

CONVENZIONE

tra

la CAMERA DI COMMERCIO DEL MOLISE, con sede legale in Campobasso Piazza della Vittoria n. 1 C.F. 01741020703, rappresentata dal Segretario Generale f.f. dott. Antonio Russo, nato a Toronto (Canada) il 12 /12/1957

e

l'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DEL MOLISE con sede legale in Campobasso alla Via De Sanctis snc, C.F. 92008370709, rappresentata da....., nato ad ... (...) il .../.../..

premesse che

- la Camera di Commercio del Molise intende realizzare un'infrastruttura digitale per la promozione delle imprese e dei prodotti turistici da inserire nelle attività del Progetto "Valorizzazione dei prodotti turistici e qualificazione del tessuto imprenditoriale" a valere sul Fondo di Perequazione straordinario 2016, CUP H15J18000090005, di seguito denominato "Progetto";
- la Camera di Commercio del Molise si avvale, per la realizzazione delle azioni previste dal progetto "Valorizzazione dei prodotti turistici e qualificazione del tessuto imprenditoriale" dell'Isnart scrl (Istituto Nazionale di ricerche Turistiche), società in house del sistema camerale;
- nell'ambito del suddetto Progetto, la Camera di Commercio del Molise ha chiesto la collaborazione dell'Università degli Studi del Molise per definire un progetto unitario in cui fare confluire i risultati di progetti in corso di sviluppo presso il Dipartimento di Bioscienze e Territorio e il Dipartimento di Economia;
- negli attuali trend di turismo il viaggiatore si pone sempre più alla ricerca di esperienze di coinvolgimento che siano facilmente rintracciabili attraverso siti web interattivi;
- i sistemi locali di offerta turistica devono evolvere verso la cosiddetta *experience destination* cioè diventare luoghi capaci di attirare l'attenzione del turista/viaggiatore coinvolgendolo in attività autentiche e non omologate capaci di generare esperienze originali;

- il Molise, nonostante sia ricco di potenzialità capaci di generare esperienze autentiche, non possiede strumenti in grado di mettere in connessione l'offerta turistica con le attuali esigenze del turista digitale;
- il tessuto turistico imprenditoriale molisano presenta, al di là di alcune punte di eccellenza, una notevole fragilità nella conoscenza del potenziale turistico, nella capacità di fare rete, nella digitalizzazione dei contenuti e informatizzazione delle procedure;
- la Camera di Commercio del Molise ritiene necessario un approfondimento tecnico-scientifico circa i reali bisogni del tessuto imprenditoriale molisano in termini di valorizzazione, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica molisana;
- l'Università degli Studi del Molise, in particolare attraverso il suo Centro Studi sul Turismo, svolge attività di ricerca per la produzione e la diffusione della conoscenza nel settore del turismo, in forme e con modalità utili al miglioramento dei processi di governo di organizzazioni pubbliche e private;
- l'Università degli Studi del Molise ha maturato specifiche competenze per il supporto alle amministrazioni pubbliche e private per il governo dei processi di crescita locale, nei servizi alle imprese a sostegno delle strategie competitive, nell'allestimento di progetti formativi nel campo delle scienze e del management del turismo;
- il Consiglio del Dipartimento di Bioscienze e Territorio, nella seduta del 12/03/2019, ha approvato l'iniziativa suddetta e il relativo piano finanziario redatto secondo il regolamento di Ateneo;
- il Consiglio del Dipartimento di Economia, nella seduta del 13/03/2019, ha approvato l'iniziativa suddetta e il relativo piano finanziario redatto secondo il regolamento di Ateneo;
- il Senato Accademico ed il Consiglio di Amministrazione dell'Università degli Studi del Molise, nelle sedute rispettivamente del e del, hanno espresso il proprio parere favorevole in merito alla stipula della presente Convenzione;

tutto ciò premesso, con la presente scrittura privata si conviene e si stipula quanto segue

Art. 1 – Oggetto

La Camera di Commercio del Molise affida all'Università degli Studi del Molise, nell'ambito del Progetto, la realizzazione di una ricerca – definita nell'**Allegato 1** – che si avvale dei risultati e delle competenze sviluppati nei seguenti programmi di ricerca:

1. Piacere Molise: un web di esperienze (referente: Rocco Oliveto)
2. Nuovi modelli di business per l'impresa turistica tra innovazione, tradizione e sostenibilità (referente: Angelo Presenza)
3. ITINERA - Innovation in Tourism Information Network and Environmental Regional Application (referente: Monica Meini)
4. Territori partecipativi. Dall'analisi all'animazione territoriale (referente: Rossano Pazzagli).

La ricerca sarà organizzata su quattro linee di azione specifiche raccordate tra loro attraverso l'attività di indirizzo e coordinamento del Centro Studi sul Turismo, che svilupperà al suo interno le seguenti azioni:

1. Definizione del potenziale turistico e dei target di riferimento per l'incontro domanda-offerta;
2. Definizione dei prodotti da immettere sul mercato turistico;
3. Definizione degli immaginari di riferimento per la costruzione del brand e della filosofia di comunicazione digitale.

LINEA 1 – INFORMATICA

Tale linea fa riferimento al programma di ricerca *Piacere Molise: un web di esperienze* che riguarda l'applicazione dell'informatica alla promo-commercializzazione e alla fruizione interattiva delle attività turistiche.

In modo specifico in questa linea saranno sviluppate le seguenti azioni:

1. Costruzione piattaforma informatica da destinare a market place per la promo-commercializzazione dei prodotti turistici
2. Applicazione di tecnologie innovative per la diffusione dei prodotti e delle informazioni di supporto all'esperienza turistica
3. Analisi dei siti web di promozione turistica del Molise

4. Assistenza, guida e supporto (formazione) agli operatori turistici per l'autoalimentazione dei contenuti e per l'aggiornamento degli strumenti di promocommercializzazione.

LINEA 2 – MARKETING IMPRESE

Questa linea fa riferimento al progetto di ricerca “Nuovi modelli di business per l'impresa turistica tra innovazione, tradizione e sostenibilità”, che mira al potenziamento dell'offerta turistica contribuendo allo sviluppo di un percorso sostenibile che spinga gli operatori del turismo e delle filiere connesse verso una maggiore professionalizzazione, ovvero di trasferire conoscenze utili alla creazione e promozione di prodotti turistici in linea con le attuali esigenze del mercato.

In modo specifico in questa linea saranno sviluppate le seguenti azioni:

1. Mappatura delle imprese turistiche e delle filiere connesse (produttive-agroalimentari-artigianali)
2. Progettazione e realizzazione di ambiente virtuale riservato alle imprese per lo scambio commerciale e per la formazione (attività di e-learning e knowledge sharing)
3. Qualificazione delle imprese e delle professioni (percorsi formativi per il management e il marketing delle imprese turistiche con particolare riguardo al Social Media Marketing).

LINEA 3 –TURISMO RISORSE E ITINERARI

Questa linea fa riferimento alle competenze sviluppate nell'ambito del programma di ricerca *ITINERA (Innovation in Tourism Information Network and Environmental Regional Application)*, che riguarda l'applicazione al turismo di metodologie e strumenti delle scienze geografiche per la promozione e la fruizione turistica.

In modo specifico in questa linea saranno sviluppate le seguenti azioni:

1. Mappatura e delle risorse e geolocalizzazione dei servizi per la realizzazione dell'esperienza turistica
2. Analisi dell'accessibilità e costruzione di informazione attendibile per l'accesso e la fruizione dei prodotti turistici definiti
3. Applicazione di una metodologia per la costruzione di itinerari turistici tematici e di geoitinerari
4. Assistenza, guida e supporto (formazione) agli operatori turistici con riferimento

all'informazione geografica per il turista/viaggiatore e alla promozione di itinerari.

LINEA 4 – ANIMAZIONE TERRITORIALE

Questa linea fa riferimento al progetto *Territori partecipativi. Dall'analisi all'animazione territoriale*, il cui obiettivo è favorire un empowerment delle comunità locali, depositarie delle risorse turistiche, tramite la costruzione di un processo partecipativo per la conoscenza e la valorizzazione del territorio.

Nello specifico verranno condotte le seguenti azioni:

1. Scouting e messa in rete di associazioni/soggetti che operano nell'ambito dell'animazione territoriale e dell'organizzazione di eventi per le diverse tipologie di turismo (e.g., ambientale, culturale, enogastronomico, di ritorno)
2. Assistenza, guida e supporto (formazione) agli operatori turistici e territoriali per la maggiore efficacia nell'incontro con la domanda potenziale, per la lettura e l'integrazione territoriale.

Articolo 2 - Durata

La convenzione avrà decorrenza dalla data di stipula fino alla data del 31 dicembre 2019. Entro tale termine dovrà essere terminata l'attività progettuale definita nell'art. 1 e nell'Allegato 1 con il trasferimento dei risultati prodotti alla Camera di Commercio del Molise.

Lo stesso potrà essere rinnovato alla scadenza, mediante scambio di corrispondenza tra le Parti.

Articolo 3 – Corrispettivo e modalità di trasferimento

Per lo svolgimento delle attività di cui all'art. 1, con riferimento all'attività di avvio della collaborazione (escluso aggiornamento e implementazione) la Camera di Commercio del Molise riconoscerà all'Università degli Studi del Molise un contributo onnicomprensivo di euro 170.000,00 così suddiviso:

ambiti di ricerca	ammontare contributo
informatica	€ 48.790,00
marketing imprese	€ 48.790,00
turismo risorse itinerari	€ 42.687,00
animazione territoriale	€ 12.206,00
indirizzo e coordinamento	€ 17.527,00
totale	€ 170.000,00

L'importo stabilito per ogni singola linea progettuale sarà erogato sotto forma di n. 2 (due) ratei: il primo dei quali di importo pari al 50%, alla firma della presente Convenzione; il secondo, a saldo, a compimento delle attività, previste entro il 31 dicembre 2019, termine ultimo per la presentazione di un report tecnico delle attività svolte.

I pagamenti verranno effettuati, a fronte di richiesta da parte dell'Università degli Studi del Molise, mediante versamento sul Girofondo sulla Contabilità Speciale n. 0037186 - intestata a: Università degli Studi del Molise presso Banca d'Italia.

Articolo 4 – Responsabilità scientifica e strutture amministrative di riferimento

L'Università degli Studi del Molise designa, quale gruppo di lavoro responsabile dell'esecuzione della ricerca, i seguenti docenti:

- la Prof.ssa Monica Meini, relativamente alla Linea 3, oltre che all'attività di indirizzo e coordinamento del Centro Studi sul Turismo; struttura amministrativa di riferimento, il Dipartimento di Bioscienze e Territorio
- il Prof. Rocco Oliveto, relativamente alla Linea 1; struttura amministrativa di riferimento, il Dipartimento di Bioscienze e Territorio
- il Prof. Rossano Pazzagli, relativamente alla Linea 4; struttura amministrativa di riferimento, il Dipartimento di Bioscienze e Territorio
- il Prof. Angelo Presenza, relativamente alla Linea 2; struttura amministrativa di riferimento, il Dipartimento di Economia.

La Camera di Commercio del Molise designa quale proprio responsabile/referente per ogni attività o questione inerente alla esecuzione della ricerca il/la Gemma Laurelli

Art. 5 – Tavolo tecnico tra la Camera di Commercio del Molise e l'Università degli studi del Molise

Il raccordo tra la Camera di Commercio del Molise e l'Università degli Studi del Molise sarà assicurato dalla costituzione di un tavolo tecnico al quale l'Università garantirà la partecipazione alle riunioni per la definizione e l'implementazione delle attività relative alla ricerca.

La Camera di Commercio fornirà, anche tramite l'Isnart, all'Università degli Studi del Molise le informazioni disponibili, l'assistenza e il coordinamento delle attività al fine di garantire il migliore e più efficace svolgimento della realizzazione dei lavori.

Art. 6 – Elementi di organizzazione delle attività e proprietà intellettuale.

I risultati della ricerca saranno messi a disposizione della collettività di imprese molisane attraverso la Camera di Commercio del Molise, quale soggetto responsabile del Progetto "Valorizzazione dei prodotti turistici e qualificazione del tessuto imprenditoriale", che li utilizzerà per la realizzazione del progetto stesso, secondo le modalità e le tempistiche stabilite nell'Allegato 1, fermo restando la possibilità, in via esclusiva, per l'Università degli Studi del Molise di avvalersi dei risultati della ricerca.

I sorgenti del portale e i contenuti del sito rimarranno di proprietà esclusiva della Camera di Commercio del Molise che ne acquista il diritto. La proprietà intellettuale del chat bot e gli algoritmi di profilazione e selezione di percorsi turistici tematici e personalizzati resterà, invece, dell'Università degli Studi del Molise.

L'Università degli Studi del Molise si farà inoltre carico di selezionare l'infrastruttura hardware necessaria all'installazione del software fornito, provvederà alla messa in rete ed all'hosting, garantendo alla Camera di Commercio del Molise di proseguire nella gestione del sito, a proprie spese, oltre alla durata della presente prestazione. Le spese di hosting saranno a carico dell'Università degli Studi del Molise fino alla scadenza della convenzione. Al termine della convenzione, tali spese passeranno alla Camera di Commercio. Restano a carico dell'Università degli Studi del Molise, sempre fino alla scadenza della convenzione, tutti gli eventuali costi per le licenze software.

La Camera di Commercio del Molise non assume nessuna responsabilità nel caso che l'Università degli Studi del Molise abbia usato dispositivi, soluzioni tecniche o software di cui altri abbiano ottenuto la privativa e che la stessa assume l'obbligo di tenere indenne la Camera di Commercio del Molise da tutte le rivendicazioni, le responsabilità le perdite e i danni pretesi da qualsiasi persona, nonché da tutti i costi, spese o responsabilità ad essi relativi a seguito di qualsiasi rivendicazione di violazione di diritti di autore o di marchio derivante da attività svolta per l'espletamento di quanto previsto.

Art. 7 - Obblighi generali

Nello svolgimento delle attività di sua competenza, descritte al precedente art. 1, l'Università degli Studi del Molise provvederà alle coperture assicurative del proprio personale nell'esecuzione delle attività.

Fermo restando le responsabilità stabilite nell'art. 4, nello svolgimento del proprio incarico, Università degli Studi del Molise si impegna inoltre a:

- tenere conto dei dati forniti dalla Camera di Commercio del Molise sui propri associati;
- garantire la sua presenza alle eventuali riunioni ufficiali che verranno preventivamente concordate con la Camera di Commercio del Molise;
- mettere a disposizione, su richiesta della Camera di Commercio del Molise, i documenti relativi allo stato di avanzamento del lavoro.

Articolo 8 – Controversie

Le Parti si impegnano con spirito di collaborazione a risolvere e superare eventuali controversie o problemi operativi che dovessero insorgere nel corso di svolgimento delle attività. Per tutte le eventuali controversie derivanti dall'interpretazione e dall'esecuzione del presente atto sarà competente il Foro di Campobasso.

Art.9– Disposizioni finali

Per quanto non espressamente previsto nella presente Convenzione si fa rinvio alla normativa vigente.

Articolo 10 – Registrazione

La presente Convenzione, redatta in unico originale, sottoscritta dalle parti con firma digitale ai sensi dell'art. 24 del D. Lgs. 07.03.2005 n. 82 e dell'art. 15, comma 2-bis, della L. 07/08/1990 n. 241, sarà registrata in caso d'uso con spese a carico della parte richiedente.

Imposta di bollo assolta in modo virtuale dall'Università degli Studi del Molise, ai sensi art. 15, DPR n. 642/72, autorizzazione n. 3366 del 01.07.1999 concessa con Decreto del Ministero delle Finanze, Direzione Generale delle Entrate per il Molise.

Letto e confermato.

Per la Camera di Commercio del Molise

Per l'Università degli Studi del Molise

Campobasso