

PUGLIAPROMOZIONE – DETERMINAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE 15 giugno 2020, n. 234  
**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 – COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA (BUSINESS TO CONSUMER) – APPROVAZIONE BRIEF PER IL PIANO DI COMUNICAZIONE REGIONALE – PRODUZIONE CONTENUTI – APPROVAZIONE FORMAT TELEVISIVO CON AFFIDAMENTO ALLA SOCIETA' ILIKEPUGLIA AI SENSI DELL'ART. 63, COMMA 2, LETT. B, NN.1 E 3, DEL D.LG.S.50/2016. IMPEGNO DI SPESA. CUP: B39I18000090009 CIG: 8338805792.**

L'anno 2020, il giorno 15 del mese di giugno, il Dott. Matteo Minchillo, Direttore Generale 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”*;
- VISTO il D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 recante *“Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa”*;
- VISTO il D.Lgs. 7 marzo 2005 n. 82 e ss.mm. recante *“Codice dell'amministrazione digitale”*;
- 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. 6 settembre 2011, n. 159 recante *“Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, nonché nuove disposizioni in materia di documentazione antimafia, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 13 agosto 2010, n. 136”*;
- 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 *“Codice dei Contratti pubblici”* come modificato dal D.Lgs. 19 aprile 2017, n. 56 recante *“Disposizioni integrative e correttive al decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 “e dalla Legge 14 giugno 2019, n. 55 recante “Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 18 aprile 2019, n. 32, recante disposizioni urgenti per il rilancio del settore dei contratti pubblici, per l'accelerazione degli interventi infrastrutturali, di rigenerazione urbana e di ricostruzione a seguito di eventi sismici”*;
- 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 Delibera ANAC del 13.09.2017, n. 950 recante Linee Guida n. 8 sul *“Ricorso a procedure negoziate senza previa pubblicazione di un bando nel caso di forniture e servizi ritenuti infungibili”*;
- VISTO il Decreto del Presidente della Repubblica 5 febbraio 2018, n. 22 *“Regolamento recante i criteri sull'ammissibilità delle spese per i programmi cofinanziati dai Fondi strutturali di investimento europei (SIE) per il periodo di programmazione 2014/2020”*;
- VISTO il Regolamento Generale sulla Protezione dei dati UE 2016/679 (GDPR), entrato in vigore il 25 maggio 2018, pubblicato in G.U.U.E. il 4 maggio 2016 ed entrato in vigore il 24 maggio 2018;

- VISTO Il Regolamento del 6 giugno 2018 *“Regolamento per la gestione del Casellario Informatico dei contratti pubblici di lavori, servizi e forniture, ai sensi dell’art. 213, comma 10, d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50”*, (pubblicato nella Gazzetta Ufficiale Serie Generale n. 148 del 28 giugno 2018);
- VISTA la D.G.R. 6 ottobre 2015, n. 1735 con cui 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 [decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015];
- VISTA la D.G.R. 28 dicembre 2015, n. 2421 recante *“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”. L.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 D.G.R. 1° marzo 2018, n. 256 recante *“PO Puglia 2014/2020-Asse VI-Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17). Variazione al bilancio annuale e triennale di previsione 2018-2020 ai sensi dell’art. 51 comma 6 lett. a) del D. Lgs. n. 118/2011, per un importo pari a € 24.060.000,00, Annualità 2018 e 2019”*;
- VISTO la D.G.R. del 15 maggio 2019, n. 891, avente ad oggetto: *“POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. Piano Strategico Turismo 2016-2025 (DGR nn. 191/17, 255/18 e 1200/18): proroga al 31/12/2022 dell’Accordo di Cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l’Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017 (rep. n. 19106 del 28.2.2017)”*;
- VISTO l’Atto dirigenziale della Sezione Turismo del 26.03.2019, n. 43 recante *“POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. Piano Strategico Turismo 2016-2025 (DGR nn. 191/17, 256/18 e 1200/18, 891/19). Presa d’atto dei progetti attuativi biennali 2018-2109”*;
- VISTO l’Atto dirigenziale della Sezione Turismo del 08.06.2020, n.70 recante *“POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. Piano Strategico Turismo 2016-2025 (DGR nn. 191/17, 256/18 e 1200/18, 891/19). Presa d’atto della Proroga della proroga al 30.07.2020 dei progetti attuativi biennali 2018-2109”*, di cui all’Atto determinativo della Sezione Turismo del 26.03.2019, n. 43;
- VISTA la Determinazione del Direttore Generale 3 marzo 2017, n. 57 con cui è stato nominato il responsabile unico delle procedure per l’attuazione del Piano Strategico del Turismo della Puglia;
- VISTA la Determina del Direttore Generale del 31.12.2019, n. 673 con la quale è stato approvato il Bilancio di previsione 2020, pluriennale 2020-2022;

**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 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 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);*

#### **CONSIDERATO CHE:**

- Il progetto *“Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)”* prevede l’ideazione e realizzazione di azioni di comunicazione regionale, nazionale internazionale per la promozione del *brand Puglia*, rivolti al pubblico generalista;
- Il predetto Progetto è stato ideato e organizzato secondo i nuovi indirizzi per la programmazione strategica 2020, dettati dopo la emergenza sanitaria da Covid-19, attraverso un focus specifico, dalla direzione strategica;
- Fra le azioni previste dal Progetto, è prevista l’Azione C, denominata *“Produzione Contenuti Video, Foto, Testi”* per rafforzare la strategia e incrementare lo storytelling della Puglia, acquistando nuovi contenuti necessari alle attività di comunicazione ON e OFF line;
- Per dare attuazione alla predetta azione, l’ARET ha ritenuto di accettare la proposta pervenuta da un soggetto particolarmente qualificato nella gestione di strumenti di *comunicazione multi target* che per loro natura richiedono una ideazione specifica;
- Pertanto, si è ritenuto opportuno richiedere la ideazione artistica di un format televisivo, originale e pervasivo, di rilevante impatto mediatico, ai noti e amati artisti Emilio Solfrizzi e Antonio Stornaiolo – meglio noti come Toti&Tata – per la diffusione sulle principali emittenti televisive regionali;
- In data 03.06.2020 (prot.n.0010219-E-2020) è pervenuta apposita proposta da parte della società I Like Puglia S.R.L, per la realizzazione del format *“VACANZE PUGLIESI”* per la TV, ideato da Emilio Solfrizzi e Antonio Stornaiuolo, per un importo complessivo di € 77.000,00 (oltre IVA);
- Il titolare dell’utilizzo commerciale dei format televisivi prodotti dai due artisti è appunto la società proponente I Like Puglia S.r.l., come comprovato dalla documentazione allegata alla proposta;
- In data 10.06.2020 (prot.n.0011641-U-2020) la proposta di ILIKE PUGLIA S.R.L. è stata approvata in quanto ritenuta congrua e rispondente agli obiettivi del progetto di comunicazione sopra citato e delle linee di indirizzo strategico post Covid-19, sì da veicolare il brand Puglia su canali televisivi regionali e canali digitali con i relativi target di riferimento (si rinvia al *Brief tecnico per il Piano di Comunicazione regionale*, allegato al presente provvedimento);
- Accertati e verificati i presupposti di cui all’art. 63, comma 2, lett.b), n.1, del D.Lgs. n. 50/2016, tenendo conto della valenza strategica dell’intervento, nonché dell’interesse specifico dell’Agenzia Pugliapromozione per la proposta in questione, si reputa opportuno e necessario procedere con l’acquisizione del format video tv rivolgendosi alla ditta I Like Puglia S.R.L;
- Si rende necessario, per ogni ulteriore dettaglio tecnico alla comunicazione regionale della destinazione, rinviare al brief tecnico che deve essere approvato con il presente provvedimento;

**PRECISATO CHE:**

- L'interesse pubblico perseguito è quello di promuovere il Brand Puglia, per attrarre visitatori regionali e nazionali, interessati alla scoperta dei piccoli gesti della tradizione locale e dei paesaggi ancora incontaminati;
- Con riferimento all'interesse transfrontaliero rispetto alla procedura *de qua*, si deve ritenere che esso non sia sussistente tenuto conto il ricorso ad affidamento diretto in esclusiva da parte della ditta fornitrice;
- L'ARET ha contribuito al conseguimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale (green economy) anche nell'ambito delle attività di cui alla presente procedura e dei servizi da acquisire: di tali obiettivi si è tenuto conto nella valutazione dell'offerta tecnica;
- Non sussiste alcun conflitto di interesse ai sensi dell'art. 42 del D.lgs. n. 50/2016 tra l'operatore in questione e l'ARET;
- L'esonero dalla prestazione della garanzia, ai sensi dell'art. 103, comma 11, del D.Lgs. n. 50/2016 è motivato dall'affidamento diretto in esclusiva a soggetto dotato di piena affidabilità, ideatore di uno strumento di comunicazione a valenza creativa che ha offerto uno sconto rispetto alla richiesta da parte dell'ARET;
- Si è proceduto all'esecuzione dei controlli sulla insussistenza dei motivi di esclusione di cui all'art.80 del D.Lgs n. 50/2016 per le certificazioni non in corso di validità;
- Si rende necessario provvedere alla pubblicazione del presente provvedimento nelle forme previste dall'art. 29, comma 1 del D.Lgs. n. 50/2016;

**PRESO ATTO CHE:**

- Il CUP è il seguente: **B39I18000090009**;
- Il CIG richiesto per il contratto I Like Puglia S.r.l. è il seguente: **8338805792**

**VISTA E ACCERTATA:**

- La disponibilità finanziaria del Capitolo 11026 denominato "Por Puglia "2014/2020 –AsseVI – Azione 6.8: "Comunicazione nel sistema digitale e brand identity della destinazione Puglia" del Bilancio di Previsione Pluriennale 2020-2022, esercizio finanziario 2020 - di cui all'impegno di spesa assunto con il presente atto - Proroga dei Progetti Attuativi Biennali 2018-2019- Periodo Aprile –Luglio 2020;

**D E T E R M I N A**

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

- 1) Di recepire l'Atto Dirigenziale n.70/2020 di approvazione dei progetti esecutivi per il periodo aprile-luglio 2020 e di dare seguito all'attuazione del progetto "*Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)*" - Proroga dei Progetti Attuativi Biennali 2018-2019- Periodo Aprile –Luglio 2020;
- 2) Di dare atto delle esigenze strategiche di comunicare la destinazione Puglia per rafforzare il senso di identità del brand Puglia e lo spirito di appartenenza ad un territorio sicuro, attraente e coinvolgente, sì da stimolare nuove iniziative di comunicazione e valorizzazione turistica, rivolgendosi ai pugliesi stessi e ai turisti di prossimità, in vista della ripresa dell'incoming internazionale;
- 3) Di approvare il Brief tecnico per il Piano di Comunicazione Regionale allegato al presente provvedimento che integra la Call Mediaplan regionale (prot. n. 8343-U-2019-06-04) di pubblicarlo nel sito istituzionale dell'ARET;
- 4) Di recepire e approvare come valido e idoneo il format artistico per le TV ideato e proposto da Toti&Tata, denominato "Vacanze pugliesi", tale da rispondere pienamente alle esigenze di comunicazione strategica nella fase post emergenza sanitaria da Covid-19, per rafforzare la visibilità del brand Puglia e valorizzare la vocazione turistica del territorio regionale presso un pubblico multi-target;
- 5) Di approvare l'affidamento in esclusività alla ditta ILikePuglia S.r.l. (CIG 8338805792) per un importo di € 77.000,00 (oltre IVA), ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), nn. 1 e 3, del D. Lgs n. 50/2016, avendo assolto ogni obbligo di verifica sui presupposti della affidamento de quo;

- 6) Di dare mandato agli uffici competenti di perfezionare le attività negoziali e procedere all'espletamento dei controlli sui requisiti morali e professionali della ditta ILikePuglia S.r.l.;
- 7) Di dare mandato all'**Ufficio Bilancio e Controllo di Gestione** di procedere ad **impegnare** l'importo pari a **€ 93.940,00** (IVA Inclusa) per la copertura della fornitura di cui al precedente punto 2, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n. 3, del D. Lgs n. 50/2016, sul capitolo n. 11026 denominato "Por Puglia "2014/2020 – AsseVI – Azione 6.8: "Comunicazione nel sistema digitale e brand identity della destinazione Puglia" del Bilancio di previsione Pluriennale 2020-2022, esercizio finanziario 2020;
- 8) Di dare atto che il Responsabile delle procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo (RUP) è l'avv. Miriam Giorgio, funzionario direttivo AP di Pugliapromozione, nominato ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. n. 50/2016;
- 9) Di nominare Direttore dell'Esecuzione del Contratto (DEC) la dott.ssa Alessandra Campanile, funzionario di Pugliapromozione;
- 10) Di dare atto che il funzionario istruttore è la dott.ssa Giulia Coviello, funzionario di Pugliapromozione;
- 11) Di precisare che il cronoprogramma della spesa, si completerà entro il 2021 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;
- 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](http://www.agenziapugliapromozione.it), nell'Area Amministrazione Trasparente – sezione Provvedimenti Amministrativi;
  - c. viene trasmesso al Dipartimento turismo, economia della cultura e valorizzazione del territorio così come previsto dall'art.11 della L.R. n.1 del 2002;
  - d. è composto da n. 8 facciate e n. 5 pagine di allegato (Brief tecnico) è adottato in originale.

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

Bilancio di previsione pluriennale 2020-2022

Esercizio finanziario: 2020

**Impegno di spesa nr. 221/2020** di €. 93.940,00 al Capitolo 11026 del Bilancio di Previsione Pluriennale 2020-2022, esercizio finanziario 2020;

Nome dell'intervento

**OGGETTO: 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) - PRODUZIONE CONTENUTI VIDEO, FOTO, TESTI – AFFIDAMENTO PER L'ACQUISIZIONE DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE (FORMAT VIDEO) A I LIKE PUGLIA S.R.L. AI SENSI DELL'ART. 63, COMMA 2 LETT. B, NN.1 E 3 DEL D.LG.S.50/2016. IMPEGNO DI SPESA .**

**CUP: B39I18000090009 - CIG: 8338805792**

Visto di regolarità contabile

**Il Responsabile PO "Bilancio e controllo di gestione"**

**(Rag. Oronzo Bisanti)**

**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 delle procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo (R.U.P.)  
(dott.ssa Miriam Giorgio)**

**Il Funzionario Istruttore  
(dott.ssa Giulia Coviello)**

**IL DIRETTORE GENERALE ad interim  
(Dott. Matteo Minchillo)**

**IL DIRETTORE GENERALE ad interim  
Dott. Matteo Minchillo**



UNIONE EUROPEA

Il futuro alla portata di tutti  
Asse VI - Azione 6.8PROMOZIONE  
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 B39I18000090009**

## **COMUNICAZIONE REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA**

### ***Brief per la partecipazione alla Call Mediaplan Regionale***

Nell'ambito del 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, e in attuazione del progetto "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia", si illustra di seguito il piano di comunicazione della destinazione Puglia a cura dell'ARET Pugliapromozione riferito alle azioni di comunicazione regionale.

In linea con i Piani strategici del turismo "Puglia365" (D.G.R. 14 febbraio 2109, n. 197) e della cultura "Puglia Cultura" (D.G.R. 19 marzo 2019, n.543) della Regione Puglia, e con riferimento alla fase di ripresa dopo la recente emergenza sanitaria, il Piano di Comunicazione Regionale della destinazione Puglia mira a sostenere e promuovere la *brand awareness* e diffondere la consapevolezza di un territorio sicuro dove trascorrere tempo di qualità. Comunicare e valorizzare, quindi, la Puglia nella sua bellezza autentica e nelle sue principali categorie legate al territorio:

- ARTE E CULTURA
- NATURA, SPORT E BENESSERE
- ENOGASTRONOMIA

Inoltre, in aderenza a quanto previsto nel progetto esecutivo strategico per il 2020 "*Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia*", l'ARET fornirà precise linee-guida per definire i contenuti dei servizi di comunicazione offerti dagli operatori interessati a partecipare alla Call per il Media Plan Regionale.

#### **Obiettivi**

La idea è quella di raccontare la Puglia nella fase di ripresa dopo la stasi dettata dall'emergenza sanitaria da Covid19, come territorio che si conferma bello e attrattivo, nonché sicuro e confortevole rispetto alla tutela della salute.



UNIONE EUROPEA

**PUGLIA**  
FESR-FSE  
2014/2020  
*Il futuro alla portata di tutti*  
Asse VI - Azione 6.8



**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 B39I18000090009**

Vivere e scoprire (o riscoprire) il territorio è possibile grazie alla attenzione delle istituzioni pubbliche e degli operatori che offrono servizi di ricettività e fruizione del territorio stesso: di conseguenza, la Puglia è un posto sicuro, un'ottima destinazione di viaggio e di soggiorno dall'estate fino ai mesi autunnali, caratterizzati da clima mite, favorevole alla destagionalizzazione dei flussi.

L'accoglienza diffusa rivolta ai turisti fa parte delle esperienze da raccontare: tra esse, l'incanto delle bellezze artistiche, l'incontro con la natura, la scoperta dei cammini, la cultura nelle sue diverse declinazioni, i prodotti enogastronomici, i borghi.

Il soggiorno e la permanenza in Puglia diventano, così, un vero e proprio *desiderio di viaggio* rivolto alle mete più mature e conosciute, ma anche a quelle emergenti o inedite, per vivere un'esperienza reale e apprezzare la autenticità dei luoghi, delle emozioni suscitate dalla bellezza, dal ritrovare sé stessi e il proprio benessere psicofisico.

È proprio dalla narrazione della Puglia che si intende cominciare per raccontare al target le origini del territorio, la sua storia, le sue attrazioni, le sue radici. Il tutto in una veste comunicativa chiara, diretta e complementare alle scelte di comunicazione istituzionale.

Pertanto, si mira a:

- Valorizzare il patrimonio storico, artistico e culturale;
- Narrare la bellezza del rapporto esclusivo con la natura, il tempo lento, l'esperienza autentica e genuina;
- Raccontare i borghi che, con il loro stile di vita a misura d'uomo, favoriscono un legame autentico e sostenibile con il territorio e i prodotti turistici, come le attività outdoor, il bike e i cammini;
- Approfondire la conoscenza del prodotto enogastronomico;
- Diffondere iniziative ed eventi culturali;
- Diffondere informazioni utili e necessarie sul territorio ai cittadini, ai turisti, agli operatori.

2

<b>Oggetto</b>
----------------



UNIONE EUROPEA



*Il futuro alla portata di tutti*  
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 B39I18000090009**

La vacanza in Puglia inizia con un racconto del suo territorio come luogo identitario, ricco di bellezze naturali e di beni culturali materiali e immateriali, ma anche come un sistema integrato di persone, comunità, tradizioni, memoria. La Puglia è un posto bello, ricco e sicuro, una destinazione da descrivere e raccontare tra passato e presente, per viverla oggi e domani tra sapori, colori, tradizioni e opportunità di quella che è la *casa dei pugliesi* e di coloro che vengono accolti per conoscerla e viverla in piena serenità.

**Concept e campagna "Puglia. Riparti dalla meraviglia."**

La Puglia si presenta come *meta responsabile* per la stagione turistica 2020, pronta ad ospitare il turismo domestico e di prossimità, ma anche quello internazionale, pronta a meravigliare i suoi stessi cittadini alla scoperta o riscoperta dei suoi luoghi più belli, noti e meno noti. Terra consapevole e affidabile, meta ideale dove trascorrere una vacanza confortevole, in totale relax e benessere, la Puglia viene proposta nella campagna dal claim "*Puglia. Riparti dalla meraviglia*".

La Puglia è, infatti, il luogo dove tornare a meravigliarsi. Ed è appunto sotto i riflettori del sentimento di meraviglia, emozione naturale e penalizzata nei recenti mesi, che si riaccende la Puglia. La grandiosità dei paesaggi, la semplicità dei piccoli gesti, il profumo del mare e quello della campagna, l'autenticità delle esperienze e la genuinità dei sapori, ravviva i cinque sensi regalando al viaggiatore emozioni uniche da portare nel cuore.

Qui è possibile ripercorrere la storia sulla via dei cammini, dormire in un trullo o vivere la vita di masseria. Sintonizzare i ritmi con quelli della natura passeggiando all'ombra di ulivi secolari e antiche faggete. Pedalare tra borghi bianchi e contrade, fino ad arrivare al mare con le sue spiagge di sabbia finissima, calette e grotte marine. La vacanza in Puglia diventa un viaggio unico a pochi passi da casa.

La Puglia, unica per la sua accoglienza, meraviglia chi la scopre per la prima volta, persuade chi ritorna, sorprende chi in questa terra è nato, vive o ritorna per le vacanze.

Si precisa che ulteriori e più dettagliate indicazioni di contenuti saranno fornite dall'ARET.



UNIONE EUROPEA

**PUGLIA**  
FESR-FSE  
2014/2020  
*Il futuro alla portata di tutti*  
Asse VI - Azione 6.8



**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 B39I18000090009**

**Target**

Il brief di comunicazione si propone di raggiungere il pubblico "domestico" e quello di prossimità, vale a dire quello proveniente dal resto di Italia e da altri luoghi vicini alla Puglia o dalla stessa Puglia. Si tratta di quei turisti/cittadini orientati a vivere una vacanza nella stagione turistica 2020, che siano altresì propensi a condividere le proprie esperienze con le community digitali.

In coerenza con le disposizioni governative e regionali, sarà possibile un turismo sicuro destinato a tutti coloro che sono desiderosi di concedersi un soggiorno o una vacanza in Puglia, dopo le restrizioni dovute alla emergenza sanitaria da Covid-19. Al pubblico in questione la Puglia è pressoché già nota come destinazione turistica, per cui si ritiene particolarmente efficace la comunicazione dell'offerta turistica possibile dall'estate all'autunno.

**Media ON e OFF Line**

Il Piano di Comunicazione della destinazione Puglia prevede l'utilizzo dei canali media ON e OFF line. Sono ammessi i mezzi OFF (OOH, stampa generalista e specializzata, le pubblicazioni periodiche e di settore, programmi TV e Radio che generino awareness verso la destinazione e traffico verso il portale istituzionale del turismo) e ON line (web display, video banner, social advertising, SEM ed eventuali progetti speciali).

Analogamente, si prendono in considerazione anche progetti di comunicazione integrata nella forma di media mix, per veicolare il concept in più direzioni contemporaneamente e a più target distinti per mezzo.

Piano di comunicazione regionale

Si precisa che per le azioni di comunicazione regionale, le emittenti televisive locali possono candidarsi per la messa in onda di un format TV prodotto da Pugliapromozione.

Il format TV, dal titolo "Vacanze Pugliesi" è composto da n.12 puntate della durata di 36 minuti ciascuna (organizzati in 3 blocchi da 12 minuti).

**UNIONE EUROPEA****PUGLIA**  
**FESR-FSE**  
2014/2020*Il futuro alla portata di tutti*

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 B39I18000090009**

Il format, ideato e realizzato con il duo "Toti&Tata", Emilio Solfrizzi e Antonio Stornaiolo, nasce per raccontare la Puglia ai pugliesi e per invitarli a conoscere meglio la loro terra e a trascorrere la stagione 2020 nella loro regione, senza escludere il pubblico dei turisti di prossimità e di tutti coloro che vogliono scoprire la Puglia anche attraverso il suo racconto televisivo. Il format intende contribuire, inoltre, alla diffusione e alla promozione di un'accoglienza capace di essere sostenibile e rispettosa dell'ambiente, per promuovere tanto le strutture e le destinazioni più conosciute quanto quelle meno note ed emergenti.

Scopo principale, quindi, nella messa in onda del format TV di Toti&Tata, è invitare il pubblico e i pugliesi a riscoprire la propria terra, a viverla o riviverla apprezzandone le sue principali ricchezze: l'Arte, la Cultura, lo Sport, la Natura, il Benessere, l'Enogastronomia d'eccellenza, le Tradizioni locali. Il pubblico televisivo diventa così promotore della destinazione, della sua bellezza e del suo racconto. Si prevede anche uno spot promozionale della destinazione Puglia della durata di 30" per la messa in onda che accompagna il format TV.

Ogni azione sarà supportata dall'Ufficio Stampa di Pugliapromozione e da opportuna evidenza sui 5  
seguenti canali on line di riferimento:

Portale ufficiale del turismo in Puglia [www.viaggiareinpuglia.it](http://www.viaggiareinpuglia.it)

Facebook WeareinPuglia [facebook.com/weareinpuglia](https://facebook.com/weareinpuglia)

Facebook PugliaEvents [facebook.com/pugliaevents](https://facebook.com/pugliaevents);

Instagram WeareinPuglia [instagram.com/weareinpuglia](https://instagram.com/weareinpuglia)

Instagram PugliaEvents [instagram.com/pugliaevents](https://instagram.com/pugliaevents)

Twitter ViaggiarePuglia [twitter.com/viaggiareinpuglia](https://twitter.com/viaggiareinpuglia)

You Tube ViaggiareinPuglia: [youtube.com/viaggiareinpuglia](https://youtube.com/viaggiareinpuglia)