

PROGETTO “NUOVO BRAND DEL PARCO”

Disciplinare relativo al servizio per la redazione nell’ambito del documento strategico di brand identity e wayfinding system, per il concorso alla definizione del Brand e predisposizione del Piano di Comunicazione e del Piano di marketing cig Z373294B0C

Art.1 Premessa

1. L’area del parco di Migliarino San Rossore Massaciuccoli si estende per oltre 23.000 ha, confinati da 33 km di costa ovest, l’abitato di Viareggio e l’area industriale di Montramito a Nord, lo scolmatore dell’Arno a sud, approssimativamente la strada E80 ad est. L’intera Area del Parco risulta caratterizzata da Tenute e Fattorie e tra queste la Tenuta di San Rossore, con una estensione di circa 6000 ha, rappresenta la parte di territorio di proprietà della Regione Toscana. All’interno di questa Tenuta sono contenute diverse attività e manufatti in stato di conservazione molto diverse tra loro: edifici in rovina, cascine in uso, a abitazioni e stalle con necessità di ristrutturazione.

2. Il documento di pianificazione e programmazione del Parco, individuato dalla legge regionale 30/2015 nel Piano Integrato Territoriale, risulta in corso di predisposizione essendo stato approvato dalla Regione Toscana con delibera n. 1488 del 2 dicembre 2019 il documento “Avvio del procedimento”. Tale documento prevede tra i suoi obiettivi strategici “*Il Parco della natura e della Storia: l’organizzazione storica del territorio in tenute e fattorie*”, mirato alla conservazione e restauro del tessuto insediativo ed agro-rurale nonché quale strumento di definizione e valorizzazione dell’area parco e di uno specifico sistema di fruizione e di mobilità sostenibile.

3. La Regione Toscana ogni anno assegna con propria deliberazione specifici indirizzi. In particolare:

- nella deliberazione di Giunta Regionale n. 1365 del 11/11/2019 “L.R. 30/2015, art. 44 comma 2; L.R. n. 24/2000, art. 7 – Approvazione del documento di indirizzo annuo 2020 agli enti parco”, si prevede uno specifico indirizzo per l’Ente Parco regionale Migliarino San Rossore Massaciuccoli, ovvero di sviluppare un MASTERPLAN per la Tenuta di San Rossore che permetta la definizione della destinazione d’uso degli immobili della Tenuta e della loro riqualificazione;
- nella deliberazione di Giunta Regionale n. 1323 del 26/10/2020 “L.R. 30/2015, art. 44 comma 2; L.R. n. 24/2000, art. 7 – Approvazione del documento di indirizzo annuo 2021 agli enti parco”, si prevedono specifici indirizzi per l’Ente Parco regionale Migliarino San Rossore Massaciuccoli, ed in particolare rafforzare la percezione della presenza del parco e dei suoi caratteri identitari attraverso lo sviluppo ed il consolidamento di caratteri di riconoscibilità tipici, da poter utilizzare, ove opportuno, anche all’esterno della Tenuta ovvero per l’intera area parco.

4. Risulta conseguentemente necessario, ed è oggetto anche della prestazione descritta dal presente disciplinare, predisporre un insieme di documenti e studi per rispondere alla richiesta della delibera GRT 1323/2020, attraverso il concorso di una pluralità di competenze che garantiscano anche un elevato grado di innovazione e l’utilizzo di tecnologie digitali all’avanguardia. Pur risultando l’ambito di riferimento del documento strategico l’intero territorio del Parco, si dovrà in primo luogo fare riferimento al Masterplan della tenuta di San Rossore, approvato con determinazione n. 743 del 29 dicembre 2020, allegato al presente disciplinare. Il Masterplan ridefinisce l’assetto strategico della Tenuta di San Rossore nel suo insieme, insistendo sull’importanza del suo ecosistema e su due principi cardine:

- La Tenuta non Turistica, ma aperta a diversi tipi di utenti e usi.
- La Campagna non Agricola, per un’occasione sociale di sviluppo e ricerca in un paesaggio produttivo.

Art. 2 Nuovo Brand del Parco

1. In maniera complementare allo sviluppo del masterplan, si dovrà sviluppare e migliorare, in ossequio alla DGRT 1223/2020, l'immagine del parco presentando una nuova identità al pubblico e ai possibili partner. Partendo dalle valutazioni relative alla Tenuta di San Rossore, occorrerà muoversi all'interno della complessità di stratificazioni storiche, funzioni, proprietà dell'intero territorio del parco con particolare attenzione ai riferimenti strutturali, ambientali e infrastrutturali del Piano territoriale (artt. 3, 4 e 5 del Piano approvato con delibera del Consiglio regionale Toscana 515/1989) per ridefinire l'immagine del parco.
2. Il progetto complessivo si articolerà in tre aree di azione che produrranno:
 1. Documento strategico di sviluppo per una nuova "Brand Identity" nonché la progettazione di linee guida per riferimenti strutturali del parco ed un "Wayfinding System",
 2. Sviluppo di un Piano di Comunicazione della "Brand Identity", riferimenti strutturali e *wayfinding system*,
 3. Sviluppo di un Piano di marketing territoriale
3. Il "Documento strategico" conterrà:
 - a. La definizione della "*Brand philosophy*" ed ideazione del "*Visual Branding*" (logotipo, pay-off, immagine coordinata, etc.),
 - b. Un manuale d'uso del Marchio (*lettering*, colori, rapporti con altri marchi, declinazioni del marchio, etc.);
 - c. Linee guida per:
 - i. "*tone of voice*" (stile, personalità e modo di porsi del *brand* nella comunicazione, etc.)
 - ii. la progettazione all'interno del parco relativamente a:
 - il sistema di arredo pubblico e di illuminazione;
 - le aree per i servizi pubblici (e.g. barbecue, punti di osservazione etc.);
 - il sistema dei riferimenti strutturali del parco quali le Porte del Parco, gli accessi alle tenute, i Centri e Capisaldi, i luoghi ricettivi ed organizzativi, come definiti all'art. 3 del Piano territoriale del parco;
 - il sistema delle Mappe, Segnaletica e *Wayfinding*;

Il tutto con la finalità di rafforzare l'identità del Parco, attraverso i caratteri identitari dell'immagine del parco proprio attraverso una serie di studi specifici.

Il "Documento strategico" dovrà fornire una soluzione sostenibile, coerente ed innovativa.

4. Il Piano di comunicazione della nuova Brand Identity, del sistema dei riferimenti strutturali e *wayfinding*, prevedrà:
 - a. la definizione di un piano media con individuazione degli spazi di visibilità nei media tradizionali e digitali, in linea con il piano media, richieste accordi commerciali con analisi finanziarie,
 - b. progettazione e pianificazione di una campagna media,
 - c. progettazione e pianificazione di una campagna di social adv (Instagram etc.)
 - d. realizzazione (grafica e copy) *adv traditional and digital*
 - e. 1 photo shooting
 - f. Produzione n°1 video spot e n°10 pillole video social
 - g. Realizzazione *content e copy per social*
 - h. Press-tour con la stampa generalista e specializzata, tenendo conto del piano media
5. Il Piano di marketing territoriale dovrà svolgere analisi e produrre un documento con l'obiettivo di affermare il Parco come destinazione "non turistica ma aperta ai diversi tipi di utenti ed usi" nonché della "campagna come occasione sociale di sviluppo e ricerca in un paesaggio produttivo". In linea quindi con le valutazioni del Masterplan della Tenuta di San Rossore da allargare a tutto il territorio del Parco mettendone in luce vocazione e valori, network, definendo la nuova strategia.

Art. 3 – Oggetto della Prestazione

Oggetto della prestazione descritta nel presente disciplinare è:

1. il concorso alla predisposizione del “Documento strategico” al fine mediante definizione:
 - a. Della “*Brand philosophy*” ed ideazione del “*Visual Branding*” (logotipo, pay-off, immagine coordinata, etc.),
 - b. Di un manuale d’uso del Marchio (*lettering*, colori, rapporti con altri marchi, declinazioni del marchio, etc.);
 - c. Delle linee guida per “*tone of voice*” (stile, personalità e modo di porsi del *brand* nella comunicazione, etc.)

Il “documento strategico” e quindi ogni sua parte, dovrà fornire una soluzione sostenibile, coerente ed innovativa.

2. La predisposizione del Piano di comunicazione della nuova Brand Identity, del sistema dei riferimenti strutturali e *wayfinding*, prevedrà:
 - a. la definizione di un piano media con individuazione degli spazi di visibilità nei media tradizionali e digitali, in linea con il piano media, richieste accordi commerciali con analisi finanziarie,
 - b. progettazione e pianificazione di una campagna media,
 - c. progettazione e pianificazione di una campagna di social adv (Instagram etc.)
 - d. realizzazione (grafica e copy) *adv traditional and digital*
 - e. 1 photo shooting
 - f. Produzione n°1 video spot e n°10 pillole video social
 - g. Realizzazione *content e copy per social*
 - h. Press-tour con la stampa generalista e specializzata, tenendo conto del piano media.

All'interno del Piano di comunicazione dovrà trovare attuazione anche lo specifico progetto relativo al materiale promozionale legato del Calendario del parco per l'anno 2021.

3. La predisposizione di un Piano di marketing territoriale basato su analisi capaci di produrre un documento che abbia ad obiettivo affermare il Parco come destinazione “non turistica ma aperta ai diversi tipi di utenti ed usi” nonché della “campagna come occasione sociale di sviluppo e ricerca in un paesaggio produttivo”. In linea quindi con le valutazioni del Masterplan della Tenuta di San Rossore da allargare a tutto il territorio del Parco mettendone in luce vocazione e valori, network, definendo la nuova strategia.

Art. 4 – Articolazione della prestazione

1. La prestazione si articola in tre parti che hanno per prodotto quanto previsto all'articolo precedente qui sinteticamente rappresentati dai termini: Documento strategico, Piano di comunicazione, Piano di marketing.
2. **Documento strategico:** Sarà il primo da elaborare predisponendolo in sinergia con gli altri soggetti individuati per lo sviluppo dei temi previsti dal progetto “Nuovo Brand del Parco” (art. 2). Le attività previste dal presente incarico dovranno svolgersi secondo la tempistica assegnata per la predisposizione della “*Brand identity e wayfinding system*”, oggetto di altro incarico, che prevede una articolazione in due fasi successive, denominate Fase A/BRIEF e Fase B/DESIGN GUIDELINES. Le attività previste nel presente incarico si conformeranno quindi per tempi, temi e sviluppo dei contenuti alle seguenti fasi:
 - a. *Fase A /BRIEF* - che avrà come prodotto un Report formato A3 di non oltre 30 pagine, **non oggetto del presente incarico**, nel quale saranno rappresentati i primi risultati attraverso schizzi, disegni, immagini e testo esplicativo. Il tutto sviluppato in collaborazione e con il supporto dell'Ente Parco;
 - b. *Fase B /DESIGN GUIDELINE* – in esito alla quale sarà restituito Il Documento strategico che dovrà essere consegnato in un report formato A3 con un massimo di 60 pagine suddiviso in due parti: la prima di 40 pagine **non oggetto del presente incarico** e la seconda di massimo 20 pagine che conterrà lo sviluppo coordinato

delle attività del presente incarico con quelle della prima parte.

- i. della “*Brand philosophy*” ed ideazione del “*Visual Branding*” (logotipo, pay-off, immagine coordinata, etc.),
- ii. di un manuale d’uso del Marchio (*lettering*, colori, rapporti con altri marchi, declinazioni del marchio, etc.);
- iii. delle linee guida per “*tone of voice*” (stile, personalità e modo di porsi del *brand* nella comunicazione, etc.)

Per rendere maggiormente chiaro e lineare il documento strategico sarà possibile consegnare un unico elaborato, senza suddivisione in due parti, nel quale trovino posto tutti gli argomenti relativi al documento strategico. In ogni caso la grafica e terminologia dovrà risultare coordinata.

Il documento rappresenterà i vari concetti del documento strategico attraverso schizzi, disegni, immagini e testo esplicativo. Il tutto sviluppato in collaborazione e con il supporto dell’Ente Parco.

3. **Progetto e programma di comunicazione:** le attività dovranno iniziare al termine della fase A/Brief e prevedranno tutte le attività previste nel progetto Nuovo Brand del Parco (art. 2). Sarà articolato in due fasi:
 - a. La fase A/DESIGN MEDIA PLAN che avrà come prodotto un report di non oltre 30 pagine, nel quale i contenuti saranno rappresentati attraverso schizzi, disegni, immagini e testo esplicativo. Il tutto sviluppato in collaborazione e con il supporto dell’ente parco.
 - b. La Fase B/IMPLEMENT MEDIA PLAN che prevedrà tutte le attività previste quale oggetto della prestazione. Il tutto sviluppato in collaborazione e con il supporto dell’ente parco.
4. Piano di marketing territoriale: Le attività dovranno iniziare alla chiusura del documento strategico e comprenderanno tutte le attività previste nel progetto “Nuovo Brand del Parco” (art. 2). Sarà articolato in una unica fase con produzione di un report formato A3 con un massimo di 40 pagine attraverso schizzi, disegni, immagini e testo esplicativo.

Art. 5 – Termini, avvio dell’esecuzione, sospensione e ultimazione dell’esecuzione

1. La prestazione dovrà essere terminata essere terminata entro 340 giorni dall’avvio dell’esecuzione, riferita alla sottoscrizione del contratto nella forma della scrittura privata. Saranno altresì previste le seguenti milestone:

- a. Predisposizione Documento strategico 100 giorni;
- b. Progetto e programma di comunicazione: 210 giorni conteggiati dalla conclusione della Fase A/BRIEF, fatta eccezione dello specifico progetto relativo al materiale promozionale legato al calendario del parco per l’anno 2021 i cui tempi decorrono come per la Fase A/BRIEF;
- c. Piano di marketing: 300 giorni conteggiati dalla conclusione della fase A/BRIEF

2. La scadenza per la consegna del documento relativo alla fase A/BRIEF risulta di 40 giorni dalla data di sottoscrizione del contratto nella forma della scrittura privata.

3. Durante l’esecuzione della prestazione dovranno tenersi regolari *Conference Calls* tra il soggetto che esegue il servizio ed il Team dell’ente, nei quali saranno presentati e valutati i progressi del progetto e discussi i passi successivi.

4. Il Responsabile unico del procedimento individuato è il direttore dell’ente Parco svolge le funzioni di direttore dell’esecuzione del contratto e al termine delle prestazioni effettua i necessari accertamenti e rilascia idoneo certificato attestante l’avvenuta ultimazione della prestazione.

5. L'esecutore che, per cause a lui non imputabili, non sia in grado di ultimare le prestazioni nel termine fissato, può richiederne la proroga ai sensi dell'art. 107, comma 5, del D.lgs. 50/2016 per quanto riguarda il termine dei 340 giorni previsti al precedente punto 1.

Art. 6 - Importo del contratto e modalità di pagamento della prestazione

1. L'importo complessivo dell'appalto risulta pari a euro 26.000,00 al netto IVA e di contributi previdenziali nella misura del 4% se dovuti.
2. Il corrispettivo del contratto di cui sopra comprende:
 - copia digitale di tutto il materiale sviluppato;
 - copia cartacea degli elaborati di ogni fase.
3. Per l'espletamento del presente appalto non sono rilevabili rischi interferenti per i quali sia necessario adottare specifiche misure di sicurezza, e che pertanto non risulta necessario prevedere la predisposizione del "Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze" – DUVRI e non sussistono di conseguenza costi della sicurezza di cui all'articolo 23, comma 15, del D.lgs. 50/2016.

Art. 7 – Corrispettivo, fatturazione e pagamento

1. Il corrispettivo contrattuale è determinato dall'offerta economica dell'affidatario.
2. Il pagamento della prestazione complessiva sarà articolato in quattro tranches:
 - a. la prima prevedrà il pagamento di € 3.000 oltre iva, al momento del trasferimento dell'immagine grafica della promozione del parco per calendari;
 - b. per la parte rimanente:
 - i. il 30% della prestazione all'approvazione del documento strategico;
 - ii. il 40% della prestazione alla approvazione del progetto e programma di comunicazione;
 - iii. il saldo della prestazione dopo la trasmissione del Piano di Marketing e l'attestazione di regolare esecuzione da parte del responsabile del procedimento della prestazione complessiva.

Il pagamento della prestazione avverrà dietro presentazione di fattura da parte dell'affidatario con liquidazione entro i tempi previsti dalla legge.

Art. 8 – Certificato di regolare esecuzione

1. Ai sensi dell'art. 102, comma 2, del D.lgs. 50/2016, le prestazioni contrattuali sono soggette a verifica di conformità, per certificare che l'oggetto del contratto in termini di prestazioni, obiettivi e caratteristiche tecniche, economiche e qualitative sia stato realizzato ed eseguito nel rispetto delle previsioni contrattuali e delle pattuizioni concordate in sede di affidamento.
2. Il Responsabile del procedimento effettua la verifica di conformità in corso di esecuzione al fine di accertare che la relativa prestazione è stata effettuata, in termini di quantità e qualità, nel rispetto delle prescrizioni previste nel presente documento e negli altri documenti ivi richiamati e, la verifica di conformità all'ultimazione delle prestazioni con il rilascio del Certificato di regolare esecuzione entro trenta giorni dal termine in cui devono essere completate le prestazioni come indicato nel presente documento.

Art. 9 - Penali e risoluzione del contratto

1. L'affidatario è soggetto a penalità in caso di ritardata consegna della documentazione imputabile a propria causa. La penalità si applica solamente sul termine previsto all'art. 3 punto 1 eventualmente rimodulato tenendo conto delle proroghe concesse.

2. L'importo della penale per ritardo della documentazione è pari allo 0,5% dell'importo contrattuale per ogni giorno di ritardo sulla consegna, relativamente alla fase B.

Art.10 - Cessione del credito

La cessione del credito è disciplinata ai sensi dell'art. 106, comma 13, del D.lgs. 50/2016 e dalla Legge 21.02.1991, n. 52.

Art. 11 – Modifica di contratto

1. In relazione alle modifiche di contratto durante il periodo di efficacia si applica la disciplina di cui all'art. 106 del D.lgs. 50/2016.

Art. 12 - Obblighi e responsabilità dell'appaltatore

1. La Società è tenuta ad eseguire quanto prevede l'oggetto dell'affidamento con la migliore diligenza e attenzione ed è responsabile verso l'Ente Parco del buon andamento dello stesso e della disciplina dei propri dipendenti.

2. La Società è sottoposta a tutti gli obblighi verso i propri dipendenti, risultanti da disposizioni legislative e regolamentari vigenti in materia di lavoro e assicurazioni sociali ed assume a suo carico tutti gli oneri relativi, in particolare a quelli previsti dalla normativa vigente in materia previdenziale ed antinfortunistica sul lavoro con particolare riferimento alle disposizioni di cui al D.lgs. 81/2008 e s.m.i.

3. La Società è obbligata ad attuare nei confronti dei propri dipendenti occupati nelle prestazioni oggetto del contratto, condizioni normative e retributive non inferiori a quelle risultanti dai contratti collettivi di lavoro della categoria e dagli accordi integrativi territoriali. Nei casi di violazione di questi obblighi il dirigente responsabile del contratto, in base alla normativa vigente, può sospendere il pagamento del corrispettivo dovuto alla Società, fino a quanto non sia accertato integrale adempimento degli obblighi predetti. In tal caso la Società non può opporre eccezioni né ha titolo per il risarcimento di danni.

4. La Società, nell'espletamento di tutte le prestazioni, nessuna esclusa, relative al presente contratto, è obbligata a garantire il pieno rispetto delle norme previste per la salute e la sicurezza dei lavoratori e dovrà adottare tutti i procedimenti e le cautele atti a garantire l'incolumità delle persone addette e dei terzi con scrupolosa osservanza delle norme di prevenzione infortunistica in vigore; ogni più ampia responsabilità in caso di infortuni o danni eventualmente subiti da persone o cose, tanto dell'Ente Parco che di terzi, in dipendenza di omissioni o negligenze nell'esecuzione della prestazione ricadrà sulla Società restandone sollevato l'Ente Parco.

5. La Società è tenuta ad assicurare la riservatezza delle informazioni, dei documenti e degli atti amministrativi dei quali venga a conoscenza durante l'esecuzione della prestazione.

Art. 13 - Proprietà intellettuale

1. La Società esonera l'Ente Parco da ogni responsabilità e onere derivante da pretese di terzi in ordine a diritti di proprietà intellettuale sull'oggetto della prestazione. In particolare, assicura che l'Ente Parco è sollevato da ogni e qualsiasi responsabilità nei confronti di terzi, nel caso di utilizzo di brevetti e di dispositivi o soluzioni tecniche di cui altri abbiano ottenuto la privativa (per invenzioni, modelli industriali, marchi e diritti d'autore) e a seguito di qualsiasi rivendicazione di violazione dei diritti d'autore o di qualsiasi marchio italiano o straniero, derivante o che si pretendesse derivante dalla prestazione. Inoltre, fatta salva la responsabilità solidale di cui all'art. 29 del D.lgs. 276/2003 e s.m.i., la Società è tenuta a manlevare l'Ente Parco da ogni e qualsiasi pretesa o azione che, a titolo di risarcimento danni, eventuali terzi dovessero avanzare nei suoi confronti, in relazione alle prestazioni oggetto del presente documento, tenendola indenne da costi, risarcimenti, indennizzi, oneri e spese comprese quelle legali da esse derivanti. La Società assume l'obbligo di garantire la proprietà dei beni forniti e di sollevare l'Ente Parco di fronte ad azioni o pretese al riguardo.

2. Qualsiasi diritto di proprietà intellettuale, industriale e diritto d'autore, sia brevettato, brevettabile

o no, impiegato dall'affidatario per l'esecuzione del contratto, se appartenente all'affidatario prima dell'entrata in vigore nel contratto o creato dall'affidatario nello svolgimento del contratto, resterà di proprietà dell'affidatario, che lo concede all'Ente Parco in licenza non esclusiva esente da royalty solo per uso interno di ricerche sviluppo, senza diritto di sub-licenza.

3. È stipulato tra Ente parco ed affidatario un contratto di reciproca non divulgabilità (*Mutual non disclosure agreement*) allegato al presente disciplinare.

Art. 14 – Estensione degli obblighi del codice di comportamento dei dipendenti pubblici

1. La Società, in ottemperanza dell'articolo 2 del Codice di Comportamento dei dipendenti dell'Ente Parco regionale, quale parte integrante del contratto, sebbene non allegato allo stesso, si impegna ad osservare e a far osservare ai propri dipendenti e collaboratori a qualsiasi titolo, compreso quelli del Subappaltatore, gli obblighi di condotta previsti dal suddetto codice in quanto compatibili ed avuto riguardo al ruolo ed all'attività svolta.

2. La Società ai fini della completa e piena conoscenza del Codice di Comportamento dei dipendenti dell'Ente Parco si impegna a trasmetterne copia ai propri dipendenti e collaboratori a qualsiasi titolo, compreso a quelli del Subappaltatore, e ad inviare all'Amministrazione comunicazione dell'avvenuta trasmissione.

Art. 15 – Trattamento dei dati personali

1. Ai sensi dell'art. 28 del Regolamento UE n. 2016/679 sulla protezione delle persone fisiche, con riguardo al trattamento dei dati personali, l'Ente Parco, in qualità di Titolare del trattamento, nomina l'Affidatario Responsabile del trattamento. Tale nomina ha validità per il tempo necessario ad eseguire le operazioni affidategli e si considera revocata al termine delle operazioni stesse o qualora venga meno il rapporto con il Titolare.

2. Le finalità del trattamento sono esclusivamente quelle riconducibili all'espletamento delle attività previste dal presente Affidamento.

Art. 16 - Recesso

Le parti si riservano il diritto di recedere dal contratto in qualunque tempo previo pagamento delle prestazioni relative ai servizi e alle forniture eseguite, nonché delle somme previste ai sensi del medesimo articolo di cui sopra con un preavviso di almeno 30 giorni.

Art. 17 - Norme di rinvio

1. Per quanto non espressamente previsto in questo documento si richiamano le norme legislative e le altre disposizioni vigenti in materia ed in particolare le norme contenute:

- nel D.lgs. 50/2016 "Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture" e successive modifiche e integrazioni;
- nella L.R. 38/2007 "Norme in materia di contratti pubblici e relative disposizioni sulla sicurezza e regolarità del lavoro" e successive modifiche e integrazioni, per le parti compatibili;
- nel "Regolamento di attuazione" della L.R. 38/2007 approvato con decreto del Presidente della Giunta Regionale 30/R del 27/05/2008 e successive modifiche e integrazioni, per le parti compatibili.

Art. 18 - Foro competente

1. Per qualsiasi controversia insorta tra le parti derivante o connessa al presente documento, ove la Ente Parco Regionale sia attore o convenuto è competente il Foro di Pisa con espressa rinuncia di qualsiasi altro.