



Camera di Commercio
Pisa



BANDO
PER IL SOSTEGNO DELLO START UP DI
UNA DESTINATION MANAGEMENT COMPANY (DMC) TERRE
DI PISA

TITOLO I
CARATTERISTICHE DEL CONTRIBUTO

Art. 1 Premesse

La Camera di Commercio di Pisa nel 2016 si è fatta promotrice del Protocollo d'Intesa "Terre di Pisa", sottoscritto il 7 febbraio 2017 da 34 Comuni della provincia, dall'Ente Parco, dalle Strade del Vino delle Colline pisane e dalla Strada dell'Olio e dei Monti pisani, dai consorzi di tutela dei prodotti a denominazione, da tutte le associazioni di categoria e da soggetti costituiti da alcuni Comuni per la promozione turistica;

Richiamato che il protocollo suddetto ha avuto tra gli obiettivi principali, la promozione della destinazione turistica Terre di Pisa e del suo brand e la qualificazione e la messa a sistema di un cluster di imprese che compongono l'offerta turistica valorizzando il patrimonio artistico, culturale, paesaggistico e enogastronomico del territorio;

Ricordato che nell'ambito di tale Protocollo è stato costruito un network di relazioni, sono stati elaborati un piano strategico per la destinazione e le linee del marketing strategico per il brand "Terre di Pisa", avviata un'importante attività volta alla costruzione dell'offerta turistica, alla costruzione di un sito web dedicato, di alcuni canali social, e alla realizzazione di specifiche campagne di comunicazione on line e off line, oltre alle attività di promo-commercializzazione (incoming di operatori, educational di giornalisti e blogger, partecipazione in stand collettivi a fiere del turismo nazionali);

Richiamato che nell'ambito delle attività di creazione dell'offerta della destinazione turistica è stato definito un Disciplinare per la Qualità e la tipicità dell'offerta turistica del territorio cui hanno aderito oltre 400 imprese del settore turistico;

Richiamata la volontà della Camera di condividere con l'Ambito il lavoro già svolto, le risorse già impiegate e i risultati ottenuti in termini di network tra le imprese che costituiscono l'offerta turistica pisana, di notorietà del Brand ottenuta tramite la gestione di strumenti quali il sito web, canali social, le attività di media relation per sviluppare sinergie derivanti da un'attività congiunta e da un attento processo di valorizzazione turistica, di promozione e sviluppo coordinato e condiviso in grado di creare una governance turistica sinergica e di qualità, con ricadute positive sull'economia del territorio e sull'occupazione di settore;

Considerato che in forza dell'art. 6 della L.R. 20 dicembre 2016 n. 86 (Testo unico del sistema turistico regionale) le funzioni di accoglienza e informazione turistica a carattere sovra comunale, in Regione Toscana, sono attribuite ai Comuni che le esercitano in forma associata all'interno di ambiti territoriali definiti (individuati con l'Allegato A della L. R. 18 maggio 2018 n. 24);

Visto e considerato che nel 2019 è stato costituito l'Ambito turistico Terre di Pisa costituito da 26 comuni (Chianni, Lajatico, Peccioli, Terricciola, Bientina, Buti, Calcinaia, Capannoli, Casciana Terme – Lari, Palaia, Pontedera, Fauglia, Calci, Cascina, Castelfranco di sotto, Crespina – Lorenzana, Montopoli in val d'Arno, Orciano pisano, Pisa, Ponsacco, San Giuliano terme, San Miniato, Santa Croce sull'Arno, Santa Maria a monte, Vecchiano, Vicopisano) con capofila il Comune di Pisa;

Richiamata la convenzione tra il Comune capofila dell'Ambito e la Camera di Commercio con la quale si è inteso mettere a fattor comune il lavoro svolto dalla camera fino a quel momento, mettendo a disposizione dell'Ambito il logo, i canali di comunicazione web e i social già avviati dalla Camera, mentre i Comuni individuano la stessa quale soggetto co-attuatore di una serie di attività definite nelle convenzioni attuative annuali;

Considerato che la Camera cofinanzia la convenzione e le attività dell'Ambito anche al fine di garantire una maggiore massa critica dell'offerta

turistica che vada oltre i confini amministrativi dell'ambito a ricomprendere le principali attrattive turistiche della Provincia;

Considerato altresì che l'Ambito, nel quadro della strategia regionale di promozione della Toscana, è responsabile della costruzione dell'identità distintiva della destinazione Terre di Pisa;

Richiamata la definizione dell'UNWT (United Nations World Tourism Organization) di una DMO (Destination Management Organization), che la descrive come un'organizzazione senza scopo di lucro che si occupa della strategie della gestione coordinata di tutti gli elementi che costituiscono una destinazione turistica e che tra gli obiettivi principali che si pone una DMO possiamo includere:

- promozione integrata e sistematica di una destinazione turistica, cioè comunicando una sua immagine univoca ed esaltandone le peculiarità
- sollecitare la collaborazione tra gli operatori della filiera turistica (*associazioni, strutture ricettive, agenzie di viaggio, T.o. Incoming, enti pubblici*) presenti nell'area di interesse.
- formazione degli operatori turistici
- supporto, anche finanziario, alle imprese per superare eventuali lacune gestionali;

Considerato che la Camera, in proprio e come soggetto co-attuatore delle politiche dell'Ambito turistico e l'Ambito turistico Terre di Pisa, con il Comune Capofila e i Comuni associati, integrano a pieno le attività proprie di una DMO delle Terre di Pisa, costruendone l'identità distintiva;

Considerato che a valle della promozione, informazione e accoglienza è quanto mai opportuno sviluppare servizi di commercializzazione specialistici della destinazione turistica Terre di Pisa, così da completare il sistema degli attori dedicati alla valorizzazione della Destinazione turistica e al suo progressivo riconoscimento sui mercati internazionali del turismo;

Considerato che la commercializzazione dei servizi e prodotti turistici sono attività proprie di una DMC (Destination Management Company), cioè di un soggetto che ha scopi di lucro, diverso e distinto ma coordinato con la DMO, il quale, tra l'altro:

- contribuisce alla definizione, sulla scorta della strategia di promozione e comunicazione elaborata dalla Regione Toscana e del Destination Management Plan dell'Ambito Terre di Pisa e basata sui punti di forza del territorio e sull'analisi dei bisogni e delle necessità del visitatore, dell'offerta turistica;

- individua, d'intesa con la DMO, i mercati target e le modalità di promozione e commercializzazione dei prodotti turistici;

- promo-commercializza, in modo integrato e sistematico, la destinazione, sviluppando prodotti turistici (btob e btoc) coerenti con l'immagine e capaci di esaltare i tratti distintivi e attrattivi sul mercato;

- inserisce i vari operatori della filiera turistica locale (associazioni, strutture ricettive, agenzie di viaggio, TO Incoming, enti pubblici, ecc.) presenti nella destinazione nei propri prodotti in relazione ai diversi target di mercato ed alle diverse fasce di prezzo;

- svolge attività di consulenza alle imprese locali per superare eventuali lacune gestionali che pregiudichino il successo dei prodotti turistici commercializzati;

- definisce, coordinandosi con la DMO, gli indirizzi strategici della destinazione per il marketing e la promo-commercializzazione;

- integra nei prodotti attività sociali e culturali svolte dalla popolazione locale per migliorare la soddisfazione dei turisti e la sostenibilità ambientale, sociale ed economica delle offerte turistiche.

- collaborare alla rilevazione dei dati di customer satisfaction del turista.

Nello specifico, ritenuto proprio delle funzioni della Camera di Commercio e dell'Ambito turistico sostenere lo start up e lo sviluppo di un operatore DMC in grado di perseguire i seguenti scopi:

- aumentare il livello di competitività e di immagine dell'Ambito al fine di ampliare i flussi turistici;

- organizzare gli attrattori del territorio in modo da poter costruire prodotti turistici tematici;

- migliorare il mix d'offerta con attenzione alla valorizzazione ed alla promozione delle tipicità locali;

- stimolare e migliorare l'innovazione di prodotti identitari e di processo;
- creare economie di scala;
- facilitare integrazione dell'offerta locale con partnership tra i diversi attori, sia pubblici che privati, della destinazione turistica;
- collaborare con la DMO all'individuazione dei migliori interventi di comunicazione in linea con la promozione regionale, ad es. aumentare la reputation online dell'Ambito con animazione e gestione dei contenuti sulle piattaforme regionali;
- aumentare il numero e la qualità dei contatti con i vari canali distributivi relativi ai prodotti ed ai mercati individuati;
- collaborare all'organizzazione con Toscana Promozione Turistica e la DMO dell'Ambito di attività promozionali sul territorio come workshop, educational, press trip, blog tour ecc.
- partecipare alle iniziative di promozione di Toscana Promozione Turistica e della Camera di Commercio di Pisa con rappresentanze degli operatori locali organizzati intorno all'offerta di prodotti tematici;
- accrescere la professionalità degli attori coinvolti;
- aumentare il potere contrattuale degli operatori della destinazione turistica con i clienti e gli intermediari;

la Camera di Commercio e l'Ambito turistico intendono promuovere l'aggregazione di imprese e lo start up di una Destination management company "Terre di Pisa" anche mediante erogazione di un contributo sulle spese sostenute per la pianificazione e lo start up delle attività di commercializzazione.

Art. 2 Obiettivi

Il bando intende supportare il piano di start up di una nuova Destination Management Company (DMC) che nasca dall'aggregazione di agenzie di viaggio e tour operator indipendenti operanti nel territorio della provincia di Pisa e dedicata al posizionamento e alla commercializzazione della destinazione turistica Terre di Pisa.

Le imprese che, in forma aggregata, intendono partecipare al bando per il sostegno allo start up della nuova DMC Terre di Pisa **potranno rendicontare tutte le spese relative alle attività esplicitate nel business plan di cui all'art.3.**

In sintesi, dovrà essere presentato un piano ragionato che preveda le seguenti attività, in linea con gli indirizzi strategici della Regione Toscana e della DMO Terre di Pisa,:

- realizzazione di strumenti ed attività di marketing finalizzati alla migliore penetrazione e posizionamento sul mercato nazionale ed internazionale della destinazione e del suo brand;
- iniziative volte alla riduzione dei costi delle imprese facenti parte “dell’aggregazione DMC” attraverso: la messa a sistema degli strumenti informativi di amministrazione, di gestione e di prenotazione dei servizi turistici, la creazione di piattaforme per la creazione e la commercializzazione dei pacchetti;
- commercializzazione di pacchetti turistici, collegati con le proposte della DMO, che valorizzino l’offerta di servizi di accoglienza del turista nella destinazione Terre di Pisa, integrando ad esempio: transfer, NCC (noleggio con conducente) o semplice autonoleggio, soggiorno in strutture ricettive, pranzi/cene, visite guidate, esperienze, biglietti musei, monumenti, spettacoli.

Art. 3 Business Plan per lo start up della DMC

Ai fini della presentazione della candidatura per la costituzione di una DMC dell’Ambito Terre di Pisa, il soggetto proponente deve presentare un business plan di medio termine (3 anni), con previsioni annuali.

Questo documento deve essere redatto tenendo conto delle linee strategiche della destinazione esplicitate nei documenti “Dal brand alla destinazione turistica «Terre di Pisa»: progetto di marketing strategico”, del Destination Management Plan del Centro Studi Turistici di Firenze redatto per l’Ambito delle Terre di Pisa per conto del Comune capofila, del documento “Una DMC per la destinazione turistica “Terre di Pisa”, nonché di tutti i dati e le informazioni

disponibili sul sito della Regione Toscana sui flussi turistici e sulla piattaforma “MAKE” di Toscana Promozione Turistica.

Il business plan deve contenere le seguenti informazioni:

- Governance
- Mercati target
- Linee di prodotto (coerenti con gli itinerari individuati dalla DMO, le attrazioni turistiche, le caratteristiche dei members Terre di Pisa, i prodotti individuati da Toscana Promozione Turistica per l’Ambito, le tendenze dei mercati)

- Tipologia di clienti
- Partnership da attivare a livello locale
- Partnership da attivare in Italia ed a livello internazionale
- Principali eventi fieristici a cui si intende partecipare, nonché attività di incoming ed educational sul territorio

- Struttura del sito web della DMC
- Campagne di media marketing e social media marketing da avviare

- Obiettivi e target misurabili che si intendono raggiungere nell’arco dei tre anni di programmazione, utilizzando, tra gli altri i seguenti indicatori:

- N° contratti sottoscritti dalla DMC btoc
- N° contratti sottoscritti dalla DMC btob
- Dimensione dei flussi turistici generati della DMC (in valore)
- N° di offerte/prodotti/pacchetti sviluppati
- N° offerte offerte/prodotti/pacchetti sostenibili (in termini ambientali, sociali ed economici)
- N° di prenotazioni (tramite DMC)
- Arrivi (tramite DMC)
- Permanenza media (tramite DMC)
- N° di offerte presenti sul sito di Visit Tuscany (relative all’Ambito Terre di Pisa)

- N° campagne di media relation/social media relation attivate (coordinate con quelle svolte dalla DMO di Ambito e da Toscana Promozione Turistica a livello regionale)
- Percentuale di turisti soddisfatti sul totale (strumenti analisi DMO).
- Descrizione delle competenze e esperienze specialistiche del personale impiegato in particolare delle seguenti figure strategiche:
 - ✓ Responsabile della DMC – referente unico: sono richiesti almeno dieci anni di esperienza tecnica e manageriale nel settore specifico della promozione turistica e culturale. Il soggetto individuato dovrà possedere la capacità di gestire la complessità e la varietà delle risorse umane e strumentali coinvolte/da coinvolgere nella esecuzione dei servizi.
 - ✓ Responsabile della gestione del portale web e dei social network unitamente a tutto il gruppo di lavoro incaricato del popolamento: per ciascuna figura professionale coinvolta andrà indicato il ruolo funzionale espletato con i relativi profili, nonché le esperienze professionali attestate da curriculum vitae.
 - ✓ Specialista in marketing turistico e territoriale che sia di supporto alla DMO sulle strategie da adottare per le politiche turistiche dell’Ambito.
 - ✓ Altro personale (esperienza, conoscenza lingue straniere, competenze digitali...)

Art. 4 Soggetti ammissibili

Possono essere ammessi a presentare domanda di contributo micro, piccole e medie imprese (MPMI)

- già costituite nella forma di consorzio, società consortile o di “contratto di rete” iscritte al RI di CCIAA Pisa

- singole, che si impegnino a dare vita ad un'aggregazione di imprese da iscrivere al RI della CCIAA di Pisa, che potrà assumere una delle seguenti forme giuridiche:

- Rete di Impresa, soggetto
- Consorzi e società consortili costituiti anche in forma cooperativa.
- Altre forme societarie che derivino dall'aggregazione dei soggetti beneficiari

L'aggregazione che si candida all'aggiudicazione del contributo deve prevedere la partecipazione di imprese turistiche, con almeno tre agenzie di viaggio incoming o tour operator o DMC o Tour organizer, cooperative sociali (codice ATECO 79.11 e 79.12;) aventi sede operativa nella Provincia di Pisa e indipendenti tra loro. Aggregazioni di un numero maggiore di agenzie di viaggio e tour operator indipendenti saranno considerate favorevolmente ai fini dell'assegnazione del punteggio del progetto.

La domanda viene presentata da una impresa capofila, che fungerà da referente amministrativo per la richiesta del contributo. Le aggregazioni non ancora costituite dovranno presentare idonea documentazione con la quale manifestano l'impegno a costituirsi formalmente entro 30 giorni dal provvedimento di approvazione della graduatoria; il contributo sarà concesso al soggetto giuridico frutto dell'aggregazione, pena decadenza.

Possono presentare il progetto esclusivamente MPMI in possesso dei seguenti requisiti:

- a. avere una sede operativa in provincia di Pisa;
- b. essere iscritte nel Registro imprese e attive al momento della presentazione della domanda di contributo;
- c. non trovarsi in difficoltà ai sensi degli orientamenti comunitari sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese in difficoltà
- d. aver assolto gli obblighi contributivi previsti dalle norme contrattuali e dalle norme sulla salute e sicurezza sul lavoro;
- e. essere in regola con gli obblighi di protezione in caso di insolvenza o fallimento, se agenzie di viaggio o tour operator;

- f. non essere destinatari di sanzioni interdittive, se agenzie di viaggio o tour operator;
- g. non rientrare fra coloro che hanno ricevuto e successivamente non rimborsato aiuti che lo Stato è tenuto a recuperare;
- h. non avere vincoli di collegamento o di controllo con altre società partecipanti al raggruppamento.

Art. 5 Spese Ammissibili

Le spese ammissibili al contributo saranno quelle connesse, in modo dimostrabile, alle attività di cui all'art. 3.

In particolare saranno ammesse le spese per beni e servizi e i costi di personale, a condizione che sia specificamente dedicato alle attività previste dal progetto.

Art. 6 Spese non ammissibili

Non sono ammissibili:

-le spese di personale non specificamente dedicato al progetto di start up della DMO;

-le tipologie di spesa non conformi al regime "de minimis" così come disposto dal regolamento dell'Unione Europea (Regolamento della Commissione Europea n. 1998/2006 pubblicato sulla GUCE - serie L N. 379 del 28/12/2006).

-le spese per le quali siano già stati ottenuti altri finanziamenti pubblici.

-l'acquisto di beni e servizi effettuato da coniuge, parenti e affini in linea retta fino al secondo grado di parentela dei titolari e/o soci delle società del raggruppamento o dalle società controllate da essi.

Art. 7 Tipologia ed ammontare del contributo

Il contributo a fondo perduto coprirà il 70% delle spese effettivamente sostenute ed ammesse per il progetto (al netto di Iva) fino ad un massimo di 30.000

euro per la prima annualità e 10.000 euro annui per i due anni successivi, per un totale di 50.000 euro nei tre anni.

Il contributo, per quanto non specificamente espresso nel presente bando, verrà concesso nel rispetto del “Regolamento generale per la concessione di contributi” approvato con deliberazione di Giunta camerale n. 13 del 16 febbraio 2012 ed applicando le disposizioni previste dal regime “*de minimis*” così come definito dall’Unione Europea (Regolamento della Commissione Europea n. 1998/2006 pubblicato sulla GUCE - serie L. n. 379 del 28/12/2006).

Le spese ammesse a contributo dovranno derivare da atti giuridicamente vincolanti (contratti, convenzioni, lettere di incarico, ecc.) da cui risultino chiaramente l’oggetto della prestazione o fornitura, il suo importo, la pertinenza e connessione all’intervento.

Le spese ammissibili dovranno essere effettivamente sostenute per la realizzazione dell’intervento ammesso a finanziamento ed effettuate nel periodo previsto nel progetto.

Per “spese effettivamente sostenute” si intendono i pagamenti effettuati dal beneficiario dei contributi comprovati da fatture quietanzate o, ove ciò non sia possibile, da documenti contabili aventi forza probatoria equivalente.

Saranno ammessi esclusivamente i pagamenti effettuati dal beneficiario ai fornitori per il tramite di bonifico bancario o postale ovvero con altri strumenti di incasso o di pagamento idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni.

Art. 8 Presentazione della candidatura

Le domande aventi ad oggetto le idee progettuali per lo start up della DMC dovranno essere presentate dai soggetti indicati all’art. 4. utilizzando l’apposita modulistica debitamente compilata:

- domanda di partecipazione (allegato A);
- modulo di presentazione del business plan (allegato B);
- documentazione attestante la composizione e modalità di aggregazione, compreso l’impegno alla costituzione del nuovo soggetto entro 30 gg dall’approvazione della graduatoria;

- eventuale dichiarazione – corredata da comprovata documentazione – di poter beneficiare dell'esenzione dall'applicazione della ritenuta di acconto del 4% sul contributo corrisposto, ai sensi della normativa vigente.

In caso di aggregazioni costituenti, la domanda sarà presentata dal capofila/referente, individuato tra i soggetti che parteciperanno all'aggregazione.

La domanda con relativa documentazione dovrà essere inviata **entro e non oltre il 20/10/2021** mediante PEC all'indirizzo:

cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it.

In coerenza con l'art. 5 bis del D. Lgs. n.82/2005 (Codice Amministrazione digitale), le domande dovranno essere spedite all'indirizzo di PEC (Posta Elettronica Certificata):

1. tramite PEC dell'impresa richiedente e firmate digitalmente dai/i legali rappresentanti;
2. tramite PEC di un intermediario purché firmate digitalmente dai/i legali rappresentanti

Le domande devono essere sottoscritte dal legale rappresentante dell'impresa candidata, ai sensi di quanto previsto dagli artt. 38, 47 e 76 del D.P.R. 445/2000 o dal soggetto referente della costituenda aggregazione.

Nel caso di società nelle quali sia prevista la firma congiunta per gli atti di straordinaria amministrazione, le domande dovranno essere firmate da tutti gli amministratori.

NELL'OGGETTO DELLA PEC ADOTTATA PER L'INVIO DOVRÀ ESSERE RIPORTATA LA DICITURA: "BANDO PER IL SOSTEGNO DELLO START UP DI UNA DESTINATION MANAGEMENT COMPANY (DMC) TERRE DI PISA".

Art. 9 – Cumulo

Il presente Bando opera in Regime de Minimis di cui al regolamento generale UE 1407/2013.

Gli aiuti concessi a norma del presente Bando, pertanto, possono essere cumulati con altri contributi «De Minimis», a condizione che non si superi il massimale previsto dal Regolamento UE 1407/2013, applicabile all'impresa istante.

Ai fini dell'ammissione la Camera di Commercio di Pisa provvederà a verificare le posizioni aziendali sul portale RNA (Registro Nazionale Aiuti) www.rna.gov.it.

Art. 10 Valutazione delle candidature

La valutazione delle candidature è svolta da una Commissione che sarà nominata successivamente alla chiusura dei termini di presentazione delle istanze.

Affinché una domanda possa essere finanziata, il punteggio normalizzato e ponderato non potrà comunque essere inferiore a 70/100.

La valutazione verrà formulata tenendo conto:

- dell'organizzazione della governance
- dell'adeguatezza delle professionalità coinvolte rispetto al tipo di attività prevista;
- dell'esistenza di collegamenti produttivi e/o commerciali con altre imprese;
- delle potenzialità competitive;
- del grado di innovazione del programma;
- dell'inclusività del programma rispetto agli operatori locali
- della coerenza complessiva e raccordo con le attività messe in campo dalla DMO e da Toscana Promozione Turistica
- della qualità della proposta strutturale del sito web.
- della significatività dei target proposti per gli indicatori degli obiettivi del business plan rispetto ai quali saranno misurate le attività portate a rendicontazione.

In particolare la valutazione è effettuata sulla base dei parametri di seguito riportati:

Criteri	Indicatori di dettaglio	Punteggio max
	1. N. Operatori coinvolti ulteriori ai 3 minimi	10
	2. Efficacia della governance	10
	3. Qualità del personale dedicato	10
	4. Rete di rapporti commerciali in Italia ed all'estero	5
	5. Coerenza con linee strategiche dell'Ambito Terre di Pisa	10
	6. Grado di innovazione e coerenza interna del piano	10
	7. Strumenti di comunicazione previsti	8
	8. Strategie di commercializzazione previste	10
	9. Struttura degli strumenti web e tecnologie utilizzate	12
	10. Significatività dei target previsti nel BP	15

TITOLO II

PROCEDIMENTO

Articolo 11 – Avvio del procedimento

Ai sensi della L. 241 del 7.8.1990 "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi" e successive modifiche ed integrazioni, il procedimento amministrativo riferito al presente Bando è assegnato al titolare di Posizione Organizzativa del Servizio Promozione e Sviluppo delle Imprese della Camera di Commercio di Pisa, Dr.ssa Laura Granata.

L'inizio del procedimento istruttorio per la valutazione di ammissibilità al contributo coincide con la data della Ricevuta di Avvenuta Consegna da parte della Camera di Commercio di Pisa alla PEC del mittente.

Il Responsabile del procedimento e referente per l'istruttoria è la Dr.ssa Laura Granata, titolare di Posizione Organizzativa del Servizio Sviluppo delle Imprese e dei Territori, alla quale è possibile chiedere informazioni sullo stato dell'istruttoria, all'indirizzo di posta elettronica promozione@pi.camcom.it, o al numero di telefono 050/512.280

L'ufficio presso cui si può prendere visione degli atti è l'Ufficio Internazionalizzazione, Turismo e Beni Culturali del Servizio Sviluppo delle Imprese e dei Territori presso la sede della Camera di Commercio di Pisa, Piazza Vittorio Emanuele II, n. 5, terzo piano.

Art. 12 – Istruttoria delle domande e concessione

Il responsabile del procedimento provvederà a verificare il possesso dei requisiti di cui all'art. 4 del presente bando, da parte dei soggetti richiedenti, ed a proporle alla valutazione della Commissione di valutazione di cui all'art. 10 del presente bando.

Qualora la domanda di concessione presentata risulti incompleta e/o non congruente a quanto dichiarato si applica quanto previsto all'art. 14 del presente bando.

La graduatoria relativa alle domande presentate sul presente bando verrà redatta a cura della suddetta Commissione e pubblicata entro e non oltre il 20 novembre 2021 sul sito web www.pi.camcom.it.

L'aggiudicatario, nel caso di soggetto aggregato costituendo, dovrà provvedere all'invio della documentazione attestante la costituzione del soggetto aggregato (consorzio, rete di imprese, ecc..) beneficiario entro e non oltre 30 giorni dalla data di pubblicazione della suddetta graduatoria.

La concessione del contributo verrà rilasciata entro e non oltre 30 giorni dalla eventuale presentazione da parte dell'aggiudicatario della documentazione attestante la costituzione del soggetto aggregato.

Il responsabile del procedimento, esaminata la documentazione pervenuta, proporrà al Segretario Generale della Camera di Commercio di Pisa l'adozione del provvedimento di concessione o di esclusione del contributo.

Il provvedimento indica:

- il soggetto beneficiario;
- l'importo del contributo concesso;
- la precisazione che la liquidazione del contributo è soggetta a quanto previsto all'art. 13 del presente bando;

L'istruttoria si conclude con l'adozione di un provvedimento di concessione o di diniego dell'agevolazione, debitamente motivato.

L'esito dell'istruttoria con l'eventuale concessione del contributo disposto dal Dirigente competente, sarà reso noto agli interessati a mezzo di pubblicazione sul sito web della Camera di Commercio di Pisa www.pi.camcom.it . Tale forma di pubblicità costituisce notifica ad ogni effetto di legge.

NON SARANNO EFFETTUATE COMUNICAZIONI POSTALI
CARTACEE DI NESSUN TIPO AI RICHIEDENTI.

Art. 13 Monitoraggio attività ed erogazione del contributo

Il programma di attività e le relative spese ammissibili decorreranno dal 1/1/2022.

Con frequenza trimestrale, il soggetto aggiudicatario dovrà presentare una relazione dettagliata delle attività svolte, comprensivo dell'avanzamento dei target sui diversi indicatori, nonché delle relative spese sostenute, documentate attraverso giustificativi di spesa e di pagamento.

La Camera provvederà a liquidare, a titolo di anticipazione sulla quota di contributo dell'anno, il 70% dei costi rendicontati e ammissibili, comunque fino a concorrenza della misura del 20% del contributo previsto per quell'anno.

Al termine di ogni annualità, con la rendicontazione del 4° trimestre, il soggetto aggiudicatario dovrà presentare una relazione dettagliata delle attività svolte, corredata da un prospetto complessivo delle spese sostenute e dei relativi giustificativi. In particolare in occasione della relazione annuale dovrà essere data piena illustrazione e comprova degli obiettivi raggiunti dai target misurabili annuali previsti per ogni indicatore contenuto nel business plan.

Al termine dell'annualità, l'erogazione dell'ultima tranche di contributo a saldo della quota dell'anno (pari al 40% di quanto previsto per la relativa annualità) è subordinata alla realizzazione di almeno l'80% degli obiettivi prefissati per l'anno.

Nel caso in cui l'aggiudicatario, al termine dell'annualità, si attesti su una percentuale nel raggiungimento degli obiettivi prefissati inferiore all'80%, il contributo massimo relativo all'annualità verrà ridotto proporzionalmente (es. se i target misurabili sono raggiunti al 78%, l'ammontare della quota di contributo per l'annualità verrà conseguentemente rideterminata nel 78% dell'importo massimo previsto).

Qualora la percentuale di raggiungimento dei target relativi agli obiettivi annuali si attestasse al di sotto del 50%, il contributo relativo alle annualità successive verrà revocato.

Circa il contributo a saldo di ogni annualità, qualora, a seguito della rendicontazione annuale si evidenziasse un grado di raggiungimento dei target attesi tale da rideterminare il contributo spettante per quella annualità in misura minore di

quanto già erogato a titolo di anticipazione nei primi tre trimestri, la parte eccedente il 50% verrà revocata e ne verrà chiesto il rimborso.

La documentazione di rendicontazione dovrà essere spedita esclusivamente a mezzo PEC dell'impresa richiedente a:

cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it con le modalità di trasmissione e firma previste all'art. 8.

Il Responsabile del procedimento, acquisita la documentazione dianzi specificata dopo averne verificato la completezza ed il contenuto proporrà al Dirigente dell'area economico-finanziaria della Camera Commercio la liquidazione del contributo che dovrà avvenire entro 30 gg. dall'acquisizione della documentazione di rendicontazione.

Qualora la documentazione di rendicontazione presentata risulti incompleta e/o non congruente a quanto dichiarato nella domanda di contributo si applica quanto previsto all'art. 14 del presente bando.

Qualora risulti che l'impresa interessata abbia già ottenuto agevolazioni “*de minimis*”, che sommate al contributo concesso ai sensi del presente regolamento superino i massimali, il contributo concesso è revocato.

Nel caso di un consorzio/rete che trasferisca il beneficio alle aziende consorziate, la revoca interesserà la quota parte del contributo trasferita a quelle aziende che superano il suddetto massimale.

Articolo 14 – Integrazione della domanda

Qualora la domanda (di concessione e/o di rendicontazione) risulti formalmente incompleta la stessa potrà essere regolarizzata su istanza spontanea dei richiedenti prima del provvedimento che approva l'esito finale dell'istruttoria: in tal caso la data di presentazione della domanda sarà quella di invio della documentazione di integrazione secondo le modalità previste dall'art. 8 del presente Bando.

Eventuali integrazioni alla documentazione di cui sopra o chiarimenti necessari al fine di completare l'istruttoria, potranno essere richiesti dal responsabile del procedimento a mezzo PEC e dovranno essere trasmessi dall'impresa secondo le

modalità previste dall'art 6 del presente Bando entro e non oltre il termine di 15 giorni dal ricevimento della comunicazione, pena la non ammissibilità a contributo. Nel computo dei giorni non sono compresi i giorni festivi ed il sabato.

In caso di irregolarità non sanabile il responsabile del procedimento, prima dell'adozione del provvedimento negativo, comunica tempestivamente tramite PEC i motivi che impediscono l'accoglimento della domanda. Entro 10 (dieci) giorni dal ricevimento di tale comunicazione, l'istante ha il diritto di presentare per iscritto le proprie osservazioni secondo le modalità previste dall'art. 8 del presente Bando.

Tale comunicazione interrompe i termini di conclusione del procedimento che iniziano nuovamente a decorrere dalla data di presentazione delle osservazioni o, in mancanza di queste, alla scadenza del termine di 10 (dieci) giorni.

Dell'eventuale mancato accoglimento di tali osservazioni è data ragione nella motivazione del provvedimento finale.

Fino a quando la domanda non è integrata in tutte le parti richieste, la relativa istruttoria resta sospesa.

Articolo 15 – Norma finale

Per quanto non espressamente previsto dal presente Bando si rinvia:

- Regolamento “Nuovi criteri e modalità per la concessione di contributi, sovvenzioni, sussidi ed ausili finanziari e per l'attribuzione di vantaggi economici in conformità all'art. 12 legge 7 agosto 1990, n. 241”, approvato dal Consiglio Camerale con delibera n. 4 del 29/04/2010;
- Regolamento camerale per l'applicazione delle sanzioni amministrative in materia di diritto annuale”, approvato dal Consiglio Camerale con delibera n. 24 del 20/12/13;
- Regolamento disciplinante l'attività amministrativa, i procedimenti amministrativi e il diritto di accesso della Camera di Commercio di Pisa, approvato dal Consiglio Camerale con delibera n. 22 del 20/12/13.

Articolo 16 – Avvertenze

Ai sensi del D.P.R. 445/2000, che disciplina la materia dei controlli delle autocertificazioni, la Camera di Commercio si riserva di richiedere l'esibizione dell'originale della documentazione di spesa allegata dai richiedenti o di altra documentazione aggiuntiva.

La Camera di Commercio di Pisa ha, inoltre, facoltà di effettuare controlli a campione presso le aziende finanziate per verificare la veridicità delle dichiarazioni rilasciate e la sussistenza di tutti i requisiti necessari per l'ottenimento dei contributi.

La Camera di Commercio di Pisa procederà, sulla base dei controlli effettuati, alla revoca delle agevolazioni qualora accerti che non sussistano le condizioni previste dal presente regolamento.

In caso di revoca del contributo le eventuali somme, erogate dalla Camera, dovranno essere restituite maggiorate degli interessi legali.

Articolo 17 – Informativa sul trattamento dei dati personali

I dati personali relativi a persone fisiche sono raccolti in funzione del procedimento di concessione e liquidazione dei contributi di cui al presente Bando.

È prevista la pubblicazione dei dati nel sito della Camera di Commercio, sezione amministrazione trasparente, secondo le previsioni di cui agli artt. 26 e 27 del D.Lgs. n. 33/2013.

I dati raccolti possono essere comunicati:

- all'Istituto di Credito cassiere incaricato di effettuare i pagamenti per conto della Camera di Commercio;
- ad ogni soggetto che abbia titolo e interesse per l'esercizio del diritto di accesso ai sensi degli artt. 22 e ss. della Legge n. 241/1990;
- ad ogni altro soggetto pubblico o privato nei casi previsti da legge o regolamento.

All'interessato spettano i diritti di cui agli artt. 15-23 del Regolamento UE 2016/679.

Titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio di Pisa, con sede in Pisa, Piazza Vittorio Emanuele II, 5 tel. 050 512.111 - e-mail info@pi.camcom.it PEC cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it.

Dettagliata informativa in tema di trattamento di dati personali è resa in appendice al presente Bando e pubblicata sul sito internet della Camera www.pi.camcom.it, nella sezione “Privacy” dell’home page.

Articolo 18 – Trasparenza

In ottemperanza agli artt. 26 e 27 del D.Lgs. 33/2013 sono pubblicati sul sito internet dell’Ente camerale nella sezione Amministrazione Trasparente i dati relativi alla concessione delle sovvenzioni, contributi, sussidi ed ausili finanziari alle imprese.

Articolo 19 – Risoluzione delle controversie

Qualsiasi controversia concernente il presente Bando o collegata allo stesso sarà sottoposta a conciliazione secondo la procedura prevista dal Regolamento di Conciliazione della Camera di Commercio di Firenze.

INFORMATIVA PRIVACY
BANDO PER IL SOSTEGNO DELLO START UP DI UNA
DESTINATION MANAGEMENT COMPANY (DMC) TERRE DI PISA

- Il Titolare del trattamento dei dati è la Camera di Commercio di Pisa, con sede in Pisa, Piazza Vittorio Emanuele II, 5, 56125, e raggiungibile ai seguenti recapiti: - Tel. 050-512.111; Pec: cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it

- Il Responsabile della protezione dei dati nominato dalla Camera di Commercio di Pisa ai sensi degli artt. 37 e ss. del Regolamento UE 2016/679 è contattabile al seguente domicilio telematico pec: cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it;

- Finalità del trattamento- I dati personali da Lei forniti sono utilizzati per assicurare la corretta erogazione del servizio richiesto con la presentazione della domanda. Il rifiuto a fornire tali dati comporterà l'impossibilità di accedere al Servizio.

- Modalità del trattamento - Il trattamento dei dati sarà effettuato in modo da garantirne sicurezza e riservatezza, di norma con modalità informatiche telematiche e, in via residuale, con modalità cartacea;

- La base giuridica del trattamento

La base giuridica del trattamento è costituita dalle seguenti disposizioni:

- Legge 29 dicembre 1993, n. 580 (Riordinamento delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura) e leggi collegate
- Regolamento UE 1407/2013

- I destinatari dei dati personali sono i funzionari che operano presso il Titolare.

- Comunicazione dei Dati Personali:

I Dati personali inerenti al procedimento indicato non saranno trasferiti in Stati membri dell'Unione Europea né in Stati terzi non appartenenti all'Unione Europea.

- La conservazione dei dati personali: I Dati personali inerenti al procedimento sono conservati per 10 anni.

- Lei ha diritto:

- di chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai dati personali e la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano o di opporsi al loro trattamento, oltre al diritto alla portabilità dei dati;
- di ottenere la conferma dell'esistenza o meno di dati personali che lo riguardano, anche se non ancora registrati, e la loro comunicazione in forma intelligibile;
- se ritiene che il trattamento dei dati personali effettuato attraverso questo servizio avvenga in violazione di quanto previsto dal Regolamento di proporre reclamo al Garante, come previsto dall'art. 77 del Regolamento stesso, o di adire le opportune sedi giudiziarie (art. 79 del Regolamento);

Per esercitare i suoi diritti può presentare la/le Sua/Sue richiesta/e con le seguenti modalità ai seguenti recapiti: via posta con raccomandata trasmessa indirizzata alla sede dell'Ente Camerale; - via pec a: cameracommercio@pi.legalmail.camcom.it

Inesistenza di un processo decisionale automatizzato - La Camera di Commercio non adotta nel presente procedimento un processo automatizzato riconducibile alla profilazione di cui all'articolo 22, paragrafi 1 e 4, Regolamento UE 679/2016.