

FONDAZIONE MARCA TREVISO DETERMINA DEL RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

Oggetto: Modifica dell'avviso di indagine di mercato per l'affidamento diretto, ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 36/2023, dei servizi di progettazione e sviluppo della brand identity della destinazione turistica del territorio trevigiano – Proroga dei termini e aggiornamento dei requisiti di partecipazione.

IL RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

Premesso che:

- con deliberazione del Consiglio di Amministrazione della Fondazione Marca Treviso n. 1 del 20.06.2025 è stata disposta l'attivazione di un'indagine di mercato, ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b) del D.Lgs. 36/2023, finalizzata all'individuazione dell'operatore economico cui affidare direttamente il servizio di progettazione e realizzazione della brand identity della destinazione turistica della Marca Trevigiana;
- in data 10.07.2025 è stato pubblicato sul sito istituzionale della Fondazione l'avviso esplorativo per la raccolta di manifestazioni di interesse da parte degli operatori economici potenzialmente interessati;
- l'avviso prevedeva perentori termini per l'esecuzione delle prestazioni da parte dell'eventuale successivo aggiudicatario, dettati dall'esigenza di disporre del nuovo logo e degli elementi di identità visiva in tempo utile per la partecipazione a un evento promozionale di rilevanza istituzionale inizialmente previsto per il mese di ottobre 2025;
- tale evento, tuttavia, **non avrà più luogo**, con conseguente **venir meno dell'urgenza** originaria che aveva giustificato la previsione di tempistiche particolarmente ridotte per la raccolta delle manifestazioni di interesse;
- successivamente alla pubblicazione dell'avviso, sono pervenute segnalazioni da parte di alcuni operatori economici, le quali evidenziavano le criticità connesse alla individuazione dei termini sopra indicati, ostativi alla più ampia partecipazione;

Considerato che:

- alla luce del venir meno della stringente tempistica originaria e in coerenza con l'intento di favorire la più ampia partecipazione possibile, la Fondazione ha ritenuto opportuno apportare modifiche sostanziali all'avviso esplorativo, consistenti nella proroga dei termini e nella rimodulazione dei requisiti di partecipazione;
- dette modifiche sono adottate nell'ambito di un'istruttoria informale, propedeutica all'affidamento diretto, ispirata ai principi di trasparenza, imparzialità, parità di trattamento e massima partecipazione;
- il nuovo avviso specifica i criteri di valutazione che saranno presi in considerazione ai fini dell'individuazione dell'affidatario, così da consentire agli operatori economici di formulare offerte consapevoli e coerenti con le priorità strategiche della Fondazione;

Ritenuto che:

- l'indagine conserva natura esplorativa e non vincolante, e che il ricorso alla consultazione di più operatori economici rientra nella discrezionalità della Fondazione ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 36/2023, senza determinare in alcun modo la trasformazione della procedura in gara pubblica;

DETERMINA

-
1. Di approvare, per le motivazioni espresse in premessa, le modifiche all'avviso di indagine di mercato finalizzata all'affidamento diretto, ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b), del D.Lgs. 36/2023, dei servizi di progettazione e sviluppo della brand identity della destinazione turistica della Marca Trevigiana.
 2. Di stabilire che le modifiche consistono in:
 - la proroga del termine per la presentazione delle manifestazioni di interesse alle ore 12:00 del giorno 08 settembre 2025;
 - la modifica dei requisiti minimi di partecipazione, come dettagliati nel nuovo avviso.
 3. Di disporre la pubblicazione dell'avviso aggiornato sul sito istituzionale della Fondazione Marca Treviso, nella sezione "Amministrazione Trasparente – Bandi di gara e contratti".
 4. Di dare atto che il presente provvedimento non dà luogo all'instaurazione di diritti soggettivi in capo agli operatori economici, trattandosi di attività istruttoria preliminare all'eventuale affidamento diretto.

Treviso, 01.08.2025

Il R.U.P.
Giulia Casagrande



AVVISO DI MODIFICA DELL'INDAGINE DI MERCATO

La Fondazione Marca Treviso, organismo di diritto pubblico, interamente partecipato dalla Camera di Commercio di Treviso-Belluno, operante ai sensi dell'art. 4 del D.Lgs. 36/2023,

RENDE NOTO

che, con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 1 del 20.06.2025, è stata avviata un'indagine di mercato finalizzata alla raccolta di manifestazioni di interesse da parte di operatori economici per l'eventuale affidamento diretto, ai sensi dell'art. 50, comma 1, lett. b) del D.Lgs. 36/2023, del servizio di progettazione e realizzazione della brand identity della destinazione turistica del territorio trevigiano.

Successivamente alla pubblicazione dell'avviso e a seguito di interlocuzioni con operatori economici interessati, nonché in considerazione del sopravvenuto mutamento delle esigenze organizzative della Fondazione, si è ritenuto opportuno apportare modifiche sostanziali alla procedura, in un'ottica di ampliamento della platea dei soggetti potenzialmente partecipanti e di favor facilitazione della massima partecipazione, nel rispetto dei principi di concorrenza, proporzionalità, trasparenza e parità di trattamento di cui all'art. 2 del Codice dei contratti pubblici.

Pertanto, si comunica che:

1. I termini per la presentazione delle manifestazioni di interesse sono prorogati. La nuova scadenza è fissata alle **ore 12:00 del giorno 08 settembre 2025**.
2. I requisiti minimi di partecipazione originariamente previsti sono stati modificati. Il nuovo avviso di indagine di mercato, recante l'elenco aggiornato dei requisiti, è disponibile sul sito istituzionale della Fondazione, nella sezione **“Chi siamo – Attività O.G.D. - Trasparenza”**.
3. Restano ferme le modalità di invio delle manifestazioni di interesse, salvo quanto diversamente indicato nel nuovo avviso.

Il presente avviso è da intendersi quale comunicazione di aggiornamento dell'indagine esplorativa e non comporta l'instaurazione di obblighi giuridici in capo alla Fondazione né costituisce avvio di procedimento selettivo o proposta contrattuale. L'eventuale affidamento verrà disposto, a seguito di valutazione delle manifestazioni pervenute, secondo le modalità previste dall'art. 50, comma 1, lett. b) del D.Lgs. 36/2023.

Treviso, 01.08.2025

Il RUP

Giulia Casagrande



Firmato digitalmente da:
CASAGRANDE GIULIA
Firmato il 01/08/2025 16:22
Seriale Certificato: 3255505
Valido dal 31/01/2024 al 31/01/2027
InfoCamere Qualified Electronic Signature CA



AVVISO PUBBLICO PER L'AFFIDAMENTO DIRETTO DEI SERVIZI DI PROGETTAZIONE, SVILUPPO E GESTIONE DELLA BRAND IDENTITY DI FONDAZIONE MARCA TREVISO

PREMESSO CHE

- Fondazione Marca Treviso (di seguito solo 'Fondazione') è un organismo di diritto pubblico senza scopo di lucro, interamente partecipato dalla Camera di Commercio di Treviso-Belluno che, a seguito dello scioglimento anticipato dell'Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD), ha assunto le attività di ideazione, progettazione, gestione operativa, economica e finanziaria di azioni afferenti ai settori del turismo, della cultura, del paesaggio e dell'ambiente nel territorio regionale;
- La Fondazione intende perseguire gli scopi di implementazione delle politiche per il turismo attraverso la pianificazione strategica, nonché lo sviluppo, la promozione ed il marketing dei luoghi e dei prodotti turistici del territorio;
- A tal fine, la Fondazione ha rilevato la necessità di conferire al proprio marchio una solida identità attraverso la definizione di una brand identity originale e distintiva per la destinazione turistica della Marca Trevigiana, con particolare attenzione alla valorizzazione del territorio nella sua componente più autentica e diffusa;
- Con delibera n. 1 del 20.06.2025, il Consiglio di Amministrazione della Fondazione ha indetto un'indagine di mercato volta all'affidamento diretto, ai sensi dell'art. 50 del d.lgs. 36/2023 (di seguito solo 'Codice'), dei servizi di progettazione e realizzazione della *brand identity* della Fondazione.
- Il presente Avviso non costituisce proposta contrattuale, non determina l'instaurazione di posizioni giuridiche od obblighi e non vincola in alcun modo la Fondazione, che sarà libera di sospendere, modificare o annullare in qualsiasi momento il procedimento avviato, senza che i soggetti richiedenti la partecipazione possano vantare alcuna pretesa.

1. Oggetto del concorso

La presente procedura è finalizzata all'affidamento diretto, ai sensi dell'art. 50 del d.lgs. 36/2023, dei servizi di progettazione e realizzazione della brand identity. Ai fini della selezione, i partecipanti sono invitati a presentare una proposta progettuale descrittiva della brand identity che intendono realizzare. L'obiettivo finale deve essere la creazione di un marchio che non tiene in considerazione solo i poli già consolidati



dell'immaginario turistico trevigiano, ma deve conferire valore e riconoscimento anche alle realtà minori che costituiscono la vera essenza del territorio. A tal fine, si richiede l'elaborazione di un marchio originale che sia in grado di guardare al futuro e di rafforzare l'attrattività del territorio, ma che allo stesso tempo ne rispetti l'identità profonda restituendo una narrazione turistica che valorizzi l'autenticità del vissuto locale e la scoperta del patrimonio diffuso.

Ai partecipanti è lasciata piena libertà nell'elaborazione delle idee, ferma restando la richiesta della redazione di un progetto che dovrà riflettere i seguenti valori fondamentali:

- Genuinità, affidabilità e radicamento al territorio;
- Cultura del fare e saperi locali;
- Ritmo lento, sostenibilità, qualità dell'esperienza;
- Eccellenze territoriali poco note, ma di elevato valore culturale e sociale.

All'operatore economico affidatario dell'appalto sarà richiesto il disegno del **logo**, il quale dovrà essere necessariamente inedito e registrabile, nonché versatile e leggibile in più forme. Al logo dovrà altresì essere allegato il manuale d'uso, contenente i criteri e le linee guida di utilizzo dello stesso.

Sono compresi nell'oggetto dell'affidamento i seguenti output:

- **Naming e payoff:** l'ideazione del nome del brand - con le relative varianti - e del suo slogan ufficiale;
- **Palette di colori:** la selezione dei colori primari e secondari, con annesse tonalità e sfumature, ritenuti maggiormente adeguati alla rappresentazione del marchio e consiglio sull'utilizzo degli stessi.
- **Font:** la scelta di font primari e secondari rappresentativi del brand e annesse indicazioni sull'uso specifico degli stessi nei testi, nei sottotitoli e nel corpo del testo;
- **Tone of voice:** l'elaborazione di uno stile comunicato del marchio (formale, informale, tecnico, empatico, aulico...), con inclusione delle parole chiave da utilizzare per raggiungere in modo mirato il target di riferimento;
- **Stile fotografico e visivo:** la selezione della tipologia di immagini da utilizzare con l'indicazione della tonalità e dell'atmosfera. È altresì richiesta l'elaborazione di linee guida per la realizzazione delle grafiche e delle icone personalizzate per ottenere stile e coerenza visiva;
- **Personalità del brand:** l'enucleazione dei tratti distintivi del marchio, coerenti con lo scopo ed i valori della Fondazione, nonché con il target ed il settore turistico di riferimento;
- **Linee guida per l'applicazione del brand:** la stesura di un manuale contenente le linee guida inerenti l'identità del marchio e gli esempi di applicazione (sito internet, social media, adv, packaging, biglietti da visita...).



Al presente avviso è allegato il piano strategico studiato dalla Fondazione in merito al suo collocamento panorama turistico utile ad indirizzare i partecipanti nell'elaborazione di un progetto il più possibile consono alle esigenze della stazione appaltante.

2. Durata e scadenze del successivo affidamento

La bozza del logo della Fondazione dovrà essere eseguita dall'eventuale aggiudicatario, entro 30 giorni dalla sottoscrizione del contratto.

Il progetto finale relativo al logo dovrà comunque essere presentato entro e non oltre il 15 novembre 2025.

A seguito della presentazione del progetto finale, la Fondazione si riserva la facoltà di assegnare all'affidatario interventi ulteriori relativi al consolidamento del marchio. La durata di tali prestazioni è fissata ad un **massimo di 1 anno** a partire dalla sottoscrizione del contratto.

Ai sensi dell'art. 120 comma 10 del Codice, è ammessa l'opzione di proroga del contratto per un massimo di 1 anno. In questo caso, l'affidatario è tenuto all'esecuzione delle prestazioni agli stessi prezzi, patti e condizioni stabiliti dal contratto.

Non è ammessa la proroga tecnica ex art. 120 comma 11 del Codice.

3. Importo e modalità di pagamento

L'importo massimo stimato per la realizzazione del servizio di progettazione e realizzazione della brand identity della destinazione turistica della Marca Trevigiana è di **€ 50.000,00**, Iva ed oneri di legge esclusi, fermo quanto previsto all'articolo 1.

L'importo contrattuale verrà corrisposto dalla Fondazione entro 30 giorni dalla data di emissione della regolare fattura da parte del soggetto designato alla progettazione, previa verifica della regolarità contributiva dello stesso.

La Fondazione acquista la piena titolarità dei diritti patrimoniali d'autore, restando impregiudicato il diritto morale dell'autore ai sensi della Legge 633/1941. L'operatore economico si impegna comunque a non opporsi all'utilizzo, modifica e diffusione dell'opera da parte della Fondazione.

4. Soggetti ammessi

Sono ammessi alla procedura tutti gli operatori economici di cui all'art. 65 comma 2 del Codice in possesso dei requisiti richiesti.

I R.T.I. (costituiti e costituendi), i consorzi ordinari (costituiti e costituendi), le aggregazioni tra le imprese aderenti al contratto di rete e i G.E.I.E. devono indicare la mandataria e le mandanti, specificando le categorie dei servizi e le relative quote che saranno eseguite dai singoli componenti il R.T.I., il consorzio ordinario, le aggregazioni tra le imprese aderenti al contratto di rete o il G.E.I.E., con l'impegno di questi a realizzarle.

I consorzi di cui all'art. 65 comma 2 lett. b), c) e d) del Codice sono tenuti ad indicare per quali consorziati il consorzio concorre. Le consorziate designate dal consorzio per l'esecuzione del contratto non possono, a loro volta, a cascata, indicare un altro soggetto per l'esecuzione.

Ciascun concorrente, sia singolo che raggruppato, può presentare un solo progetto. Ogni componente di un gruppo non potrà partecipare per un altro gruppo o singolarmente.

A. Requisiti di ordine generale:

Al fine di accedere alla procedura di concorso è necessario dimostrare l'assenza di incompatibilità o conflitto di interessi, di cause ostative a contrarre con la pubblica amministrazione, nonché di posizioni debitorie nei confronti dell'Amministrazione. In caso di debiti, la partecipazione è possibile solo previa predisposizione di un piano di ammortamento che si concluda prima della scadenza del termine dell'avviso.

Il soggetto partecipante deve altresì attestare l'insussistenza delle cause di esclusione di cui all'artt. 94 e 95 del Codice. Le cause sancite dall'art. 94 del Codice operano in via automatica, mentre quelle stabilite dall'art. 95 vengono accertate previo contraddittorio con l'operatore economico interessato.

In caso di partecipazione di consorzi di cui all'art. 65, comma 2, lettere b), c) e d) del Codice, i requisiti generali di cui agli artt. 94 e 95 del Codice sono posseduti dal consorzio, dalle consorziate indicate quali esecutrici e, ai sensi dell'art. 67, comma 3 del Codice, dalle consorziate che prestano i requisiti. Per i raggruppamenti si applica l'art. 97 del Codice.

Sono comunque esclusi gli operatori economici che abbiano affidato incarichi in violazione dell'art. 53, comma 16-ter, del D.lgs. del 2001 n. 165, a soggetti che hanno esercitato, in qualità di dipendenti, poteri autoritativi o negoziali presso l'amministrazione affidante negli ultimi tre anni.

Self cleaning

L'operatore economico in possesso delle cause di cui agli artt. 94 e 95 del Codice può comunque partecipare alla procedura di affidamento se dà prova di aver adottato misure sufficienti a dimostrare la sua affidabilità.

Nel caso in cui la causa di esclusione esistesse prima della presentazione dell'offerta, l'operatore economico dovrà dimostrare di aver operato ai sensi dell'art. 96 comma 6 del Codice o di esserne impossibilitato per causa a lui non imputabile.

Se al contrario la causa di esclusione è sopraggiunta in un momento successivo alla presentazione della proposta, l'operatore dovrà adottare le misure previste all'art. 96 comma 6 del Codice, dandone comunicazione all'Amministrazione.

Se le misure adottate sono ritenute sufficienti e tempestive, l'operatore economico non è escluso dalla procedura. In caso contrario, la Stazione Appaltante dispone l'esclusione comunicandone le ragioni all'operatore economico.

B. Requisiti di ordine speciale e mezzi di prova

- **Fatturato globale maturato nei migliori tre anni del quinquennio precedente a quello di pubblicazione della procedura almeno pari € 50.000,00, IVA esclusa.**

La comprova del requisito è fornita mediante uno dei seguenti documenti:

- per le società di capitali mediante bilanci, o estratti di essi, approvati alla data di scadenza del termine per la presentazione delle offerte corredati della nota integrativa;
 - per gli operatori economici costituiti in forma d'impresa individuale ovvero di società di persone mediante copia del Modello Unico o la Dichiarazione IVA;
 - dichiarazione resa, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 47 del decreto del Presidente della Repubblica n. 445/2000, dal soggetto o organo preposto al controllo contabile della società ove presente (sia esso il Collegio sindacale, il revisore contabile o la società di revisione), attestante la misura (importo) e la tipologia (causale della fatturazione) del fatturato dichiarato in sede di partecipazione.
- **Esecuzione negli ultimi 10 anni antecedenti la data di pubblicazione del bando, di servizi analoghi a quelli oggetto del presente concorso, per un importo complessivo almeno pari a 30.000**

Per servizi analoghi si intendono le attività di ideazione, progettazione o sviluppo di brand identity o identità visive integrate per enti pubblici o privati, anche se non strettamente riconducibili al settore turistico

La comprova del requisito è fornita mediante uno o più dei seguenti documenti:

- certificati rilasciati dall'amministrazione/ente contraente, con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione;

- ii. contratti stipulati con le amministrazioni pubbliche, completi di copia delle fatture quietanzate ovvero dei documenti bancari attestanti il pagamento delle stesse;
- iii. attestazioni rilasciate dal committente privato, con l'indicazione dell'oggetto, dell'importo e del periodo di esecuzione;
- iv. contratti stipulati con privati, completi di copia delle fatture quietanzate ovvero dei documenti bancari attestanti il pagamento delle stesse.

Per il possesso dei requisiti di ordine speciale, ai soggetti costituiti in forma associata si applicano le disposizioni di cui agli artt. 67 e 68 del Codice.

N.B. Si precisa sin da ora che l'operatore economico partecipante NON dovrà depositare in sede di presentazione dell'offerta alcun documento tra quelli ai punti di cui sopra relativi alla comprova dei requisiti di ordine speciale. I documenti saranno richiesti esclusivamente all'operatore economico individuato per l'affidamento del servizio.

5. Svolgimento della procedura in via telematica

La procedura è svolta integralmente sulla piattaforma telematica di negoziazione Appalti&Contratti (di seguito solo 'Piattaforma'), le cui modalità di funzionamento sono consultabili al presente link: https://eprocurement.maggiolicloud.it/PortaleAppalti/resources/cms/documents/Presentazione_Offerte_Telematiche.pdf. L'utilizzo della Piattaforma comporta l'automatica accettazione di tutti i termini e le condizioni di utilizzo della stessa. Si precisa che la Piattaforma garantisce l'integrità dei dati e la riservatezza delle proposte per tutta la durata della procedura.

Le attività e le operazioni poste in essere sulla Piattaforma si intendono compiute nell'ora e nel giorno risultanti dalla registrazione del sistema.

In caso di malfunzionamento o di mancato funzionamento, la Fondazione ha la facoltà di sospendere la procedura sino al reintegro del pieno funzionamento per preservare la massima partecipazione dei concorrenti. Ai fini della partecipazione alla seguente procedura, ogni concorrente deve dotarsi, a propria cura, spesa e responsabilità, della strumentazione tecnica ed informatica necessaria all'utilizzo della piattaforma.

La Fondazione non si assume alcuna responsabilità in merito alla perdita o al danneggiamento documenti nonché a ritardi nella presentazione della domanda dovuti a negligenza del concorrente o al malfunzionamento dei dispositivi da questo utilizzati.

6. Commissione giudicatrice

La Commissione giudicatrice è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione dei progetti ed è composta da un numero dispari di componenti non superiore a 5.

Ai sensi dell'art. 51 del Codice, alla commissione giudicatrice chiamata a pronunciarsi su un affidamento diretto può partecipare il RUP, anche in qualità di presidente.

In capo ai commissari non devono sussistere cause ostative alla nomina ai sensi dell'art. 93 del Codice.

La partecipazione alla Commissione è a titolo gratuito e non comporta alcun onere per la Fondazione.

7. Modalità di partecipazione

L'offerta e la documentazione amministrativa possono essere presentate esclusivamente attraverso la piattaforma informatica Appalti&Contratti.

I progetti, corredati di tutta la documentazione necessaria, devono essere caricati sulla Piattaforma entro e non oltre le ore 12.00 del 08.09.2025, a pena di irricevibilità.

Non saranno prese in considerazione domande pervenute tardivamente o con modalità diverse da quelle espressamente previste dal presente bando.

7.1. Documentazione amministrativa

I partecipanti devono inoltrare, ai fini della partecipazione alla procedura, la seguente documentazione amministrativa:

- Domanda di partecipazione alla procedura corredata dalla copia fotostatica del documento del sottoscrittore;
- Dichiarazione di assenza delle cause di esclusione;
- Il DGUE compilato nelle modalità previste dalla guida scaricabile al presente link:
https://eprocurement.maggiolicloud.it/PortaleAppalti/resources/cms/documents/Manuale_uso_M-DGUE_Response_OE.pdf.

La seguente documentazione è firmata digitalmente dal legale rappresentante ovvero da un procuratore munito di apposita procura. In tal caso, il concorrente allega alla domanda copia conforme all'originale della procura.

7.2. Offerta tecnica

I partecipanti dovranno illustrare il proprio progetto presentando la seguente documentazione:

- Una breve relazione scritta di un massimo di 9 slide/facciate indicante in maniera sintetica ma esaustiva le iniziative di sviluppo della *brand identity*, fra le quali si annoverano la tecnica, le caratteristiche dei materiali, le iniziative di sostenibilità ambientale e gli intenti comunicativi;
- Un portfolio di 10 slide/facciate. Il portfolio potrà contenere schizzi concettuali, esempi progettuali pregressi o ipotesi di sviluppo visivo della brand identity. Non è richiesto in questa fase lo sviluppo grafico esecutivo del logo
- [Eventuale] una breve relazione illustrativa di un massimo di 9 facciate/slide contenete un programma di fornitura degli strumenti volti alla pubblicizzazione della Fondazione e delle attività poste in essere dalla stessa.
- Curriculum vitae dell'operatore economico.

Al pari della documentazione amministrativa, l'offerta tecnica deve essere formata digitalmente in tutte le sue parti dal legale rappresentate o dal procuratore, munito di apposita procura.

N.B. Si pregano gli operatori economici di prendere visione, prima della scadenza del termine previsto, dei limiti dimensionali imposti dal portale

7.3. Offerta economica

L'operatore economico dovrà allegare un preventivo economico, redatto su propria carta intestata, recante il prezzo complessivo per l'esecuzione delle prestazioni oggetto dell'appalto. La Fondazione si riserva di selezionare il progetto più vantaggioso nel rapporto qualità/prezzo, compatibilmente con le esigenze e il budget disponibile

L'offerta economica deve essere espressa sia in cifre che in lettere, espresso in 2 cifre decimali

La busta economica firmata digitalmente deve essere caricata sulla piattaforma telematica congiuntamente all'offerta tecnica nelle modalità stabilite dall'apposita guida consultabile al presente link:

https://eprocurement.maggiolicloud.it/PortaleAppalti/resources/cms/documents/Presentazione_Offerte_Telematiche.pdf.

8. Valutazione dell'offerta tecnica

Dopo aver verificato la completezza e la regolarità della documentazione amministrativa, la commissione giudicatrice valuta i progetti presentati sulla base dei criteri riportati di seguito, attribuendovi punteggi discrezionali in base a quanto riportato in tabella:

n°	Criterio di valutazione	Modalità attribuzione punteggio	Coefficiente massimo
1	Coerenza con il piano strategico della Fondazione	Il punteggio verrà attribuito discrezionalmente dalla Commissione sulla base della comprensione degli obiettivi del progetto, nonché della capacità di tradurre l'identità della Fondazione in soluzioni visive.	10 punti
2	Originalità del progetto	Verrà valutata positivamente dalla Commissione l'originalità e l'innovazione dell'identità visiva, coerente con i diversi elementi del brand e adattabile ai vari contesti.	10 punti
3	Qualità del progetto	Il punteggio verrà attribuito discrezionalmente dalla Commissione sulla base della completezza e della qualità del progetto.	10 punti
4	Esperienza pregressa	Saranno valutate positivamente le pregresse esperienze nella costruzione di identità di marchio per aziende che operano nel settore del turismo.	10 punti
5	Metodologia di sviluppo del brand	Il punteggio verrà attribuito discrezionalmente dalla Commissione sulla base all'organizzazione e alla chiarezza del processo creativo per giungere alla costituzione del brand (analisi, concept, sviluppo...)	5 punti
6	Innovatività delle idee	Verranno valutate positivamente dalla Commissione soluzioni integrative e proposte ulteriori rispetto alle prestazioni oggetto dell'appalto.	5 punti
7	Sostenibilità ed inclusività	Saranno valutate positivamente le soluzioni che prestano particolare attenzione ai criteri di accessibilità linguistica e visiva, nonché al rispetto delle linee etiche ed ambientali.	5 punti
8	Cronoprogramma	Sarà valutato positivamente il rispetto delle tempistiche proposte dalla Fondazione per le varie fasi di progettazione.	5 punti

Sulla base della suesposta documentazione tecnica, ciascun commissario assegna ad ogni criterio di valutazione un punteggio discrezionale compreso, espresso in decimali, fra 0 ed 1. Per ciascun criterio, viene calcolata la media dei punteggi attribuiti dai singoli commissari ed il risultato viene moltiplicato per il relativo coefficiente. La somma dei punti così ottenuti costituisce il punteggio finale dell'offerta tecnica presentata da ciascun partecipante.

Il punteggio tecnico massimo che ciascun operatore economico può raggiungere è 60 punti. Il concorrente è escluso dalla gara nel caso in cui consegua un punteggio inferiore alla soglia minima di sbarramento pari a 36 punti.

9. Valutazione dell'offerta economica

Quanto all'offerta economica, è attribuito all'elemento economico un coefficiente, variabile da zero ad uno, calcolato tramite la formula con interpolazione lineare:

$$C_i = \frac{A_i}{A_{max}}$$

dove

C_i = coefficiente attribuito al concorrente i-esimo

A_i = ribasso percentuale del concorrente i-esimo

A_{max} = ribasso percentuale più conveniente

Sulla base del coefficiente ottenuto, verrà ricavato proporzionalmente il punteggio attribuibile a ciascun'offerta, con soglia massima di 40 punti.

La Fondazione si riserva di valutare la congruità dell'offerta che, in base ad elementi specifici, appaia anormalmente bassa.

Verrà selezionata l'offerta che risulterà complessivamente migliore in base alla somma dei punteggi dell'offerta tecnica ed economica. In caso di parità, verrà richiesto ai due operatori di stabilire una nuova offerta economica. Nel caso in cui permanga l'ex aequo, si procederà con il sorteggio dell'affidatario.

10. Foro competente

Qualsiasi controversia che dovesse sorgere in conseguenza del presente atto viene devoluta alla competenza esclusiva del Tribunale Amministrativo Regionale per la Regione Veneto.

11. Chiarimenti

Eventuali richieste di chiarimenti, dovranno essere inoltrate tramite la Piattaforma in forma anonima entro e non oltre 5 giorni dal termine ultimo per la presentazione delle offerte.

Le risposte alle richieste di chiarimento saranno formulate sulla Piattaforma entro 3 giorni dal medesimo termine sopra citato.

I quesiti e le risposte devono necessariamente essere formulati in lingua italiana.

12. Trattamento dei dati personali

Ai sensi del d.lgs. 196 del 2003 e sue successive modifiche e integrazioni, nonché del Regolamento UE 679/2016, la Fondazione è titolare del trattamento dei dati personali degli operatori economici per tutta la durata della procedura.

La Fondazione si impegna a rispettare la riservatezza delle informazioni fornite. Tutti i dati conferiti saranno trattati solo per finalità connesse e strumentali al procedimento e non verranno divulgati se non nel pieno rispetto delle disposizioni vigenti.

13. Disposizioni finali

Gli operatori economici si assumono ogni responsabilità in merito all'originalità dei propri progetti e con la sottoscrizione e la trasmissione dei documenti di adesione al concorso accettano integralmente quanto previsto dal presente concorso.

La Fondazione si riserva, in qualsiasi momento, a proprio ed insindacabile giudizio la facoltà di modificare, prorogare, sospendere o revocare, anche in parte, la presente procedura qualora ne rilevasse l'opportunità o la necessità per ragioni di pubblico interesse o per disposizioni normative senza che per i concorrenti insorga alcuna pretesa o diritto.

Per tutto quanto non espressamente disciplinato dal presente atto, si fa rinvio alle norme del Codice di contratti pubblici.