

DETERMINAZIONE DIRETTORE GENERALE PUGLIAPROMOZIONE 14 aprile 2017, n. 96

POR PUGLIA FESR-FSE 2014-2020 – Asse VI Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali – Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche – Attuazione del progetto Comunicazione digitale e Brand Identity della destinazione Puglia (Business To Consumer) – Partecipazione dell'Arete Pugliapromozione ad eventi in Co-Branding – Approvazione Avviso Pubblico per la presentazione di manifestazioni d'interesse. CUP: B39D17000620009

L'anno 2017, il giorno quattordici del mese di aprile, il dott. Matteo Minchillo, Direttore Generale ad interim di Pugliapromozione:

- VISTA la Legge 29 marzo 2001, n. 135 recante *“Riforma della legislazione nazionale del turismo”*;
- VISTA la Legge Regionale 11 febbraio 2002, n.1, così come modificata dalla Legge Regionale 3 dicembre 2010, n.18 recante *“Norme di prima applicazione dell'art.5 della legge 29/03/2001, n.135 riguardanti il riordino del sistema turistico pugliese”*;
- VISTO il Decreto del Presidente della Giunta Regionale 22 febbraio 2011, n. 176, *“Istituzione Agenzia Regionale del Turismo (ARET) denominata PUGLIAPROMOZIONE”*;
- VISTO il Regolamento Regionale 13 maggio 2011, n. 9, *“Regolamento di organizzazione e funzionamento di PUGLIAPROMOZIONE”*;
- VISTA la D.G.R. 9 settembre 2015, n. 1596 recante il conferimento ad interim delle funzioni di Direttore Generale dell'Agenzia Pugliapromozione al Direttore Amministrativo dott. Matteo Minchillo;
- VISTA la Legge del 7 agosto 1990, n. 241 e ss.mm.ii. recante *“Norme sul procedimento amministrativo e sull'accesso ai documenti amministrativi”*;
- VISTA la Legge 6 novembre 2012, n. 190 e ss.mm.ii. recante *“Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione”*;
- VISTA la Legge Regionale del 20 giugno 2008, n. 15 recante *“Principi e linee guida in materia di trasparenza dell'attività amministrativa nella Regione Puglia”*;
- VISTO il D.Lgs. 14 marzo 2013, n. 33 e ss. mm. ii. recante *Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*;
- VISTO il D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 recante *“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”*;
- VISTO il D.Lgs. 25 maggio 2016, n. 97 recante *“Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche”*;-
- VISTA la D.G.R. 28 dicembre 2015, n. 2421 *“Primi indirizzi per l'implementazione di buone pratiche nel settore del turismo utili all'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020 e per l'attività dell'Agenzia regionale Pugliapromozione”*;
- VISTA la D.G.R. 19 maggio 2016, n.675 POR Puglia FESR-FSE 2014-2020. Azione 6.8 *“Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Avvio attività nuova programmazione”*;
- VISTA la D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191 recante *“POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. I.r. n. 1/2002 e ss.mm.e ii. Approvazione Piano Strategico del Turismo 2016-2025, Piano Triennale 2017-2019 e Piano Annuale 2017, Schema di Accordo di cooperazione tra Regione Puglia e Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione”*;
- VISTA la Determinazione del Direttore Generale 3 marzo 2017, n. 57 con cui è stato nominato il Responsabile unico delle procedure di attuazione del Piano Strategico per la Puglia;
- VISTA la Determinazione del D.G. n. 390 del 29.12.2016 con la quale è stato approvato il bilancio di previsione 2017 –2019;

PREMESSO CHE

- La L.R. 11 febbraio 2002, n.1 disciplina l'organizzazione turistica della Regione Puglia sulla base dello Statuto regionale e della Legge nazionale 29 marzo 2001, n.135, definendo l'attività della Regione e l'esercizio delle funzioni attribuite agli altri enti o organismi interessati allo sviluppo del Turismo;
- Alla L.R. n.1/2002 ha fatto seguito la L.R. 3 dicembre 2010, n.18 che ha in parte novellato e apportato modifiche alla L.R. n.1/2002;
- L'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione è stata istituita con D.P.R. 22 febbraio 2011, n. 176, in attuazione della Legge Regionale n.1/2002 e ss.mm., quale strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e di promozione turistica locale;
- L'art. 7 della L.R. n.1/2002, come novellato dalla L.R. n.18/2010, nella definizione dei compiti dell'Agenzia in parola, tra l'altro, stabilisce che l'ARET "promuove la conoscenza e l'attrattività del territorio, nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone le eccellenze" (lett. a), "sviluppa e coordina gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale" (lett.e) e "attiva e coordina, anche in collaborazione con altri enti pubblici e privati, iniziative, manifestazioni ed eventi, nonché progetti di arte urbana, che si configurino quali attrattori per il turismo culturale e per la promozione delle eccellenze enogastronomiche e naturalistiche del territorio" (lett. f);
- L'Agenzia Pugliapromozione, a norma dell'art. 2 del Reg. Regionale 13 maggio 2011, n. 9, "promuove la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone pienamente le eccellenze" (lett.a); "promuove e qualifica l'offerta turistica dei sistemi territoriali della Puglia, favorendone la competitività sui mercati nazionali e internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e privato nell'ambito degli interventi di settore; promuove inoltre l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo" (lett.c), "promuove lo sviluppo del turismo sostenibile, slow, enogastronomico, culturale, giovanile, sociale e religioso, nonché di tutti i "turismi" attivi ed esperienziali, sostenendo la valorizzazione degli indotti connessi" (lett.d), "sviluppa e coordina gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale, "svolge ogni altra attività a essa affidata dalla normativa regionale, dagli indirizzi strategici e dagli strumenti programmatori della Regione Puglia, anche in riferimento a leggi nazionali e a programmi interregionali e comunitari"(lett.l);
- Tra i compiti specifici, l'art. 3, comma 1, del Reg. Regionale n. 9/2011 stabilisce che l'Agenzia Puglia promozione "realizza progetti promozionali su incarico della Regione o su proposta degli Enti Locali e di operatori privati, nonché progetti integrati di promozione turistica, valorizzazione e fruibilità di attività culturali e di beni culturali e ambientali, nel rispetto delle procedure previste dalla vigente normativa comunitaria nazionale e regionale, fornendo altresì ai soggetti pubblici e privati proponenti consulenza tecnica e amministrativa per la predisposizione e realizzazione di programmi di promozione" (lett. a) e "sviluppa gli interventi di promozione del prodotto turistico pugliese in coordinamento con il Distretto del Turismo e le sue articolazioni al fine di favorire l'accessibilità, la fruizione e la commercializzazione integrata dei diversi segmenti di mercato nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale" (lett.b);

CONSIDERATO CHE:

- Con D.G.R. 6 ottobre 2015, n. 1735 è stato approvato il POR Puglia FESR-FSE 2014-2020 nella versione generata dalla piattaforma informatica della Commissione SFC 2014, a seguito dell'approvazione da parte dei Servizi della Commissione di cui alla decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015;
- Con D.G.R. 23 dicembre 2015, n. 2421, la Giunta regionale pugliese ha approvato l'implementazione di buone pratiche nel settore turismo per l'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020, la definizione del Piano triennale di promozione turistica di successiva emanazione e il prosieguo delle attività dell'Agenzia

regionale Pugliapromozione;

- Nella D.G.R. n. 2421/2015 è stata evidenziata la necessità di dare avvio ad interventi di potenziamento della destinazione turistica per i quali risulta necessario un riposizionamento del brand Puglia, promuovendo il pieno coinvolgimento del tessuto produttivo, il potenziamento di economie di distretto (turistico-creativo), lo sviluppo dei cd. "club di prodotto", la generazione di nuova imprenditorialità, la formazione di partenariati pubblico-privati, la creazione di piattaforme (Hub) di confronto degli operatori, anche attraverso la strutturazione di reti e di piattaforme di scambio dati (open data) con un Osservatorio del turismo aperto alla partecipazione e al confronto di tutte le rappresentanze di categoria, degli operatori di settore e dei portatori di interesse;
- La D.G.R. n. 2421/2015 ha individuato tre direttrici per la definizione dei progetti ammissibili a valere sulla programmazione del POR Puglia FESR2014/2020;
 1. Programma integrato di comunicazione e promozione turistica digitale e Piani di comunicazione dei prodotti turistici regionali (*business to consumer*) per il miglioramento dell'awareness e della reputazione del brand turistico Puglia;
 2. Programma di valorizzazione dell'offerta turistica regionale, per il miglioramento degli standard di qualità dei servizi pubblici connessi alla fruizione ed alla accessibilità degli attrattori turistici e il miglioramento della cooperazione tra gli Enti pubblici interessati dalla gestione dei servizi connessi alla fruizione turistica del territorio, al fine di sviluppare efficienza ed economie di scala;
 3. Programma di promozione turistica nei mercati intermediati (*business to business*) per l'ampliamento e la differenziazione del portafoglio di prodotti turistici relativi alla destinazione e sensibilizzazione degli operatori della filiera sulla reale domanda dei turisti;

Nell'ambito dell'ASSE VI del POR Puglia 2014-2020, l'Azione 6.8 prevede interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche le cui attività sono pienamente in linea con le direttrici manifestate dalla Giunta nella D.G.R. n. 2421/2015;

- Con D.G.R. 18 maggio 2016, n. 675 sono state confermate le attività, di seguito indicate, già individuate all'interno dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020 per le quali sono rese disponibili le risorse pari ad € 2.000.000,00:
 - a) Promozione e comunicazione dei prodotti turistici regionali (*business to consumer*);
 - b) Programma di promozione turistica nei mercati intermediati (*business to business*);
 - c) Azioni di valorizzazione dell'offerta turistica regionale.
- Con D.G.R. n. 675/2016, cit., sono state approvate le schede delle attività da realizzare, in coerenza con gli indirizzi in materia di sviluppo del turismo di cui alla D.G.R. n. 2421/2015 e con gli obiettivi e i criteri previsti dall'Asse VI azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020;
- Sempre con D.G.R. n. 675/2016 è stata affidata all'Agenzia Pugliapromozione la realizzazione delle attività annoverate e descritte nelle schede sopra richiamate;
- Con nota prot. 0006091-U-2016 del 13.07.2016, l'Agenzia Pugliapromozione ha trasmesso tre progetti relativi in unico livello relativi rispettivamente a:
 - Valorizzazione dell'offerta turistica regionale;
 - Programma di promozione turistica nei mercati intermediati;
 - Promozione e comunicazione dei prodotti turistici regionali;
- Con Atto del Dirigente del Settore Turismo 20 luglio 2016, n. 47 i tre progetti in questione sono stati approvati e si è provveduto agli impegni di spesa di competenza regionale;
- In data 01.08.2016 sono state sottoscritte tre convenzioni tra Regione Puglia e Agenzia Pugliapromozione per ciascuno dei progetti in questione: prot. n. 0006538-E-2016 (valorizzazione), prot. n. 0006539-E-2016 (comunicazione), prot. n. 6540-E-2016 (mercati intermediati);
- Con Determinazione del Direttore Generale di Pugliapromozione 1 agosto 2016, n. 195 è stato recepito il provvedimento del Dirigente Regionale n. 47/2016, cit. e le stesse convenzioni stipulate;
- Successivamente, con D.G.R. 23 novembre 2016, n. 1768, in ragione delle attività fino ad oggi svolte dall'A-

genza regionale Pugliapromozione e dei risultati conseguiti nell'ambito dell'avvio della nuova programmazione del PO FESR 2014-2020, nonché in coerenza ed in continuità con gli obiettivi fissati dalla D.G.R. n. 675/2016, cit. è stato approvato un ulteriore stanziamento pari a € 1.100.000 assieme alle proposte di ulteriori attività ricadenti nel PO FESR-FSE2014-2020;

- Con Atto Dirigenziale 02 dicembre 2016, n. 89, il Servizio Turismo della Regione Puglia ha approvato i nuovi livelli unici di progetto a valere sulle risorse stanziato con la D.G.R. n. 1768/2016 e ha modificato lo schema di convenzione approvato con Atto Dirigenziale n. 47/2016, cit. impegnando la spesa per complessivi € 1.100.000,00 in favore di Pugliapromozione;
- Con D.G.R.14 febbraio 2017, n.191, è stato approvato il Piano Strategico del Turismo per la Puglia con il Piano Finanziario annuale e triennale ed uno stanziamento pari a € 36.000.000,00 per la realizzazione delle attività a valere sui FESR-FSE2014-2020;
- In data 17.02.2017 il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio e l'ARET Pugliapromozione hanno stipulato un Accordo di Cooperazione ai sensi dell'art. 15 della legge n. 241/1990 per l'attuazione del Piano Strategico del Turismo per la Puglia e l'affidamento a Puglia promozione delle risorse finanziarie stanziato con la D.G.R. n. 191/2017, cit., a valere sui fondi FESR-FSE 2014-2020;
- L'art.10 del predetto Accordo prevede la costituzione di un Comitato di Attuazione per la elaborazione e l'approvazione dei progetti esecutivi relativi alle attività programmate;
- In data 17.02.2017, il Comitato di Attuazione si è riunito presso il Dipartimento del Turismo per discutere, elaborare e approvare il progetto di attuazione relativo alla promozione e alla promo-commercializzazione *business to business* della destinazione e dei suoi prodotti;
- Con Atto del Dirigente della Sezione Turismo 20.02.2017, n. 16 è stato recepito il progetto denominato "*Promozione e promo-commercializzazione business to business della destinazione e dei suoi prodotti*" e si è provveduto al necessario impegno di spesa di competenza della ragioneria regionale per un importo pari a € 12.030.000,00;
- Il progetto "*Promozione e promo-commercializzazione business to business della destinazione e dei suoi prodotti*" richiede una copertura finanziaria pari a € 3.030.000,00;
- In data 28.02.2017, il Comitato di Attuazione è tornato a riunirsi presso il Dipartimento Turismo per discutere, elaborare e approvare il progetto di attuazione relativo alla comunicazione digitale e alla *brand identity* della destinazione Puglia (*Business to consumer*);
- Con Atto Dirigenziale della Sezione Turismo 02.03.2017, n. 21 è stato recepito e approvato il progetto "*Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer)*" che richiede una copertura finanziaria pari a € 3.230.000,00 imputata all'impegnodispesaassuntoconilpredettoAttoDirigenziale n.16/2017;
- Con Determinazione 24 marzo 2017, n. 77, in attuazione del progetto annuale "*Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer)*", veniva recepito e approvato il *Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2017*, con la pubblicazione del documento tecnico di programmazione n.1/2017 che era stato trasmesso al Responsabile delle procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo giusto prot. n. 0003710-U-2017 del16.03.2017;
- Si dava pubblica evidenza degli obiettivi da perseguire in tema di *brand awareness* e di rafforzamento del *brand Puglia* come destinazione di viaggio fuori stagione o in associazione di eventi o attività, di analytics e indirettamente di booking e destagionalizzazioneattraversolapubblicazione delPianodicomunicazione n.1/2017;
- Con la finalità di incrementare l'efficacia delle azioni di comunicazione previste dal Piano ed in coerenza con gli obiettivi in esso descritti, si ritiene opportuno sostenere eventi ed attività in co-branding quali occasione di promozione del brand Puglia;
- A tal fine si intende pubblicare un avviso pubblico (call) per raccogliere manifestazioni d'interesse da parte dei soggetti che vorranno proporre attività in co-branding con l'ARET Pugliapromozione e per predisporre un elenco di eventi, collegati al settore turistico, nell'ambito dello sport, l'enogastronomia, la cultura e lo

spettacolo dal vivo, ritenuti strategici per la promozione del brand Puglia;

- All'interno della copertura finanziaria pari a € 3.230.000,00, imputati all'impegno di spesa assunto con il predetto Atto dirigenziale n. 16/2017 è prevista di destinare € 400.000,00 (IVA inclusa) alle azioni dico-branding;

PRECISATO CHE:

- Gli eventi di interesse per l'Agenzia Pugliapromozione, ai fini delle azioni di co-branding, sono quelli che si terranno in Puglia, in Italia o all'estero, caratterizzati da un considerevole impatto mediatico – o comunque in grado di contribuire al riposizionamento competitivo del brand regionale – rivolgendosi ad un pubblico generalista e specializzato;
- L'avviso pubblico (call) stabilisce i criteri di ammissibilità delle proposte, i target di riferimento, nonché i termini per l'esecuzione delle attività e per la presentazione delle manifestazioni d'interesse, le modalità di rendicontazione delle spese sostenute;
- L'invito a presentare manifestazioni d'interesse è rivolto a soggetti che si dichiarino titolari esclusivi dell'organizzazione di eventi di impatto mediatico o concessionari in via esclusiva di spazi o strumenti di comunicazione di eventi caratterizzati come sopra precisato;
- Le attività in co-branding per gli eventi selezionati saranno realizzate sub specie di acquisizione di servizi e/o spazi di comunicazione di titolarità degli organizzatori di eventi o concessionari in esclusiva degli strumenti di comunicazione per gli stessi eventi reputati idonei alla diffusione della campagna pubblicitaria di destinazione;
- Ciascun affidamento diretto per la realizzazione dei servizi in co-branding non può superare l'importo di € 38.000,00 (IVA inclusa) e avverrà ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b, nn. 2-3, del D.Lgs. n. 50/2016, accertata l'esclusiva titolarità nella gestione di spazi o strumenti di comunicazione e/o organizzazione degli eventi in questione;
- Tutte le proposte dovranno essere firmate digitalmente a pena di esclusione;
- Gli altri requisiti e i documenti richiesti – taluni a pena di esclusione – sono descritti nelle indicazioni operative contenute nell'avviso pubblico;
- Le proposte possono essere presentate dal giorno 20 aprile 2017 e fino al 03 novembre 2017, salvo esaurimento anticipato delle risorse finanziarie disponibili;
- La valutazione delle proposte, la conseguente stipula dei contratti e la successiva esecuzione delle attività avverrà a seguito della valutazione dell'Agenzia, che procederà all'esame delle proposte pervenute, previa valutazione della ammissibilità;
- L'Agenzia effettua la valutazione di ogni singola proposta in base alla migliore corrispondenza con il grado di soddisfazione commisurato all'esigenze istituzionali relative alla mission di comunicazione business to consumer, specificamente declinata nella tipologia di servizio richiesto;

Il preventivo economico che accompagna la proposta tecnica che risulterà migliore sarà oggetto di una verifica di congruità e adeguatezza sia del prezzo a corpo sia dei prezzi unitari indicati;

PRESO ATTO CHE:

- Il CUP è il seguente: **B39D17000620009**;
- I CIG verranno richiesti per ogni contratto stipulato;
- L'Agenzia Pugliapromozione in sede di approvazione del Bilancio di previsione 2017- 2019 ha predisposto idonei capitoli vincolati destinati ad accogliere le risorse di cui al PO Fesr 2014/2020 affidate a Pugliapromozione nell'ambito del Piano Strategico del Turismo per la Puglia;

ACCERTATA

- La disponibilità finanziaria del Capitolo 11026 denominato "Por Puglia 2014/2020 -Asse VI - Azione 6.8:

“Comunicazione nel sistema digitale e brand identity della destinazione Puglia” del B.P.2017;

DETERMINA

per i motivi espressi in narrativa e che qui si intendono integralmente riportati:

- 1) Di dare atto e recepire l'accordo di cooperazione sottoscritto il 17.02.2017 tra Regione Puglia e ARET Pugliapromozione, ai sensi dell'art.5, comma 6, del Codice dei Contratti Pubblici e dell'art. 15 della Legge sul procedimento amministrativo, acquisito agli atti dell'ARET con prot. n. 0002142-U-2017 del 23.02.2017;
- 2) Di dare seguito all'attuazione del progetto “Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer)” approvato con Atto Dirigenziale 02.03.2017, n. 21 in attuazione del Piano Strategico del Turismo per la Puglia – approvato con D.G.R. 14.02.2017, n.191;
- 3) Di dare seguito all'attuazione al Piano di Comunicazione della destinazione Puglia 2017, come predisposto dall'Ufficio Comunicazione pubblicato nel sito istituzionale dell'Agenzia;
- 4) Di approvare l'avviso pubblico (*public call*) allegato al presente provvedimento per la realizzazione di attività in co-branding finalizzate ad accrescere la notorietà del *brand Puglia* attraverso la partecipazione ad eventi caratterizzati secondo quanto previsto al punto successivo;
- 5) Di dare atto che gli eventi di interesse dell'Agenzia, da realizzare in co-branding sono quelli caratterizzati da un notevole impatto mediatico – o comunque in grado di contribuire al posizionamento del brand Puglia – e potranno tenersi sia in territorio regionale, che nazionale che estero;
- 6) Di dare atto che le azioni di co-branding consisteranno nell'acquisizione di servizi e/o spazi di comunicazione di titolarità degli organizzatori degli eventi o concessionari in esclusiva degli strumenti di comunicazione per gli stessi eventi reputati idonei alla diffusione della campagna pubblicitaria di destinazione;
- 7) Di dare atto che ciascun affidamento diretto per la realizzazione dei servizi in co-branding non potrà superare l'importo massimo di € 38.000,00 (IVA inclusa) e avverrà ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b, nn. 2-3, del D.Lgs. n. 50/2016, accertata l'esclusiva titolarità nell'organizzazione di eventi di impatto mediatico o concessionari in via esclusiva di spazi o strumenti di comunicazione degli eventi in questione;
- 8) Di dichiarare aperti i termini per la ricezione delle proposte dal 20 aprile 2017 al 03 novembre 2017 e che esse saranno valutate dal Direttore dell'Agenzia, dal Responsabile della Comunicazione e dal Responsabile delle procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo;
- 7) Di dare atto che il Responsabile del procedimento è l'avv. Miriam Giorgio, funzionario direttivo AP di Pugliapromozione, ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. n. 50/2016 e per effetto della Determinazione n. 57/2017,cit.;
- 8) Di nominare Direttore dell'esecuzione del contratto la dott.ssa Irenella Sardone, funzionario direttivo di Pugliapromozione;
- 9) Di dare mandato all'Ufficio Bilancio e controllo di gestione di impegnare la somma di € 400.000,00 (IVA inclusa), imputando la spesa al 11026 denominato “Por Puglia 2014/2020 -Asse VI - Azione 6.8: “Comunicazione nel sistema digitale e brand identity della destinazione Puglia” del B.P.2017;
- 10) di precisare che il cronoprogramma della spesa, si completerà entro il 2017 e che l'imputazione della

spesa è stabilita agli esercizi in cui l'obbligazione viene a scadenza, secondo le modalità previste dal principio applicato della contabilità finanziaria di cui all'allegato n. 4.2 del decreto legislativo 23 giugno 2011, n.118;

11) di dare atto che il presente provvedimento è adottato in assenza di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 6bis della Legge n. 241/1990 e dell'art. 42 del D.Lgs. n. 50/2016;

12) il presente provvedimento:

- a) è immediatamente esecutivo ai sensi dell'art.16 comma 3, del Regolamento di organizzazione e funzionamento di Pugliapromozione;
- b) viene pubblicato sul portale istituzionale www.agenziapugliapromozione.it, nell'Area Amministrazione Trasparente – sezione Provvedimenti Amministrativi;
- c) viene trasmesso all'Assessorato Regionale al Mediterraneo, Turismo e Cultura così come previsto dall'art.11 della L.R. n.1 del 2002;
- d) è composto da n. 9 facciate con n. 8 pagine di allegati, è adottato in originale.

ADEMPIMENTI CONTABILI DI CUI ALLA L.R. 28/2011 e s.m.i.

Bilancio di previsione 2017-2019 Esercizio finanziario: 2017

Impegno di spesa nr. 44/2017 di € 400.000,00 sul cap. 11026 del B.P. 2017;

Nome dell'intervento:

PARTECIPAZIONE DELL'ARET PUGLIAPROMOZIONE AD EVENTI IN CO-BRANDING – APPROVAZIONE AVVISO PUBBLICO PER LA PRESENTAZIONE DI MANIFESTAZIONI D'INTERESSE. CUP: B39D17000620009

Visto di regolarità contabile

Il Funzionario direttivo AP Responsabile "Bilancio e controllo di gestione"
dott. Antonio Giannini

REGOLARITA' TECNICO-AMMINISTRATIVA

I sottoscritti attestano che il procedimento istruttorio loro affidato è stato espletato nel rispetto della vigente normativa regionale, nazionale ed europea e che il presente schema di provvedimento, dagli stessi predisposto ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte del Direttore Generale, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il responsabile AP Patrimonio e Attività negoziali
dott.ssa Miriam Giorgio

Il responsabile dell'Ufficio Comunicazione
dott.ssa Irenella Sardone

Il Direttore Amministrativo
dott. Matteo Minchillo

IL DIRETTORE GENERALE ad interim
Dott. Matteo Minchillo



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

OGGETTO: ATTUAZIONE DEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA (BUSINESS TO CONSUMER) – AVVISO PUBBLICO PER LA PARTECIPAZIONE DELL'ARET PUGLIAPROMOZIONE AD EVENTI E ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE IN CO-BRANDING.

**IL DIRETTORE GENERALE AD INTERIM
DELL'ARET PUGLIAPROMOZIONE**

RENDE NOTO

che con Determinazione n. 96 del 14 aprile 2017 l'Agenda Regionale del Turismo Pugliapromozione ha approvato la pubblicazione del presente avviso finalizzato a realizzare azioni di *co-branding* per la promozione della destinazione Puglia ed aumentare la conoscenza del *brand* Puglia.

Art. 1

Obiettivi del presente avviso

La D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191 ha approvato il **Piano Strategico del Turismo per la Puglia** con il Piano Finanziario annuale e triennale per la realizzazione delle attività a valere sui FESR-FSE 2014-2020, cui ha fatto seguito l'Atto Dirigenziale della Sezione Turismo n. 21/2017, con cui è stato recepito e approvato il progetto "Comunicazione digitale e *brand identity* della destinazione Puglia (*Business to consumer*)".

Atteso che con Determinazione del Direttore Generale 24.03.2017, n.77 è stato approvato il *Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2017*, si ritiene di incrementare l'efficacia delle campagne in esso descritte, attraverso il sostegno ad eventi in *co-branding* attraverso l'acquisizione di servizi e/o di spazi di comunicazione nell'ambito degli stessi eventi.

Si intendono individuare eventi e attività in *co-branding* quali occasioni di promozione in cui il *brand Puglia* possa trarre giovamento e vantaggio attrattivo in associazione a settori diversi dal turismo, quali lo sport, l'enogastronomia, la cultura e lo spettacolo dal vivo. Tali settori sono a vario titolo collegati al turismo poiché funzionali al rafforzamento dei valori identitari del *brand* turistico regionale, tali da contribuire alla generazione di *incoming*, nonché all'incremento della conoscenza specifica dello stesso *brand*. Si intende pertanto riferirsi ad eventi destinati al pubblico generalista o specializzato, che si svolgano in Puglia, in Italia o all'Estero e che abbiano ricadute positive in termini di *brand image* e *brand reputation*. Tanto al fine di contribuire al riposizionamento competitivo del *brand* regionale, e del rafforzamento di quei prodotti/servizi offerti, nonché degli eventi legati alla creatività ed alla tradizione locale, nell'ottica della promozione e della commercializzazione dell'offerta turistica della regione.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

Con il presente avviso si intende avviare una *call* per manifestazioni di interesse finalizzate a:

- selezionare eventi strategici per il raggiungimento degli obiettivi del presente bando, al fine di definire un elenco di attività in *co-branding* per la promozione della destinazione Puglia;
- individuare i servizi e gli spazi di comunicazione che, nell'ambito dei predetti eventi, costituiscano idonei strumenti esecutivi per la realizzazione e diffusione della campagna di comunicazione pubblicitaria di destinazione;
- procedere alla individuazione dei criteri di ammissibilità delle proposte, dei target di riferimento, della tempistica per l'esecuzione delle attività e per la presentazione di manifestazioni di interesse.

Art. 2

Oggetto del presente avviso

Il presente avviso pubblico ha per oggetto:

l'acquisizione di spazi e/o servizi di comunicazione in esclusiva, in occasione di eventi e attività in *co-branding*, al fine della promozione della destinazione Puglia.

Art. 3

Soggetti proponenti

Possono presentare manifestazione di interesse tutti gli operatori economici privati (con qualunque forma giuridica) che abbiano sede legale in Italia o all'Estero e che attestino la titolarità in via esclusiva nell'organizzazione e nella gestione di servizi/spazi pubblicitari propri di eventi nei settori sport, cultura e spettacolo, tradizioni popolari ed enogastronomiche, congressi.

Art. 4

Attività ammissibili

I soggetti proponenti potranno candidare a valutazione i servizi di comunicazione da realizzare in occasione di eventi che rispondano alle seguenti caratteristiche:

- Coerenza con gli obiettivi e i target di comunicazione di cui al piano di comunicazione della destinazione Puglia 2017 (Det. n. 77/2017);
- Pertinenza ai settori sport, cultura e spettacolo, tradizioni popolari ed enogastronomia, congressi;
- *Matching* con segmenti di domanda turistica potenziale verso la destinazione Puglia;
- Posizionamento specifico elevato per ciascun settore;
- Efficacia in termini di *brand reputation* e *brand awareness*: aumento dell'attrattività del *brand* della destinazione Puglia;



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

- Capacità di generare *incoming* in Puglia: l'evento deve essere in grado di incidere sull'incremento dei flussi turistici, rafforzando la filiera delle attività collegate allo sport, alla cultura e agli altri settori;
- Sostenibilità ambientale: l'evento deve dimostrare di avere un basso impatto ambientale o, in ogni caso, attivare o far parte di una filiera sostenibile a supporto della tutela del paesaggio culturale e la biodiversità.

Art. 5

Periodo di realizzazione delle attività

Le iniziative e gli eventi in *co-branding* di cui al presente avviso dovranno essere realizzate a partire dal 20 aprile 2017 al 30 novembre 2017. Non saranno ritenute ammissibili le proposte relative ad eventi da tenersi nei mesi di luglio e agosto in Puglia, al fine di favorire, anche attraverso le azioni pubbliche, la destagionalizzazione dei flussi turistici e di decongestionare i periodi di picco stagionale.

Art. 6

Budget disponibile e durata delle attività

Le iniziative in *co-branding* di cui al presente avviso dovranno avere una durata minima di 1 giorno, fino ad un massimo di 30 giorni. Gli eventi che potranno essere presi in considerazione sono esclusivamente quelli che si terranno e si concluderanno entro il termine perentorio di cui all'art.5. Per la realizzazione delle attività, l'Agenzia dispone di un budget complessivo pari a € 400.000,00 (IVA inclusa), che costituisce il costo totale massimo dei servizi di comunicazione da realizzare in *co-branding*. Per ciascuna azione di *co-branding* relativa ai singoli eventi è previsto un budget massimo pari a € 38.000,00 (Iva Inclusa).

3

Art. 7

Disciplina della partecipazione Modalità di presentazione delle istanze

I soggetti di cui all'art. 3 possono presentare manifestazione di interesse per tutto il periodo di validità del presente avviso, per posta elettronica sia all'indirizzo PEC direzioneamministrativapp@pec.it che all'indirizzo direzione.generale@viaggiareinpuglia.it, indicando nell'oggetto "**AVVISO PROGETTI DI CO-BRANDING**".
Attesa la necessità di predisporre – con l'accettazione da parte dell'Agenzia – un documento immodificabile, in formato elettronico, ai sensi del Codice dell'Amministrazione digitale e conformemente alle disposizioni del Codice dei Contratti pubblici sulla sottoscrizione digitale dei contratti e degli atti negoziali della pubblica amministrazione, l'offerta dovrà essere sottoscritta digitalmente dal legale rappresentante o da un suo delegato.
L'obbligo di sottoscrizione digitale, a pena di inammissibilità della proposta, non è previsto per gli operatori



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

economici che hanno sede all'Estero.

Le proposte dovranno contenere:

1. **PROGETTO GENERALE DELL'EVENTO** contenente la strategia generale, la biografia del proponente, l'attività di *co-branding* proposta per la promozione del territorio.

In particolare, il progetto deve contenere una descrizione dell'evento da cui si evinca la conformità ai criteri di cui all'art. 4, riportando quanto di seguito specificato:

- a) Data, luogo e durata dell'evento;
- a) Progettualità complessiva con riferimento al territorio e al relativo impatto promozionale per il target specifico;
- b) Obiettivi dell'iniziativa in termini di promozione dell'offerta turistica e/o commercializzazione della stessa, con specifico riferimento ai target destinatari del progetto ed ai segmenti di offerta interessati dall'attività;
- c) Ricadute positive per il turismo in termini di *brand* e di *incoming*.

2. **SCHEDA ORGANIZZATIVA E PREVENTIVO DEI COSTI** contenente il piano dettagliato delle attività di comunicazione e promozione che si intendono realizzare, in particolare è necessario che vengano specificati:

- a) Piano di comunicazione con allegato finanziario che rispetti il limite di € 38.000,00 (Iva Inclusa);
- b) Dettaglio degli spazi/servizi di comunicazione;

4

Le proposte dovranno contenere inoltre, in allegato:

1. Dichiarazione di esclusività per la gestione degli spazi o dei servizi pubblicitari su carta intestata, sottoscritta dal legale rappresentante del soggetto proponente;
2. Per operatori economici aventi sede legale all'Estero, il soggetto proponente dovrà specificare il regime di applicazione dell'Iva (N.B.: l'Agenzia Pugliapromozione è un soggetto non passivo di Iva avendo Codice Fiscale 93402500727).

L'Agenzia esaminerà i requisiti di ammissibilità amministrativa delle istanze ai fini della successiva valutazione delle proposte.

Art. 8

Tempi di presentazione delle istanze

Le proposte dovranno pervenire a decorrere dal 20 aprile 2017 e sino al 3 novembre 2017, salvo esaurimento del budget impegnato per l'attività in oggetto. Si richiede che le proposte giungano all'Agenzia almeno 10 giorni lavorativi prima dell'evento proposto, salvo casi eccezionali per attività di particolare rilevanza.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

Art. 9

Valutazione delle proposte

L'Agenzia valuterà le proposte pervenute verificando la conformità a quanto stabilito nell'art. 4.

Il Direttore Generale esprimerà il proprio parere su ciascuna proposta pervenuta e sulla valutazione tecnica effettuata dagli Uffici competenti.

Nell'effettuare la valutazione di ciascuna proposta, l'Agenzia si riserva:

- a) di apportare variazioni al piano di comunicazione presentato da ciascun proponente (art. 7) al fine di armonizzare l'azione di *co-branding* relativa ad ogni specifico evento con gli indirizzi strategici di promozione del *brand* della destinazione Puglia.
- b) di rimodulare e ponderare i costi preventivi, dopo la valutazione delle attività proposte, secondo i criteri di economicità e adeguatezza dei costi.

Art. 10

Realizzazione delle iniziative

L'esecuzione delle attività in *co-branding* avverrà a seguito di affidamento diretto ex art. 63, comma 2, lett. b, nn.2-3, del D.Lgs. n. 50/2016. La pubblicazione dei servizi di comunicazione è a totale carico dei soggetti proponenti che avranno cura di utilizzare i loghi istituzionali forniti dall'Agenzia. In caso di ritardi nella consegna dei loghi istituzionali, utili alla pubblicazione dei prodotti di comunicazione realizzati, il proponente s'impegna a riposizionarli negli spazi disponibili garantendone idonea visibilità e uguale valore della prestazione.

5

Art. 11

Spese Ammissibili

Le spese ammissibili a contribuzione finanziaria sono definite a livello nazionale (sulla base di quanto previsto al Reg. UE n.1303/2013, recante disposizioni generali sul FESR - Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, FSE - Fondo di Sviluppo Europeo e sul FC - Fondo di Coesione) dal Decreto del Presidente della Repubblica n.196/2008.

In particolare saranno ritenute ammissibili le spese per servizi di comunicazione e acquisizione di spazi in esclusiva in occasione di eventi e attività, come indicati nell'istanza approvata dall'Agenzia, al fine della promozione della destinazione Puglia.

Si precisa che non potranno essere riconosciute spese relative ai servizi effettuati da terzi incaricati dal soggetto affidatario.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

Art. 12

Certificato di Verifica di Conformità del Servizio e Modalità di Rendicontazione

Gli affidatari sono tenuti a realizzare le attività così come approvate dall'Agenzia, nel rispetto delle procedure previste e assolvendo agli obblighi di pubblicità previsti dalla normativa attraverso la caratterizzazione con i loghi istituzionali forniti dall'ARET Pugliapromozione, nel rispetto del cromatismo originale e delle proporzioni.

I loghi saranno forniti ai soggetti affidatari in seguito all'approvazione della proposta e devono essere apposti in modo da essere ben visibili su tutto il materiale. Si precisa che la mancata caratterizzazione di tutti i prodotti di comunicazione realizzati con i loghi sopra indicati determinerà la revoca del finanziamento concesso.

L'affidatario si impegna a fornire, prima dell'emissione della fatturazione elettronica, la documentazione utile alla emissione, da parte dell'Agenzia, del Certificato di Verifica di Conformità del servizio, ex art.102, comma 2 del D.Lgs. n. 50/2016.

A tal fine si richiede all'affidatario di fornire, a conclusione dell'attività, la documentazione di seguito indicata:

- a. Nota di trasmissione della documentazione inviata;
- b. Elenco riepilogativo dei documenti prodotti e allegati alla suddetta nota;
- c. Pro-forma della fattura relativa al servizio oggetto del finanziamento;
- d. Relazione finale dell'attività, contenente la descrizione dei servizi svolti e i risultati raggiunti;
- e. Copia dei prodotti di comunicazione realizzati (a mero titolo esemplificativo: dossier fotografico degli spazi acquisiti e allestiti come da progetto; *screenshot* dei banner realizzati e pubblicati).

A seguito della trasmissione del Certificato di Verifica di Conformità del servizio dall'Agenzia, lo stesso affidatario trasmetterà all'Agenzia apposito documento contabile (fatture, ricevute fiscali o altro documento contabile fiscalmente e giuridicamente valido con indicazione di **CUP** e **CIG** di progetto) con la dicitura "Documento contabile finanziato a valere sul PO FESR FSE Puglia 2014-2020 - Asse VI - Azione 6.8".

L'amministrazione si riserva di chiedere integrazioni alla documentazione prodotta anche in un momento successivo al pagamento.

In caso di verifica, in sede di controllo, del mancato rispetto delle discipline comunitarie, nazionali e regionali, anche se non penalmente rilevanti, si procederà a dichiarare la decadenza dall'importo finanziato e al recupero delle eventuali somme già erogate.

Le economie rivenienti dal progetto rimangono nelle disponibilità dell'Agenzia.

Le spese non ammissibili rimangono a carico del soggetto beneficiario.

La documentazione per la rendicontazione del progetto finanziato dovrà pervenire a mezzo pec all'indirizzo direzioneamministrativapp@pec.it entro 20 giorni dalla data di realizzazione dell'evento e non oltre il 30 novembre 2017.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

Art. 13

Pubblicazione del programma degli eventi

Il programma degli eventi di *co-branding* approvati e sostenuti dal presente avviso saranno pubblicati nella sezione Amministrazione Trasparente - Avvisi e contratti del sito istituzionale dell'Agenzia, all'indirizzo www.agenziapugliapromozione.it.

Art.14

Adempimenti per la sicurezza dei lavoratori

Gli affidatari assumono a proprio carico tutti gli oneri e gli obblighi previsti dalla normativa vigente in tema di sicurezza nei luoghi di lavoro ed esonerano l'Agenzia da qualsiasi onere di cui al D.Lgs. 9 aprile 2008, n. 81 (*Attuazione dell'articolo 1 della legge 3 agosto 2007, n. 123, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro*) e del Decreto Interministeriale 22 luglio 2014 c.d. "Palchi e Fiere". Pertanto, l'affidatario è tenuto a nominare un responsabile della sicurezza (ex art. 89 del Decreto sopra citato) che dovrà a sua volta nominare un coordinatore della sicurezza.

Art. 15

Disposizioni finali

Il presente avviso è pubblicato sul sito www.agenziapugliapromozione.it - sezione Amministrazione trasparente - Bandi di Gara e Contratti.

Per tutte le comunicazioni aventi rilievo ai fini del procedimento di cui al presente Avviso faranno fede esclusivamente le pubblicazioni sul sito istituzionale.

Art. 16

Informativa in materia di riservatezza dei dati personali

Il trattamento dei dati sarà effettuato nel rispetto del D.Lgs. n.196/2003 e ss.mm.ii. (*Codice in materia di protezione dei dati personali*) per le finalità connesse al presente avviso. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dall'art. 7 del citato D.Lgs. n. 196/2003. Ai sensi dell'art.13 del D.Lgs. n. 196/2003, i dati forniti dagli operatori economici partecipanti saranno trattati dall'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione. Titolare del trattamento dei dati raccolti ai sensi dell'art. 13, del D.Lgs.196/03 è il Direttore Amministrativo dell'Agenzia **dott. Matteo Minchillo**.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP: B39D17000620009

Art. 17

Responsabile del Procedimento e Direttore dell'esecuzione

Richiesta di chiarimenti

Il Responsabile del procedimento è individuato nella persona della **dott.ssa Miriam Giorgio**, funzionario A.P. dell'ARET, telefono 080/5821412, e-mail direzioneamministrativapp@pec.it. Il Direttore dell'esecuzione del contratto è individuato nella persona della **dott.ssa Irenella Sardone**, funzionario dell'Ufficio Comunicazione dell'ARET, tel. 080.5821404, e-mail direzionemministrativapp@pec.it. Eventuali informazioni o chiarimenti relativi al presente avviso potranno essere richiesti ai recapiti indicati.

Bari, 14 aprile 2017

Il Direttore Generale ad interim

Dott. Matteo Minchillo