



# COMUNE di SANTO STEFANO DI CAMASTRA

PROVINCIA DI MESSINA  
ADERENTE ALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI  
COMUNE D'EUROPA



<b>PROGETTO:</b>	<b>SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE</b>		
<b>LINEA D'INTERVENTO</b>	<b>3.1.3.4</b>	 <small>UNIONE EUROPEA FESR</small>	 <small>REGIONE SICILIANA</small>



- RELAZIONE TECNICO - ILLUSTRATIVA
- INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI DOCUMENTI INERENTI LA SICUREZZA
- CALCOLO DELLA SPESA E PROSPETTO ECONOMICO
- CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE
- SCHEMA DI CONTRATTO

IL R. U. P.  
(Arch. F.sco La Monica)

IL SINDACO  
(Dr. Francesco Re)

**COMUNE DI SANTO STEFANO DI CAMASTRA**  
**LINEA DI INTERVENTO**  
**3.1.3.4**

***Piano Integrato Sviluppo Territoriale***



**SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA'  
INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA  
CERAMICA STEFANESE**

**RELAZIONE GENERALE**

# CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE

Le reti dell'identità, dell'innovazione culturale e della creatività

***Premessa: "Il ruolo dell'innovazione culturale nei processi di sviluppo locale"***

Per far fronte alle sfide dell'economia globale, l'Unione europea, in attuazione della strategia di Lisbona, deve far leva sui suoi principali punti di forza, ovvero, l'eccellenza, l'innovazione, la creatività.

In tal senso, la cultura rappresenta uno dei fattori-chiave dell'economia della conoscenza e rientra, a pari titolo rispetto alla ricerca scientifica e tecnologica, nel ristretto ambito della *core creativity* e della *core innovation*.

La cultura, dunque, non può assumere una funzione servente nei confronti delle politiche di sviluppo turistico, ovvero essere intesa come mera forma di intrattenimento, ma deve essere concepita nella sua funzione di attivatore sociale, in grado di mobilitare le migliori energie intellettuali e le reti relazionali per creare e trasmettere senso di identità, offrendo soprattutto alle giovani generazioni nuove opportunità di esperienze stimolanti e qualificanti.

L'adozione di un modello di sviluppo locale fondamentalmente centrato sulla creatività e sull'innovazione richiede la presenza di una serie di requisiti, quali:

- l'attivazione di complessi meccanismi di trasmissione della "conoscenza", finalizzati alla produzione di fonti stabili di reddito e di occupazione;
- la presenza di un ampio bacino di reclutamento di risorse intellettuali e di comunità locali in grado di recepirne gli stimoli e tradurli in nuovi stili di vita e orientamenti collettivi;
- la formazione di un bacino di domanda fatto di consumatori consapevoli, attenti alla qualità dei prodotti e della vita e capaci di operare scelte informate e responsabili.

In definitiva, la produzione di nuova cultura, deve far leva sul patrimonio materiale e immateriale esistente, rivitalizzandolo attraverso l'elaborazione di progetti che possano tradursi in innovazione competitiva per l'intero sistema produttivo locale.

La proposta, prende spunto da queste linee di indirizzo e attraverso la realizzazione di un modello culturale, nel senso distrettuale che per l'appunto tenga conto di tutta la filiera direttamente interessata alle attività ceramistiche, possa sviluppare dinamiche di innovazione in un settore di tipo tradizionale quale è per l'appunto la storica lavorazione della ceramica.

## ***1. La proposta: “Il modello del distretto culturale evoluto”***

In Italia, in questi ultimi anni, l'interesse per la cultura si è principalmente esplicitato all'interno di una concezione unilaterale e riduttiva, quella del turismo culturale, mutuando le teorie e le esperienze del modello distrettuale industriale.

Le modalità con le quali è stato applicato in Italia il modello del cosiddetto *distretto culturale* è basato essenzialmente sulla “rendita” e sulla conservazione più o meno intelligente del patrimonio culturale di cui sono ampiamente dotate sia le principali città d'arte, che numerosi contesti territoriali considerati “minori”.

Per contro, il modello produttivo post-industriale tende ad attribuire maggior valore alle produzioni locali e alle loro caratteristiche identificative ed espressive, superando la logica riduttiva del consumo di massa e, pertanto la loro possibilità di affermazione risiede fundamentalmente nella capacità di rielaborare segni e contenuti appartenenti alla comunità locale, alla sua storia e ai suoi valori identitari.

A differenza del modello del distretto industriale che trae la sua forza dall'integrazione verticale realizzata dal sistema locale su un'unica filiera di prodotto, ***il modello del distretto culturale*** richiede piuttosto l'integrazione orizzontale tra più filiere, tra loro diverse ma caratterizzate da forti complementarità, nonché l'integrazione tra una molteplicità di attori, quali la pubblica amministrazione, il sistema imprenditoriale, il sistema formativo e l'università, gli operatori culturali e la società civile.

In tal senso si può parlare di ***distretto culturale evoluto***, ovvero di ***sistema culturale locale***, nel quale la dimensione di sistema è in grado di generare nuove strategie di produzione e diffusione dell'innovazione e della conoscenza.

Da essa discende l'opportunità di riattivare nuovi meccanismi di crescita endogena nei quali l'innovazione culturale si traduce in capacità innovativa di sistema, anche attraverso la complementarità con l'innovazione scientifica e tecnologica, creando nuove risorse per la produzione culturale stessa e aumentando contemporaneamente la qualità della vita e l'attrattività localizzativa del sistema locale.

In un contesto territoriale caratterizzato da fenomeni più o meno estesi di marginalità socio-economica e culturale risulta necessario investire in una strategia ampia e sistematica di creazione di competenze esperienziali e di opportunità di sviluppo culturale per i residenti, costruendo così dal basso una base economica che auto-sostiene lo sviluppo locale e allo stesso tempo crea le premesse per lo sviluppo di nuove professioni creative e nuove forme di imprenditorialità.

Il processo richiede un'elevata capacità di comprensione e di governance dei meccanismi di accumulazione del capitale intangibile rappresentato dal capitale umano, sociale ed identitario.

Infatti, la produzione di valore nel sistema culturale locale si articola su tre livelli:

- l'emersione delle “competenze” e dei saperi, a livello individuale e collettivo;
- la formazione di atteggiamenti e modelli di comportamento sociale che si sedimentano, al livello della comunità locale;
- la codificazione dei comportamenti e la visibilità esterna al contesto locale, derivante dalla costruzione di un repertorio simbolico ed ideale, fondato sui valori identitari, che identifica il

sistema locale e che è in grado di “informare” le diverse espressioni culturali e produttive.

Si tratta di mettere in atto una vera e propria strategia sociale di investimento nello sviluppo umano, individuale e collettivo per operare un'inversione di tendenza e un cambiamento radicale, rispetto alla cultura ormai superata del consumo di massa, che de-responsabilizza il consumatore invece di accendere la curiosità verso il cammino di auto-miglioramento, di scoperta delle proprie potenzialità inespresse, della ricerca di nuove forme di esperienza motivanti e appaganti.

Come sostiene P.L.Sacco, *“in un'economia fondata sulla conoscenza, la vera e decisiva infrastruttura consiste nella dimensione dello spazio mentale delle persone... che ci porta a misurare il potenziale di sviluppo sulla percentuale dei lettori, dei visitatori di mostre, del livello di alfabetizzazione tecnologica, della diffusione della conoscenza delle lingue straniere, dell'estensione e della qualità del networking delle comunità locali con altri contesti innovativi e aperti alle nuove idee”*.

Occorre, in definitiva che le comunità locali si identifichino con convinzione in un progetto di senso condiviso che non si rivolge in maniera autoreferenziale ai soli residenti ma anche e soprattutto a coloro che vivono e operano in altri contesti, caratterizzati da altri valori identitari.

In questo senso, il sistema culturale locale si pone nelle condizioni di interagire e confrontarsi con esperienze di sviluppo culturale maturate in altri ambiti geografici e può essere in grado di attrarre nuovi investimenti “immateriali”; in altri termini, esso potrà acquisire una “centralità” nel panorama culturale europeo contribuendo, dal suo punto di vista particolare, all'attuazione della strategia di Lisbona per rendere più competitiva l'intera economia europea.

## **2. Per un' "Arte applicata alla cultura del territorio"**

I processi di crescita e di trasformazione urbana e territoriale, a partire dai primi insediamenti umani, sono stati accompagnati da fenomeni più o meno estesi e qualificati di produzione artistica. Tale assunto è alla base delle argomentazioni che G.C. Argan conduce nel saggio dal titolo emblematico *“Storia dell'arte come storia della città”*.

Se dunque la produzione artistica maturata in un determinato contesto insediativo “rappresenta” efficacemente la storia e il dinamismo di una comunità locale, d'altra parte l'esperienza artistica condotta al di fuori di tale contesto rischia di rimanere un'espressione “isolata”, decontestualizzata, ma non per questo meno significativa e interessante dal punto di vista degli esiti che produce.

Il “villaggio globale”, così come si è andato configurando negli ultimi anni ha innegabilmente ridimensionato il ruolo della comunità locale come “committente” dell'opera artistica, ma non ha sicuramente reciso i valori storico-identitari che rappresentano il substrato di qualsiasi produzione artistica di qualità.

L'artista, ormai cittadino del villaggio globale che sperimenta e testimonia tramite differenti linguaggi la sua appartenenza a un mondo senza più confini, rischia di vivere in una condizione di perenne “straniamento”, ovvero “irretito” in un sistema virtuale e mediatico, incapace ormai di esprimere valori collettivi e condivisi.

In questo contesto, può esistere un ruolo per le comunità locali? ... e, ancora, possono esse ridiventare soggetti propulsori di un nuovo dinamismo di produzione artistica fondato sui valori identitari, ma aperto alla dimensione universale che la rivoluzione informatica ha reso accessibile

tout-court e a ciascun individuo?

La risposta è affermativa, proprio perchè la storia ce ne dà ampia dimostrazione: valori identitari locali e dimensione universale sono i poli sui quali si è sviluppata la più significativa produzione artistica della storia dell'umanità; ancora di più, questo binomio sta alla base di qualsiasi processo di produzione artistica.

E' oggi possibile “riedificare” le città, mediante l'avvio di un processo di “rigenerazione” urbana, avvalendosi degli strumenti e delle opportunità che l'arte contemporanea può offrire ?

Dai confini del “villaggio globale” è praticabile l'ipotesi di ricostituire le reti dell'identità locale riproponendole attraverso linguaggi contemporanei e “comprensibili” per il cittadino del mondo?

Il processo di rinnovamento e di riqualificazione urbana e territoriale che si vuole avviare prende le mosse dal riconoscimento che l'attività artistica può essere un potente ed efficace strumento capace di “catalizzare” l'attenzione sul luogo, di renderlo “attraattivo” e, pertanto, in grado di stimolare interessi non solo culturali ma anche economici.

Tale assunto, però, richiede una forte condivisione del “progetto” da parte di tutti i soggetti interessati: le Amministrazioni comunali, gli artisti coinvolti, gli operatori culturali ed economici, le comunità locali nelle diverse espressioni socio-culturali che le rappresentano.

## **2.1 La ceramica nuovo impulso per il territorio**

Il tema della ceramica in Sicilia è sempre attuale poiché è una delle rappresentazione della identità isolana. Vari tentativi si sono susseguiti nel tempo per la costituzione di un vero e proprio circuito regionale che hanno avuto aspetti anche interessanti in termini di riscontro sulle politiche dirette sul tema produttivo.

La politica di circuito delle città della ceramica proposta e gestita da un centro che fornisca assistenza alla filiera, è forse la più forte azione a favore del settore della ceramica di qualità.

Come si è riportato il centro intende operare, in collaborazione con le autorità statali e regionali, con gli organi di governo territoriale, con i produttori della ceramica, con gli enti, le fondazioni, le istituzioni e le associazioni a vario titolo interessate – sia per fini organizzativi che statutari – alla conoscenza, studio, promozione e valorizzazione della ceramica italiana, alla formazione per la costituzione di un circuito innovativo presso il quale si possono ingenerare opportunità e sinergie tra operatori e di sistema.

L'esperienza nel passato del Comune di Santo Stefano di Camastra a riguardo è una esperienza sicuramente interessante da riprendere valorizzare attraverso la costituzione del Centro per l'innovazione.

Infatti la realizzazione del circuito delle “CITTA' DELLA CERAMICA – CIRCUITO SICILIANO DELLA TERRACOTTA” attraverso l'affidamento a valere sulla misura 6.06c del POR Sicilia a società di servizi per la realizzazione di interventi di Marketing Territoriale, promozione e internazionalizzazione del circuito, ha rappresentato una interessante esperienza.

Dopo il successo dell'esposizione presso l'Istituto Italiano di Cultura di New York, per illustrare al mondo imprenditoriale statunitense il meglio della produzione siciliana le Citta' della Ceramica d'Arte Siciliana (Santo Stefano di Camastra, Burgio, Caltagirone, Patti e Sciacca) sono state presenti

presenti alla BIT di Milano nella fine del febbraio 2006. Infine è molto frequente che imprese del settore siano invitate a realizzare vetrine dei diversi Saloni del turismo e di promozione dei prodotti locali in giro per l'Europa. Inoltre contribuisce in maniera rilevante alla promozione delle ceramiche la presenza dei musei della Ceramica realizzati o da realizzare (Burgio) in tutti i comuni del Distretto delle ceramiche.

La struttura proposta è la naturale prosecuzione consecuzione di una esperienza che si deve consolidare e attrezzare per un servizio continuo e duraturo per tutto il comparto della ceramica in Sicilia.

Dai primi siti di produzione della ceramica di tipo esclusivamente funzionale alle costruzioni e ai centri di nuova fondazione con produzioni artistiche di rilievo, un processo ininterrotto di "trasformazione urbana e territoriale e culturale", sempre testimoniato da una produzione artistica in particolare di elevata qualità.

In questo contesto territoriale si tratta, dunque, di avviare un processo virtuoso di riqualificazione e valorizzazione attraverso un insieme organico e coordinato in cui l'architettura e l'arte della produzione dialogano in modo produttivo e costante. Un vero e proprio laboratorio che proponga un sistema aperto e nuovo che possa far incontrare le nuove esigenze di mercato e la produzione ceramica locale, mantenendo sempre alto il livello qualitativo del comparto produttivo. Il progetto non si propone dunque esclusivamente quale strumento a servizio delle realtà produttive locali ma intende; attraverso la proposta di integrazione di essere un laboratorio d'arte per tutto il territorio.

La finalità che ci si propone di conseguire consiste nell'attribuire al territorio nel suo complesso una specializzazione funzionale connessa alla produzione artistica contemporanea.

In sostanza, la struttura dovrà essere destinata non solo ad attività e funzioni proprie della produzione artistica, intesa come filiera produttiva: dall'ideazione alla produzione, esposizione, comunicazione e diffusione/commercializzazione dell'opera d'arte, ma anche all'incontro tra l'architettura e la produzione.

La costituzione di tale filiera deve innescare un processo di innovazione culturale e di rigenerazione del *milieu culturale* al fine di renderlo più "attraente", sviluppare progetti con il comparto di S. Stefano piuttosto che in altre aree di produzione in Italia.

Oltre all'infrastrutturazione territoriale del centro, occorre però investire sull'infrastrutturazione immateriale, ovvero sulla costruzione delle reti relazionali (tra operatori culturali, istituzioni, imprese...) che possono garantire il successo del progetto.

La proposta del centro per la ceramica consiste nel attuare sinergie di settore per completare e valorizzare la filiera e di fare superare alla ceramica siciliana lo status di ceramica legata solo alle forme e contenuti tradizionali per avviare un processo di innovazione e differenziazione dei prodotti che le permetta di diventare reale occasione di sviluppo locale sostenibile e di riqualificazione del sistema produttivo, artigianale e turistico.

Come è stata concepita l'idea forza, essa rappresenta una scelta di campo nel momento in cui si sceglie la valorizzazione e potenziamento del sistema artigianale locale nell'ottica dello sviluppo sostenibile, inteso nella consueta accezione della tutela dell'ambiente ma anche e, forse più, nell'accezione della valorizzazione delle risorse locali.

Il percorso che conduce alla valorizzazione del patrimonio territoriale locale come rappresentato dai

settori produttivi artigianali passa attraverso la piena e cosciente partecipazione di tutti i soggetti coinvolti nell'ottica della realizzazione del miglior partenariato attivo possibile.

### **3. Lo sviluppo preliminare di piano**

La qualità e l'innovazione di processo e di prodotto devono entrare nel DNA di tutti i soggetti che sono titolari dell'onere di promuovere il territorio locale attraverso la valorizzazione delle sue risorse, materiali e immateriali.

La diffusione della qualità del sistema di produzione permette di conseguire quella riconoscibilità e affidabilità che producono la fidelizzazione del sistema del consumo/fruizione del prodotto. Il centro ha bisogno di qualità per potersi promuovere all'esterno e diventare interlocutore e principale attore dei processi di qualità a livello internazionale. Inoltre la qualità del processo non può non confrontarsi con il conseguimento e il mantenimento della qualità ambientale.

Ciò permetterebbe di poter stabilire standard di produzione che permetterebbero di "costruire" un marchio ambientale della ceramica di qualità.

L'obiettivo ultimo del processo è quello di diffondere la qualità nel territorio come strumento di benessere dei cittadini e degli utenti esterni del territorio. Stabilire standard di qualità che uniformino i prodotti ceramistici al fine di conseguire una comune politica di processo riconoscibile e diffusibile.

La cultura della qualità deve diffondersi nel territorio e informare tutte le forme di interazione con il sistema dell'accoglienza e della gestione territoriale. Finalità è quella di promuovere la qualità totale del territorio per permettere una fruizione delle risorse che possa essere connotata dal ben – essere dei viaggiatori e utenti delle risorse locali.

Dalla realizzazione di questa azione si prevede che possano aversi i seguenti risultati:

- **conseguimento del disciplinare di qualità per i raggruppamenti consortili con prodotto ceramico tipico;**
- **consolidare l'immagine della ceramica siciliana d'arte;**
- **responsabilizzazione delle imprese artigiane al perseguimento di uno standard condiviso;**
- **diffusione del principio della qualità ambientale e di sistema produttivo nei territori interessati;**
- **valorizzazione dei processi creativi delle scuole di ceramica per la ricerca di nuovi oggetti e nuove forme;**
- **diffusione di un'altra immagine della ceramica;**
- **allargamento della base dei prodotti ceramici;**
- **interlocuzione con l'industria per la produzione di materiali innovativi;**

La partecipazione delle aziende artigianali ai processi promossi dal PIST implica interventi importanti volti a riqualificare le aziende sia dal punto di vista fisico che strutturale.

Una azienda artigianale moderna deve essere dotata di un'attrezzatura idonea a lavorazioni rispettose dell'ambiente e delle condizioni di lavoro degli artigiani.

Promuovere la riqualificazione delle aziende vuol dire pure fare partecipare la struttura aziendale a un processo di riduzione dell'impatto fisico e formale sul paesaggio e sul territorio. La riqualificazione punta pure sull'informatizzazione della gestione aziendale.



Permettere l'innovazione e la ristrutturazione delle aziende attraverso la dotazione di attrezzature e strumenti per la gestione dell'azienda che permette loro di rimanere competitive e di promuoversi attraverso l'innovazione dei processi promossi dal Centro e competere a livello internazionale.

Per quanto attiene agli aspetti internazionali, diventa sempre più importante per la sopravvivenza dei settori produttivi connettersi con i mercati internazionali al duplice fine di trovare sbocchi commerciali e di diffondere la conoscenza dei territori del Distretto.

Inoltre, un altro obiettivo è quello della cooperazione con le imprese di nazioni estere al fine di promuovere le competenze maturate nel settore e in questo modo esternalizzare anche le attività produttive generando ricchezza e occupazione nei paesi, prevalentemente dell'area euro mediterranea.

#### **4. I riferimenti programmatici**

La strategia individuata dall'Asse 3 – Obiettivo specifico 3.1 - del PO FESR 2007/2013, prevede di mettere a sistema le risorse culturali e paesaggistico-ambientali della Regione *come fattori di competitività regionale, come alimentatori della coesione territoriale e come elementi di connessione per le politiche di cooperazione*, pervenendo alla realizzazione di un sistema organico delle risorse culturali, strutturato in reti, circuiti, itinerari (tematici o integrati).

A tal fine si prevede che la dotazione locale di risorse culturali, naturali e paesaggistiche ancora adesso sottoutilizzate, possa tradursi in aumento di opportunità e benessere per i cittadini e le imprese siciliane, attraverso l'attivazione di nuove filiere produttive collegate alle risorse culturali e ambientali.

La strategia dovrà essere attuata, pertanto, tramite la valorizzazione ed il rafforzamento dell'integrazione di filiera tra il livello di intervento regionale e quello locale, al fine di potenziare l'offerta di beni e attività culturali e la sua organizzazione in rete.

Mentre a livello regionale si prevede il potenziamento dell'armatura costituita dai principali poli attrattori e contenitori culturali, a livello locale ci si prefigge di consolidare e rafforzare i *sistemi culturali locali*, caratterizzati da specifici circuiti e itinerari culturali allo scopo di diversificare l'offerta culturale regionale, di innescare processi di sviluppo socio-economico delle collettività interessate e di attrarre target specifici della domanda di turismo culturale.

La costituzione del Centro rappresenta dunque un'occasione unica per innescare processi di sviluppo socio-economico delle collettività interessate, incentrati sulla dimensione culturale e per attrarre target specifici della domanda di turismo culturale.

Con riferimento alle azioni relative alla valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico contemporaneo, l'obiettivo operativo 3.1.3 del PO FESR *“Sperimentare e sviluppare azioni volte alla produzione, divulgazione e fruizione delle nuove forme artistiche legate all'arte contemporanea”* si propone di favorire una maggiore visibilità di specifici ambiti territoriali attraverso la dotazione di una rete di strutture (il centro è coerente con l'obiettivo operativo) caratterizzate da una forte specializzazione e differenziazione dei propri contenuti e delle attività e dalla capacità di reperire risorse finanziarie private per la promozione e lo sviluppo dei servizi

nell'ambito dell'arte contemporanea.

La promozione e valorizzazione del patrimonio architettonico e artistico-contemporaneo può dare un ulteriore, qualificato contributo alle politiche di sviluppo culturale, in particolar modo nelle aree marginali e rurali, nonché al rafforzamento dei fattori di contesto e delle identità locali.

In tal senso, le azioni previste dall'obiettivo 3.1.4 del PO FESR, da attuare nell'ambito di sistemi culturali locali secondo una strategia unitaria e integrata, potranno favorire il consolidamento di realtà locali capaci di coniugare patrimonio e identità culturali locali con le varie forme di espressione artistica contemporanea, anche al fine di migliorare la qualità dell'ambiente costruito e la qualità dei servizi e delle infrastrutture culturali.

## 5. La proposta progettuale

La filiera ceramistica della produzione artistico-culturale rappresenta l'asse portante del processo di innovazione da attuare nel *Sistema culturale locale*, almeno per quanto attiene la forte identità di Santo Stefano di Camastra.

Il modello di riferimento del Centro che si intende adottare consiste nel coniugare in una formulazione assolutamente originale i tre paradigmi che stanno alla base della formazione dei Sistemi culturali locali, ovvero:

- quello dell'attrazione del talento creativo;
- quello della riconversione competitiva del sistema produttivo;
- quello della capacitazione sistematica della comunità locale.

Con riferimento a ciascuna di dette tematiche, occorre, rispettivamente:

- a) aprire il territorio alla partecipazione di professionalità e talenti artistici che hanno già operato in altri contesti culturali, offrendo loro opportunità di soggiornare ed operare nelle comunità locali e di confrontarsi con esse;
- b) avviare un processo di riconversione del sistema produttivo locale, sviluppando forme di integrazione tra le diverse filiere produttive, avvalendosi degli strumenti propri della ricerca scientifica e tecnologica e di quelli della innovazione culturale e creativa;
- c) sviluppare forme di partecipazione, soprattutto delle giovani generazioni, ai processi di riconversione e "rigenerazione territoriale", a partire da una rivisitazione e rielaborazione dei contenuti culturali e dei valori identitari.

Il progetto da realizzare nel territorio del PIST si prefigge la finalità di costituire nell'ambito del Sistema culturale locale un "**CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE**", attraverso la creazione di laboratori per la produzione artistica, la promozione della creatività e della qualità della produzione architettonica e urbanistica, nonché la formazione di una rete di imprese ed operatori nella filiera della produzione artistica e dei servizi per la fruizione culturale.

Il progetto, in sintonia con la strategia prevista all'obiettivo specifico 3.1 e dall'obiettivo operativo

3.1.3 del PO FERS 2007/2013, si articolerà in azioni ed interventi prioritari ritenuti necessari per l'avvio del processo di valorizzazione della produzione artistica e di promozione della qualità architettonica e urbana e prevederà, altresì, azioni-pilota aventi carattere dimostrativo e di sensibilizzazione del contesto territoriale.

In una prima fase di ricognizione si provvederà all'individuazione:

- delle istituzioni e degli operatori (pubblici e privati), presenti nel territorio del PIST ed operanti nei vari campi di espressione artistica, compreso il settore dell'audiovisivo e della cinematografia;
- delle filiere della produzione artistica e dei servizi per la fruizione culturale da attivare;
- degli immobili e dei contesti architettonici, urbanistici e paesaggistici di particolare valenza storico-artistica da destinare ad attività di produzione artistica contemporanea, ovvero a *locations* per produzioni audiovisive e cinematografiche.

Tali attività saranno realizzate previa pubblicazione di Avvisi e o Inviti per manifestazioni di interesse, nonché attraverso contatti diretti con i soggetti interessati (istituzioni, operatori, imprese).

Tramite la presente operazione si intendono finanziare lo start up dei servizi comuni, elencati al precedente paragrafo 5, oltre allo start up del centro sopra indicato.

## **6. Le Azioni progettuali**

Come già indicato nei paragrafi precedenti, tramite la presente operazione si intendono attivare i seguenti servizi, per ciascuno dei quali saranno implementate le azioni di seguito descritte.

### **7.1 Gestione attività culturali**

La costituzione del *Distretto* della produzione della ceramica e la messa in campo di servizi e strumenti per lo sviluppo e il sostegno alla produzione artistica contemporanea nel territorio della Coalizione avranno anche l'effetto di stimolare l'iniziativa privata, con riferimento, sia agli artisti ed operatori culturali residenti in loco, sia al sistema delle imprese culturali, anche del settore no-profit.

A tal proposito, si prevede di coinvolgere gli artisti e degli operatori culturali, non soltanto nella fase di realizzazione delle iniziative e degli eventi finanziati dal *Fondo*, ma anche nella fase di elaborazione programmatica e progettuale, attraverso la formale costituzione di forum e la realizzazione di workshop.

Il *Forum*, denominato “*Artisti per il territorio*” (ArTer) e i workshop che ne deriveranno, rappresentano il luogo privilegiato dell'elaborazione e della produzione artistico-culturale, fortemente connesse ai valori identitari e orientate allo sviluppo culturale del territorio; un'attività, dunque, non fine a se stessa, ma capace di contribuire alla valorizzazione del territorio, qualificandone le potenzialità attrattive, anche ai fini dell'insediamento di nuove attività economiche.

Si intende in tal modo incrementare le diverse forme di “capitale intangibile” presenti nel territorio, investendo soprattutto sulle giovani generazioni e sulle loro capacità comunicative ed espressive,

sostenendo l'evoluzione di un sistema culturale locale che nel riappropriarsi delle risorse culturali e dei valori identitari, utilizza la creazione artistica per conquistare una presenza “significativa” nel panorama internazionale, acquisendo visibilità grazie all'utilizzo degli strumenti innovativi dell'informazione e della comunicazione.

La qualificazione del capitale umano e del “milieu ambientale” costituiscono il terreno fertile per la nascita di nuove imprese e/o il consolidamento di quelle esistenti nelle filiere dei servizi per la fruizione culturale e per la produzione artistico-culturale.

In particolare, si prevede di sviluppare le seguenti attività:

- Attivazione del Forum “*Artisti per il territorio*” e di workshop tematici, che potranno riguardare anche attività di produzione artistica in extempore;
- Creazione di reti stabili tra operatori culturali per la programmazione e circuitazione di eventi e attività culturali;
- Produzione di eventi di richiamo internazionale;
- Attivazione di “*residenze d'artista*”, al fine di attrarre talenti creativi esterni all'area.

## **7.2 Servizi per la produzione culturale**

L'artigianato artistico di elevata qualità (alcune delle quali ormai in fase di estinzione) richiede la messa in campo di strumenti di sostegno e di servizi per la loro valorizzazione. L'artigianato artistico costituisce una delle forme più rappresentative dei valori socio-identitari, l'espressione di una cultura materiale che per continuare a sopravvivere ha bisogno di “nuova linfa”, ovvero di introdurre elementi di innovazione derivanti da un più forte legame con il mondo della ricerca artistica.

In particolare, si prevede di sviluppare le seguenti attività:

- Erogazione di servizi per la produzione artistico-artigianale di qualità (redazione disciplinari di produzione, documentazione, progettazione, promozione...);
- Elaborazione di una linea di prodotti per il merchandising museale e creazione di un sistema di accreditamento delle imprese coinvolte.

Inoltre, la formazione del *Distretto dell'innovazione e della produzione artistica contemporanea*, richiede l'attivazione di servizi che possano favorire l'“emersione” di giovani talenti creativi presenti nel territorio, coinvolgendoli nei processi di sviluppo locale. A tal fine si prevede di attivare l'erogazione di:

- servizi a supporto della produzione artistica (documentazione, promozione, commercializzazione, etc.) e per la gestione comune di spazi espositivi, e di spazi attrezzati per il co-working (laboratori/ateliers per attività teatrali, musicali, artistiche in genere, audiovisive, cinematografiche, gestione locations cinematografiche...)
- servizi alla produzione editoriale locale (creazione di una biblioteca/mediateca della produzione letteraria e artistico/culturale).

## 8. Budget previsionale

<b>ATTIVITÀ'</b>	<b>VOCI DI COSTO</b>	<b>Importo (in euro)</b>
<b>GESTIONE ATTIVITA' CULTURALI</b>		
Attivazione Forum "Artisti per il territorio" e realizzazione <i>workshop</i> tematici;	N° 3 animatori X €. 5.000,00	15.000,00
	Affitto sedi attrezzate: N° 5 <i>workshop</i> X E. 4.000,00	20.000,00
Creazione di reti di cooperazione tra operatori culturali per la coproduzione di eventi	N° 3 facilitatori X €. 5.000,00	15.000,00
Produzione eventi di richiamo internazionale: <i>Biennale della ceramica</i>	N° 1 evento	50.000,00
Attrezzatura per i Laboratori della ceramica	N° 3 laboratori X €. 10.000,00	30.000,00
<b>SERVIZI PER LA PRODUZIONE CULTURALE</b>		
Servizi per la produzione artistico-artigianale di qualità:		
Realizzazione "Atlante della produzione artistico-artigianale locale"	N° 3 rilevatori X €. 6.000,00	6.000,00
	N° 2 esperti X €. 3.000,00	6.000,00
Progettazione e realizzazione di una linea di prodotti per il <i>merchandising</i> museale tramite concorso di progettazione	N° 5 premi X €. 5.000,00	25.000,00
Creazione di uno sportello multifunzionale:		
- Anagrafe ragionata dei produttori locali ( <i>production guide</i> )	N° 1 esperto X €. 5.000,00	5.000,00
	N° 3 rilevatori X €. 3.000,00	9.000,00
- Servizi di promozione e comunicazione - sito WEB e Blog interattivo	N° 1 esperto X €. 5.000,00 N° 1 addetto X €. 7.000,00	12.000,00
- Sostegno economico per la partecipazione a fiere di settore	N° 5 X €. 6.000,00	30.000,00
<b>COMITATO TECNICO SCIENTIFICO</b>	N° 3 esperti X 3 anni X €. 3.000,00	27.000,00
	<b>TOTALE €.</b>	<b>250.000,00</b>

# La ceramica artistica e tradizionale in Italia

## Quadro di sintesi, prospettive e fattori di successo

### SINTESI DELLA RICERCA

### La ricerca è stata svolta dallo staff di Artex composto da:

- Daniele Calamandrei - *strutturazione indagine e redazione rapporto*
- Milo Fiasconaro - *interviste ed elaborazione dati*

### Si ringraziano:

- *Maurizio Troiani (CNA) e Raffaele Masprone (Confartigianato) per la preziosa collaborazione nella definizione dell'universo d'indagine e nella selezione dei dati di sugli studi di settore dell'Agenzia delle Entrate, nonché nell'assistenza alla stesura del rapporto finale*
- *L'AiCC per il prezioso ruolo di raccordo nei confronti delle diverse città associate*
- *I sindaci delle diverse città della ceramica che hanno collaborato all'individuazione delle imprese del loro territorio per la conduzione delle interviste*
- *Tutte le imprese di ceramica che si sono rese disponibili e hanno collaborato alla fornitura dei dati d'indagine*

La presente opera, comprese tutte le sue parti, è svolta nell'ambito del progetto "Keramos" e i relativi diritti sono di proprietà e gestiti da Artex s. cons. r. l., in quanto capofila e coordinatore del progetto. Sono vietate le riproduzioni anche parziali e con qualsiasi mezzo della stessa, se non per uso esclusivamente personale di studio e nel limite del 15% dell'intero elaborato. Sono parimenti vietate la comunicazione e la messa a disposizione del pubblico con qualsiasi mezzo (anche on line o mediante comunicazioni elettroniche), la traduzione, l'adattamento totale o parziale, fatte salve eventuali specifiche autorizzazioni da richiedere ad

**Artex s. cons. r. l., nella persona del suo Direttore**

sede di Firenze, Via S. Botticelli, 9r,

tel. +39 055 570627

fax +39 055 572093

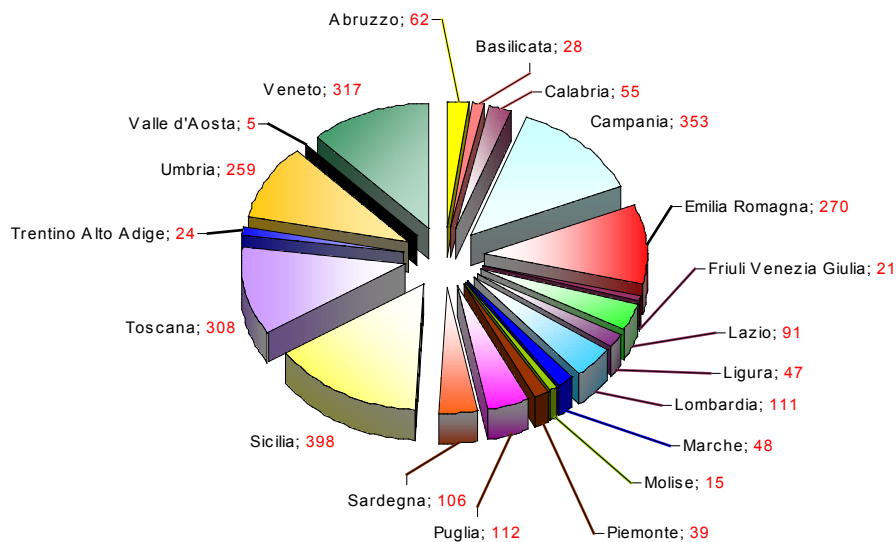
email [artex@artex.firenze.it](mailto:artex@artex.firenze.it)

La presente indagine mira a fornire un quadro il più articolato possibile del settore produttivo della ceramica artistica e tradizionale in Italia. In particolare, oltre a cercare di mettere in luce gli aspetti quantitativi del settore (per numero di imprese, di addetti, per dimensione dello stabilimento ecc.) aspira a cogliere quelle criticità di funzionamento che ne condizionano i rapporti col mercato e quei fattori che viceversa possono contribuire a far sviluppare un settore altrimenti fortemente colpito e penalizzato dalle dinamiche congiunturali e competitive degli ultimi anni. Ciò con la speranza di contribuire a fornire indicazioni che, pur nel loro carattere sommario, possano essere utili per la definizione e il rinnovamento delle strategie future del settore.

L'indagine si basa sia sulla valorizzazione dei dati disponibili sull'universo delle imprese e in particolare su quelli raccolti attraverso gli studi di settore condotti dall'Agenzia delle Entrate, nonché su una rilevazione di profondità svolta su un campione significativo di imprese di diverse regioni italiane.

## Grafico 1

### Le imprese di ceramica nelle regioni italiane (anno 2006 - valori assoluti)

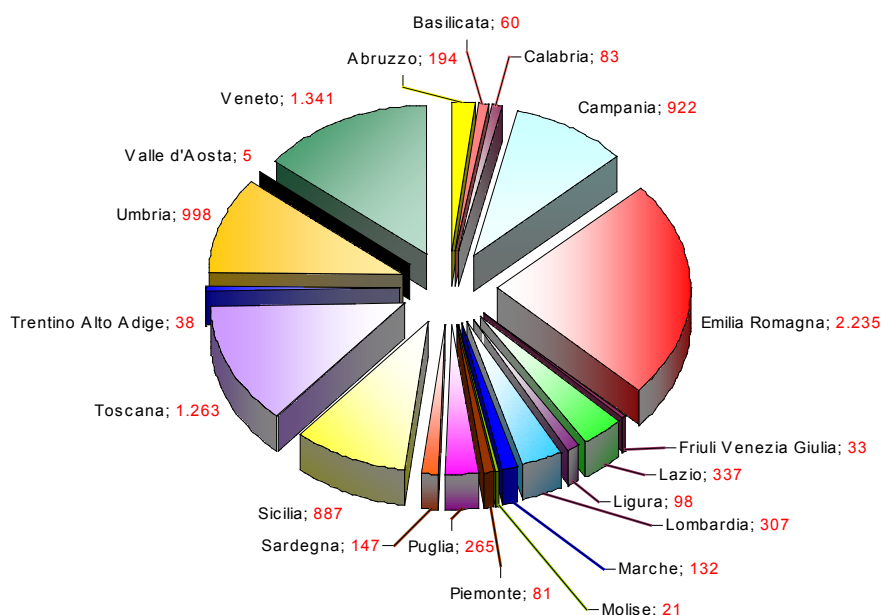


Fonte: nostre elaborazioni su dati della Banca Dati degli Studi di Settore

Dai dati degli studi di settore dell'Agenzia delle Entrate <sup>1</sup>, le imprese italiane che nel 2006 risultavano ascrivibili al settore della ceramica artistica e tradizionale erano circa 2.700 ripartite per regione come nel grafico 1. Si tratta di una stima per la verità approssimata per difetto, dal momento che dal computo erano escluse una quota indefinita di imprese che non avevano fornito i dati in modo corretto o che presentavano anche altre attività o una dimensione così rilevante tali da escluderle dagli studi di settore. Si pensa che la quota di imprese escluse ammontasse a circa il 10-15% del totale. In altre parole si può dire che, a quell'epoca, le imprese di ceramica artistica e tradizionale italiane erano circa 3 mila. Da tale computo sono escluse quelle attività a carattere prevalentemente industriale e impegnate nella produzione di materiali di costruzione per l'edilizia. Alle imprese come sopra calcolate corrispondono circa 10 mila addetti, suddivisi per regione come nel grafico 2.

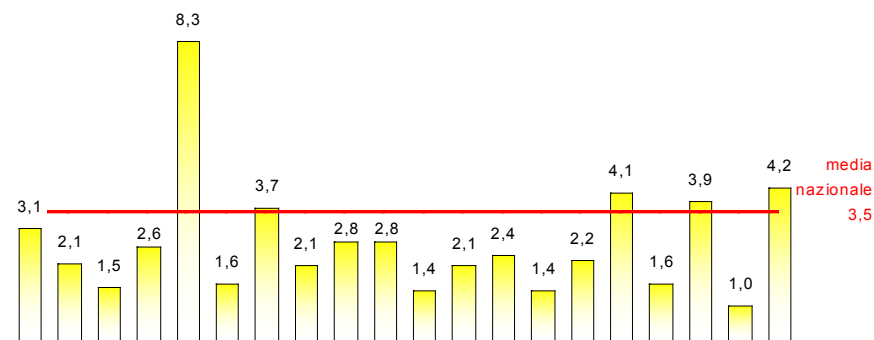
<sup>1</sup> Studio di Settore TD18U, con l'esclusione dei cluster 6 e 8 inerenti rispettivamente le imprese che producono laterizi per pavimenti e rivestimenti e le imprese di più grandi dimensioni che producono laterizi.



**Grafico 2**
**Gli addetti nelle imprese di ceramica nelle regioni italiane (anno 2006 - valori assoluti)**


Fonte: nostre elaborazioni su dati della Banca Dati degli Studi di Settore

La ceramica è un settore di antico radicamento nel territorio nazionale, tanto da risultare diffusa in tutte le regioni italiane. Tuttavia le regioni differiscono fra loro in termini di densità di produttori insediati e loro caratteristiche strutturali (grafico 3). Quelle più rilevanti per la produzione ceramica, almeno per numero di imprese attive, sono la Sicilia, la Campania, il Veneto, la Toscana, l'Emilia Romagna, l'Umbria. Queste regioni sono più rilevanti anche per numero di addetti impegnati, ma in tal caso l'Emilia Romagna, seguita a distanza dal Veneto e dalla Toscana, prende il largo in conseguenza del fatto di possedere una base produttiva a carattere maggiormente industriale, con una dimensione media d'impresa più grande delle altre regioni.

**Grafico 3**
**Numero medio di addetti per ogni impresa ceramica delle diverse regioni italiane (valori anno 2006)**


Fonte: nostre elaborazioni su dati della Banca Dati degli Studi di Settore

Negli ultimi anni il settore ha attraversato e la sta attraversando tuttora, una lunga fase di crisi che ha portato ad un tendenziale suo ridimensionamento per numero sia di imprese che di addetti: dal 2004 le aziende si sono ridotte di circa 200 unità, mentre ancora più netta è stata la flessione sul fronte degli occupati, con circa 1700 persone in meno. La riduzione di addetti ha riguardato soprattutto la componente subordinata e forse in dipendenza dello sforzo delle aziende di mantenere una certa flessibilità di gestione di fronte alle avversità che la dinamica congiunturale e competitiva ha loro frapposto.

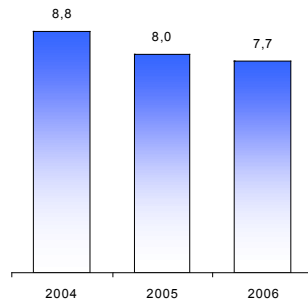
La più marcata flessione degli addetti rispetto alle unità produttive, ha prodotto come conseguenza l'ulteriore contrazione di una struttura d'impresa ceramica già di per sé molto piccola. La dimensione media aziendale per numero di addetti è oggi di circa 3,5 persone per unità produttiva. Come si è detto esistono molte differenze fra regione e regione anche su questo piano, con quelle del sud, delle isole maggiori e delle regioni del nord ovest titolari di un'impreditoria mediamente molto più piccola di quella delle regioni del nord est e del centro. Ciò dipende da una massiccia presenza di imprese dal carattere fortemente artigianale, mono-personali e comunque con un numero di addetti che spesso non supera la media dei due persone per azienda. Viceversa le aziende più grandi sono concentrate in Emilia Romagna, dove la dimensione media per numero di addetti supera le 8 unità, seguita a distanza da Veneto e Toscana, con una dimensione media di circa la metà.

Anche il fatturato medio per impresa è modesto e si aggira attorno ai 220 mila euro annui per unità produttiva. In linea col tendenziale ridimensionamento aziendale, anche esso si è ridotto ma in misura inferiore alla contrazione sia delle unità produttive che degli addetti. Il fatturato medio per addetto è di circa 55 mila euro annui, ma esso varia sensibilmente a seconda della classe dimensionale dell'impresa.

Generalmente le imprese ceramiche sono impegnate nella produzione di prodotti finiti, destinati al consumo finale, da commercializzare con un proprio marchio, mentre raramente si occupano di produzioni a carattere intermedio e di produzioni in conto terzi. Insomma le aziende italiane preferiscono essere attivamente impegnate nelle fasi finali del processo di lavorazione, ovvero in quelle fasi che consentono di agire più efficacemente per la qualificazione del prodotto e la sua personalizzazione.

Le tipologie produttive che generano la più ampia quota del fatturato di settore sono costituite dalle terrecotte e dalle maioliche e in particolare da articoli artistici ornamentali, vasellame, oggettistica, altri oggetti d'uso domestico. Importante è anche la produzione di piastrelle e rivestimenti a carattere artistico. In ogni caso negli ultimi anni è cresciuto il peso del fatturato di prodotti personalizzati, come se ciò costituisse un valore di mercato in tendenziale ascesa.

La limitata dimensione aziendale si ripercuote sulle opzioni strategiche accessibili alle imprese ceramiche artistiche e tradizionali italiane, a partire da quelle inerenti i canali distributivi di accesso al mercato e l'ampiezza del proprio mercato geografico: la clientela principale è costituita da operatori del dettaglio specializzato (tipologia messa progressivamente in crisi dall'avvento delle formule della grande distribuzione organizzata) e operatori dell'ingrosso (figure proprie di un canale distributivo lungo sempre più penalizzante ed estromesso dal mercato). Sul piano geografico, le aziende ceramiche italiane operano con riferimento quasi esclusivo ad un mercato interno, in gran parte locale/regionale. Viceversa è minima e in diminuzione la quota di fatturato da esportazione: al 2006 tale quota risultava del 7,7% (grafico 4). Inoltre è minima la quota di imprese che frequentano in modo più o meno significativo i mercati esteri: circa il 22% esporta nei mercati dell'Unione Europea e circa il 21% anche in quelli extraeuropei.

**Grafico 4****Andamento della quota di fatturato da esportazione (valori percentuali)**

Fonte: nostre elaborazioni su dati della Banca Dati degli Studi di Settore

Quanto sopra costituisce la sintesi del quadro che si può fare delle imprese di ceramica artistica e tradizionale sulla base dei dati ricavati dagli Studi di Settore. L'indagine a carattere maggiormente qualitativo, realizzata attraverso le interviste dirette ci parla di un'impresa, quella di produzione ceramica artistica e tradizionale italiana, organizzativamente concentrata sulla funzione tecnico-produttiva, ma che sta cercando di evolvere attraverso l'interiorizzazione di funzioni oggi a maggiore valore aggiunto, come quella commerciale, la progettazione e la direzione strategica: la distribuzione media del personale per funzione ricoperta contempla circa il 62% dedicato all'attività produttiva in senso stretto, circa il 18% alla funzione commerciale, oltre il 9% alla progettazione, circa il 6% alla direzione strategica e il 5% all'amministrazione. Tuttavia queste percentuali applicate alle imprese più piccole finiscono per assumere un rilievo assoluto assai modesto. Tanto da poter affermare che, nonostante emerga, anche rispetto a nostre precedenti rilevazioni sui comparti artistici e tradizionali, una certa tensione a dotarsi di quelle funzioni che meglio si correlano con risultati aziendali positivi, questo processo di strutturazione appare ben lontano dall'essere compiuto. In definitiva sono le aziende più grandi quelle in cui la distribuzione funzionale del personale risulta più equilibrata e conseguentemente più efficace.

Una via per fronteggiare questi limiti strutturali può essere quella dell'integrazione di funzioni attraverso relazioni strategiche con altre imprese. Tuttavia dai nostri dati emerge una bassissima attitudine delle imprese ceramiche a stringere rapporti di collaborazione e anche laddove rapporti sistematici fra imprese emergono, questi rimangono di modesta portata. Ne consegue che se, da una parte l'integrazione di funzioni condivise costituisce un'opzione teoricamente interessante, essa risulta in pratica assai lontana dalla sua concretizzabilità in conseguenza di un deficit culturale d'impresa assai difficile da colmare.

Le modalità prevalenti di produzione del prodotto ceramico sono quelle della piccola serie, seguita da quella finalizzata a realizzare pezzi unici. È bassa invece la frequenza di produzione secondo logiche da grande serie o la produzione di semilavorati. Tuttavia il tipo di produzione realizzata è variabile strettamente legata alla dimensione aziendale. In particolare le produzioni in grande serie compaiono in corrispondenza delle aziende di dimensioni maggiori, quest'ultime svincolate da logiche di produzione tipicamente artigianali. Analogamente la produzione di pezzi unici è prerogativa principale delle imprese più piccole. In ogni caso, la logica produttiva in piccola serie risulta opzione trasversale a tutte le tipologie dimensionali d'impresa.

Nel caso delle produzioni sia di pezzi unici che di piccole serie, la lavorazione rimane prevalentemente manuale a suggellare il carattere realmente artistico e artigianale del settore. Viceversa le lavorazioni ottenute prevalentemente con tecnologie meccaniche sembrano corrispondere a logiche produttive di grande serie. In ogni caso la lavorazione prevalentemente manuale è tratto dominante in tutte le tipologie dimensionali d'impresa, anche se tende a diminuire di peso al crescere dell'azienda per numero di addetti.

Da un punto di vista della filosofia di prodotto, appare dominante la scelta di ispirarsi al patrimonio

artistico e culturale del territorio d'insediamento. Tuttavia secondo per frequenza, anche se ad una certa distanza, è il fattore, per certi versi opposto, della ricerca di un'originalità propria (che proprio per questo dovrebbe il più possibile prendere le distanze dall'iconografia stereotipata delle produzioni locali) e pur sempre all'insegna di un alto valore estetico e creativo dell'opera. In fondo il dilemma delle imprese artigiane, sul piano delle caratteristiche qualitative del prodotto, è quello di seguire la cultura tipica e consolidata della maestria artigianale locale o quella dell'affermazione di un'identità propria secondo quindi un'impronta "artistica" oltre che originale. Si potrebbe dire che la produzione ceramica di qualità italiana muove fra il solco dell'alto artigianato e quello dell'alta espressione artistica.

**Tabella 1.1**

**Sintesi dei fattori, dei temi portanti della strategia di prodotto delle aziende delle diverse classi dimensionali per numero di addetti <sup>2</sup>**

Classe dell'impresa per n. addetti	I temi portanti	Alla ricerca di...	Motivazioni dominanti
Da 1 a 3 addetti	SICUREZZA NELLA TRADIZIONE	...sicurezza affidandosi all'identità del territorio	Fedeltà alla tradizione produttiva del territorio
Da 4 a 5 addetti	PREZIOSITA' NELLA TRADIZIONE INTERNAZIONALE	...preziosità	Preziosità elaborata attraverso un giusto equilibrio fra canoni consolidati del territorio e elementi di culture diverse
Da 6 a 9 addetti	IL CAMBIAMENTO PRUDENTE DEI CANONI TRADIZIONALI	...un'originalità e un'identità proprie ma ancorate alla cultura o ai valori tradizionali del territorio	Rinnovamento della tradizione
Da 10 a 14 addetti	IL SUPERAMENTO DELLA TRADIZIONE	...un'identità propria	Ricerca dell'originalità estetica provando a superare i canoni tradizionali
Oltre 14 addetti	DAL LOCALISMO VERSO L'INTERNAZIONALISMO	...Suggerimenti multiculturali per un gusto internazionale	Ricerca dell'originalità attingendo ai canoni o alle abitudini di diverse culture internazionali

Ovviamente il cammino all'interno di questi due solchi tende a mutare al variare delle dimensioni aziendali: quelle mediamente più grandi sono maggiormente votate di quelle piccole, a ricercare l'affermazione di una propria identità, un prodotto che sia differente da quello che, essendo tipico del territorio, risulta "già visto" e per questo indifferenziato. Tuttavia le logiche conservative e tradizionaliste ritornano a dominare nelle aziende della classe dimensionale superiore, oltre i 14 addetti, anche se questo conservatorismo cerca di esprimersi attraverso la ricerca di un gusto internazionale, probabilmente con l'intento di rispondere meglio alle attese dei mercati esteri.

Sulla base dei temi produttivi di riferimento proposti dalle aziende delle diverse classi dimensionali per numero di addetti, si possono individuare delle filosofie composite dominanti così riassunte nella tabella 1.1. Da un punto di vista geografico il fatturato dell'azienda ceramica italiana si genera prevalentemente nell'ambito di un mercato locale, poi regionale, in modo minore nazionale e marginalmente internazionale. Anche quando ci si muove sul piano internazionale si finisce per affidarsi a mercati di tradizionale riferimento e che negli ultimi anni si caratterizzano per una bassa capacità di trazione: il mercato statunitense e poi quelli classici dell'Unione Europea. In via marginale le aziende ceramiche cercano di affacciarsi all'area dell'allargamento europeo e alla Russia, ma la rilevanza del fatturato ivi prodotto è ancora modesta (circa l'1% del totale).

Osservando i comportamenti di mercato delle imprese delle diverse classi dimensionali appare evidente come alle aziende molto piccole sia sostanzialmente preclusa la via dell'internazionalizzazione commerciale, confinate come sembrano ad operare in un mercato pressoché esclusivamente locale. Per cominciare ad affacciarsi timidamente ad un mercato internazionale occorre una dimensione maggiore

<sup>2</sup> Tale tabella corrisponde alla n. 3.7

di tre addetti, ma in tal caso, finché non si supera la soglia dimensionale dei 9 addetti, si finisce per fermarsi, con una quota di fatturato comunque limitata, ad un ambito europeo classico (con quote limitate generate nel mercato statunitense e in Giappone). Le imprese con oltre 9 addetti intrattengono rapporti significativi con i mercati esteri ma questi riguardano soprattutto quello americano (in fase stagnante da molti anni in conseguenza della crisi avviata dopo il 2001 e delle dinamiche valutarie che hanno apprezzato l'euro nei rapporti col dollaro) e quello giapponese. Ciò significa che, in linea di teoria, le imprese di ceramica italiane potrebbero fare molto per il progressivo allargamento del loro mercato e per la crescente penetrazione delle piazze estere.

La tipologia di clientela prevalente è quella privata che acquista direttamente al produttore (la percentuale media di fatturato generato con questo tipo di cliente è del 57%). Ad essa segue il dettaglio specializzato (quasi 20% del fatturato). Dai dati tendenziali elaborati, sembrerebbe che le aziende tendano a muoversi all'interno di canali distributivi sempre più brevi (corti o cortissimi); logica che potrebbe trovare applicazione anche con riferimento ai mercati esteri, ma che non si riesce ad implementare forse per la difficoltà della piccola organizzazione aziendale a presidiare direttamente tali mercati. Riguardo alla tipologia di clientela si evidenzia inoltre la crescente rilevanza che hanno, sul piano del fatturato generato, formule distributive inusuali e personalizzate e che coinvolgono una committenza istituzionale o industriale. Al crescere delle dimensioni aziendali, dove intercettare sempre più i mercati internazionali è obiettivo di sviluppo (se non anche di solo mantenimento) fondamentale dell'impresa, tendono a crescere di peso alcune forme distributive allungate e in particolare quella dell'importatore. Questi in pratica diventa il soggetto di interposizione esperto del mercato estero, che media l'accesso al mercato di un'impresa.

Dato importante è quello dello scarso peso che hanno sul fatturato aziendale i rapporti di fornitura con la grande distribuzione organizzata: negli ultimi decenni questa formula di vendita ha eroso quote di mercato al dettaglio specializzato e ha introdotto pesanti mutamenti nelle logiche di fornitura dei dettaglianti, in pratica mettendo fuori gioco l'ingrosso. Solo le aziende di maggiori dimensioni tendono ad intrattenere una relazione con la GDO ma in modo probabilmente inefficace. In pratica l'erosione di mercato operata dalla grande distribuzione nei confronti del dettaglio specializzato non si è tradotta in nuove opportunità per le aziende di ceramica artistica. È come se, cioè, sussistesse una sorta di incompatibilità fra queste tipologie di operatori e le produzioni artistiche italiane, che si traduce purtroppo in una progressiva riduzione di spazi di mercato per le nostre aziende.

Le imprese di ceramica appaiono molto resistenti ad adottare forme di promozione e di comunicazione; lo strumento di cui cresce maggiormente l'utilizzo è quello dello spazio internet, mentre all'opposto si tende ad investire di meno in formule tradizionali come la partecipazione fieristica soprattutto in ambito locale/nazionale. Si segnala tuttavia come vi sia, da parte di una minoranza davvero ristretta di imprese, una crescente propensione ad effettuare investimenti pubblicitari all'estero, in un apparente tentativo di creare un'immagine di marca sempre più solida. Inutile dire che questa minoranza si colloca soprattutto fra le imprese di dimensioni maggiori. In ogni caso quelle di dimensione intermedia ma comunque rilevante (9-14 addetti) sono più propense di altre ad intensificare i propri investimenti in campagne pubblicitarie nazionali, evidentemente con l'intento di migliorare anch'esse la propria immagine e riconoscibilità di marca.

La ceramica artistica italiana, come dicevamo, ha attraversato un lungo periodo di crisi che continua a perdurare: quasi il 60% delle imprese intervistate denuncia una diminuzione di fatturato avvenuta negli ultimi tre anni, a fronte di una quota di appena il 16,5% che lo ha aumentato. Di questa dinamica ne hanno sofferto soprattutto le dimensioni aziendali più piccole, con un numero di addetti minore di 9, mentre quelle un po' più strutturate sembrano essersi difese meglio. A ciò è corrisposto anche un tentativo di alleggerimento della struttura, attraverso un'espulsione di addetti, soprattutto nella componente subordinata (come si è calcolato attraverso i dati degli studi di settore). Purtroppo questo tentativo di alleggerimento non ha consentito di migliorare la dinamica economica, dal momento che circa il 70% delle imprese intervistate ha denunciato una perdita di redditività negli ultimi tre anni, contro appena un 10% che l'ha vista migliorare. Sul piano della redditività soffrono nuovamente le dimensioni più piccole

ma anche quelle intermedie maggiori non brillano.

Di fronte a queste dinamiche ripetutamente negative, gli imprenditori della ceramica si sentono ad affrontare una situazione competitiva difficile con una struttura organizzativa probabilmente non adeguata e con una percezione forse non chiara delle carenze che li condizionano: oltre a lamentare il più delle volte la mancanza di adeguate figure tecniche di produzione; segue a distanza la percezione di una carenza di figure dedite alla funzione commerciale e ciò soprattutto fra le imprese più piccole.

La grave conseguenza del perdurare di un stato di difficoltà risiede indubbiamente nel fatto di aver fiaccato le energie e motivazioni degli imprenditori ed eroso le risorse aziendali. Tanto che risulta molto alta la quota di imprese che adesso manifestano l'intenzione di cessare l'attività nel breve termine. Tale quota supera la soglia del 20% a livello medio nazionale e raggiunge quote molto elevate in alcune città di produzione caratteristica. Si tratta di una percentuale così alta a testimonianza del carattere fortemente selettivo che possiede l'attuale stato di crisi.

Trovare quindi delle indicazioni su elementi strutturali, processi, scelte distributive e di prodotto sui quali intervenire per mutare la tendenza è cosa estremamente ardua. Questo anche perché, data la generalità dello stato di sofferenza, si rilevano indicazioni o fattori che in alcuni casi sembrano associarsi a situazioni aziendali positive e in molti altri casi a situazioni negative. Ponendo tali indicazioni o fattori in relazione con gli altri e con le diverse casistiche aziendali si possono individuare alcuni in cui le correlazioni sono tendenzialmente più positive di altre. È su questa maggiore positività che si vanno ad estrarre alcuni spunti e indicazioni.

Ciò considerato, fattori importanti per il successo dell'impresa sembrano:

- la dimensione aziendale. Aziende con una dimensione compresa fra i 10 e 14 addetti tendono a comportarsi meglio di quelle piccole o anche di quelle di dimensioni ancora maggiori. Aziende con un numero di addetti compreso fra i 6 e i 9 hanno performance comunque migliori di aziende ancora più piccole.
- Gli aspetti qualitativi dell'organizzazione aziendale. Il dato quantitativo dell'organizzazione in termini di addetti impegnati, da solo non basta a spiegare le ragioni di efficacia o inefficacia operativa. Questa dipende anche da come risultano coperte alcune funzioni-chiave per il successo. Si è constatato che una crescente copertura di alcune funzioni, in primis quella progettuale, poi strategica, associata ad una buona copertura proporzionale della funzione commerciale, si lega a prestazioni aziendali migliori in termini di andamento del fatturato e della redditività. È evidente tuttavia che in questo caso contano anche i valori assoluti: una percentuale significativa di tempo-risorsa dedicata ad una funzione risulta poco efficace se applicata ad una base di addetti modesta. Viceversa se la dimensione aziendale cresce e il dato percentuale è tale da far sì che una o più persone si dedichino ad una specifica funzione a tempo pieno, ciò tende a legarsi a situazioni aziendali più efficaci. In pratica, la sensazione che si è ricavata è che una buona organizzazione dovrebbe contemplare la presenza di almeno una persona dedicata alle funzioni di management strategico, almeno una dedicata alla funzione di progettazione, almeno una alla funzione commerciale, una alla funzione amministrativa e le restanti alla funzione produttiva. È chiaro che soluzioni simili non sono praticabili all'interno di aziende piccolissime, ma se le competenze connesse a certe funzioni sono davvero passaggio obbligato per il successo di mercato, occorre impegnarsi nella ricerca di soluzioni praticabili e sostenibili anche per le micro imprese (ad esempio studiando formule di condivisione di figure professionali esperte).
- Le tipologie di produzioni e lavorazioni realizzate. Sebbene anche in questo caso il legame fra tipo di produzione e lavorazione e risultati aziendali non sia univoco, la sensazione che si ricava è che la produzione di pezzi unici dia risultati più soddisfacenti di altre modalità, anche se esistono casi positivi anche qualora si realizzano produzioni in piccole serie, soprattutto laddove è prevalente la lavorazione manuale.
- Le caratteristiche qualitative del prodotto. Si tratta di un dato di più difficile interpretazione dal momento che risulta fortemente ambiguo il legame fra specifica caratteristica o mix di caratteristiche e risultati aziendali. Questo anche perché siamo di fronte ad autovalutazioni qualitative del proprio



modo di lavorare, che risentono fortemente della soggettività dell'intervistato. Anche in questo caso dobbiamo affidarci alle sensazioni maturate. Un prodotto di gusto maggiormente internazionale, con un tocco di preziosità, supportato da una ricerca di un'originalità propria dell'azienda risulta maggiormente premiante di altri percorsi. In pratica i mix di attributi del prodotto individuati, che si associano a situazioni aziendali tendenzialmente non negative si sono così definiti: preziosità internazionale (prodotto percepibile come unico prezioso, ispirato al patrimonio artistico, che attinge a tradizioni nazionali e internazionali), ricerca dell'originalità con un respiro internazionale (prodotto dal design originale o dall'alto valore estetico o creativo, che attinge a tradizioni nazionali e internazionali e risulta fedele ai valori culturali e tradizionali del proprio territorio), preziosità originale (prodotto dal design originale o dall'alto valore estetico, percepibile come unico prezioso).

- La tipologia di clientela servita ovvero del canale distributivo adottato. Si è constatato come la ricerca di canali insoliti, legati per lo più a situazioni di consumo finale di attori rilevanti (acquisti di clientela istituzionale, acquisti di imprese per uso finale come ad esempio la regalistica aziendale ecc.) premia sul piano dell'equilibrio economico-aziendale. In pratica non rappresentano la base su cui l'azienda fonda la propria sicurezza, ma apportano quel quid in più al fatturato e alla redditività aziendale che fa la differenza. Viceversa, rispetto alla base di solidità aziendale si constata che l'accorciamento del canale costituisce una strada interessante e da battere costantemente in funzione del migliore e più efficace posizionamento di mercato. In quest'ottica appare impossibile per l'azienda ceramica prescindere da un rapporto consistente con il dettaglio specializzato anche se attualmente il rapporto si caratterizza per risultati tutt'altro che soddisfacenti. Al tempo stesso è il canale cortissimo, caratterizzato da un rapporto diretto con la clientela finale, che tende a generare risultati meno negativi (soprattutto sul piano della redditività). Di riflesso appare deleterio affidarsi molto a figure dell'ingrosso in ambito nazionale, mentre il canale lungo risulta soluzione in gran parte inevitabile per l'accesso ai mercati esteri (importatori). È pessimo il rapporto con la grande distribuzione organizzata (GDO): mentre essa risulta inaccessibile o improponibile alle aziende molto piccole, viene maggiormente frequentata dalle aziende più grandi. Tuttavia i risultati di questo rapporto commerciale sono attualmente molto negativi.
- Il mercato geografico di riferimento. Si tratta indubbiamente del fattore di successo più importante e si connota positivamente se declinato secondo il principio della ricerca di un suo crescente allargamento. In pratica le aziende meglio performanti sono quelle meno dipendenti (per entità di fatturato generato) dal mercato interno e al tempo stesso presenti nei mercati emergenti. Tuttavia, nonostante la fase tutt'altro che brillante attraversata dalla rispettiva situazione economica, una più consistente presenza nei mercati dell'Europa classica, si associa a situazioni aziendali tendenzialmente positive in tutti i parametri di performance (fatturato, addetti e redditività). Continua a stentare, ma ciò si presume solo per questioni cicliche e valutarie che potrebbero mutare nel medio termine, il rapporto con paesi esteri di classico riferimento come gli Stati Uniti. Fra i Paesi emergenti, quello che si associa a migliori risultati aziendali è quello russo.
- Lo sforzo promozionale. Un dato è certo: le aziende ceramiche italiane sono restie ad investire soldi in promozione e comunicazione, ma chi lo fa ottiene risultati indubbiamente migliori di chi non lo fa. Si è constatato che un forte impulso allo sviluppo aziendale proviene da una crescente promozione nei mercati esteri e in particolare quando si ricerca in essi strade per affermare una propria identità di marca, attraverso, ad esempio, campagne pubblicitarie in ambito internazionale, magari coniugate con una più intensa partecipazione fieristica. Parallelamente premia abbastanza anche lo sforzo finalizzato ad affermare una migliore immagine di marca in ambito nazionale.

# DISCIPLINARE DI QUALITÀ

## RETE DELLE BOTTEGHE ARTIGIANALI DELLA CERAMICA DI S. STEFANO DI CAMASTRA

INIZIATIVA PROMOSSA DALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI  
NELL'AMBITO DEL PIT NEBRODI, PROGRAMMA OLISTICO PER LA RIVALUTAZIONE PATRIMONIALE DEL  
DISTRETTO TURISTICO RURALE INTEGRATO DELL'AREA NEBRODENSE

### Premessa

Il POR-Sicilia 2000-2006, Asse 4, incentiva azioni di integrazione e di rafforzamento dei servizi alle imprese attraverso misure che promuovono l'associazionismo tra imprese al fine di ottimizzare le reti commerciali e la possibilità di fruire di economie di scala dovute all'utilizzazione dei servizi comuni.

Il PIT Nebrodi si propone di sostenere, attraverso uno specifico regime di aiuti a valere sulla sottomisura 4.01d del CdP, l'organizzazione in rete di botteghe artigiane che affrontano in termini di qualificazione e valorizzazione dell'immagine le problematiche del marketing territoriale.

I soggetti attori dell'azione sono le PMI appartenenti al settore commerciale e artigianale operanti nel distretto che, costituendosi in consorzio, aderiscono alla "Rete delle botteghe artigianali della ceramica di S. Stefano di Camastra".

Il presente "DISCIPLINARE DI QUALITÀ", redatto ai fini dell'attuazione dell'Azione 12 prevista dal PIT Nebrodi, è finalizzato al controllo di qualità del sistema a rete delle botteghe artigianali del distretto della ceramica di S. Stefano di Camastra, elemento forte della cultura materiale e dell'identità territoriale dell'area.

### Art. 1 La Rete delle Botteghe

La "Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra" è istituita al fine di attivare una collaborazione fra soggetti istituzionali pubblici e operatori economici con lo scopo di:

- valorizzare il distretto della ceramica di S. Stefano di Camastra, la sua identità storico-culturale e le sue risorse nell'ambito di una strategia di marketing territoriale in maniera tale da contribuire al miglioramento della capacità di attrazione turistica del territorio
- sviluppare il capitale umano dell'area, nella filosofia della sostenibilità, quale elemento propulsore dello sviluppo locale ecocompatibile;
- promuovere e ottimizzare la rete commerciale e le attività di marketing della ceramica che può avvantaggiarsi dell'introduzione di processi di qualità certificata (utilizzo del marchio D.O.P.) e della possibilità di fruizione di economie di scala dovute alla implementazione ed allo sviluppo di servizi comuni.



## **Art. 2 I soggetti della Rete**

L'Ente Parco dei Nebrodi, responsabile del PIT Nebrodi, è il soggetto promotore in ordine al coordinamento ed alla gestione dell'intervento, con il ruolo di promuovere e diffondere lo sviluppo locale e la cultura d'impresa attraverso indagini, studi, iniziative, e strumenti di comunicazione che favoriscano le opportunità offerte dalla società dell'informazione.

Alla Rete prendono parte:

- Il Comune di S. Stefano di Camastra con il Museo della Ceramica ospitato a Palazzo Sergio e la Mostra Internazionale della ceramica;
- I Comuni del distretto della ceramica di S. Stefano di Camastra;
- L'Istituto Regionale d'Arte, centro di formazione qualificata delle risorse umane, attraverso le sezioni di specializzazione in Arte Ceramica, Tecnologia Ceramica e Grafica Pubblicitaria, nonché potenziale strumento a supporto e controllo della qualità, attraverso il proprio laboratorio;
- Consorzi di tutela, valorizzazione e promozione della ceramica a prevalente partecipazione di imprese di settore;
- Botteghe artigianali della ceramica che operano nel distretto della ceramica di S. Stefano di Camastra.

## **Art. 3 Obiettivi e strumenti**

Il DISCIPLINARE DI QUALITÀ, in attuazione degli obiettivi della Rete, si prefigge di:

- sviluppare in maniera unitaria le attività di promozione e marketing avviando un processo di qualificazione e valorizzazione dell'immagine della "*Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra*"
- coordinare le attività di "riqualificazione" delle singole botteghe in un contesto di recupero della identità locale (storica, culturale, artistica) che si concretizzi in una spiccata peculiarità del territorio, dei produttori e del prodotto.

Tali obiettivi dovranno attuarsi attraverso la realizzazione di azioni quali:

- un *Itinerario della Ceramica artistica* del distretto di S. Stefano di Camastra;
- un *Logo-Marchio di qualità territoriale* delle Botteghe aderenti alla Rete;
- un Portale WEB e messa in rete delle Botteghe associate tramite la costituzione di un Centro servizi on line, finalizzato anche al commercio elettronico;
- una pubblicazione a stampa e in formato digitale (CD-Rom) della "*Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra*", per la promozione e valorizzazione del distretto, della sua identità storico-culturale, delle sue risorse ambientali e dei prodotti di qualità delle botteghe artigianali;
- un catalogo digitale delle botteghe artigianali che operano nel distretto;
- iniziative promozionali in ambito regionale e nazionale;
- fiere, mostre, concorsi di idee e convegni a tema.

#### **Art. 4 Standard minimi di qualità**

Le Botteghe che aderiscono al DISCIPLINARE DI QUALITÀ, sposano la filosofia di fondo su indicata, ne condividono gli obiettivi e gli strumenti, e si impegnano a realizzare le attività sottoindicate:

1. valorizzare le capacità di attrazione del territorio e delle sue risorse storico-culturali, tradizionali, naturalistiche ed ambientali in relazione ai percorsi della “*Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra*”, comprese le “feste” tradizionali e gli eventi culturali di animazione del territorio organizzati nei diversi periodi dell’anno, anche attraverso la collaborazione con i Comuni del distretto e gli altri soggetti istituzionali e/o associativi;
2. rispettare i canoni di accoglienza della clientela, informandola sul programma e sulle finalità della Rete;
3. operare, attraverso tutti gli interventi attualmente previsti e quelli che seguiranno, una riqualificazione ambientale dell’immagine, dei prospetti e delle esposizioni nell’ottica di un linguaggio comune che le identifichi in maniera unitaria nel distretto anche attraverso soluzioni declinabili personalizzate.
4. esporre il logo della “*Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra*”
5. disporre di locali idonei per l’accoglienza della clientela e l’organizzazione di eventuali visite dirette ai laboratori e fornire informazioni adeguate sui processi di lavorazione, sui materiali utilizzati, sulla qualità dei prodotti della tradizione ceramica del territorio;
6. esporre le produzioni ceramiche della Bottega, evidenziando le specializzazioni produttive individuali e differenziando le produzioni di ceramica tipica della tradizione dalle linee di prodotti innovativi anche con l’utilizzo di supporti ceramici industriali e altri supporti naturali dove però l’identità territoriale sia garantita dal decoro manuale tipico della tradizione;
7. indicare esplicitamente la qualità e se trattasi di prodotto difettato, se il manufatto può entrare in contatto con prodotti alimentari in riferimento alla normativa vigente, la classificazione in base al tipo di impasto argilloso, foggatura e decorazione, al fine di offrire al turista-cliente chiari elementi di valutazione e conoscenza dei manufatti;
8. introdurre nella produzione di decori nuovi elementi di riferimento che rappresentano il patrimonio naturalistico, culturale e ambientale del Parco dei Nebrodi (piante officinali, specie vegetali, fauna, etc.);
9. diffondere il catalogo e il materiale promozionale e informativo della Rete;
10. partecipare a corsi di formazione e/o seminari, rivolti agli imprenditori e/o ai lavoratori del settore, finalizzati al perseguimento degli obiettivi del presente Discipinare

#### **Art. 5 L’Itinerario della Ceramica artistica**

La “*Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra*”, al fine di valorizzare e rendere fruibile il patrimonio artistico e culturale del distretto promuove l’Itinerario della Ceramica artistica che collega le emergenze architettoniche e storico-culturali del territorio con i luoghi della cultura materiale e della produzione artigianale.

Elementi significativi dell'itinerario sono la Mostra Internazionale della Ceramica, organizzata annualmente dal Comune di S. Stefano presso i locali del Museo della Ceramica, il Museo Didattico della Ceramica ospitato presso l'Istituto Regionale d'Arte, che conserva le opere più significative prodotte dalla scuola, il Palazzo Armao (espressione storica dell'antica tradizione ceramica del paese), il Cimitero Vecchio, la Chiesa del Calvario, la Villa Comunale mentre i laboratori della ceramica costituiscono la trama diffusa nel territorio della produzione artigianale.

Ulteriore elemento significativo dell'itinerario è costituito dal progetto "Le Città della Ceramica – Circuito Siciliano della Terracotta", a valere sulla misura 6.0.6 del POR Sicilia 2000-2006, di cui il Comune di S. Stefano di Camastra è capofila con i Comuni di Bugio, Caltagirone, Patti, Sciacca ed il Museo Regionale della Ceramica di Caltagirone nella qualità di partner, finalizzato alla fruizione turistica qualificata del patrimonio culturale.

Il progetto dell'itinerario prevede:

1. l'individuazione di percorsi culturali tematici;
2. la definizione e le tipologie degli interventi di riqualificazione degli spazi pubblici;
3. lo studio della segnaletica turistico-informativa.

#### **Art. 6 Adesione e assunzione di impegni**

Tutti i soggetti, pubblici e privati, che aderiscono alla "*Rete delle Botteghe Artigianali della Ceramica di Santo Stefano di Camastra*", si impegnano a rispettare ed attuare il presente DISCIPLINARE DI QUALITÀ cui è collegato un "logo-marchio di qualità territoriale" adottato dai soggetti aderenti.

Il logo-marchio costituisce parte integrante del presente disciplinare e dovrà contenere il logo dell'Ente Parco dei Nebrodi e la scritta "Iniziativa promossa dall'Ente Parco dei Nebrodi" nell'ambito del Pit Nebrodi. L'uso del marchio è tutelato.

#### **Art. 7 Norme tecniche**

Il presente disciplinare, per quanto non espressamente prescritto, richiama le norme tecniche del disciplinare di produzione della ceramica artistica e tradizionale di Santo Stefano di Camastra, approvato dal Consiglio Nazionale Ceramico nella seduta del 30.11.99.



# COMUNE di SANTO STEFANO DI CAMASTRA

PROVINCIA DI MESSINA  
ADERENTE ALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI  
COMUNE D'EUROPA



<b>PROGETTO:</b>	<b>SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE</b>		
<b>LINEA D'INTERVENTO</b>	<b>3.1.3.4</b>	 <small>UNIONE EUROPEA FESR</small>	 <small>REGIONE SICILIANA</small>



- RELAZIONE TECNICO - ILLUSTRATIVA
- INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI DOCUMENTI INERENTI LA SICUREZZA
- CALCOLO DELLA SPESA E PROSPETTO ECONOMICO
- CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE
- SCHEMA DI CONTRATTO

IL R. U. P.  
(Arch. F.sco La Monica)

IL SINDACO  
(Dr. Francesco Re)

## **indice**

1. PRIME INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI PIANI DI SICUREZZA .....	2
1.1. PREMESSA.....	2
1.2. IL METODO.....	2
1.3. GLI ARGOMENTI DA TRATTARE .....	4
1.3.1 Prescrizioni e principi di carattere generale-elementi per l'applicazione e gestione del P.S..	4
1.3.2 Elementi costitutivi del P.S. per fasi di lavoro .....	4

# **1. PRIME INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI PIANI DI SICUREZZA**

## **1.1. PREMESSA**

Le prime indicazioni e disposizioni per la stesura dei documenti inerenti la sicurezza riguardano principalmente:

- il metodo di redazione;
- gli argomenti da trattare.

Sono inoltre riportate le prime indicazioni sulla redazione del Fascicolo dell'opera per la manutenzione delle opere previste in progetto.

Per quanto riguarda l'applicazione del Dlgs 81/2008, dovranno essere individuate, in sede di redazione dei documenti inerenti la sicurezza, le figure del committente, del responsabile dei lavori, il medico competente ecc.

## **1.2. IL METODO**

Seguendo uno schema già utilizzato, si intende redigere un Piano di sicurezza e coordinamento (PSC) distinguendolo in due parti distinte seguenti :

- **PARTE PRIMA - PRESCRIZIONI E PRINCIPI DI CARATTERE GENERALE ED ELEMENTI PER L'APPLICAZIONE E GESTIONE DEL PSC;**
- **PARTE SECONDA -ELEMENTI COSTITUTIVI DEL PSC PER FASI DI LAVORO.**

Nella prima parte del PSC saranno trattati argomenti che riguardano le prescrizioni di carattere generale, anche se concretamente legati ai servizi da realizzare. Queste prescrizioni di carattere generale dovranno essere considerate come un Capitolato speciale della sicurezza proprio del servizio e della fornitura da eseguire.

Con esse si definiscono in pratica gli argini legali entro i quali si vuole che l'Impresa si muova con la sua autonoma operatività e devono rappresentare anche un valido tentativo per evitare l'insorgere del "contenzioso" tra le parti.

Le prescrizioni di carattere generale devono essere redatte in modo da :

- riferirsi alle condizioni specifiche del servizio da svolgere senza generalizzare e, quindi, senza lasciare eccessivi spazi all'autonomia gestionale nella conduzione del servizio;
- tenere conto che la vita di ogni servizio ha una storia a se e non è sempre possibile ricondurre la

sicurezza a procedure fisse che programmino in maniera minuziosa la vita dell'intervento (come ad esempio quelle di una catena di montaggio dove le operazioni ed i movimenti sono sempre ripetitivi ed uguali nel tempo e quindi la sicurezza può essere codificata con procedure definite perchè le condizioni sono sempre le stesse);

- evitare il più possibile prescrizioni che impongano procedure troppo burocratiche, rigide, minuziose e macchinose.

E' accertato infatti che prescrizioni troppo teoriche di poca utilità per la vita pratica del Cantiere, potrebbero indurre l'Impresa a sentirsi deresponsabilizzata o comunque non in grado di impegnarsi ad applicarle.

Inoltre imporre azioni esagerate per aggiornamenti di schede e procedure generali richiederebbe un notevole dispendio di risorse umane che è più corretto impiegare per la gestione giornaliera del servizio finalizzandole ad effettuare azioni di Prevenzione, Formazione ed Informazione continua del personale che sono uno dei cardini della sicurezza sul luogo di lavoro.

Quindi prescrizioni che comportino eccessive difficoltà procedurali non garantirebbero la sicurezza sul lavoro con la conseguenza che i dipendenti finirebbero spesso con il disattenderle.

Nella seconda parte del fascicolo saranno trattati argomenti che riguardano il Piano dettagliato della sicurezza per Fasi di lavoro che nasce da un Programma di esecuzione, che naturalmente va considerato come un'ipotesi attendibile ma preliminare di come verranno poi eseguiti i lavori dall'Impresa.

Al cronoprogramma ipotizzato saranno collegate delle procedure operative per le fasi più significative dei lavori e delle Schede di sicurezza collegate alle singole fasi lavorative programmate con l'intento di evidenziare le misure di prevenzione dei rischi simultanei risultanti dall'eventuale presenza di più Imprese (o Ditte) e di prevedere l'utilizzazione di impianti comuni, mezzi logistici e di protezione collettiva.

Concludono il PSC le indicazioni per la corretta redazione del Piano Operativo, per la Sicurezza (POS) e la proposta di adottare delle Schede di sicurezza, per l'impiego di ogni singolo macchinario tipo, che saranno comunque allegate al PSC in forma esemplificativa e non esaustiva.

## **1.3. GLI ARGOMENTI DA TRATTARE**

### **1.3.1 Prescrizioni e principi di carattere generale-elementi per l'applicazione e gestione del P.S.**

La prima parte del PS sarà dedicata a prescrizioni di carattere generale che in particolare saranno sviluppate secondo i seguenti punti:

- Premessa
- Modalità di presentazione di proposte
- Obbligo alle Imprese di redigere il Piano operativo di sicurezza di dettaglio
- Elenco dei numeri telefonici utili in caso di emergenza
- Quadro generale con i dati necessari alla notifica se necessaria
- Struttura organizzativa tipo richiesta all'Impresa
- Referenti per la sicurezza richiesti all'Impresa
- Requisiti richiesti per eventuali Lavoratori autonomi
- Verifiche richieste dal Committente
- Descrizione del servizio da eseguire, con riferimenti alle tecnologie ed ai macchinari impiegati
- Aspetti di carattere generale in funzione della sicurezza e Rischi ambientali
- Considerazioni sull'Analisi, la Valutazione dei rischi e le procedure da seguire per l'esecuzione
- Tabelle riepilogative di analisi e valutazioni
- Organizzazione logistica
- Sorveglianza Sanitaria e Visite mediche
- Formazione del Personale
- Protezione collettiva e dispositivi di protezione personale (DPI) Segnaletica di sicurezza
- Norme Antincendio ed Evacuazione
- Coordinamento tra Impresa, eventuali Subappaltatori e Lavoratori autonomi,Attribuzioni delle responsabilità, in materia di sicurezza nel cantiere, Stima dei costi della sicurezza
- Elenco della legislazione di riferimento
- Bibliografia di riferimento.

### **1.3.2 Elementi costitutivi del P.S. per fasi di lavoro**

La seconda parte del PS dovrà comprendere nel dettaglio prescrizioni, tempistica e modalità di tutte le fasi lavorative ed in particolare dovrà sviluppare i seguenti punti :

- Cronoprogramma Generale
- Cronoprogramma di esecuzione delle varie fasi
- Fasi progressive e procedure più significative per l'esecuzione
- Procedure comuni a tutte i servizi e forniture
- Distinzione delle lavorazioni
- Schede di sicurezza collegate alle singole Fasi programmate
- Elenco non esaustivo di macchinari ed attrezzature tipo





# COMUNE di SANTO STEFANO DI CAMASTRA

PROVINCIA DI MESSINA  
ADERENTE ALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI  
COMUNE D'EUROPA



<b>PROGETTO:</b>	<b>SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE</b>		
<b>LINEA D'INTERVENTO</b>	<b>3.1.3.4</b>	 <small>UNIONE EUROPEA FESR</small>	 <small>REGIONE SICILIANA</small>



- RELAZIONE TECNICO - ILLUSTRATIVA
- INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI DOCUMENTI INERENTI LA SICUREZZA
- CALCOLO DELLA SPESA E PROSPETTO ECONOMICO
- CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE
- SCHEMA DI CONTRATTO

IL R. U. P.  
(Arch. F.sco La Monica)

IL SINDACO  
(Dr. Francesco Re)

## CALCOLO DELLA SPESA

ATTIVITA'	VOCI DI COSTO	Importo (in euro)	Importo al netto di IVA	IVA
<b>GESTIONE ATTIVITA' CULTURALI</b>				
Attivazione Forum "Artisti per il territorio" e realizzazione workshop tematici;	N° 3 animatori X €. 5.000,00	€ 15.000,00	€ 12.396,69	€ 2.603,31
	Affitto sedi attrezzate: N° 5 workshop X E. 4.000,00	€ 20.000,00	€ 16.528,93	€ 3.471,07
Creazione di reti di cooperazione tra operatori culturali per la coproduzione di eventi	N° 3 facilitatori X €. 5.000,00	€ 15.000,00	€ 12.396,69	€ 2.603,31
Produzione eventi di richiamo internazionale: <i>Biennale della ceramica</i>	N° 1 evento	€ 50.000,00	€ 41.322,31	€ 8.677,69
Attrezzatura per i Laboratori della ceramica	N° 3 laboratori X €. 10.000,00	€ 30.000,00	€ 24.793,39	€ 5.206,61
<b>SERVIZI PER LA PRODUZIONE CULTURALE</b>				
Servizi per la produzione artistico-artigianale di qualità:				
Realizzazione "Atlante della produzione artistico-artigianale locale"	N° 3 rilevatori X €. 2.000,00	€ 6.000,00	€ 4.958,68	€ 1.041,32
	N° 2 esperti X €. 3.000,00	€ 6.000,00	€ 4.958,68	€ 1.041,32
Progettazione e realizzazione di una linea di prodotti per il <i>merchandising</i> museale tramite concorso di progettazione	N° 5 premi X €. 5.000,00	€ 25.000,00	€ 20.661,16	€ 4.338,84
Creazione di uno sportello multifunzionale:				
- Anagrafe ragionata dei produttori locali ( <i>production guide</i> )	N° 1 esperto X €. 5.000,00	€ 5.000,00	€ 4.132,23	€ 867,77
	N° 3 rilevatori X €. 3.000,00	€ 9.000,00	€ 7.438,02	€ 1.561,98
- Servizi di promozione e comunicazione - sito WEB e Blog interattivo	N° 1 esperto X €. 5.000,00	€ 12.000,00	€ 9.917,36	€ 2.082,64
	N° 1 addetto X €. 7.000,00			
Sostegno economico per la partecipazione a fiere di settore	N° 5 X €. 6.000,00	€ 30.000,00	€ 24.793,39	€ 5.206,61
<b>COMITATO TECNICO SCIENTIFICO</b>				
	N° 3 esperti X 3 anni X €. 3.000,00	€ 27.000,00	€ 22.314,05	€ 4.685,95
<b>TOTALE</b>		€ 250.000,00	€ 206.611,57	€ 43.388,43





# COMUNE di SANTO STEFANO DI CAMASTRA

PROVINCIA DI MESSINA  
ADERENTE ALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI  
COMUNE D'EUROPA



<b>PROGETTO:</b>	<b>SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE</b>		
<b>LINEA D'INTERVENTO</b>	<b>3.1.3.4</b>	 <small>UNIONE EUROPEA FESR</small>	 <small>REGIONE SICILIANA</small>



- RELAZIONE TECNICO - ILLUSTRATIVA
- INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI DOCUMENTI INERENTI LA SICUREZZA
- CALCOLO DELLA SPESA E PROSPETTO ECONOMICO
- CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE
- SCHEMA DI CONTRATTO

IL R. U. P.  
(Arch. F.sco La Monica)

IL SINDACO  
(Dr. Francesco Re)

# SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE

## CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE

### INDICE

<b>1 OGGETTO E SPECIFICHE TECNICHE DELL'APPALTO CONCORSO</b> .....	<b>2</b>
<b>2 AMMONTARE DELL'APPALTO</b> .....	<b>2</b>
<b>3 TEMPO UTILE PER DARE COMPIUTI I LAVORI</b> .....	<b>2</b>
<b>4 CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE DEL CONTRATTO</b> .....	<b>2</b>
<b>5 CAUZIONE DEFINITIVA</b> .....	<b>2</b>
<b>6 DOCUMENTI ALLEGATI AL CONTRATTO</b> .....	<b>3</b>
<b>7 CONOSCENZA DELLE CONDIZIONI D'APPALTO</b> .....	<b>3</b>
<b>8 SUBAPPALTI</b> .....	<b>3</b>
<b>9 CESSIONE DEL CONTRATTO</b> .....	<b>3</b>
<b>10 PAGAMENTI</b> .....	<b>4</b>
<b>11 DIREZIONE DEI LAVORI</b> .....	<b>4</b>
<b>12 RAPPRESENTANTE DELLA DITTA</b> .....	<b>4</b>
<b>13 STRUTTURA TECNICA</b> .....	<b>4</b>
<b>14 COLLAUDO IN CORSO D'OPERA E COLLAUDO FINALE</b> .....	<b>4</b>
<b>15 PENALE</b> .....	<b>4</b>
<b>16 MANUTENZIONE E GARANZIE</b> .....	<b>4</b>
16.1 Garanzia delle apparecchiature.....	4
16.2 Manutenzione del software.....	5
<b>17 SPESE GENERALI</b> .....	<b>5</b>
<b>18 OBBLIGHI DELLA DITTA</b> .....	<b>5</b>
<b>19 ONERI DELL'AMMINISTRAZIONE</b> .....	<b>5</b>
<b>20 TRASPORTO CONSEGNA ED INSTALLAZIONE</b> .....	<b>5</b>
<b>21 OBBLIGHI DELLE PARTI</b> .....	<b>6</b>
<b>22 DOCUMENTAZIONE</b> .....	<b>6</b>
<b>23 ACQUISIZIONI</b> .....	<b>6</b>
<b>24 RESPONSABILITA'</b> .....	<b>6</b>
<b>25 ADEGUAMENTO TECNOLOGICO</b> .....	<b>6</b>
<b>26 BREVETTI D'INVENZIONE</b> .....	<b>6</b>
<b>27 RISERVATEZZA</b> .....	<b>7</b>
<b>28 REVISIONE DEI PREZZI</b> .....	<b>7</b>
<b>29 RISOLUZIONE DEL CONTRATTO</b> .....	<b>7</b>
<b>30 ESECUZIONE IN DANNO</b> .....	<b>7</b>
<b>31 RESPONSABILITA' CIVILE</b> .....	<b>7</b>
<b>32 DEFINIZIONI DELLE CONTROVERSIE</b> .....	<b>7</b>
<b>33 RINVIO</b> .....	<b>7</b>

## ART. 1) OGGETTO E SPECIFICHE TECNICHE DELL'APPALTO – CONCORSO

L'appalto concorso ha per oggetto la **Progettazione e realizzazione di tutte le attività per dotare il territorio di un SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE**, così come stabilito nel presente Capitolato e nella Relazione di Progetto, disponibile sul sito internet [www.santostefanodicamastra.eu](http://www.santostefanodicamastra.eu)

L'appalto è articolato funzionalmente nelle seguenti fasi e attività:

Attivazione Forum “Artisti per il territorio” e realizzazione workshop tematici
Creazione di reti di cooperazione tra operatori culturali per la coproduzione di eventi
Produzione eventi di richiamo internazionale: <i>Biennale della ceramica</i>
Fornitura di attrezzatura per i Laboratori della ceramica
Implementazione di servizi per la produzione artistico-artigianale di qualità:
Realizzazione “ <i>Atlante della produzione artistico-artigianale locale</i> ”
Progettazione e realizzazione di una linea di prodotti per il <i>merchandising</i> museale
Creazione di uno sportello multifunzionale:
implementazione di Anagrafe ragionata dei produttori locali ( <i>production guide</i> )
Servizi di promozione e comunicazione - sito WEB e Blog interattivo

La gara per l'appalto – concorso si svolgerà secondo quanto previsto dal presente capitolato, dal progetto ammesso a finanziamento e dalle ulteriori norme e regolamenti vigenti.

Non sono ammesse variazioni al progetto selezionato salvo preventiva approvazione della committenza. L'amministrazione appaltante si riserva la facoltà di richiedere al concorrente prescelto l'inserimento di tutte le varianti che riterrà necessarie per rendere il sistema proposto più confacente alle proprie esigenze.

## ART. 2) AMMONTARE DELL'APPALTO

L'importo a base d'asta per le fasi operative sopra individuate è così articolato:

GESTIONE ATTIVITA' CULTURALI	€	107.438,02
SERVIZI PER LA PRODUZIONE CULTURALE	€	76.859,50
sommato a base d'asta		€ 184.297,52

L'importo reale sarà quello risultante dagli atti di gara. In tale importo si intendono comprese tutte le forniture, opere, provviste e prestazioni descritte nel presente capitolato e compensati tutti gli oneri connessi all'appalto con l'accoglienza sull'appaltatore di ogni alea anche di prestazioni accessorie comunque inerenti al servizio, se necessarie per la completezza dell'opera.

La Ditta aggiudicataria, pertanto, non avrà diritto alcuno di pretendere sovrapprezzi o indennità di alcun genere per aumento dei costi, perdite o qualsiasi altra sfavorevole circostanza che si possa verificare dopo la data dell'offerta.

## ART. 3) TEMPO UTILE PER DARE COMPIUTI I LAVORI.

Il tempo utile massimo per dare completato ed ultimato il progetto è di 90 giorni naturali e consecutivi, compresi i festivi e di maltempo, decorrenti dalla data di consegna dei lavori

## ART. 4) CRITERIO DI AGGIUDICAZIONE DEL CONTRATTO

Il criterio di aggiudicazione sarà quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'Art. 83 del D.Lgs. n. 163 del 12/04/2006 e ss.mm. sulla base dei seguenti criteri:

- |  |              |
|--|--------------|
| A. Offerta Tecnica,                    | max 80 punti |
| B. Offerta economica (ribasso offerto) | max 20 punti |

I punteggi relativi alla valutazione del “Offerta Tecnica” saranno assegnati, secondo i criteri dettagliatamente specificati nel Disciplinare di gara, dalla Commissione appositamente costituita. Nel rispetto di quanto disposto dagli artt. 86, 87 e

88 del D.Lvo n. 163/2006 sarà valutata la congruità delle offerte risultanti anormalmente basse, ossia quelle in cui sia i punti assegnati relativi al prezzo, sia la somma dei punti relativi agli elementi di valutazione sono entrambi pari o superiori ai quattro quinti dei corrispondenti punti massimi previsti nel bando di gara.

Nel caso di offerte con uguale punteggio totale, l'aggiudicazione avverrà in favore dell'offerta che abbia ottenuto il maggior punteggio relativamente "all'Offerta Tecnica". Qualora anche i punteggi attribuiti al "valore tecnico" dovessero essere uguali, si procederà all'aggiudicazione ai sensi dell'art. 77 del R.D. n. 827 del 23 maggio 1924.

#### **ART. 5) CAUZIONE DEFINITIVA**

La Ditta aggiudicataria, ai sensi delle vigenti disposizioni in materia di contabilità generale dello Stato, prima della stipula del contratto ed a tutela del puntuale rispetto dei tempi di esecuzione, di consegna e della corretta realizzazione dell'opera, quale cauzione definitiva dovrà prestare apposita garanzia a favore della Amministrazione committente costituita da polizza assicurativa o fideiussione bancaria, incondizionata ed irrevocabile, per un importo pari al 25% (venticinque per cento) di quello contrattuale.

La suddetta garanzia dovrà contenere l'espressa rinuncia al beneficio della preventiva escussione del debitore principale di cui all'art. 1944 del C.C. e la sua operatività entro 15 giorni a semplice richiesta scritta della Amministrazione beneficiaria.

La cauzione resterà vincolata fino alla data di emissione del certificato di collaudo e comunque non prima della accettazione di tutti i servizi prestati e della definizione di tutte le controversie e vertenze che fossero in corso tra le parti.

Lo svincolo della cauzione verrà effettuato a domanda e spese della Ditta aggiudicataria, che dichiarerà, contestualmente, di non avere altro a pretendere dalla Amministrazione.

La Ditta aggiudicataria perderà la cauzione definitiva, che verrà incamerata a favore della committenza, in tutti i casi e nelle misure previste dal presente capitolato e dalle norme vigenti in materia; l'incameramento della cauzione non pregiudica il diritto a pretendere il risarcimento degli eventuali ulteriori danni.

#### **ART.6) DOCUMENTI ALLEGATI AL CONTRATTO**

La stipula del contratto con la Ditta aggiudicataria é subordinata all'esito positivo degli accertamenti che l'Amministrazione appaltante attiverà per verificare l'effettivo possesso dei requisiti di ammissibilità, di capacità tecnica ed economica; in particolare verrà accertata la sussistenza o meno a carico della stessa di procedimenti o di provvedimenti di cui alla vigente legislazione in materia di lotta alla mafia.

Qualora le verifiche risultassero insoddisfacenti, l'Amministrazione si riserva di aggiudicare l'affidamento dell'appalto alla Ditta che segue in graduatoria, previa analoga verifica.

La Ditta, inoltre, è tenuta a porre in essere tutti gli ulteriori adempimenti che saranno richiesti per la stipula del contratto definitivo

Fanno parte integrante del contratto i seguenti documenti:

1. il presente Capitolato e la relazione di progetto;
2. il bando di gara e la lettera di invito;
3. il progetto offerto dalla ditta aggiudicataria;
4. il Decreto del Presidente della Repubblica 207/2010;
5. il D.L.vo 163/2006 e s.m.i.;

#### **ART. 7) CONOSCENZA DELLE CONDIZIONI D'APPALTO**

L'assunzione dell'appalto da parte della Ditta aggiudicataria implica non solo la conoscenza puntuale e l'accettazione incondizionata di tutte le norme che lo regolano, ma altresì di tutte le condizioni e circostanze, generali e speciali, che, riferendosi al servizio, possono avere influito sul giudizio di convenienza a formulare la proposta in relazione al prezzo offerto.

#### **ART. 8) SUBAPPALTI**

Non è consentito il subappalto dell'intero servizio nè di parti di esso, la suddivisione in lotti ovvero opzioni per futuri affidamenti. Convenzionalmente l'appalto non ha parti scorporabili. Ove la Ditta contravvenga a tale disposizione l'Amministrazione procederà alla risoluzione in danno del contratto secondo quanto prevedono i successivi articoli 29 e 30.

#### **ART. 9) CESSIONE DEL CONTRATTO**

La cessione, anche parziale, del contratto è vietata.

Nel caso in cui la Ditta aggiudicataria sia incorporata in altra azienda, di cessione d'azienda o di ramo d'azienda e negli altri casi in cui sia oggetto di atti di trasformazione a seguito dei quali perda la propria identità giuridica originaria, trova applicazione quanto dispone in proposito la legge 11 febbraio 1994 come modificata dalla legge 1° agosto 2002 n. 1661

#### **ART. 10) PAGAMENTI**

Le modalità di pagamento saranno definite con la convenzione; esse saranno comunque conformi ai seguenti criteri generali:

- anticipazione pari al 50% (cinquanta per cento) del prezzo contrattuale;
- Il restante 50% (cinquanta per cento) verrà corrisposto a seguito dell'approvazione degli atti di collaudo definitivo.

In ogni caso i pagamenti saranno subordinati alle verifiche eseguite ed alle attestazioni rilasciate dalla Direzione Lavori.

A garanzia delle somme ricevute a titolo di acconto la Ditta dovrà prestare una cauzione pari al 5% (cinque per cento) delle stesse mediante fideiussione bancaria o polizza assicurativa rilasciata da enti, istituti o imprese autorizzate dalle vigenti disposizioni come previsto al punto 5.

I pagamenti saranno effettuati a valere sulle disponibilità dei fondi comunitari del PO FESR 2007/2013 linea di intervento 3.1.3.4.

#### **ART. 11) DIREZIONE DEI LAVORI**

Ove se ne ravvisi la necessità, l'Amministrazione provvederà a nominare un proprio Direttore dei Lavori e ad istituire un ufficio di supporto.

Il Direttore dei Lavori ha il diritto di esigere la sostituzione o l'allontanamento dei tecnici della Ditta per insubordinazione, incapacità o negligenza grave.

#### **ART. 12) RAPPRESENTANTE DELLA DITTA**

La Ditta aggiudicataria è tenuta a farsi rappresentare da persona in possesso di idonei requisiti alla quale conferire le qualità ed i poteri necessari per seguire tutte le fasi di realizzazione e di verifica dell'intero servizio; questi avrà l'obbligo di risiedere permanentemente sui "cantieri" o, quanto meno, di essere immediatamente reperibile.

La rappresentanza deve essere conferita con procura speciale da depositarsi presso l'Amministrazione; questa ha diritto di esigere, motivatamente, la sostituzione del rappresentante della Ditta senza che perciò debba accordare indennità di sorta a lui o all'appaltatore.

#### **ART. 13) COLLAUDO FINALE**

Il collaudo definitivo sarà reso dalla Commissione entro novanta giorni dalla acquisizione degli atti; le relative operazioni dovranno effettuarsi alla presenza del responsabile tecnico del servizio che dovrà controfirmare il relativo verbale.

In caso di non superamento, anche parziale, del collaudo finale, la Ditta dovrà provvedere entro i successivi 30 giorni solari ad effettuare gli interventi necessari e/o a fornire quanto occorrente al superamento del collaudo; trascorso tale termine, verrà applicata una penale pari ad € 4.00000 per ogni giorno naturale e consecutivo di ritardo.

Qualora la penale raggiunga l'importo di € 60.000,00 l'Amministrazione si riserva il diritto di risolvere il contratto ai sensi dell'art. 1662 c.c., comma 2 e contestualmente rivalersi sulla cauzione per il danno subito, salvi maggiori danni.

#### **ART. 14) PENALE**

Scaduti i tempi contrattuali per la realizzazione del sistema, comprensivi di eventuali proroghe concesse dalla Amministrazione, per giustificati motivi e su richiesta scritta della Ditta, per ogni giorno naturale e consecutivo di ritardo verrà applicata una penale pari al 3 ‰ (tre per mille) dell'ammontare contrattuale dell'appalto al netto di IVA fino ad un massimo del 10% (dieci per cento); qualora la penale superi detto importo l'Amministrazione si riserva il diritto di risolvere il contratto e di rivalersi sulla cauzione salvi ulteriori maggiori danni.

#### **ART. 15) MANUTENZIONE E GARANZIE**

La Ditta è tenuta a provvedere alla manutenzione di tutte le attrezzature e le procedure fornite, incluse le banche dati, sino al collaudo definitivo. Tale manutenzione comprende tutti i lavori di riparazione e ripristino dei malfunzionamenti che si verificassero nella fornitura eseguita e quanto occorre per consegnare la stessa all'atto del collaudo in perfetto stato; sono esclusi solamente i danni prodotti da forza maggiore ovvero, in caso di uso anticipato, a negligenza dell'Amministrazione, restando a carico della Ditta l'onere di farne regolare denuncia entro 24 ore dalla piena conoscenza del fatto dannoso.

Il servizio di garanzia è prestato senza addebito.

##### **15.1 Garanzia delle apparecchiature**



Le apparecchiature di cui al presente capitolato devono essere soggette a garanzia almeno triennale con assistenza on-site fornita dalla ditta costruttrice.

## **15.2 Manutenzione del software**

I sistemi operativi, i database ed i software sono soggetti a manutenzione.

Per tutto il software fornito dovrà essere assicurata la manutenzione e l'aggiornamento almeno biennale; pertanto, si dovranno consegnare all'Amministrazione i relativi contratti con le case madri o i distributori nazionali, stipulati a cura e spese della Ditta, oltre alle licenze d'uso illimitato per i prodotti già presenti sul mercato.

## **ART. 16) SPESE GENERALI**

Oltre a tutte le spese prescritte dalle vigenti disposizioni normative ed a quelle specificate nel presente Capitolato sono a carico della Ditta tutti gli oneri qui appresso indicati che si intendono compensati nell'importo di contratto:

1. tutte le imposte, le tasse e le spese relative e conseguenti alla stipula del contratto comprese quelle necessarie alla sua registrazione;
2. le spese per concessioni governative;
3. gli oneri per imposte e tasse di qualsiasi specie su materiali, trasporti e mezzi d'opera, tanto se esistano al momento dell'offerta, quanto se siano stabiliti o aumentati posteriormente e l'obbligo della denuncia ai fini del pagamento;
4. la fornitura di attrezzi, strumenti, operai, personale tecnico provetto, e mezzi di trasporto per i rilievi, misurazioni e verifiche di ogni genere per le operazioni di consegna, contabilità e collaudo che possono occorrere dal giorno della consegna sino al collaudo;
5. ogni onere tecnico e finanziario derivante dall'espletamento delle attività previste nel presente Capitolato Tecnico.

## **ART. 17) OBBLIGHI DELLA DITTA**

La Ditta dovrà:

- a) comunicare senza indugi alla Amministrazione qualsiasi modifica o trasformazione della ragione sociale ovvero della struttura giuridica;
- b) consentire l'uso anticipato delle attrezzature e dei beni oggetto dell'appalto, incluse le banche dati, che venissero richiesti dall'Ente appaltante, senza che l'impresa abbia perciò diritto a speciali compensi. Essa potrà, però richiedere che sia constatato lo stato dei beni per essere garantita dai possibili danni che potrebbero verificarsi;
- c) attuare le operazioni di sicurezza sui dati e sui programmi mediante la duplicazione ed il mantenimento di copie delle banche dati e di qualsiasi informazione necessaria per la continuità del servizio;
- d) apportare tutte le varianti che l'Amministrazione riterrà necessarie per rendere il sistema proposto più confacente alle proprie esigenze.

Quando la Ditta non adempia anche ad uno soltanto degli obblighi di cui ai punti c), d) ed e) l'Amministrazione - previa diffida ad adempiere entro un termine non inferiore a giorni 15 naturali e consecutivi - si riserva il diritto di applicare una penale pari al fino 15% (quindici per cento) sull'importo delle relative quote di pagamenti, ovvero, se praticabile, l'esecuzione in danno a spese della Ditta nei modi e secondo le procedure individuate all'art. 30.

Perdurando il comportamento omissivo l'Amministrazione applicherà quanto prescritto al punto 29.

## **ART. 18) ONERI DELL'AMMINISTRAZIONE**

Resta a carico della Amministrazione individuare i locali dove installare le apparecchiature presso tutte le sedi interessate e renderli disponibili in tempo utile per consentire il rispetto dei termini di realizzazione contrattualmente fissati; in caso contrario lo spostamento del termine di consegna sarà pari al ritardo nella messa a disposizione dei locali da parte della Amministrazione.

L'Amministrazione provvederà a fornire le indicazioni e le informazioni richieste dalla Ditta, necessarie per l'esecuzione del contratto; in particolare, dovrà mettere a disposizione tutti i dati in suo possesso per la costituzione delle basi dati informatizzate.

## **ART. 19) TRASPORTO CONSEGNA ED INSTALLAZIONE**

La Ditta provvederà a propria cura e spese al trasporto delle apparecchiature, alla consegna, alla installazione ed alla messa in funzione delle stesse, complete di banca dati e del software di base entro i tempi di realizzazione contrattualmente fissati, sempre che i locali destinati alla installazione siano disponibili; in caso contrario lo spostamento del termine di consegna sarà pari al ritardo nella messa a disposizione dei locali da parte della Amministrazione.

## **ART. 20) OBBLIGHI DELLE PARTI**

Le parti si impegnano reciprocamente a segnalare immediatamente all'altro contraente, dal momento stesso in cui se ne è avuta conoscenza e con i mezzi più celeri, tutte quelle circostanze e fatti che comunque possono pregiudicare il regolare svolgimento della fornitura o dare adito a pretese risarcitorie da parte di terzi.

## **ART. 20) DOCUMENTAZIONE**

A seguito di collaudo favorevole, al momento del rilascio in esercizio la Ditta è tenuta a fornire a corredo di ogni fornitura, nessuna esclusa, una dotazione completa di manuali in lingua italiana che riportino nel dettaglio almeno:

- manuale generale contenente la descrizione completa del sistema;
- modalità di funzionamento di beni ed attrezzature forniti, incluso il manuale di qualità di tutti i processi oggetto d'appalto;
- precise istruzioni sulle operazioni da svolgere per renderli funzionanti e capaci di ottenere gli scopi per i quali sono stati costruiti;
- manuale per la manutenzione.

## **ART. 21) ACQUISIZIONI**

Tutte le apparecchiature hardware devono essere trasferite in proprietà alla Amministrazione committente mentre per il software di sistema e di base, con tutte le personalizzazioni ed implementazioni apportate, verranno consegnate le licenze d'uso a tempo indeterminato.

Il software applicativo da sviluppare, creato ed utilizzato per l'implementazione dei sistemi forniti, sarà acquisito in proprietà dalla Amministrazione all'atto dell'avvenuto positivo collaudo senza oneri finanziari aggiuntivi e, per l'effetto, con tutti i diritti e le facoltà provenienti dalla esclusività del diritto stesso.

L'Amministrazione si riserva la facoltà di consentire alla Ditta l'utilizzo del predetto software a seguito di specifica richiesta ed alle condizioni da concordare.

## **ART. 22) RESPONSABILITA'**

La Ditta è responsabile:

- a) della redazione del progetto, per ogni parte nessuna esclusa, della sua esecuzione;
- b) della piena osservanza di tutte le disposizioni di legge o regolamentari, nazionali e comunitarie, relative alla realizzazione dell'intero sistema;
- c) dei danni che siano causati per imperizia o negligenza dal personale utilizzato ovvero per malafede o frode;
- d) della tutela infortunistica del personale utilizzato;
- e) della piena attuazione degli obblighi posti dalle norme sulle assicurazioni sociali e da quanto stabiliscono i contratti di lavoro di categoria per il personale utilizzato; in caso di violazione dell'obbligo suddetto, sempre che l'infrazione sia stata comunque accertata o denunciata, l'Amministrazione appaltante, previa diffida a corrispondere quanto dovuto entro il termine di cinque giorni ovvero a definire entro lo stesso termine la vertenza con i lavoratori, ha la facoltà di operare un'adeguata ritenuta sui certificati di pagamento senza che ciò possa dar titolo a risarcimento di danni, o a pagamento di interessi sulle somme trattenute.

## **ART.23) ADEGUAMENTO TECNOLOGICO**

Tutte le apparecchiature utilizzate per l'attuazione del servizio dovranno essere di corrente produzione e comunque aggiornate con i modelli corrispondenti sulla base della evoluzione tecnologica e di mercato.

I prodotti forniti devono essere assistiti da medesima certificazione e corrispondere ai più avanzati requisiti tecnici offerti dal mercato. Inoltre dovranno essere corredati di un certificato di garanzia attestante che le stesse sono nuove di fabbricazione e d'uso e che possono essere liberamente fornite alla Amministrazione. Non verranno ritenute idonee macchine "assemblate".

Tutti i software dovranno essere forniti nella versione ultima rilasciata al momento trasferimento delle licenze d'uso alla Amministrazione, che dovrà coincidere con le necessità di utilizzo dei medesimi, e corredati di manuali originali redatti in lingua italiana.

Per tutti i software ed i sistemi operativi dovranno essere consegnate le licenze d'uso a tempo illimitato.

## **ART.24) BREVETTI D'INVENZIONE.**

Sia che l'Amministrazione prescriva l'impiego di disposizioni o di sistemi protetti da brevetto d'invenzione, sia che la Ditta vi ricorra di propria iniziativa, questa deve dimostrare di aver pagati i dovuti canoni e diritti e di aver adempiuto a tutti i relativi obblighi di legge, non dovendo, per tale impiego, l'Amministrazione sottostare ad alcuna spesa, imposizione o molestia.

La Ditta aggiudicataria, pertanto, dovrà assumersi tutte le responsabilità eventualmente derivanti dalla adozione di dispositivi o soluzioni tecniche che violino brevetti o diritti d'autore, sollevandone espressamente l'Amministrazione.

#### **ART. 25) RISERVATEZZA**

La Ditta aggiudicataria resta obbligata a mantenere la massima riservatezza sulle informazioni acquisite in ragione dell'incarico; a tal fine, assumerà l'obbligo di non fare uso delle informazioni di cui verrà a conoscenza in ragione del contratto, anche dopo la sua scadenza, e di agire in modo che il proprio personale dipendente, incaricato di eseguire le prestazioni contrattuali, mantenga riservati i dati e le informazioni, comprese quelle sui programmi, di cui venga in possesso, non li divulghi e non ne faccia oggetto di sfruttamento né direttamente né indirettamente

#### **ART. 26) REVISIONE DEI PREZZI**

Non è ammessa la revisione prezzi. Nei prezzi offerti e contrattualmente fissati devono intendersi compresi e compensati tutti gli oneri, nessuno escluso, per dare completa attuazione dell'appalto. La Ditta aggiudicataria, pertanto, non avrà diritto alcuno di pretendere sovrapprezzi o indennità di alcun genere per aumento dei costi, perdite o qualsiasi altra sfavorevole circostanza che possa verificarsi dopo la data dell'offerta.

#### **ART. 27) RISOLUZIONE DEL CONTRATTO**

Indipendentemente dalla applicazione delle penali previste nel presente capitolato, l'Amministrazione si riserva il diritto di risolvere il contratto quando la Ditta contravvenga ai suoi obblighi contrattuali ed alle condizioni stipulate oppure quando si renda colpevole di frode o negligenza grave.

La risoluzione comporta l'incameramento a titolo di penale della cauzione prestata ed il risarcimento dei maggiori danni consequenziali senza che la Ditta possa pretendere risarcimenti, indennizzi o compensi di sorta.

#### **ART.28) ESECUZIONE IN DANNO**

In caso di risoluzione, revoca o di grave inadempienza della Ditta aggiudicataria l'Amministrazione si riserva il diritto di affidare a terzi quanto oggetto dell'appalto con le maggiori spese a carico della parte inadempiente.

L'affidamento avverrà a trattativa privata o, entro i limiti prescritti, in economia stante l'esigenza di limitare le conseguenze dei ritardi connessi con la risoluzione del contratto; l'Amministrazione provvederà a notificare alla Ditta l'affidamento a terzi con l'indicazione dei nuovi termini di esecuzione e dei relativi importi.

L'esecuzione in danno non esime la parte inadempiente dalle responsabilità civili in cui la stessa incorra a norma di legge o di contratto per fatti che hanno motivato la risoluzione.

#### **ART. 29) RESPONSABILITA' CIVILE**

La Ditta assume in proprio ogni responsabilità per infortuni o danni eventualmente subiti da persone o beni, tanto della stessa Ditta aggiudicataria quanto dall'Amministrazione o da terzi, in dipendenza di omissioni, negligenze o altre inadempienze attinenti alla esecuzione delle prestazioni contrattuali. Si impegna, inoltre, a tenere sollevata ed indenne l'Amministrazione da qualsivoglia pretesa possa essere avanzata da terzi per fatti comunque riconducibili alla esecuzione dell'appalto

#### **ART. 30) DEFINIZIONI DELLE CONTROVERSIE**

Tutte le eventuali controversie saranno deferite dal Foro competente che sarà esclusivamente quello di Palermo.

#### **ART. 31) RINVIO**

Per quanto non espressamente previsto nel presente capitolato d'oneri trovano applicazione tutte le norme vigenti in materia di appalti e quelle del codice civile, in quanto applicabili.



# COMUNE di SANTO STEFANO DI CAMASTRA

PROVINCIA DI MESSINA  
ADERENTE ALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI  
COMUNE D'EUROPA



<b>PROGETTO:</b>	<b>SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE</b>		
<b>LINEA D'INTERVENTO</b>	<b>3.1.3.4</b>	 <small>UNIONE EUROPEA FESR</small>	 <small>REGIONE SICILIANA</small>



- RELAZIONE TECNICO - ILLUSTRATIVA
- INDICAZIONI E DISPOSIZIONI PER LA STESURA DEI DOCUMENTI INERENTI LA SICUREZZA
- CALCOLO DELLA SPESA E PROSPETTO ECONOMICO
- CAPITOLATO SPECIALE DESCRITTIVO E PRESTAZIONALE
- SCHEMA DI CONTRATTO

IL R. U. P.  
(Arch. F.sco La Monica)

IL SINDACO  
(Dr. Francesco Re)

**COMUNE DI S. STEFANO DI CAMASTRA**

**PROVINCIA DI MESSINA**

Rep. N° \_\_\_\_\_

**OGGETTO:** Contratto per FORNITURA di BENI E SERVIZI PER  
**SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE  
NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE**

L'anno duemila \_\_\_\_\_, il giorno \_\_\_\_\_ del mese di \_\_\_\_\_, in  
Santo Stefano di Camastra e nel mio ufficio, avanti a me Dr  
\_\_\_\_\_ Segretario Generale, domiciliato per la mia carica  
presso la sede comunale, autorizzato al rogito dei contratti in forma pubblica  
amministrativa nell'interesse dell'Ente ai sensi delle disposizioni in materia  
vigenti in Sicilia, senza l'assistenza di testimoni per espressa rinuncia fatta di  
comune accordo tra le parti, in possesso dei requisiti di legge

**SONO COMPARI**

1) Da una parte \_\_\_\_\_, nato il \_\_\_\_\_ a  
\_\_\_\_\_ e residente in \_\_\_\_\_ in Via  
\_\_\_\_\_, nella sua qualità di Funzionario, che interviene in nome,  
per conto e nell'interesse dell'Ente che rappresenta, C.F. 85000260837 in  
esecuzione del provvedimento n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_.

2) Dall'altra Sig. \_\_\_\_\_, nato il \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_  
e residente a \_\_\_\_\_ in Via \_\_\_\_\_, titolare della Ditta  
\_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_, Via \_\_\_\_\_, C.F.:  
\_\_\_\_\_, aggiudicatario della prestazione della fornitura di cui in  
oggetto.

**PREMETTONO**

• Che questo Ente, nell'ambito del PO FESR Sicilia 2007 – 2013 è stato ammesso a finanziamento il progetto per un SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE, giusto DDG n \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_;

• Che in seguito a pubblico incanto espletato il \_\_\_\_\_ il cui verbale di gara è stato approvato con det. \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_, la fornitura dei beni e servizi è stata aggiudicata a \_\_\_\_\_ per il prezzo netto di Euro \_\_\_\_\_ in seguito all'offerta del ribasso del \_\_\_ % sul prezzo a base d'asta;

• Che oltre al certificato della C.C.I.A.A. è stata acquisita la seguente documentazione: \_\_\_\_\_

**PREMESSO QUANTO SOPRA**

**Le parti convengono e stipulano quanto segue**

**Art. 1** -- L'Amministrazione appaltante affida alla Ditta \_\_\_\_\_, che accetta, la prestazione della fornitura di beni e servizi elencata nell'allegato al capitolato speciale descrittivo e prestazionale di progetto

Il corrispettivo complessivo del presente atto è di € \_\_\_\_\_ compreso I.V.A come per legge, così come risulta dal verbale di gara approvato con determina del Capo Area Tecnica n. \_\_\_\_ del \_\_\_\_\_.

**Art. 2** -- La Ditta rappresentata come sopra, si impegna a prestare servizio nei termini, modi, tempi descritti e fissati nel capitolato approvato e nel progetto prodotto per la partecipazione alla gara d'appalto.

In caso di inadempienza e di inosservanza di quanto sopra si procederà a termini di legge nei confronti della Ditta inadempiente.

	<b>Art. 3 -obblighi-</b> La Ditta è tenuta alla piena e incondizionata osservanza di tutte le	
	norme civili e amministrative che regolano la prestazione del servizio in questione	
	e delle condizioni approvate.	
	<b>Art. 4 –ammontare appalto-</b> L’importo complessivo, da corrispondere alla Ditta è	
	stato determinato in €. _____ (diconsi Euro _____)	
	compreso IVA.	
	<b>Art. 5 -pagamento-</b> I pagamenti saranno corrisposti, alla Ditta, così come indicato	
	nel capitolato allegato.	
	<b>Art. 6 -riscossione-</b> I relativi titoli di spesa saranno riscuotibili presso la tesoreria	
	Comunale, mediante pagamento diretto alla persona autorizzata a riscuotere,	
	ricevere e quietanzare le somme dovute in conto o a saldo del presente contratto,	
	che è il Sig. _____.	
	<b>Art. 7 - controversie-</b> Per la risoluzione di tutte le controversie che dovessero	
	insorgere e per tutti gli effetti del presente contratto le parti dichiarano di eleggere	
	domicilio presso questo Comune.	
	<b>Art. 8 –subappalto -</b> La Ditta si impegna ad effettuare direttamente la prestazione	
	della fornitura di che trattasi. E’ vietato il subappalto. Non è ammessa la revisione	
	dei prezzi.	
	<b>Art. 9 –allegati -</b> Per quanto non previsto e contenuto nel presente contratto, le	
	parti si riportano al capitolato generale d’oneri per forniture di beni e servizi	
	vigente nel Comune di Santo Stefano di Camastra ed alle leggi vigenti in	
	materia ed alla seguente documentazione allegata al presente contratto:	
	❖ Capitolato e la relazione di progetto;	
	❖ bando di gara e la lettera di invito;	
	❖ progetto offerto in sede di gara;	

	❖ Decreto del Presidente della Repubblica 207/2010;	
	❖ D.L.vo 163/2006 e s.m.i.;	
	<b>Art. 10 – oneri fiscali</b> - Ai fini fiscali le parti dichiarano che il servizio di cui al	
	presente contratto è soggetto al pagamento dell'IVA per cui si richiede la	
	registrazione in misura fissa ai sensi dell'art. 1 tariffa parte I° del D.P.R.	
	26/07/1986, n. 131.	
	<b>Art. 11 – rinvio</b> - Per tutto quanto non previsto nel presente contratto si rinvia alle	
	norme vigenti in materia di pubbliche forniture e alle altre disposizioni civili e	
	amministrative in materia di garanzie contrattuali e forme di sicurezza.	
	<b>Art. 12 – spese</b> - Le spese del presente contratto, copie occorrenti, diritti,	
	registrazioni ed altro, sono a carico della Ditta, senza diritto di rivalsa.	
	<b>Art. 13 – privacy</b> - L'Amministrazione appaltante ai sensi dell'art. 13 del Decreto	
	legislativo 30/06/2003, n. 196, informa la Ditta che tratterà i dati contenuti nel	
	presente contratto, esclusivamente per lo svolgimento delle attività e per	
	l'assolvimento degli obblighi previsti dalle leggi e dai regolamenti comunali in	
	materia.	
	<b>Art. 14 – tracciabilità flussi finanziari</b> - L'appaltatore, a pena di nullità assoluta	
	del presente contratto, assume gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui	
	alla legge 13 agosto 2010, n.136.	
	L'Amministrazione verifica i contratti sottoscritti tra l'affidatario dei lavori e i	
	subappaltatori e/o i subcontraenti in ordine all'opposizione della clausola	
	sull'obbligo del rispetto delle disposizioni di cui all'art. 3, comma 9 della legge	
	136/2010, e, ove ne riscontri la mancanza, rileva la radicale nullità del contratto.	
	Le parti stabiliscono espressamente che il contratto è risolto di diritto (art. 1456	
	c.c.), in tutti i casi in cui le transazioni siano state eseguite senza avvalersi di banche	



	o della società Poste Italiana SPA, (art. 3 comma 8 L.136/2010) attraverso bonifici	
	su conti dedicati, destinati a registrare tutti i movimenti finanziari, in ingresso ed in	
	uscita, in esecuzione degli obblighi scaturenti dal presente contratto. A tal fine il	
	contraente comunica alla stazione appaltante gli estremi identificativi dei conti	
	correnti bancari o postali, accesi presso banche o presso la società Poste Italiana SPA,	
	dedicati, anche non in via esclusiva, alle commesse pubbliche. La comunicazione	
	alla stazione appaltante deve avvenire entro sette giorni dall'accensione dei conti	
	correnti dedicati e nello stesso termine il contraente deve comunicare le generalità e	
	il codice fiscale delle persone delegate ad operare su di essi. Le medesime	
	prescrizioni valgono anche per i conti bancari o postali preesistenti, dedicati	
	successivamente alle commesse pubbliche. In tal caso il termine decorre dalla	
	dichiarazione della data di destinazione del conto alle commesse pubbliche. Nel	
	rispetto degli obblighi sulla tracciabilità dei flussi finanziari, il bonifico bancario o	
	postale deve riportare, in relazione a ciascuna transizione, il codice unico progetto	
	(CUP) o “il codice identificativo gara (CIG).	
	Le parti convengono che qualsiasi pagamento inerente il presente contratto rimane	
	sospeso sino alla comunicazione del conto corrente dedicato, completo di tutte le	
	ulteriori indicazioni di legge, rinunciando conseguentemente ad ogni pretesa o	
	azione risarcitoria, di rivalsa o comunque tendente ad ottenere il pagamento e/o i	
	suoi interessi e/o accessori. Il contraente si impegna ad inserire nei contratti	
	stipulati con privati subappaltatori o fornitori di beni e servizi le seguenti clausole:	
	Ciascuna delle parti, a pena di nullità del contratto, si assume gli obblighi di	
	tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla presente legge. Il contraente, qualora	
	abbia notizia dell'inadempimento della propria controparte agli obblighi di	
	tracciabilità finanziaria di cui l'art. 3 della L. 136/2010, procede a risolvere	





# COMUNE di SANTO STEFANO DI CAMASTRA

PROVINCIA DI MESSINA

ADERENTE ALL'ENTE PARCO DEI NEBRODI

COMUNE D'EUROPA

**OGGETTO:** SISTEMA DI GESTIONE DI UN CENTRO PER ATTIVITA' INNOVATIVE NEL SETTORE PECULIARE DELLA CERAMICA STEFANESE

Linea d'intervento 3.1.3.4

D.D.G. DELL'ASSESSORATO REGIONALE BENI CULTURALI E DELL'IDENTITA' SICILIANA  
n° 52 del 25/01/2012 in GURS n° 15 del 13/04/2012

## IL RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

**Visto** il progetto in oggetto specificato;

**Visto** il DDG n° 52 del 25/01/2012 in GURS n° 15 del 13/04/2012 all'oggetto citato;

**Riconosciuta** la necessità di provvedere ad apposita attestazione dalla quale si evinca l'autonoma cantierabilità e funzionalità dell'operazione, non subordinata alla realizzazione di altri interventi

**Visti** gli atti d'ufficio;

## ATTESTA E DICHIARA

**Che l'operazione in oggetto è autonomamente cantierabile e funzionale e non è subordinata alla realizzazione di altri interventi**

Lì                      11/05/2012

**IL R.U.P.**

*(Arch. Francesco La Monica)*