



Delibera n. **250/2017** del Consiglio di Amministrazione del **27/10/2017**

OGGETTO: Ratifica Decreto Rettoriale d'urgenza n. 31/2017 del 14 settembre 2017: Contratto di subappalto delle attività 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 4.2 del Progetto "I Territori del Benessere" Decreto Ministeriale 13 dicembre 2010

N. O.d.g.: 6.2

Rep. n. 250/2017

UOR: Ufficio Ricerca

Nominativo	F	C	A	As
Vilberto Stocchi	X			
Giovanni Battista Berloni	X			
Francesca Capodagli				X
Mauro Papalini				X
Angela Giallongo	X			
Stefano Papa	X			
Luciano Stefanini	X			
Luciana Vallorani	X			
Michele Buffalini	X			
Gianmario Xhemal Doka	X			
Enzo Laveglia	X			

Legenda: (F - Favorevole) - (C - Contrario) - (A - Astenuto) - (As - Assente)

Partecipano il Pro-Rettore Vicario Prof. Giorgio Calcagnini e il Direttore Generale Dott. Alessandro Perfetto.

Collegio dei Revisori dei conti			
Nome	Pres.	Ass.g.	Ass.
Dott.ssa Maria Luisa De Carli, Presidente		X	
Dott.ssa Gerardina Maiorano		X	
Dott. Vincenzo Galasso		X	

Il Consiglio di Amministrazione

- visto lo Statuto della Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, emanato con D.R. n.138/2012 del 2 aprile 2012 e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, Serie Generale, n. 89 del 16 aprile 2012;
- visto il Decreto Legislativo n. 50 del 18 aprile 2016, Codice dei Contratti Pubblici di Lavori, Forniture e Servizi e s.m.i. ed in particolare l'art. 105 - Subappalto;
- visto il Regolamento di Ateneo per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo emanato con Decreto Rettoriale n. 276/2013 del 26 giugno 2013;
- visto il Regolamento di Ateneo per l'attività in conto terzi, emanato con Decreto Rettoriale n. 259/2015 dell'8 giugno 2015 e modificato con Decreto Rettoriale n. 540/2016 del 29 novembre 2016, in vigore dal 30 novembre 2016;
- vista la comunicazione Prot. 106/2017 del 14 agosto 2017 con la quale il Presidente del GAC Marche Nord ha proposto all'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo - Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) l'affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto "I territori del benessere" (CUP H71H13001210008 - CIG 7037027263) per l'importo di Euro 18.000,00 + IVA con



- scadenza 30 settembre 2017, affidato dalla Provincia di Pesaro e Urbino al GAC Marche Nord soc. coop. Cons. a r.l.;
- vista la Disposizione del Direttore del Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) n. 140/2017 del 28 agosto 2017, con cui a) si approva la proposta di affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto "I territori del benessere" (CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263), b) si individua il Prof. Tonino Penca-relli quale responsabile scientifico delle attività indicate nella proposta di affidamento in subappalto del progetto "I territori del benessere", c) si chiede al legale rappre-sentante di accettare la proposta del GAC Marche Nord di affidare alcune delle atti-vità previste nel progetto "I territori del benessere" all'Ateneo - Dipartimento di Eco-nomia, Società, Politica (DESP) e di darne comunicazione al richiedente in modo da poter avviare la procedura di stipula del contratto, previa autorizzazione da parte della Provincia di Pesaro e Urbino, ai sensi dell'art.105 del D.Lgs n. 50/2016;
- vista la Nota. Prot. n. 0024605/17 del 30 agosto 2017, con la quale l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo ha comunicato al GAC Marche Nord l'accettazione della propo-sta di affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto "I territo-ri del benessere" (CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263) per l'importo di Euro 18.000,00 + IVA, nelle more del rilascio dell'autorizzazione da parte della provin-cia di Pesaro e Urbino, ai sensi dell'art.105 del D.Lgs n. 50/2016;
- sentito il Direttore Generale

DELIBERA

di ratificare il Decreto Rettorale d'urgenza n. 31/2017 del 14 settembre 2017, nel testo sotto riportato:

DECRETO RETTORALE D'URGENZA N. 31/2017

IL RETTORE

- visto lo Statuto della Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, emanato con D.R. n.138/2012 del 2 aprile 2012 e pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica I-taliana, Serie Generale, n. 89 del 16 aprile 2012;
- visto il Decreto Legislativo n. 50 del 18 aprile 2016, Codice dei Contratti Pubblici di Lavori, Forniture e Servizi e s.m.i. ed in particolare l'art. 105 - Subappalto;
- visto il Regolamento di Ateneo per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo emanato con Decreto Rettorale n. 276/2013 del 26 giugno 2013;
- visto il Regolamento di Ateneo per l'attività in conto terzi, emanato con Decreto Rettorale n. 259/2015 dell'8 giugno 2015 e modificato con Decreto Rettorale n. 540/2016 del 29 novembre 2016, in vigore dal 30 novembre 2016;
- vista la comunicazione Prot. 106/2017 del 14 agosto 2017 con la quale il Presidente del GAC Marche Nord ha proposto all'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Diparti-mento di Economia, Società, Politica (DESP) l'affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto "I territori del benessere" (CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263) per l'importo di Euro 18.000,00 + IVA con scadenza 30 settem-bre 2017, affidato dalla Provincia di Pesaro e Urbino al GAC Marche Nord soc. coop. Cons. a r.l.;
- vista la Disposizione del Direttore del Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) n. 140/2017 del 28 agosto 2017, con cui a) si approva la proposta di affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto "I territori del benessere" (CUP



- H71H13001210008 – CIG 7037027263), b) si individua il Prof. Tonino Pencarelli quale responsabile scientifico delle attività indicate nella proposta di affidamento in subappalto del progetto “I territori del benessere”, c) si chiede al legale rappresentante di accettare la proposta del GAC Marche Nord di affidare alcune delle attività previste nel progetto “I territori del benessere” all’Ateneo - Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) e di darne comunicazione al richiedente in modo da poter avviare la procedura di stipula del contratto, previa autorizzazione da parte della Provincia di Pesaro e Urbino, ai sensi dell’art.105 del D.Lgs n. 50/2016;
- vista la Nota. Prot. n. 0024605/17 del 30 agosto 2017, con la quale l’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo ha comunicato al GAC Marche Nord l’accettazione della proposta di affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto “I territori del benessere” (CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263) per l’importo di Euro 18.000,00 + IVA, nelle more del rilascio dell’autorizzazione da parte della provincia di Pesaro e Urbino, ai sensi dell’art.105 del D.Lgs n. 50/2016;
- considerato che il contratto di affidamento in subappalto assumerà una forma non conforme allo schema tipo di contratto per l’attività in conto terzi approvato dall’Ateneo e che pertanto deve essere stipulato dal legale rappresentante dell’Ateneo, ai sensi dall’art. 7 del Regolamento di Ateneo per l’attività conto terzi;
- considerato che per sottoscrivere il contratto di affidamento in subappalto l’Ateneo deve produrre apposita autodichiarazione attestante il possesso dei requisiti relativi alle capacità tecniche e professionali per la realizzazione delle attività del progetto;
- considerato che le attività affidate in subappalto all’Università degli Studi di Urbino – Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) per la realizzazione del progetto “I territori del benessere” devono concludersi entro il 30 settembre 2017;
- vista l’urgenza di dover sottoscrivere il contratto di affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto “I territori del benessere” (CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263) e l’autodichiarazione sul possesso dei requisiti di capacità tecniche e professionali per la realizzazione delle attività progettuali;
- visto l’art. 16, comma 2, lettera i), che conferisce al Rettore il potere di adottare, in caso di necessità e urgenza, sotto la sua responsabilità, i provvedimenti di competenza del Senato Accademico e del Consiglio di Amministrazione, sottoponendoli a ratifica nella seduta immediatamente successiva,

DECRETA

1. di approvare la sottoscrizione del contratto di affidamento in subappalto di alcune delle attività previste nel progetto “I territori del benessere” (CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263) tra la Soc. coop. Cons. a r.l. GAC Marche Nord e l’Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) e della autodichiarazione sul possesso dei requisiti di capacità tecniche e professionali, nel testo di seguito riportato:

CONTRATTO DI SUBAPPALTO DELLE ATTIVITÀ 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 4.2 DEL PROGETTO “I TERRITORI DEL BENESSERE” DECRETO MINISTERIALE 13 DICEMBRE 2010 - CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263

TRA

La soc. coop. cons. a r.l. GAC Marche Nord, P.IVA 02465230411, CF 90039640413 con sede legale in Fano, Via De Cuppis 2, 61032 Fano (PU), rappresentata dal Sig. Tarcisio



Porto nato a Omissis il Omissis in qualità di legale rappresentante, nel prosieguo del presente atto denominata "GAC"

E

L'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo - P. IVA n. 00448830414, C.F. n. 82002850418, con sede legale in Via A. Saffi, 2, 61029 Urbino (PU), rappresentata dal Prof. Vilberto Stocchi, nato ad Omissis il Omissis - C.F. Omissis in qualità di legale rappresentante, nel prosieguo del presente atto denominata "Università"

preMESSO

- che il GAC ha precedentemente stipulato in data 05/07/2017 con la Provincia di Pesaro e Urbino nella persona del Direttore Generale un contratto di appalto avente ad oggetto il servizio di gestione per la realizzazione delle azioni 2,3,4 del Progetto "I Territori del Benessere" di cui al Decreto ministeriale 13 dicembre 2010 - CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263;
- che la Provincia di Pesaro e Urbino ha esplicitamente consentito al GAC nel sopra citato contratto di appalto, precisamente all'art. 10, di affidare in subappalto la fornitura di servizi come dichiarato in sede di gara;
- che l'Università ha prodotto apposita autodichiarazione dalla quale risulta l'assenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.Lgs 50/2016 e s.m.i., in particolare: non incorre nelle cause di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'articolo 67 del decreto legislativo 6 settembre. 2011, n. 159 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'articolo 84, comma 4, del medesimo decreto; non ha commesso violazioni gravi, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse o dei contributi previdenziali, secondo in legislazione vigente; non ha commesso infrazioni debitamente accertate alle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro nonché agli obblighi di cui all'articolo 30, comma 3, del D.Lgs. n.50/2016; non si è resa colpevole di gravi illeciti professionali; non si trova in una situazione di conflitto di interessi ai sensi dell'articolo 42, comma 2, del D.Lgs. n.50/2016 non diversamente risolvibile;
- che l'Università ha prodotto apposita autodichiarazione attestante il possesso dei requisiti relativi alle capacità tecniche e professionali previsti dal bando di gara;
- che l'Università ha preso visione del Capitolato speciale di appalto e dell'offerta tecnica predisposta dal GAC, che, anche se non materialmente allegati al presente Contratto di subappalto, ne costituiscono parte integrante e sostanziale;
- che le attività affidate sono declinate nel documento denominato "Dettaglio delle attività affidate in sub-appalto all'Università degli Studi di Urbino – Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP)", di seguito denominato per brevità "Dettaglio delle attività", allegato al presente contratto del quale costituisce parte integrante e sostanziale;
- che sarà il Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP) dell'Università, con al suo interno competenze nel campo dell'economia e management delle imprese termali e delle destinazioni turistiche, a realizzare le attività indicate nell'allegato "Dettaglio delle attività" sotto la responsabilità scientifica del prof. Tonino Pencarelli;

TUTTO CIÒ PREMESSO

tra le parti come sopra rappresentate si conviene e si stipula quanto segue:

ART. 1 - PREMESSE

Le premesse fanno parte integrante e sostanziale del presente atto.



Articolo 2 – Oggetto

L'Università si obbliga ad eseguire i seguenti servizi sulla base della metodologia contenuta nel Capitolato speciale di appalto e nelle modalità descritte nell'offerta tecnica, così come declinati nell'allegato "Dettaglio delle attività" allegato al presente contratto:

- Azione 2 "Creazione di una piattaforma web 2.0" e distribuzione del contenuto attraverso application.
 - Azione 2.1 – Contenuti social media/marketing: Individuazione di Responsabili e Addetti alla redazione di contenuti per Sito Web e Social Network.
 - Azione 2.2 – Formazione/tirocini: Formazione alla Redazione dei contenuti.
- Azione 3 "Cross- Marketing": realizzazione delle indagine/business plan e degli educational tour:
 - Azione 3.1 – Indagine/business plan.
 - Azione 3.2 – Educational tour.
- Azione 4 "Il circuito delle province del benessere": creazione o implementazione di uffici dedicati e della rete territoriale del benessere:
 - Azione 4.2 – Creazione o implementazione di uffici dedicati

In particolare, l'Università eseguirà i servizi richiesti sulla base di un piano specifico concordato dalle parti all'inizio delle attività.

Articolo 3 – Descrizione delle attività

In esecuzione di quanto dichiarato in premessa l'Università accetta incondizionatamente tutti i documenti tecnici e/o amministrativi che regolano l'esecuzione dei servizi di cui in premessa nel rapporto tra il GAC e la Provincia di Pesaro e Urbino.

Articolo 4 – Durata del contratto

Il presente contratto avrà durata dalla sottoscrizione dello stesso (da intendersi anche come data di avvio delle attività) alla conclusione del progetto previsto per il 30 settembre 2017, salvo proroghe, che saranno notificate dall'appaltatore in seguito a comunicazione della stazione appaltante, e degli adempimenti conseguenti alla chiusura del progetto.

Articolo 5 – Compenso e fatturazione

L'importo contrattuale, al netto di IVA, è stabilito in € 18.000,00 (diciottomila/00 euro), pari al 29,24% del valore dell'appalto, così ripartito per ciascuna Azione e nel rispetto delle disposizioni di cui all'art.105 del D.Lgs. n.50/2016:

Azione 2.1 – € 5.500,00 (euro cinquemilacinquecento/00) pari all' 8,92% del valore dell'appalto

Azione 2.2 – € 3.500,00 (euro tremilacinquecento/00) pari al 5,69% del valore dell'appalto

Azione 3.1 – € 4.000,00 (euro quattromila/00) pari al 6,50% del valore dell'appalto

Azione 3.2 – € 2.500,00 (euro duemilacinquecento/00) pari al 4,06% del valore dell'appalto

Azione 4.2 – € 2.500,00 (euro duemilacinquecento/00) pari al 4,06% del valore dell'appalto.

Detto importo si deve intendere onnicomprensivo per la realizzazione di tutte le attività indicate al precedente art. 2, nonché di ogni qualsivoglia ulteriore onere diretto o indiretto;

L'importo suddetto sarà liquidato dietro presentazione di regolare fattura, successivamente all'esito positivo della verifica della conclusione delle attività da parte della Provincia di Pesaro e Urbino e alla conseguente liquidazione al GAC del compenso spettante, salvo quanto disposto dai successivi artt. 7 e 8 del presente contratto.

Il pagamento inoltre avverrà a seguito di verifica della regolarità contributiva (DURC) di cui all'articolo 2 del decreto legge 210/2002 (conv. in L. n. 266/2002) e della verifica della regola-



rità circa l'obbligo di pagamento delle somme iscritte a ruolo ex art. 48-bis del DPR n. 602/1973. Rappresentano cause ostative al pagamento delle fatture, secondo la normativa vigente in materia:

- a) l'accertamento della mancanza di regolarità contributiva;
- b) l'inadempienza al pagamento delle somme iscritte a ruolo.

Articolo 6 – Tracciabilità dei flussi finanziari

L'Università dichiara che il conto corrente dedicato al fine della riscossione dell'importo previsto nel presente contratto è il seguente:

Banca: Girofondi in Banca d'Italia

Agenzia:

IBAN: Omissis e che le persone autorizzate ad operare sullo stesso sono:

Antonio Micheli - data di nascita: Omissis - luogo di nascita: Omissis - residenza: Omissis - C.F. Omissis - qualifica Dirigente del Servizio Finanze.

Articolo 7 – Modalità di verifica dell'esecuzione del servizio e del risultato finale – Risoluzione

Il GAC si riserva la facoltà di controllare e verificare in ogni momento il rispetto delle condizioni previste dal presente contratto, come esplicitate nel Capitolato speciale d'appalto e nell'offerta tecnica. Qualora da tali verifiche emerga una difformità rispetto a quanto pattuito, il GAC potrà segnalare tali circostanze all'Università, indicando le modalità ed i criteri di conformazione al risultato pattuito. Resta ferma la facoltà di risolvere il contratto per inadempimento ovvero di ridurre proporzionalmente il corrispettivo nel caso in cui il risultato parziale risulti di utilità per il GAC, come riportato al successivo Art. 8. E' fatto salvo il risarcimento dei danni subiti.

Articolo 8 – Recesso e risoluzione

La eventuale risoluzione del contratto d'appalto tra la Provincia di Pesaro e Urbino e il GAC, o il recesso dal suddetto contratto, ai sensi degli artt. 108 e 109 del D.Lgs. n. 50/2016, produrranno medesimi effetti sul presente contratto.

Articolo 9 – Controversie

Le parti concordano di definire bonariamente qualsiasi vertenza che possa nascere dall'interpretazione del presente atto, fermo restando che in caso di controversie, il foro competente sarà quello di Pesaro.

Articolo 10 – Spese

Tutte le spese del presente contratto sono a carico dell'Università. Il presente atto è da registrare solo in caso d'uso, a norma dell'articolo 10 parte seconda della tariffa allegata al D.P.R. 26 aprile 1986, n. 131 "Approvazione del Testo unico delle disposizioni concernenti l'imposta di registro".

L'imposta di bollo ai fini della registrazione del presente contratto è stata assolta mediante versamento con F23. Ai fini fiscali si dichiara che il servizio di cui al presente contratto è soggetto all'imposta sul valore aggiunto, per cui la registrazione è da effettuarsi in misura fissa ai sensi dell'art. 40 del suddetto D.P.R. n.131/1986. L'imposta sul valore aggiunto, alle aliquote di legge, è a carico del GAC.

Articolo 11 – Privacy

Le parti, ai sensi del D.Lgs. n.196/2003, si autorizzano reciprocamente al trattamento dei



propri dati personali, in relazione agli adempimenti connessi con il presente rapporto contrattuale.

Articolo 12 – Disposizioni finali

L'Università dichiara di non essere incorsa, negli ultimi tre anni, nella violazione dell'art. 53, comma 16-ter, del D.Lgs 165/2001, così come interpretato dall'art. 21 del D.Lgs n. 39/2013 e si impegna altresì a non effettuare assunzioni di personale tra i soggetti indicati dalla citata norma, ai sensi di quanto disposto dall'art. 14, comma 2 del D.P.R. n. 62 del 16/04/13.

I sottoscrittori del presente contratto dichiarano, sotto la propria diretta responsabilità, che non sono intercorsi tra di loro, nell'ultimo biennio, rapporti contrattuali a titolo privato.

Le parti inoltre concordano che per quanto qui non disciplinato si rinvia al Capitolato Speciale d'Appalto, e all'Offerta Tecnica, prodotta dal GAC in fase di partecipazione alla gara e depositata agli atti della Provincia di Pesaro e Urbino con prot. n. 19713 del 06/06/2017.

Le parti danno altresì atto che in caso di discordanza tra le clausole del presente contratto e quelle contenute nel Capitolato Speciale d'appalto, prevale quanto stabilito nel presente contratto.

Letto, approvato e sottoscritto in segno di accettazione.

Per la società coop. cons. a r.l. GAC Marche Nord

Per l'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

Il Presidente
Tarcisio Porto

Il Rettore
Vilberto Stocchi

Il presente contratto è sottoscritto con firma digitale ai sensi del D.Lgs.vo 7 marzo 2005, n.82

ALLEGATO

PROGETTO "I TERRITORI DEL BENESSERE", DI CUI AL DECRETO MINISTERIALE 13 DICEMBRE 2010 - CUP H71H13001210008 – CIG 7037027263

Dettaglio delle attività affidate in sub-appalto all'Università degli Studi di Urbino Dipartimento di Economia, Società, Politica (DESP)

AZIONE 2 "Creazione di una piattaforma web 2.0" e distribuzione del contenuto attraverso application

AZ. 2.1 Contenuti social media/marketing: individuazione di responsabili e addetti alla redazione di contenuti per sito web e social network

Descrizione dell'azione come da offerta tecnica approvata

Il turismo è un fenomeno mondiale in continua crescita che rappresenta per molti paesi e territori a vocazione turistica la principale fonte di produzione di reddito attuale e futura. Nell'ultimo decennio la crescita dei consumi turistici è stata costante e vigorosa, trainando lo sviluppo del non-settore (Pencarelli, 2010) fino a farlo divenire uno dei più importanti dell'economia mondiale. A livello internazionale per il periodo temporale tra il 2000 e il 2016, secondo i dati UNWTO, le presenze sono cresciute più del 50%, confermando una crescita costante negli anni.

Assai diversa appare la situazione a livello nazionale, che dal dopo-guerra ha registrato un forte sviluppo, ma che nel corso degli ultimi anni (dopo il 2000) ha segnato maggiori difficoltà nell'attrarre turisti (Dini, 2015).

Questo è particolarmente vero per alcuni settori come il termale tradizionale, che da un lato presentano un potenziale elevato, ma dall'altro si caratterizzano per un sistema di offerta molto frammentato di piccole e medie imprese, troppo legato ad un sistema di offerta tradizionale che non è grado di intercettare i crescenti flussi turistici legati alla domanda di servizi di "benessere".

Per comprendere il trend dei flussi turistici nelle località termali, è utile riferirsi all'analisi del rapporto della Mercury (XIX rapporto sul turismo Italiano), che prende in considerazione un periodo di tempo significativo (2000-2012). Dall'analisi dei differenziali, ovvero dalla quota dell'aumento complessivo delle presenze imputabili alle varie tipologie di turismo, emerge che le località termali sono le uniche che registrano un dato negativo (-5,8%). Tale dato è in netto contrasto con le prestazioni di "benessere" che registrano un certo incremento (Cardinali e Gregori, 2013), palesando le difficoltà del comparto del termalismo tradizionale.

Storicamente definiti stabilimenti termali¹, queste aziende fondano la loro offerta attraverso l'utilizzo delle acque termali naturali e sulle loro proprietà terapeutiche e preventive. I servizi offerti vengono definiti prestazioni termali² e alla quale si riconducono tutti i diversi trattamenti, dai fanghi, alle inalazioni, alle cure idropniche ed alle altre prestazioni derivate.

Accanto agli stabilimenti termali nascono anche quelli associati a strutture ricettive, costituendo di fatto una nuova categoria ove i servizi termali costituiscono una parte dell'offerta accessoria.

Il modello di business che si afferma negli anni Settanta-Ottanta è votato prevalentemente al soddisfacimento dei bisogni connessi alla cura della salute fisica, ove il nucleo centrale dell'offerta era costituito da servizi accreditati con il SSN, dove i medici di base rappresentavano gli unici intermediari per raggiungere il paziente (Migliaccio, 2005).

Negli anni Novanta da questo modello, che potremmo definire tradizionale, nascono in modo autonomo i centri benessere, da intendersi come soggetti di offerta innovativa volta alla promozione della salute ed al miglioramento delle condizioni fisiche (fitness), psichiche ed estetiche (beauty) delle persone.

Si afferma pertanto il sistema del *benessere termale*, ovvero un sistema di offerta che poggia su un modello di business con un raggio di azione strategica spesso più ampia rispetto a quello tradizionale, fortemente legato alla clientela sanitaria. Nel nuovo modello di business del benessere termale la clientela di riferimento non si limita alle persone con esigenze di cura, ma si rivolge a nuovi segmenti target, formati anche dalle persone alla ricerca del wellness, residenti, escursionisti e turisti che domandano sia trattamenti termali "tradizionali", sia quelli propriamente "benessere". Il sistema del benessere termale è infatti caratterizzato da differenti soggetti di offerta (cfr. nota 4), che si distinguono per le difformi modalità di composizione del mix di prodotti e di soluzioni messe a disposizione dei vari segmenti di domanda di termalismo e/o di benessere. Tale evoluzione tende ad essere spesso interpretata come minaccia dalle imprese termali, che mostrano un comportamento di chiusura verso la possibilità di ampliare il proprio sistema di offerta a questi elementi innovativi.

Questa chiusura, legata ad alcune dinamiche di settore, ovvero alla continua evoluzione della domanda sempre più sensibile al tema del benessere, al progressivo disimpegno statale che si

1

Per potere essere attivato è necessario che uno stabilimento:

abbia ottenuto il riconoscimento terapeutico delle acque termali da parte del Ministero della Salute;

abbia ottenuto e sia in regola con la concessione mineraria o con qualsiasi altra autorizzazione valida per l'utilizzazione delle acque termali;

sia in possesso dell'autorizzazione sanitaria rilasciata dal Sindaco del Comune per lo svolgimento della propria attività;

l'aggettivazione "termale" non può essere utilizzata senza questa autorizzazione, anche se tale regola non sempre è rispettata;

sia in linea con i requisiti strutturali, tecnologici ed organizzativi richiesti dalle leggi dell'Unione Europea, Nazionali e Regionali.

2

Le prestazioni termali (le cure) sono quelle erogate all'interno di uno stabilimento termale per le quali è riconosciuta efficacia terapeutica da parte del SSN (Sistema Sanitario Nazionale).

riflette in minori prestazioni riconosciute dal SSN e alla fine del termalismo inteso come “prolungamento” delle ferie annuali (Gregori e Cardinali, 2013), porta ad una diminuzione consistente delle prestazioni legate al sistema termale tradizionale³.

Le aziende termali, con il passare degli anni, fanno tuttavia registrare il passaggio progressivo dalla concezione esclusivamente sanitaria del servizio, ad una concezione più orientata al mercato: emerge infatti che quasi tutti gli stabilimenti esistenti hanno riqualficato la loro offerta attivando un comparto benessere. Nonostante questo, a oggi, il problema rimane quello di ricondurre ad un’unità unica i servizi termali tradizionali e i servizi del benessere, perché in molti casi questi servizi convivono ma come due corpi separati (Becheri e Quirino, 2012).

Al di là degli aspetti che riguardano le dinamiche del prodotto “termale o benessere”, un elemento che occorre evidenziare attiene alla significativa vocazione turistica delle località termali e alla conseguente capacità di attivare processi economici che non riguardano solo i servizi legati al comparto. Se si prendono in considerazione le spese connesse alle varie fasi della filiera (spese per i diversi trattamenti convenzionati e privati, trattamenti del benessere, il valore prodotto dalle strutture ricettive, le spese dirette dei curandi⁴ e dei curisti⁵, altre attività dei turisti⁶ legati al comparto), si registra un importante effetto moltiplicatore, che tra l’altro ha assunto valori sempre maggiori a seguito della crescita dei comparti del benessere (estetica; servizi per lo svolgimento di attività fisica, centri fitness, Spa e beauty farm). Secondo i dati pubblicati nel rapporto sul sistema termale in Italia (2012), nel 2009 dal fatturato degli stabilimenti termali stimato in 507,678 milioni di euro (da leggere complessivamente come quello del benessere termale), per raggiungere il fatturato del comparto allargato e dell’indotto totale viene rilevato un moltiplicatore pari a 6,3.

Nonostante i dati non siano recentissimi, va sottolineato come l’integrazione tra il comparto termale tradizionale e i servizi del benessere abbiano portato a un’incidenza positiva degli effetti economici di filiera. Anzi, come alcuni autori hanno rilevato (Gregori e Cardinali, 2013), le prestazioni di “benessere termale” hanno registrato un incremento, a differenza dei servizi legati al termalismo tradizionale, costituendo di fatto il vero asset strategico dell’intero comparto. I gestori delle aziende termali si trovano, in definitiva, a perseguire strategie che oscillano tra la classica vocazione sanitaria e curativa e quella emergente, che coinvolge l’offerta di soluzioni per migliorare il benessere delle persone durante la fruizione di periodi di svago (leisure), proponendo idromassaggi, massaggi, centri estetici, fitness, centri dietetici ed altri servizi rivolti al wellness.

Ad oggi, secondo le rilevazioni di Federterme, alla fine del 2014, l’Italia dispone di un complesso di 384⁷⁸ aziende termali, distribuite nelle regioni del Nord per il 48,7% degli stabilimenti, in quelle del Centro per il 15,1% ed in quelle del Mezzogiorno per il rimanente 36,2%.

³ Per comprendere il trend dei flussi turistici nelle destinazioni turistiche, è utile riferirsi all’analisi del rapporto della Mercury (XIX rapporto sul turismo Italiano), che prende in considerazione un periodo di tempo significativo (2000-2012). Dall’analisi dei differenziali, ovvero dalla quota dell’aumento complessivo delle presenze imputabili alle varie tipologie di turismo, emerge che le località termali sono le uniche che registrano un dato negativo (-5,8%). Tale dato è in netto contrasto con le prestazioni di “benessere termale” che registrano un certo incremento (Cardinali e Gregori, 2013), palesando le difficoltà del comparto del termalismo tradizionale. Poiché i centri benessere possono nascere ovunque, l’aumento del numero di prestazioni non incidono sulle località termali che si riferiscono a specifiche zone territoriali.

⁴ I curandi sono coloro che effettuano una o più cure termali e che possono essere sia utenti pendolari che stanziali o residenti.

⁵ Dalla spesa effettuata dal SSN nel 2009 per arrivare al comparto turistico allargato emerge un effetto moltiplicatore di 19,6, (dato che nel 2002 era di 15,3 dimostrando la positiva incidenza del comparto del benessere).

⁶ I turisti sono coloro che alloggiano presso una struttura ricettiva alla scopo di passare un tempo di soggiorno presso una località termale

⁷ I curisti, coloro che effettuano una o più prestazioni presso gli stabilimenti termali, alloggiando temporaneamente presso una struttura ricettiva della località sede dello stabilimento, che oltre ad effettuare cure sono anche dei visitatori e dei turisti ed effettuano trattamenti benessere e fitness all’interno di un contesto termale.

⁸ Il dato comprende trenta aziende che, pur erogando trattamenti crenoterapici (bagni, fanghi, inalazioni, ecc.), esercitano quale attività principale la ricezione alberghiera o l’assistenza ambulatoriale.



In questo contesto va a posizionarsi lo sviluppo del presente progetto, ovvero l'obiettivo di costruire e realizzare all'interno della Provincia di Pesaro e Urbino una "Destinazione di Benessere" che sia in grado di affiancare alla tradizionale offerta termale una serie di servizi aggiuntivi di "Benessere" in grado di intercettare la crescente domanda turistica.

Per la realizzazione della redazione dei contenuti e delle applicazioni web e social ci si avvarrà della collaborazione del Dipartimento Economia, Società e Politica dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo. Capo Redazione Locale Prof. Tonino Pencarelli e un Redattore Locale Dottore di ricerca presso lo stesso Dipartimento, un redattore di Coordinamento verrà messo a disposizione dal Gruppo di azione Costiera, altri due redattori locali specializzati in produzione e realizzazione applicativi e contenuti per canali sociali e internet. In particolare una figura delle due sarà specializzata per la ricerca e selezione degli elementi di potenziamento del marketing applicato alle "esperienze di benessere" e alle forme di turismo esperienziale più integrabili con il termalismo. I materiali prodotti verranno utilizzati così come da Capitolato e anche per la produzione di contenuti utili all'analisi di progetto. Il Caporedattore, esperto in economia dell'esperienza, sarà il filtro di tutte le produzioni contenutistiche al fine di targhetizzare coerentemente le stesse. Le ore messe a disposizione dal caporedattore saranno di 2 al giorno, più un n di cell a disposizione di tutti gli operatori coinvolti. I Redattori locali impiegheranno almeno 8 ore settimanali per la produzione di cui sopra. Verrà predisposto un sito di lavoro specifico aperto a tutti i soggetti aderenti alle fasi progettuali. Da una prima valutazione i prodotti social e le azioni promosse saranno non meno di 100 organizzate per categorie tematiche e target. Il sistema iniziale proposto sarà poi integrato da tutti gli aderenti ai tavoli di lavoro e al progetto anche tramite una mailig list che sarà predisposta al fine di incrementare i contenuti su tutte le tematiche coerenti e valutate inerenti la promozione del "benessere" ai fini progettuali.

Dettaglio delle attività da affidare all'Università di Urbino - DESP

In questo contesto va a posizionarsi lo sviluppo del presente progetto, ovvero l'obiettivo di costruire e realizzare all'interno della Provincia di Pesaro e Urbino una "Destinazione di Benessere" che sia in grado di affiancare alla tradizionale offerta termale una serie di servizi aggiuntivi di "Benessere" in grado di intercettare la crescente domanda turistica.

Per la realizzazione della redazione dei contenuti e delle applicazioni web e social ci si avvarrà della collaborazione del Dipartimento Economia, Società e Politica dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo. Capo Redazione Locale Prof. Tonino Pencarelli e un Redattore Locale Dottore di ricerca presso lo stesso Dipartimento. In particolare una figura delle due sarà specializzata per la ricerca e selezione degli elementi di potenziamento del marketing applicato alle "esperienze di benessere" e alle forme di turismo esperienziale più integrabili con il termalismo. I materiali prodotti verranno utilizzati così come da Capitolato e anche per la produzione di contenuti utili all'analisi di progetto. Il Caporedattore, esperto in economia dell'esperienza, sarà il filtro di tutte le produzioni contenutistiche al fine di targhetizzare coerentemente le stesse. Le ore messe a disposizione dal caporedattore saranno di 2 al giorno, più un n di cell a disposizione di tutti gli operatori coinvolti. I Redattori locali impiegheranno almeno 8 ore settimanali per la produzione di cui sopra. Da una prima valutazione i prodotti social e le azioni promosse saranno non meno di 100 organizzate per categorie tematiche e target. Il sistema iniziale proposto sarà poi integrato da tutti gli aderenti ai tavoli di lavoro e al progetto anche tramite una mailing list che sarà predisposta al fine di incrementare i contenuti su tutte le tematiche coerenti e valutate inerenti la promozione del "benessere" ai fini progettuali.

Corrispettivo previsto per la realizzazione della singola azione	€ 5.500,00
---	-------------------

Az. 2.2 Formazione/tirocini: Formazione alla redazione dei contenuti.



Descrizione dell'azione come da offerta tecnica approvata

Realizzazione di un percorso di formazione nei confronti delle imprese termali e degli stakeholders selezionati della provincia di Pesaro e Urbino sul concetto di "Destinazione di Benessere" e sugli strumenti manageriali per la realizzazione della strategia.

(a) Sviluppo di un'attività di ricerca sui fabbisogni conoscitivi prioritari relativi all'argomento presso una rappresentanza delle imprese termali della Provincia di Pesaro e Urbino. L'indagine verrà realizzata con l'organizzazione di incontro/i, colloquio/i con imprenditori del settore termale. I colloqui con gli imprenditori del comparto termale si riferiscono a un approccio qualitativo per indagare i bisogni formativi, individuare le metodologie per coinvolgere le imprese in una campagna di formazione molto più efficiente e adatta ai loro bisogni.

(b) Micro-progettazione del corso formativo.

Obiettivo del corso: Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti un quadro conoscitivo sul fenomeno del Sistema del Benessere e le relative strategie applicabili per la realizzazione di una "Destinazione di Benessere" attraverso l'uso dei social network e siti web.

Operatori coinvolti (10/15 persone): Per costruire una "destinazione di benessere" occorre coinvolgere i diversi soggetti che compongono il sistema dei servizi legati a vari comparti. Per fare questo si rende opportuno organizzare i corsi formativi con la partecipazione sia delle imprese termali, sia di altri soggetti che offrono servizi turistici, culturali, ambientali, di trasporto ecc...

Mentre tutte le imprese termali della Provincia saranno invitate a partecipare al corso, gli altri stakeholders saranno selezionati al fine di garantire la presenza di tutte le categorie interessate dal progetto (strutture ricettive, Tour operator, Agenzie di viaggio, Enti Locali, ecc)

Tecniche di formazione: le tecniche di formazione si baseranno su una impostazione ibrida, in primo luogo tecniche di lezione frontale al fine di fornire gli elementi teorici di base. Successivamente le attività saranno finalizzate a costruire dei veri e propri laboratori di apprendimento per comprendere come si riesce a passare da una concezione di singolo prodotto a quella di destinazione di Benessere. Questo approccio definito di Action learning è una metodologia di apprendimento che permette lo sviluppo delle persone, dei gruppi e delle organizzazioni attraverso l'esperienza concreta. È un processo che facilita e ottimizza il funzionamento di gruppi di persone che si uniscono per affrontare sfide reali e allo stesso tempo per imparare dall'esperienza attraverso la riflessione e l'azione, favorendo così l'apprendimento individuale, di gruppo e organizzativo. I gruppi di action learning lavorano su problemi individuali o collettivi focalizzandosi sull'uso di domande e riflessioni per estendere la propria capacità di pensiero, prendere coscienza del proprio livello di conoscenza e delle informazioni realmente disponibili, e creare nuove idee. Per l'applicazione del sistema Action Learning verranno applicate metodologie didattiche innovative quali, Learning by Doing, Project Work e il Brain Storming. I corsi verranno svolti dal un coach di action learning, che di fatto avrà un ruolo determinante al fine di far emergere, secondo un approccio Bottom-up, idee e proposte dei partecipanti rivolte alla realizzazione di forme di aggregazione aziendale e di costruzione della Destinazione di Benessere.

Modalità di gestione dei contenuti: Nell'ambito del percorso di formazione verranno sviluppate le seguenti tematiche:

1. Riferimenti teorici di base sui seguenti temi: strategia aziendale, web marketing.
2. Il comparto termale nel "sistema allargato del Benessere" selezione contenuti.
3. Modalità aggregative on line per la realizzazione di "prodotti turistici esperienziali" collegati al sistema del Benessere
4. Analisi di casi studio sul tema del prodotto del Benessere

Materiale didattico e attività di supporto: Materiale didattico prodotto nell'ambito del progetto, materiale elaborato dagli stessi partecipanti e casi studio.

Durata del corso: I corsi dovranno essere svolti nell'ambito della durata del progetto. Si prevede:



la realizzazione di n° 5 corsi formativi della durata singola di 4 ore.
attivazione di un sistema di tutoraggio attivo dal lunedì al venerdì nel periodo di realizzazione del progetto (4 ore al giorno) con l'utilizzo di strumentazione tecnologica innovativa: 1) e.mail dedicata, 2) attivazione account g.mail dedicato per l'utilizzo di google drive al fine di fornire se necessario un servizio di file sharing; 3) Attivazione di un numero telefonico mobile dedicato
Risultati attesi: I partecipanti al corso devono acquisire adeguate conoscenze e un'efficace capacità di comprensione delle tematiche afferenti alla realizzazione di una "Destinazione di Benessere". Inoltre i partecipanti devono sviluppare capacità relazionali che consentano di fare emergere una reale collaborazione lavorativa tra i vari soggetti interessati dal progetto. In particolare le attività formative in modalità action learning, saranno l'occasione di una maggiore conoscenza tra partecipanti e propedeutiche per definire le aree tematiche su cui poter realizzare i Club di prodotto. I partecipanti al corso saranno in grado di collaborare fattivamente alla produzione di contenuti web e contribuiranno anche durante il corso alla definizione di un modello pratico di coordinamento redazionale.

Dettaglio delle attività da affidare all'Università di Urbino - DESP

Realizzazione del corso nelle modalità descritte sopra, in seguito alla individuazione dei partecipanti effettuata dal GAC Marche Nord.

Corrispettivo previsto per la realizzazione della singola azione	€ 3.500,00
---	-------------------

Azione 3 "Cross-Marketing": realizzazione delle indagine/business plan e degli educational tour:

AZ. 3.1 Indagine business Plan.

Relativa alla economicità dell'offerte delle proposte locali legate al benessere, ossia finalizzato alla valutazione dell'attrattività e finanziabilità delle stesse

Descrizione dell'azione come da offerta tecnica approvata

Descrizione del business e del contesto: l'idea strategica del progetto è quella di realizzare prodotti turistici formati da servizi termali e altri servizi (culturali, sportivi, enogastronomici, ecc), al fine di trainare settori come il termale tradizionale (che presenta trend negativi tra il 2000/2012 a fronte di un aumento dell'1,5% degli arrivi, si rileva una diminuzione di presenze del -5,8%.) su altri mercati che invece presentano tassi di crescita elevati (es: le città d'arte crescono del 42,7% degli arrivi e per il 46,8% delle presenze negli ultimi 10 anni, zone collinari e di montagna crescono per l'11,3% degli arrivi e per il 12,4% delle presenze, il consumo di prodotti enogastronomici con relativi servizi annessi è in crescita costante).

Strategie di posizionamento: i prodotti di benessere che verranno realizzati nell'ambito del progetto, saranno posizionati su target turistici nazionali e internazionali che presentano una maggiore capacità di spesa e che presentano interesse per i temi oggetto di sviluppo dei prodotti (terme, sport, cultura, ecc) Nel 2015 per esempio la spesa dei turisti stranieri in Italia è stata: Irlanda (685,55 €), Regno Unito (655,79€), Russia (1060,10€), Stati Uniti d'America (1153,85€), Giappone (1674 €).

Schemi economico finanziari: Da una prima analisi di mercato svolta tra alcuni intermediari di settore, emerge un quadro complesso e non chiaro, in quanto le proposte presenti sul mercato sono ampie in termini di prezzo e contenuto. Il dato che ci sembra più opportuno evidenziare e che da un punto di vista delle strategie di posizionamento occorre perseguire due differenti strade: da un lato politiche di prezzo aggressive (proposta base una settimana tra 600/1200 euro) e dall'altro proposte di differenziazione con ampio valore (proposta base una settimana tra 900/1800 euro)



Supporto al miglioramento delle performance di prezzo: la formazione dei prezzi dipende soprattutto dai costi, di gestione, di manutenzione, di promozione e marketing, di sviluppo, ecc. A tal riguardo verranno analizzate tutte le imprese termali e ogni prodotto per la formazione di bilanci di costo/ricavi e piani di sviluppo economico finanziari specifici. A questi verrà affiancato il costo dei prodotti esperienziali associati all'offerta per raggiungere un piano per ogni singolo "percorso" in modo da definire esatto il collocamento del prodotto integrato e i miglioramenti.

Dettaglio delle attività da affidare all'Università di Urbino - DESP

L'Università degli Studi di Urbino Dipartimento Economia Società Politica affiancherà il GAC Marche Nord nella realizzazione dell'indagine sul business plan attraverso il supporto all'elaborazione dei dati socio-economici.

Corrispettivo previsto per la realizzazione della singola azione	€ 4.000,00
---	-------------------

Az. 3.2 Pianificazione e realizzazione degli educational tour

Descrizione dell'azione come da offerta tecnica approvata

Il presente progetto di sviluppo si basa sulla capacità di integrare i servizi termali e per la cura del corpo con i servizi e le risorse presenti nel territorio della Provincia di Pesaro e Urbino.

In questo senso, le risorse presenti in tutto il territorio rappresentano una piattaforma di grande potenziale ai fini della progettazione e realizzazione di prodotti turistici ad alto contenuto esperienziale che possono consentire di allungare la permanenza sul territorio dei visitatori e destagionalizzare i flussi.

In particolare i sistemi di offerta interessati all'integrazione dei servizi riguardano, l'offerta di: prodotti enogastronomici di qualità, strutture al servizio di attività sportive, servizi per la fruizione di esperienze naturalistiche ed ambientali, servizi per la fruizione di esperienze culturali e artistiche, servizi per la fruizione di esperienze religiose e spirituali, servizi per la fruizione di esperienze di intrattenimento e spettacolo.

In quest'ottica, al fine di far conoscere il grande potenziale in termini di sistemi di offerta locale della Provincia di Pesaro e Urbino, verranno organizzati degli educational tour secondo le seguenti linee guida:

- Coinvolgimento di buyers, giornalisti, opinion leaders, blogger (non meno di 80);
- Organizzazione degli educational nei luoghi turistici più suggestivi della Provincia di Pesaro e Urbino negli ambiti dei sistemi di offerta sopra menzionati Almeno (non meno di 10 luoghi);
- Presenza degli imprenditori che costituiscono il sistema di offerta (non meno di 50);
- Presenza di agenzia di viaggio incoming interessate alla possibile realizzazione di pacchetti turistici tematizzati (non meno di 10);

Dettaglio delle attività da affidare all'Università di Urbino - DESP

L'Università degli Studi di Urbino Dipartimento Economia Società Politica metterà a disposizione il proprio know how e i contatti con le realtà imprenditoriali locali, per supportare il GAC Marche Nord nella pianificazione e nella realizzazione degli educational tour.

Corrispettivo previsto per la realizzazione della singola azione	€ 2.500,00
---	-------------------

Azione 4 "Il circuito delle province del benessere": creazione o implementazione di uffici



dedicati e della rete territoriale del benessere:

Az. 4.2 Creazione o implementazione di uffici dedicati:

Descrizione dell'azione come da offerta tecnica approvata

Per la promozione ed informazione turistica verranno realizzati appositi spazi di accoglienza per la distribuzione dei pacchetti di offerta esistente e per la promozione dei percorsi esperienziali che si andranno a realizzare in corso d'opera in collaborazione con un tour operator della provincia. In tutti i siti e gli sportelli di info turistica dei comuni verrà proposto un link al sito specifico del progetto. Almeno 30 canali di promozione. Gli uffici dedicati saranno allestiti presso l'ufficio promozione turistica di Fano presso la sede operativa del GAC, presso la sede della provincia di PU di Fano dove il Gac ha accesso agli spazi in quanto sede legale, e un ufficio di supporto a tutti gli operatori presso la sede dell'Università degli Studi di Urbino Dipartimento Economia Società Politica, dove ci sarà anche il Capo Redattore e un Redattore Locale a disposizione degli operatori sia termali che delle imprese turistiche. Gli orari e i giorni saranno concordati con la Provincia PU, gli operatori termali e il servizio garantito attraverso modalità interattive.

Dettaglio delle attività da affidare all'Università di Urbino - DESP

L'Università degli Studi di Urbino Dipartimento Economia Società Politica metterà a disposizione un ufficio di supporto informativo a tutti gli operatori presso la propria sede, dove ci sarà anche il Capo Redattore e un Redattore Locale a disposizione degli operatori sia termali che delle imprese turistiche.

Corrispettivo previsto per la realizzazione della singola azione	€ 2.500,00
---	-------------------

Servizio di gestione delle azioni 2,3 e 4 del progetto "Territori del benessere"

CUP H71H13001210008 - CIG 7037027263

**Auto-dichiarazione sul possesso dei requisiti di capacità tecniche e professionali
ai sensi degli artt. 46-47 del DPR 445/2000**

Il sottoscritto Vilberto Stocchi, in qualità di legale rappresentante dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo

DICHIARA

sotto la propria personale responsabilità, consapevole delle sanzioni penali previste dall'art.76 del D.P.R. 445/2000 per le ipotesi di falsità in atti e di dichiarazioni mendaci,

- che l'Università degli Studi di Urbino ha la disponibilità di almeno un ufficio con sede nella Provincia di Pesaro e Urbino in cui svolgere attività di promozione territoriale e fornire informazioni sul progetto ed i suoi prodotti;
- che l'Università degli Studi di Urbino si è occupata in passato di strategie di sviluppo locale con approccio bottom-up e possiede la capacità di formare un partenariato locale che elabori ed attui una strategia di sviluppo integrato, nello specifico:

Descrizione	importo	Periodo di riferimento	Destinatari
-------------	---------	------------------------	-------------



Convenzione per progetto di un piano di marketing strategico del territorio del Gal Montefeltro	24.590,00	Aprile – Giugno 2015	Provincia di Pesaro e Urbino
Convenzione per attività di Formazione, tutoraggio e ricerca nell'ambito del progetto Industrial Designer progetto n. 190122 finanziato dalla Provincia di Pesaro e Urbino	6.500,00	Febbraio 2015 – Febbraio 2016	Assindustria Consulting Pesaro
Contratto di servizio per la realizzazione di un progetto di ricerca e sviluppo sul patrimonio culturale	2.000,00	Aprile – Ottobre 2013	Amministrazione Provinciale di Pesaro e Urbino
Convenzione per attività conto terzi per progetto per l'analisi e il rilancio del sistema fieristico di Pesaro e delle Marche	23.000,00	Novembre 2013 - Maggio 2014	Fondazione Patrimonio Fiere Pesaro

Luogo _____ Data _____

Firma

2. Il presente Decreto verrà sottoposto a ratifica del Consiglio di Amministrazione nella seduta immediatamente successiva.

Urbino, 14 settembre 2017

IL RETTORE
f.to Vilberto Stocchi