzati strumenti digitali per la raccolta e l'analisi dei dati, garantendo una lettura periodica dei risultati e la possibilità di intervenire tempestivamente in caso di scostamenti rispetto agli obiettivi.

verifica qualità

L'Affidatario dovrà effettuare attività di verifica finalizzate a garantire il rispetto degli standard qualitativi definiti nel disciplinare. Tali verifiche potranno essere realizzate attraverso controlli documentali, sopralluoghi, raccolta di feedback da parte degli utenti e confronto diretto con gli operatori. L'obiettivo è assicurare la coerenza dell'offerta con i requisiti previsti e individuare eventuali criticità, attivando azioni correttive ove necessario. La verifica qualità dovrà essere intesa come un processo continuo di accompagnamento e miglioramento.

aggiornamento database

Il database dei ristoranti e delle attività dovrà essere costantemente aggiornato, in modo da riflettere lo stato reale del network. L'Affidatario dovrà prevedere procedure per l'inserimento di nuovi operatori, l'aggiornamento delle informazioni esistenti e la gestione delle eventuali variazioni. Il database dovrà rimanere uno strumento operativo centrale, utile per le attività di gestione, monitoraggio e sviluppo del sistema.

miglioramento continuo

L'Affidatario dovrà adottare un approccio orientato al miglioramento continuo, basato sull'analisi dei dati raccolti e sul confronto con gli operatori e con il GAL. Ciò implica la capacità di proporre azioni correttive, introdurre eventuali innovazioni e adattare il modello operativo alle esigenze emergenti. Il miglioramento continuo dovrà riguardare sia gli aspetti organizzativi che quelli qualitativi e comunicativi, contribuendo all'evoluzione del network nel tempo.

3.20 Output obbligatori

Report mensili

Documenti periodici contenenti l'analisi delle attività svolte, dei risultati raggiunti e delle eventuali criticità riscontrate. I report dovranno includere dati aggiornati, indicatori di performance e indicazioni operative per le fasi successive, costituendo uno strumento di supporto alle decisioni.

Report finale

Documento conclusivo che sintetizza l'intero percorso progettuale, illustrando le attività realizzate, i risultati conseguiti rispetto agli obiettivi iniziali e le principali evidenze emerse. Il report dovrà fornire una valutazione complessiva dell'efficacia dell'intervento e costituire una base per eventuali sviluppi futuri.

Piano di sviluppo futuro

Documento strategico contenente proposte operative per l'evoluzione del network nel medio-lungo periodo. Il piano dovrà includere possibili azioni di ampliamento, miglioramento degli standard, potenziamento della comunicazione e integrazione con ulteriori iniziative territoriali.

3.21 KPI minimi

≥ 2 report intermedi

L'Affidatario dovrà garantire la produzione di almeno tre report intermedi, distribuiti nel corso del progetto, contenenti analisi puntuali e aggiornate delle attività e dei risultati.

Nr. 1 report finale completo

Dovrà essere redatto un report finale esaustivo, contenente la sintesi delle attività svolte, la valutazione dei risultati raggiunti e le indicazioni per il futuro sviluppo del network.

4. CRONOPROGRAMMA

Durata massima: **6 mesi**:

L'Affidatario dovrà presentare cronoprogramma dettagliato.

5. MODALITÀ DI ESECUZIONE

L'Affidatario dovrà:

operare in coordinamento con il GAL

L'Affidatario dovrà garantire un costante raccordo con il GAL, attraverso momenti strutturati di confronto e aggiornamento, quali riunioni periodiche, condivisione di report e validazione delle attività principali. Dovrà attenersi agli indirizzi strategici forniti dal GAL, assicurando coerenza tra le azioni operative e gli obiettivi della Strategia di Sviluppo Locale. Il coordinamento dovrà prevedere anche la tempestiva comunicazione di eventuali criticità e la condivisione delle soluzioni adottate.

garantire presenza sul territorio

L'Affidatario dovrà assicurare una presenza operativa nei territori interessati, attraverso attività dirette di contatto con i ristoratori e gli altri stakeholder coinvolti. Ciò include sopralluoghi, incontri, attività di accompagnamento e supporto agli operatori nelle diverse fasi del progetto. La presenza sul territorio è finalizzata a garantire un'effettiva attuazione delle attività, favorire il coinvolgimento degli operatori e assicurare la qualità dei risultati.

utilizzare strumenti digitali professionali

L'Affidatario dovrà avvalersi di strumenti digitali adeguati per la gestione delle attività, la produzione dei contenuti, il monitoraggio dei risultati e la comunicazione. Tali strumenti dovranno garantire efficienza operativa, qualità dei prodotti realizzati e possibilità di integrazione con le piattaforme del GAL. Dovranno inoltre essere utilizzati software e applicativi idonei per la gestione dei dati, delle campagne di comunicazione e dei contenuti digitali.

assicurare tracciabilità delle attività

L'Affidatario dovrà garantire la piena tracciabilità di tutte le attività svolte, attraverso la produzione e l'archiviazione di documentazione comprovante le azioni realizzate. Ciò include report, registri delle attività, evidenze fotografiche, materiali prodotti e ogni altro elemento utile a dimostrare l'effettiva esecuzione del servizio. La tracciabilità dovrà consentire al GAL di verificare in qualsiasi

momento lo stato di avanzamento e la conformità delle attività rispetto a quanto previsto dal capitolato.

6. STANDARD QUALITATIVI OBBLIGATORI

Tutte le attività dovranno rispettare:

coerenza con identità territoriale

Ogni azione, contenuto e strumento sviluppato nell'ambito del progetto dovrà essere coerente con le caratteristiche culturali, storiche e produttive del territorio del GAL. Ciò implica la valorizzazione della cucina tipica a base di pesce, delle tradizioni marinare e delle specificità locali, evitando rappresentazioni generiche o non aderenti al contesto. La comunicazione, il brand e le esperienze proposte dovranno riflettere in modo autentico l'identità del territorio, contribuendo a costruire un'immagine riconoscibile e credibile.

utilizzo di contenuti originali

Tutti i contenuti prodotti dovranno essere originali, non derivati da fonti terze non autorizzate e privi di violazioni di diritti d'autore. L'Affidatario dovrà garantire la realizzazione diretta di testi, immagini e materiali digitali, evitando duplicazioni o utilizzo improprio di contenuti reperiti online. I contenuti dovranno essere progettati appositamente per il progetto, con un livello qualitativo adeguato e coerente con gli obiettivi di valorizzazione e promozione.

qualità grafica e comunicativa

L'insieme dei materiali prodotti dovrà rispettare standard elevati sotto il profilo grafico e comunicativo, assicurando chiarezza, leggibilità ed efficacia del messaggio. Ciò include la coerenza con l'immagine coordinata del network, l'utilizzo corretto del brand, l'attenzione alla composizione visiva e alla qualità delle immagini. La comunicazione dovrà essere progettata in modo professionale, con linguaggi adeguati ai diversi target e canali utilizzati.

accessibilità digitale

Le soluzioni digitali sviluppate, in particolare i contenuti e le sezioni del portale, dovranno essere progettate per garantire un elevato livello di accessibilità e fruibilità. Ciò implica la compatibilità con diversi dispositivi (desktop, tablet, smartphone), la facilità di navigazione, la chiarezza delle informazioni e, ove possibile, il rispetto delle linee guida sull'accessibilità dei contenuti web. L'obiettivo è consentire a un'ampia platea di utenti di accedere facilmente alle informazioni e ai servizi offerti dal network.

7. SISTEMA DI CONTROLLO

Il GALP verificherà:

rispetto KPI

Il GAL procederà alla verifica sistematica del raggiungimento degli indicatori di performance (KPI) definiti nel capitolato tecnico, attraverso l'analisi dei dati forniti dall'Affidatario e la verifica delle evidenze documentali. Il controllo riguarderà sia gli aspetti quantitativi (numero di ristoranti coinvolti, contenuti prodotti, campagne realizzate, utenti raggiunti, ecc.) sia la coerenza dei risultati rispetto agli obiettivi previsti. L'Affidatario dovrà fornire dati chiari, verificabili e aggiornati, utilizzando strumenti di monitoraggio idonei.

qualità output

Il GAL valuterà la qualità degli output prodotti, verificando che essi siano conformi agli standard definiti nel capitolato e coerenti con l'identità del progetto. La verifica riguarderà, tra gli altri aspetti, la qualità dei contenuti digitali, l'efficacia del brand, la completezza delle schede ristoranti, la struttura delle esperienze progettate e la coerenza delle attività di comunicazione. Il controllo qualitativo potrà prevedere anche revisioni, richieste di integrazione e validazioni formali prima dell'approvazione definitiva degli output.

rispetto tempi

Il GAL monitorerà il rispetto del cronoprogramma delle attività, verificando che le fasi operative siano realizzate nei tempi previsti. L'Affidatario dovrà garantire la puntualità nell'esecuzione delle attività e nella consegna degli output, comunicando tempestivamente eventuali criticità o ritardi. Il rispetto delle tempistiche costituisce elemento essenziale per la corretta attuazione del progetto.

Il mancato raggiungimento dei KPI può comportare:

riduzione compenso

In caso di scostamento significativo rispetto ai KPI previsti, il GAL potrà procedere a una riduzione proporzionale del compenso, in relazione alla parte di attività non realizzata o non conforme agli standard richiesti. La riduzione sarà determinata sulla base della gravità dello scostamento e dell'impatto sui risultati complessivi del progetto.

risoluzione contratto

Nel caso di mancato raggiungimento grave e reiterato degli obiettivi, o di inadempienze tali da compromettere la realizzazione dell'intervento, il GAL potrà procedere alla risoluzione del contratto, previa formale contestazione e concessione di un termine per eventuali controdeduzioni. La risoluzione comporterà l'interruzione delle attività e l'applicazione delle eventuali ulteriori misure previste dalla normativa vigente e dal contratto.

8. PENALI

Ritardi: fino al 5%

In caso di ritardi nell'esecuzione delle attività rispetto al cronoprogramma approvato, il GAL potrà applicare una penale fino a un massimo del 5% dell'importo contrattuale. La penale sarà commisurata alla durata del ritardo e all'impatto che lo stesso produce sul corretto svolgimento del progetto. Saranno considerati ritardi rilevanti quelli relativi alla consegna degli output principali, alla realizzazione delle fasi operative e alla mancata partecipazione agli incontri programmati. L'Affidatario dovrà comunicare tempestivamente eventuali criticità che possano generare ritardi, proponendo soluzioni alternative per il recupero delle tempistiche.

Mancato raggiungimento KPI: fino al 10%

Nel caso in cui gli indicatori di performance (KPI) previsti dal capitolato non vengano raggiunti, il GAL potrà applicare una penale fino a un massimo del 10% dell'importo contrattuale. La quantificazione della penale sarà effettuata in proporzione al grado di scostamento rispetto agli obiettivi stabiliti e alla rilevanza degli indicatori non raggiunti. Saranno valutati sia gli aspetti quantitativi (numero di ristoranti coinvolti, contenuti prodotti, campagne realizzate, ecc.) sia quelli qualitativi. L'eventuale applicazione della penale non esclude la possibilità di richiedere azioni correttive o integrative.

Inadempienze gravi: risoluzione contratto

Nel caso di inadempienze gravi, quali il mancato svolgimento delle attività previste, la produzione di output non conformi, la violazione degli obblighi contrattuali o il mancato rispetto delle disposizioni normative, il GAL potrà procedere alla risoluzione del contratto. La risoluzione avverrà previa formale contestazione e concessione di un termine per eventuali controdeduzioni, salvo i casi di particolare gravità che richiedano un intervento immediato. In tali circostanze, il GAL potrà interrompere il rapporto contrattuale, riservandosi di attivare ulteriori azioni a tutela dei propri interessi.

9. CONSEGNA MATERIALI

Tutti gli output dovranno essere forniti in:

formato aperto (Word, Excel, PNG, ecc.)

L'Affidatario dovrà garantire la consegna di tutti i materiali prodotti in formati aperti, modificabili e non proprietari, al fine di consentire al GAL la piena disponibilità, riutilizzo e aggiornamento degli stessi nel tempo. I documenti testuali dovranno essere forniti in formato editabile (es. Word), i database in formato Excel o CSV, mentre i materiali grafici e visivi dovranno essere consegnati sia in

formato finale (PNG, JPG, PDF) sia, ove possibile, in formato sorgente editabile (es. file vettoriali). Tale requisito è essenziale per assicurare la continuità operativa anche dopo la conclusione del servizio.

organizzati e catalogati

Tutti i materiali dovranno essere strutturati in modo ordinato e coerente, secondo una logica di archiviazione che ne faciliti la consultazione e l'utilizzo. L'Affidatario dovrà predisporre una classificazione dei contenuti per tipologia (es. documenti, immagini, contenuti digitali, report), accompagnata da una denominazione chiara e uniforme dei file. Dovrà inoltre essere fornito un indice riepilogativo o una guida alla consultazione, che consenta al GAL di individuare facilmente i materiali e comprenderne l'utilizzo.

trasferiti al GAL

L'Affidatario dovrà provvedere alla consegna completa di tutti i materiali attraverso modalità concordate con il GAL, garantendo l'integrità e la corretta trasmissione dei dati. Il trasferimento potrà avvenire tramite supporti digitali o piattaforme online, purché sia assicurata la piena accessibilità ai file. Al termine delle attività, dovrà essere formalizzata la consegna finale, con attestazione della completezza della documentazione e del trasferimento dei diritti di utilizzo al GAL, che diventerà titolare di tutti gli output prodotti.

10. CLAUSOLA FINALE

Il presente capitolato è vincolante e costituisce parte integrante del contratto:

valore contrattuale del capitolato

Il presente documento assume valore pienamente vincolante per l'Affidatario e integra a tutti gli effetti il contratto stipulato con il GAL. Tutte le attività, gli obblighi, gli standard qualitativi, i KPI e le modalità operative in esso contenuti devono essere rispettati integralmente, senza possibilità di deroga se non espressamente autorizzata dal GAL.

obbligo di conformità alle disposizioni previste

L'Affidatario è tenuto ad eseguire tutte le attività in conformità a quanto stabilito nel capitolato, garantendo la coerenza tra quanto proposto in sede di candidatura e quanto effettivamente realizzato. Eventuali scostamenti dovranno essere preventivamente concordati e autorizzati dal GAL, pena l'applicazione delle misure previste dal sistema di controllo e dalle penali.

prevalenza del capitolato sulle modalità operative

In caso di difformità tra le modalità operative adottate dall'Affidatario e quanto previsto nel presente capitolato, prevalgono le disposizioni contenute nel capitolato stesso. Esso rappresenta il riferimento principale per la valutazione delle attività, la verifica dei risultati e la gestione del rapporto contrattuale.

integrazione con gli altri documenti contrattuali

Il capitolato si integra con gli altri documenti che compongono il contratto, tra cui la proposta tecnica, il quadro economico e gli atti della procedura di selezione. Tali documenti devono essere interpretati in modo coerente e complementare, al fine di garantire una corretta esecuzione dell'intervento.

efficacia per l'intera durata del contratto


Le disposizioni contenute nel presente capitolato restano valide ed efficaci per tutta la durata del contratto e costituiscono il riferimento per l'intero ciclo di attuazione del progetto, dalla fase di avvio fino alla conclusione delle attività.

Trapani, lì 21/03/2026

Per il Gal della Pesca Trapanese

La Direzione

Giampiero CAPPELLINO





Fondazione Torri e Tonnare del Litorale Trapanese
Piazza Vittorio Veneto n.1
91100 TRAPANI (TP)



info@galpescatrapanese.it
gactrapani@pec.it



www.galpescatrapanese.it

