

## **DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE CON IMPEGNO DI SPESA**

---

N. 153 DEL 31/01/2025

AREA SVILUPPO ECONOMICO E SOCIALE

SERVIZIO TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA UFFICIO  
COMUNE TURISMO

**OGGETTO:** AFFIDAMENTO IN HOUSE PROVIDING A FONDAZIONE BOLOGNA WELCOME PER LA REALIZZAZIONE DI SERVIZI STRUMENTALI PER L'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA (P.P.C.T.) 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA - CUP C39I24000650002 - CUP C59I23001200004 - CIG B56C024E69.

### **Il Dirigente/Funziionario delegato**

#### **DECISIONE**

- 1) **Approva** l'adesione al contratto di appalto per la realizzazione dei servizi strumentali per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena, tramite affidamento *in house providing*<sup>1</sup> a favore di Fondazione Bologna Welcome (P.IVA e C.F. 04159281205), con sede legale a Bologna in P.zza del Nettuno, 1 - CAP 40124, per un importo complessivo di € 1.140.000,00, IVA compresa al 22%. CIG B56C024E69 – CUP C39I24000650002 e CUP C59I23001200004;
- 2) **Dispone l'accertamento** ai sensi dell'art. 179 del D. Lgs. n. 267/2000, della somma di € 964.295,97 sul Cap. E 204672/0 - Trasferimenti correnti da amministrazioni locali - Cdc 149 (Cod. SIOPE 2010102001) da parte della REGIONE EMILIA ROMAGNA (codice: 85) per

---

<sup>1</sup> Si veda la deliberazione di Consiglio metropolitano n. 2 del 29/01/2025, avente ad oggetto: "AUTORIZZAZIONE ALL'AFFIDAMENTO DI SERVIZI STRUMENTALI IN HOUSE PROVIDING A FONDAZIONE BOLOGNA WELCOME PER L'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA (P.P.C.T.) 2025 DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNA-MODENA".

l'affidamento *in house providing* dei servizi strumentali per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena. CUP: C39I24000650002;

- 3) **Dispone l'accertamento** ai sensi dell'art. 179 del D. Lgs. n. 267/2000, della somma di € 175.704,03 sul Cap. E 204672/0 - Trasferimenti correnti da amministrazioni locali - Cdc 149 (Cod. SIOPE 2010102003) da parte del COMUNE DI BOLOGNA (codice: 1936) per l'affidamento *in house providing* dei servizi strumentali per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena. CUP: C59I23001200004;
- 4) **Dispone l'impegno** ai sensi dell'art. 191 del D. Lgs. n. 267/2000, della somma di € 964.295,97 sul Cap. S 106624/0 - Altre spese per servizi non sanitari - Cdc 149 (Cod. SIOPE 1030299999) in favore di FONDAZIONE BOLOGNA WELCOME (codice: 91265) per l'affidamento *in house providing* dei servizi strumentali per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena. CUP: C39I24000650002 - CIG: B56C024E69;
- 5) **Dispone l'impegno** ai sensi dell'art. 191 del D. Lgs. n. 267/2000, della somma di € 175.704,03 sul Cap. S 106624/0 - Altre spese per servizi non sanitari - Cdc 149 (Cod. SIOPE 1030299999) in favore di FONDAZIONE BOLOGNA WELCOME (codice: 91265) per l'affidamento *in house providing* dei servizi strumentali per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena. CUP: C59I23001200004 - CIG: B56C024E69;
- 6) **Dispone di provvedere al versamento** a favore di Fondazione Bologna Welcome (P.IVA e C.F. 04159281205), con sede legale a Bologna in via P.zza del Nettuno - CAP 40124, subordinatamente al corretto adempimento delle fasi contabili successive alla presente determinazione;
- 7) **Dà atto** che gli accertamenti e gli impegni riportati nel presente dispositivo graveranno rispettivamente per gli importi indicati sui corrispondenti capitoli del bilancio di previsione di previsione 2025/2027<sup>2</sup>, e che la previsione di scadenza dell'obbligazione giuridica è nell'anno 2025;
- 8) **Dà atto** che in relazione al presente affidamento ANAC con propria determinazione<sup>3</sup> ha

---

<sup>2</sup> Approvato con Deliberazione del consiglio metropolitano n. 66/2024 "Approvazione del bilancio di previsione per il triennio 2025 - 2027 e dei relativi allegati".

<sup>3</sup> L'Autorità di Vigilanza nella Determinazione n. 4 del 7 luglio 2011 "Linee guida sulla tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi dell'articolo 3 della legge 13 agosto 2010 n. 136", stabilisce che qualora si tratti di una società "in house" gli affidamenti diretti ed i relativi movimenti di denaro sono esclusi dall'applicazione della L.136/2010 per difetto del requisito di terzietà che connota il contratto

precisato che nei rapporti tra pubbliche amministrazioni e proprie società in house (strumentali) non risultano integrati gli elementi costitutivi del contratto di appalto per difetto del requisito di terzietà, pertanto, tali contratti sono esclusi dall'ambito di applicazione della L. 136/2010 "Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia di normativa antimafia", ma che deve in ogni caso essere acquisito il codice CIG.

- 9) **Dà atto** che al presente affidamento vengono attribuiti i seguenti CUP C39I24000650002 e C59I23001200004 e il CIG B56C024E69, comunicato tramite la Piattaforma dei Contratti Pubblici di ANAC;
- 10) **Dà atto** che è RUP la dott.ssa Giovanna Trombetti - ai sensi dell'art. 15 del D.lgs. n. 36/2023 - e che non si trova in situazioni di incompatibilità né in condizioni di conflitto di interessi anche solo potenziale<sup>4</sup> rispetto all'aggiudicatario;
- 11) **Informa** che avverso il presente provvedimento è esperibile ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale per l'Emilia-Romagna, sede di Bologna, nel termine di 30 giorni decorrenti dalla data di pubblicazione o di conoscenza dell'atto.

## MOTIVAZIONE

La L.R. n. 4/2016 "Ordinamento turistico regionale - Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica. Abrogazione della legge regionale 4 marzo 1998, n. 7" ha previsto l'istituzione delle Destinazioni turistiche, stabilendone i compiti e le funzioni. La Regione Emilia-Romagna, in considerazione della funzione fondamentale di promozione e coordinamento dello sviluppo economico prevista per le città metropolitane all'art. 1, comma 44, lett. e), della L. n. 56/2014, ha riconosciuto alla Città metropolitana di Bologna - con D.G.R. n. 2175/2016 - un ruolo conforme a tale funzione, identificandola come Destinazione turistica del territorio metropolitano.

Successivamente, con L.R. n. 8/2021 "Disposizioni collegate alla legge di assestamento e prima variazione generale al Bilancio di previsione della Regione Emilia-Romagna 2021-2023", la Regione ha modificato la citata L.R. n. 4/2016, prevedendo per la Città metropolitana, in veste di Destinazione turistica, e per la Provincia di Modena, la possibilità per la Città metropolitana in veste di Destinazione turistica e per la Provincia di Modena, di procedere alla valorizzazione di un Territorio Turistico unitario, al fine di attuare congiuntamente i progetti di marketing e promozione

---

di appalto. Con aggiornamento tramite atto 585 del dicembre 2023 ANAC ha precisato che sussiste in ogni caso obbligo di acquisizione del CIG.

<sup>4</sup> Come previsto nella sezione 2.3 "Rischi corruttivi e trasparenza" del PIAO 2024-2026, al paragrafo "Azioni e misure di contrasto generali" nonché ai sensi dell'art. 16 del D. Lgs. n. 36/2023, e consapevole che, in caso di dichiarazione mendace, verranno applicate, ai sensi dell'art. 76 del d.P.R. 445/2000, le sanzioni previste dal codice penale e dalle leggi speciali in materia di falsità negli atti.

turistica nell'ambito del Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.), nonché il Programma turistico di promozione locale (P.T.P.L.). È dunque maturata, per la Città metropolitana di Bologna in funzione di Destinazione Turistica e per la Provincia di Modena, la scelta strategica di dare attuazione al nuovo Territorio Turistico Bologna-Modena<sup>5</sup>, secondo le modalità previste dal nuovo art. 12 bis della legge citata.

La L.R. n. 4/2016, come modificata dalla L.R. n. 9/2022, prevede pertanto che al Territorio Turistico compete l'esercizio delle funzioni e delle attività amministrative relative:

- a) all'organizzazione della promo-commercializzazione turistica, in particolare attraverso la realizzazione dei Programmi di attività di cui all'articolo 6;
- b) al coordinamento delle attività di informazione e accoglienza turistica, in coerenza con quanto stabilito dall'articolo 13.

In particolarità, nell'ambito dell'attività di promo-commercializzazione, è prevista annualmente la definizione condivisa da parte della Città metropolitana e della Provincia di Modena, quali enti costituenti il Territorio Turistico, degli obiettivi di medio periodo e delle direttrici di lavoro in termini di prodotti, mercati e segmenti: vengono indicate le macroaree di intervento finalizzate ad accrescere la capacità competitiva e a concretizzare operativamente le strategie individuate. Sotto il profilo della *governance* il sistema turistico sopra delineato trova, rispettivamente per ciascun ente, il suo braccio operativo nella DMO (*Destination management organization*), struttura professionale che assume il compito di guidare efficacemente il sistema degli operatori e dei fattori di competitività - produzione - offerta, orientandolo verso gli obiettivi definiti e svolgendo funzioni di marketing e management del sistema turistico in termini di attrazione dei visitatori ed accrescimento della competitività basato altresì sulla co-progettazione dei prodotti turistici insieme alla componente pubblica e privata dei territori, lavorando sulla qualità dell'accoglienza, dell'offerta e sul turismo socialmente e ambientalmente sostenibile.

Con deliberazione di Consiglio metropolitano n. 41/2024 è stato approvato il Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna-Modena, trasmesso<sup>6</sup> alla Regione Emilia-Romagna, che lo ha approvato<sup>7</sup>, assegnando alla Città metropolitana di Bologna risorse di natura corrente per l'attuazione delle attività relative al territorio di sua competenza.

---

<sup>5</sup> Si vedano le Deliberazioni del Consiglio metropolitano n. 34/2021 recante "Adozione delle linee di indirizzo per l'avvio del percorso volto a definire un Territorio Turistico comprendente i territori della Città metropolitana di Bologna e della Provincia di Modena" e l'atto della Provincia di Modena n. 148 del 28/09/2021 con il quale il Presidente ha disposto di attuare congiuntamente alla Città metropolitana di Bologna, in funzione di Destinazione turistica, i progetti di marketing e promozione turistica ai fini della valorizzazione del Territorio Turistico Bologna-Modena ai sensi dell'art. 12 bis della L.R. n. 4/2016 e ss.mm.ii.

<sup>6</sup> P.G. n. 63289/2024

<sup>7</sup> Si veda la Delibera di Giunta regionale n. 2122 del 11/11/2024.

In tale contesto, è stato ritenuto strategico - ai sensi dell'art. 7, comma 2, del D. Lgs. n. 36/2023 – procedere con deliberazione di Consiglio metropolitano n. 2 del 29/01/2025 ad autorizzare l'affidamento dei servizi strumentali connessi alla realizzazione del P.P.C.T. 2025, in regime *in house providing*, a Fondazione Bologna Welcome, quale DMO del Territorio Turistico Bologna-Modena, sussistendone i presupposti di legge.

L'offerta economica presentata da Fondazione<sup>8</sup> è stata ritenuta congrua rispetto ad un ipotetico mercato di riferimento e sussistono tutti i presupposti indicati dalle disposizioni legislative<sup>9</sup> e dalla giurisprudenza comunitaria e nazionale per procedere all'affidamento secondo il paradigma dell'*in house providing*, nonché giustificate motivazioni per non ricorrere al mercato, come da motivazioni espresse con deliberazione di Consiglio metropolitano n. 2 del 29/01/2025.

Le attività, da svolgersi entro il 31/12/2025, afferiscono in particolare ai filoni di azioni come di seguito meglio dettagliati, finalizzati alla realizzazione degli obiettivi del P.P.C.T. 2025:

## 1) COMUNICAZIONE

### • **Sviluppo dell'identità visiva e dei supporti di comunicazione.**

In questo ambito, si intende approntare un'analisi per definire il nuovo posizionamento della Destinazione, da veicolare attraverso architetture informative differenziate, e progettare un rinnovo dell'identità visiva, che potrà successivamente trovare espressione in una serie di supporti fisici e digitali come a titolo esemplificativo: supporti a terra (ad es. totem), supporti cartacei, gabbie per siti web, social e newsletter. Al fine di consolidare l'immagine unitaria, coerente e omogenea del Territorio Turistico Bologna-Modena, si propone inoltre di dare continuità alla realizzazione di materiali comuni tra Bologna e Modena, quali *layout* per stand fieristici, brochure di presentazione ed eventuali altri supporti e al lavoro di armonizzazione dell'immagine coordinata di Bologna metropolitana con il brand territoriale.

### • **Press, Creator e influenzatori.**

Tramite Fondazione Bologna Welcome, si intende promuovere l'offerta del Territorio Turistico Bologna-Modena verso i target di riferimento attraverso attività di *media relation*, declinate rispetto ai temi trasversali che caratterizzano l'area vasta e metropolitana. Si prevede inoltre un'attività di collaborazione strutturata con *creator* per lo sviluppo di materiali di promozione legati agli obiettivi del Territorio Turistico Bologna-Modena, con parziale sostituzione dei viaggi stampa con giornalisti (circa n. 40 assistenze stampa e n. 10 attività con creator e influenzatori).

## 2) ECOSISTEMA DIGITALE E PROMOZIONE

### • **Siti web, canali social e newsletter.**

---

<sup>8</sup> Si veda la proposta economica trasmessa da Fondazione Bologna Welcome con P.G. n. 613/2025.

<sup>9</sup> Si veda il combinato disposto degli art. 7, co. 2 e 225, co. 8 del D.lgs. 36/2023, nonché lo Statuto di Fondazione Bologna Welcome e lo Statuto della Città metropolitana di Bologna.

Al fine di garantire una migliore “accoglienza informativa” ai target di riferimento, si propone di proseguire l’attività di redazione “allargata” alle Redazioni Locali del sistema turistico regionale, di cui gli IAT-R sono sede, coordinate dalla redazione centrale della DMO bolognese, in sinergia con eXtraBO al fine di promuovere il territorio vasto e far conoscere gli elementi caratterizzanti l’identità territoriale e facilitare l’esperienza d’acquisto e fruizione dei consumatori.

L’output di tale attività sarà veicolato attraverso una piattaforma multicanale formata da:

- un sistema di siti web dedicati: *bolognawelcome.com*, portale turistico ufficiale del territorio metropolitano, ed *extrabo.com*, portale di riferimento dell’offerta extra-urbana. I contenuti dei siti saranno realizzati in doppia lingua italiano e inglese (nel caso di *bolognawelcome.com* una selezione dei principali contenuti di interesse per gli specifici mercati di riferimento sarà veicolata nella relativa lingua: tedesco, francese, spagnolo, russo e cinese);
- la newsletter mensile Bologna Welcome;
- i canali social (*Facebook, Instagram, YouTube, Twitter e Telegram*) con azioni organiche tese a mantenere e rafforzare il rapporto con i diversi pubblici.

Vista la crescente importanza del segmento *Outdoor Active&Slow*, accanto al circuito di canali *social*, si propone di attivare un network complementare tematizzato eXtraBO (*Facebook, Instagram e YouTube*).

In questo ambito, si intende offrire altresì supporto per la raccolta *Sagre e Feste* del territorio attraverso un’attività di coordinamento con l’Ufficio Stampa della Città metropolitana e le Redazioni Locali per la relativa promozione.

#### • **E-commerce.**

Con l’obiettivo di costruire una destinazione integrata con un’ampia varietà di offerta turistica facilmente accessibile, si propone di dare continuità allo sviluppo del sistema di e-commerce selezionato dal Territorio Turistico Bologna-Modena attraverso le DMO territoriali. Il sistema di e-commerce valorizza lo sviluppo dell’offerta turistica in termini di varietà dei prodotti e di ampliamento del territorio di riferimento, rendendo prodotti, esperienze e ticketing di eventi e musei acquistabili singolarmente o componibili in proposte di fruizione del territorio costruite in completa autonomia dall’utente grazie alla funzione di «pacchetto dinamico». In questo ambito, la Fondazione si rende disponibile a supportare la realizzazione delle rassegne *Trekking col Treno* e *Crinali* in continuità con le edizioni passate, mettendo a disposizione rispettivamente il proprio software di vendita online e un apposito sistema di prenotazione.

#### • **Campagne promozionali**

Nell’ottica di favorire la visibilità dei canali attraverso cui la narrazione territoriale giunge al consumatore finale, si intende realizzare campagne promozionali per la valorizzazione dell’offerta turistica, in chiave di *awareness* e di *purchase*, nel territorio extra-urbano e della qualità

dell'accoglienza, che passa anche dall'organizzazione dell'offerta turistica, nel Capoluogo. Tali attività potranno strutturarsi in campagne realizzate attraverso azioni di posizionamento sponsorizzato (*keyword advertising*) su *Google* e post sponsorizzati sul circuito *Meta*. Accanto a tali campagne, in un'ottica strategica di massimizzazione dell'efficacia delle attività di promo-commercializzazione, si provvederà, attraverso studi ed eventuali consulenze, ad analizzare i comportamenti degli utenti e l'esperienza-utente.

- **Promozione iniziative del Territorio Turistico**

La promozione presso i target di riferimento di attrattori, esperienze, iniziative ed eventi del territorio è un obiettivo primario del Territorio Turistico Bologna-Modena. In quest'ottica, si intende supportare iniziative di carattere turistico metropolitano che focalizzano l'attenzione su punti cardine per il posizionamento della destinazione quali il *biking*, lo sport e il turismo montano che punti alla destagionalizzazione con prodotti alternativi al bianco. A tal scopo, si garantirà supporto alla comunicazione della rassegna *Grandi eventi sportivi*, del progetto di promozione Lizzano, oltre che di altre eventuali iniziative di interesse metropolitano, quali ad esempio la rassegna *Domeniche Ciclabili* e di un evento promozionale di *Tartufesta* presso gli spazi dell'*outdoor infopoint* eXtraBO.

### **3) PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE**

- **Sviluppo prodotti**

In vista di un arricchimento del catalogo prodotti, si intende sostenere lo sviluppo di esperienze che insistono su un perimetro territoriale ampio, preferibilmente di area vasta Bologna-Modena, che afferiscono a *cluster* di prodotto differenti e che sono, dunque, in grado di contribuire all'estensione della permanenza media sul territorio. Il supporto si traduce nel potenziamento o creazione di un servizio di trasporto (es. ottimizzazione fruizione servizi di trasporto pubblico quali *Corno Express*, e integrazione servizi di *car sharing*) e di servizi a supporto di cammini e ciclovie (es. trasporto bagagli).

- **Eventi di settore**

Al fine di ottimizzare l'efficacia e l'efficienza della partecipazione a eventi di settore di carattere promo-commerciale, viene proposto uno specifico programma di partecipazione alle fiere generaliste previste nel piano ENIT e/o APT, mantenendo la sola presenza istituzionale e partecipare a fiere di settore, rivolte a mercati rilevanti che mirano a valorizzare linee di prodotto specifiche in collaborazione con Modena e altre Destinazioni turistiche.

Rispetto a quanto previsto nel P.P.C.T. 2025, Fondazione propone una parziale modifica del calendario fieristico al fine di dare una più ampia copertura all'ambito MICE, anche attraverso la realizzazione di n. 2 fam trip dedicati all'industria del meeting (indicati nel successivo paragrafo). Si intende, inoltre, realizzare n. 2 eventi promo-commerciali in prossimità di fiere o workshop in

collaborazione con istituzioni, eccellenze del territorio e/o altri territori che ottimizzino la visibilità della destinazione su mercati di lungo raggio (es. USA e Giappone).

- **Fam trip**

Con l'obiettivo di far esperire agli operatori turistici le attrazioni e i servizi disponibili sul Territorio Turistico Bologna-Modena e farli auspicabilmente inserire nella programmazione dei potenziali buyer, tramite la Fondazione si intende ospitare una serie di *fam trip* che siano collegati a eventi promo-commerciali di settore o a cluster tematici specifici (es. cammini, ciclovie o nuovi prodotti lanciati), ove possibile di area vasta. Come indicato al capitolo precedente, in aggiunta ai n. 6 *fam trip* previsti dal Programma di promo-commercializzazione turistica (P.P.C.T.) per il 2025, la Fondazione propone di ospitarne n. 2 in più nel periodo febbraio-dicembre 2025, al fine di ampliare le azioni di promo-commercializzazione all'ambito MICE. In occasione dei *fam trip*, che potranno essere organizzati autonomamente o in collaborazione con partner commerciali, preferibilmente in prossimità di eventi di settore ospitati a Bologna o nei territori limitrofi, saranno garantiti i servizi di accoglienza e di carattere logistico-organizzativo necessari alla riuscita dell'iniziativa.

#### **4) ACCOGLIENZA**

Al fine di mettere a disposizione dei territori extra-urbani uno spazio dove trovare visibilità e rappresentanza, si propone di dare continuità alle attività di gestione e animazione dell'*outdoor infopoint* di Bologna, eXtraBO, punto di riferimento dell'area metropolitana per le attività di promo-commercializzazione, che costituisce un luogo di sintesi dei progetti che si sviluppano sul territorio, offrendo una vetrina nel cuore della città agli operatori che animano i tre sub-ambiti metropolitani (Pianura bolognese, Appennino bolognese e Imolese).

#### **5) SPESE GENERALI**

In continuità con l'anno passato, Fondazione Bologna Welcome propone di garantire l'ampliamento delle funzioni di segreteria organizzativa emerso a seguito dell'istituzione del Territorio Turistico Bologna-Modena e il relativo cambio dell'assetto di *governance* e organizzativo.

Inoltre, in questo ambito, la Fondazione si rende disponibile anche a fornire il proprio supporto nella concertazione del Programma turistico di promozione locale (PTPL) e nella stesura e iter di approvazione del Programma di promo-commercializzazione turistica (PPCT) 2026; metterà inoltre a disposizione del Territorio Turistico Bologna-Modena una selezione di *merchandising* e *gadget* per gli ospiti di eventi, visite o incontri istituzionali con l'obiettivo tra gli altri di veicolare l'immagine e i valori del territorio. Fondazione prevede, infine, di coinvolgere gli operatori economici in momenti di confronto e condivisione per veicolare l'immagine della destinazione e ottimizzare il primo contatto con il turista.

Si procede pertanto con il presente atto, sulla base dei presupposti e delle motivazioni di cui alla citata deliberazione n. 2/2025, qui interamente richiamati, all'affidamento *in house providing* dei

servizi strumentali connessi alla realizzazione del P.P.C.T. 2025 all'operatore economico Fondazione Bologna Welcome (P.IVA 04159281205), con sede legale a Bologna in P.zza del Nettuno, 1 - CAP 40124, ai sensi dell'art. 7, co. 2 del D. Lgs. n. 36/2023 – per complessivi € 1.140.000,00, di cui € 934.426,22 per imponibile e € 205.573,78 per IVA al 22%, sulla base della dotazione disponibile nel bilancio di previsione 2025-2027<sup>10</sup>, relativamente all'annualità 2025, in entrata sul Cap. 204672 “Trasferimenti correnti da Amministrazioni Locali – CdC 149” e in spesa sul Cap. 106624 “Altre spese per servizi non sanitari – CdC 149”. Detta dotazione è resa disponibile:

- per € 964.295,97 quale quota parte del contributo concesso dalla Regione Emilia-Romagna per l'attuazione del Programma di promo-commercializzazione (P.P.C.T.) 2025 del Territorio Turistico Bologna - Modena<sup>11</sup> - C39I24000650002;
- per € 175.704,03 quale quota parte della più ampia dotazione complessiva, messa a disposizione dal Comune di Bologna sulla base della Convenzione ex art. 15 L. n. 241/1990 tra la Città metropolitana di Bologna e il Comune di Bologna per la gestione del sistema dei servizi di promozione turistica connessi alla DMO del Turistico Bologna-Modena<sup>12</sup>, nel quadro delle funzioni dell'Ufficio Comune Turismo<sup>13</sup> - C59I23001200004;

L'affidamento di cui al presente atto non rientra, trattandosi di affidamento *in house providing*, nell'ambito della programmazione triennale per gli acquisti di beni e servizi (art. 37) ai sensi dell'art. 13 D.lgs. n. 36/2023.

Si precisa, inoltre, che ai sensi della Determinazione ANAC n. 4/2011, così come modificata dalla Determinazione n. 556 del 31 maggio 2017 e aggiornata dalla determinazione n. 585 del 19 dicembre 2023 sulla tracciabilità dei flussi finanziari, non sussistono a carico degli enti in house gli adempimenti in tale ambito, ma permane tuttavia l'obbligo di acquisire il codice CIG (B56C024E69).

Avverso il presente provvedimento è esperibile ricorso al TAR di Bologna nel termine di 30 gg. decorrente dalla data di notifica o comunicazione dell'atto o dalla piena conoscenza di esso.

Il presente atto è adottato in conformità all'art. 107 del D. Lgs. n. 267/2000 “Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali” all'art. 23 del vigente regolamento di organizzazione degli uffici edei servizi.

La scrivente Dirigente, per la quale non sussiste alcuna situazione di conflitto di interessi, ai sensi degli artt. 6 e 7 del D.P.R. n. 62/2013 “Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti

---

<sup>10</sup> Si veda nota 2.

<sup>11</sup> Si veda la D.G.R. n. 2122 del 11/11/2024 avente ad oggetto: L.R. N. 4/2016 - DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N.786/2017 E SS.MM.II. - APPROVAZIONE DEI PROGRAMMI DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA PER L'ANNO 2025 DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE E DEL TERRITORIO TURISTICO BOLOGNAMODENA. ASSEGNAZIONE E CONCESSIONE CONTRIBUTI. ASSUNZIONE IMPEGNI DI SPESA.

<sup>12</sup> Approvato rispettivamente con atto del Sindaco metropolitano n. 280/2024 e con Deliberazione di Giunta del Comune di Bologna P.G. n. 892237/2024 (REP. 296/2024).

<sup>13</sup> Istituito con atto monocratico del Sindaco n. 151 del 27/06/2023.

pubblici a norma dell'art. 54 del D.lgs. n°165/2001” come recepito dal “Codice di comportamento della Città metropolitana di Bologna”, è competente all’adozione del presente atto.

L'imputazione del presente impegno avviene nell'esercizio in cui è prevista la scadenza dell'obbligazione, ai sensi del D. Lgs. n. 118/2011 - Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli Enti Locali e dei loro organismi, a norma degli artt. 1 e 2 della Legge n. 42/2009 integrata dal D. Lgs n. 126/2014.

Si richiamano:

- la delibera del Consiglio metropolitano n. 66 della seduta del 23/12/2024 - Approvazione del Bilancio di Previsione 2025-2027 e dei relativi allegati;
- l'atto del Sindaco metropolitano n. 294 del 23/12/2024 - Approvazione del Piano Esecutivo di Gestione per il triennio 2025-2027.

Bologna, 31/01/2025

**Firmato digitalmente**  
***Dott. TROMBETTI GIOVANNA***<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Documento prodotto e conservato in originale informatico e firmato digitalmente ai sensi dell'art. 20 del 'Codice dell'Amministrazione Digitale' nella data risultante dai dati della sottoscrizione digitale. L'eventuale stampa del documento costituisce copia analogica sottoscritta con firma a mezzo stampa predisposta secondo l'articolo 3 del D.lgs 12 febbraio 1993, n. 39 e l'articolo 3bis, comma 4bis del Codice dell'amministrazione digitale.