

PUGLIAPROMOZIONE – DETERMINAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE 21 maggio 2021, n. 1066
PORPUGLIA FESR-FSE 2014-2020 – ASSE VITUTELA 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) - APPROVAZIONE BRIEF PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA GIUGNO-OTTOBRE 2021 PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE, REGIONALE, GRANDI EVENTI - APPROVAZIONE AVVISO PUBBLICO (CALL) "MANIFESTAZIONE D'INTERESSE PER L'ACQUISIZIONE DI PROPOSTE DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA IN REGIME DI ESCLUSIVITÀ, AI SENSI DELL'ART. 63, COMMA 2, LETT. B), N. 3, DEL D. LGS N. 50/2016 E SS.MM.II PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" - IMPEGNO DI SPESA.
CUP: B39D20002200009.

L'anno 2021, il giorno 21 del mese di maggio, l'Avv. Renato Grelle, in qualità di Commissario straordinario 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. 1 febbraio 2021, n. 177 *"Agenzia Regionale per il Turismo A.RE.T. Pugliapromozione - Commissariamento"*;
- VISTO il Decreto del Presidente della Giunta Regionale del 25.02.2021, n. 66, notificato all'Agenzia Pugliapromozione in data 03.03.2021, con il quale l'Avv. Renato Grelle è stato nominato Commissario straordinario, all'esito della verifica - previa acquisizione da parte del Dipartimento Turismo e Cultura – della prescritta dichiarazione di assenza di cause di inconferibilità ai sensi del D.Lgs. n. 39/2013 e s.m.i., giusta D.G.R. n. 24/2017;
- 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"*;
- 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"*;
- VISTA la Legge Regionale 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 *"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”;

- 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 Decreto-Legge (c.d. Decreto-semplificazioni) convertito con modificazioni nella Legge 11 settembre 2020, n. 120 recante *“Misure urgenti per la semplificazione e la innovazione”*;
- VISTO il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri 14 gennaio 2021 recante *“Ulteriori disposizioni attuative del Decreto-Legge 25 marzo 2020, n. 19”*, convertito, con modificazioni, nella Legge 22 maggio 2020, n. 35, a sua volta recante *“Misure urgenti per fronteggiare l'emergenza epidemiologica da COVID-19”*, del Decreto-Legge 16 maggio 2020, n. 33, convertito, con modificazioni, dalla Legge 14 luglio 2020, n. 74, recante *“Ulteriori misure urgenti per fronteggiare l'emergenza epidemiologica da COVID-19”*, e del Decreto-Legge 14 gennaio 2021 n. 2, a sua volta recante *“Ulteriori disposizioni urgenti in materia di contenimento e prevenzione dell'emergenza epidemiologica da COVID-19 e di svolgimento delle elezioni per l'anno 2021”*;
- VISTO il Regolamento Generale sulla Protezione dei dati UE 2016/679 (GDPR), pubblicato in G.U.U.E. il 4 maggio 2016 ed entrato in vigore il 25 maggio 2018;
- VISTO il Regolamento 6 giugno 2018 *“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”*;
- VISTA la Delibera ANAC 13.09.2017, n. 950 che ha approvato le Linee Guida n. 8 sul *“Ricorso a procedure negoziate senza previa pubblicazione di un bando nel caso di forniture e servizi ritenuti infungibili”*;
- 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. 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. 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. 30 luglio 2019, n. 1448 recante *“OPEN CALL - Avviso finalizzato ad acquisire manifestazioni di interesse per la produzione di Grandi Eventi in Puglia caratterizzati da elevata capacità attrattiva”*;
- VISTO l'Atto dirigenziale della Sezione Turismo 04.08.2020, n. 107 recante: *“PO FESR 2014/2020 – Azione 6.8. Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche – Piano Strategico del Turismo (D.D.G. n. 191/2017; D.G.R. n. 256/2018, D.G.R. n. 1200/2018, D.G.R. 891/2019, D.G.R. n. 415/2020, D.G.R. n. 1224/2020). Presa d'atto dei progetti esecutivi annualità 2020-2021 ed impegno della somma pari a €130.000.000,00”*;
- VISTO l'Atto Dirigenziale 29.04.2021, n. 67, con cui la Sezione Turismo ha preso atto della rimodulazione delle attività progettuali relative alle annualità 2020-2021;
- 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 Determinazione del Direttore Generale 31 dicembre 2020, n. 1673 con la quale veniva approvato il Bilancio di Previsione 2021, pluriennale 2021-2023;

PREMESSO CHE:

- La L.R. 11 febbraio 2002, n.1 disciplina l'organizzazione turistica della Regione Puglia sulla base dello Statuto regionale - approvato con L.R. 12 maggio 2004, n. 7 e ss.mm.ii. – 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.G.R. 22 febbraio 2011, n. 176, in attuazione della L.R. n.1/2002 e ss.mm.ii., quale strumento operativo delle politiche della Regione Puglia, in materia di promozione dell'immagine unitaria della Puglia 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'A.RE.T. stabilisce che essa *"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'A.RE.T., 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"* (lett.e), *"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 esecutivo del Piano Strategico del Turismo, denominato *"Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)"*, prevede la realizzazione di azioni di comunicazione regionale e nazionale attraverso l'acquisto di spazi di comunicazione per la promozione del brand Puglia rivolti al pubblico business to consumer, anche in occasione di grandi eventi;
- In data 03.08.2020 il Comitato di Attuazione ha approvato le progettualità inerenti gli interventi da realizzarsi nel periodo dal 1 agosto 2020 al 31 dicembre 2021;
- Con Atto Dirigenziale n.107/2020, sopra citato, sono stati recepiti i nuovi progetti attuativi 2020-2021 (CUP B39D20002200009);
- Con D.G.R. 30.03.2020, n.415 è stata autorizzata, ai sensi dell'art. 51, comma 2, del D.Lgs. n.118/2011 e ss.mm.ii., la variazione al Bilancio di Previsione 2020 e Pluriennale 2020- 2022, nonché al Documento tecnico di accompagnamento al bilancio di previsione e del Bilancio finanziario gestionale 2020-2022, approvato con D.G.R. 21.01.2020, n. 55, per complessivi € 3.286.400,00, al fine di utilizzare le risorse destinate alla promozione turistica rinvenienti dalla riserva di efficacia assegnata all'Azione 6.8;
- In data 14.04.2021, il Comitato di attuazione (istituito dall'art. 10 dell'Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017), con verbale del 20.04.2021 (prot. r_puglia/AOO_056/0001237), approvava la 2^a rimodulazione dei Progetti attuativi Annualità 2020-2021 già approvati con il predetto Atto Dirigenziale n.107/2020, a valere sull'Azione 6.8 *"Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"* - Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17, DGR n. 256/2018, DGR n. 1200/2018, DGR n. 891/2019, DGR n. 415/2020 e DGR n. 1224/2020);
- Con Atto Dirigenziale 29/04/2021, n. 67, la Sezione Turismo ha preso atto della rimodulazione delle attività progettuali relative alle annualità 2020-2021 previste nell'ambito del Piano Strategico del Turismo, per un importo complessivo pari ad euro € 6.146.439,77 destinati al Progetto *"COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2020-2021"* – CUP B39D20002200009;

CONSIDERATO, INOLTRE, CHE:

- L'A.RE.T., attraverso il progetto esecutivo *“Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)”*, Annualità 2021, come da punto 2.02 del computo metrico, nell'ambito delle azioni di comunicazione della voce *“Media plan e Grandi Eventi”*, prevede l'acquisizione di spazi pubblicitari, anche per l'organizzazione di Grandi Eventi, per un importo complessivo di € 1.420.000,00;
- Per l'attuazione degli obiettivi del suddetto progetto esecutivo, l'A.RE.T. intende realizzare attività di comunicazione utili a promuovere la destinazione turistica della Puglia attraverso un opportuno media mix, inteso come combinazione di mezzi tradizionali e digitali, su cui veicolare le campagne di comunicazione, nonché le strategie di promozione del territorio pugliese e dei suoi attrattori turistici;
- Il progetto esecutivo *“Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)”*, Annualità 2021 prevede che le proposte di servizi di comunicazione saranno valutate e attivate attraverso appositi brief/call contenenti il dettaglio del Piano di comunicazione specifico, strategie, obiettivi e indicazioni operative per la realizzazione del Media plan;
- Le proposte inerenti i servizi di comunicazione in occasione di Grandi Eventi saranno selezionate dal Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio attraverso uno specifico Avviso denominato: *“Open Call - Avviso finalizzato ad acquisire manifestazioni di interesse per la produzione di Grandi eventi in Puglia caratterizzati da elevata capacità attrattiva”*, approvato con D.G.R. 30 luglio 2019, n. 1448 <https://bit.ly/3f3UFpc>.

CONSIDERATO, INFINE, CHE

- Al fine di realizzare gli obiettivi del predetto intervento, l'A.RE.T. intende approvare:
 - il *“Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione Regionale, Nazionale e per i Grandi Eventi”*;
 - l'Avviso Pubblico (call) *“Manifestazione di interesse per l'acquisizione di proposte per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b, n.3 del D.Lgs n.50/2016 e ss.mm.ii per la campagna di comunicazione Nazionale e Regionale”* – Annualità 2021;

PRECISATO CHE

- L'interesse pubblico perseguito è la comunicazione della Puglia, da rilanciare - dopo la pandemia da Covid-19 - quale meta responsabile, affidabile e di qualità, in coerenza con gli obiettivi del Piano Strategico del Turismo *“Puglia365”*, finalizzato a potenziare, incrementare e innovare gli interventi promozionali della destinazione finalizzati alla crescita del territorio in ambito turistico e culturale;
- Con riferimento all'interesse transfrontaliero rispetto alla predetta procedura - denominata per brevità Avviso Pubblico (Call) Mediaplan - la tutela dello stesso è assicurata grazie alla pubblicità garantita all'Avviso e, in particolare, alla pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea (GUCE);;
- Nell'ambito delle attività previste dal predetto Avviso Pubblico (Call) Mediaplan, l'A.RE.T. intende contribuire al conseguimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale (*green economy*) in relazione ai servizi da acquisire: di tali obiettivi si terrà conto nella valutazione dell'offerta tecnica delle manifestazioni di interesse che perverranno;
- Non sussiste alcun conflitto di interesse preventivo tra l'A.RE.T e gli operatori economici partecipanti al suddetto Avviso (Call) , ai sensi dell'art. 42 del D.lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;
- L'esonero dalla prestazione della garanzia, in caso di affidamento, avverrà nei casi previsti dall'art.103, comma 11, del D.Lgs 50/2016 e ss.mm.ii.;
- L'A.RE.T. procederà a eseguire specifici controlli sui requisiti morali dei proponenti rivolgendosi agli organi competenti, per la verifica della insussistenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 del D.lgs. n. 50/2016

e ss.mm.ii.;

- Si rende necessario la pubblicazione del presente provvedimento e dei suoi allegati nelle forme previste dall'art. 29, comma 1, D.lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;

PRESO ATTO CHE

- Il CUP è il seguente: **CUP B39D20002200009**;
- I CIG saranno richiesti per ciascuna proposta idonea;
- L'A.RE.T. Pugliapromozione in sede di approvazione del Bilancio di previsione pluriennale 2021-2023 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;

RITENUTO

- Di procedere all'approvazione del "Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione Regionale, Nazionale e per i Grandi Eventi";
- Di procedere all'approvazione dell' Avviso Pubblico (call) "Manifestazione di interesse per l'acquisizione di proposte per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell'art.63, comma 2, lett.B, n.3 del D.Lgs n.50/2016 e ss.mm.ii" per la campagna di comunicazione Nazionale e Regionale"– Annualità 2021;
- Provvedere ad effettuare apposito impegno di spesa per la somma di €1.420.000,00 a valere sul Capitolo di spesa 11026;

VISTA ED 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 Bilancio di Previsione pluriennale 2021-2023, esercizio finanziario 2021;

DETERMINA

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

1. Di approvare il "Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione Regionale, Nazionale e per i Grandi Eventi"(giugno-ottobre 2021);
2. Di approvare l'Avviso Pubblico (Call) "Manifestazione di interesse per l'acquisizione di proposte per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell'art.63, comma 2, lett.B, n.3 del D.Lgs n.50/2016 e ss.mm.ii per la campagna di comunicazione della destinazione Puglia" ;
3. Di dare atto che le proposte inerenti i servizi di comunicazione in occasione di Grandi Eventi saranno selezionate dal Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio attraverso uno specifico Avviso denominato "Open Call - Avviso finalizzato ad acquisire manifestazioni di interesse per la produzione di Grandi eventi in Puglia caratterizzati da elevata capacità attrattiva" approvato con D.G.R. 30 luglio 2019, n. 1448 <https://bit.ly/3f3UFpc>.
4. Di procedere alla pubblicazione del presente provvedimento, ivi compresi gli allegati Avviso e Brief, sulla Gazzetta Ufficiale della Unione Europea (GUCE), sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana (GURI), oltre che su n. 2 quotidiani di irrelevanza nazionale e n. 2 quotidiani di rilevanza regionale;
5. Di dare mandato **all'Ufficio Bilancio e controllo di gestione di impegnare** la somma di **€1.420.000,00** sul capitolo nr. 11026 denominato "Por Puglia 2014/2020 - Asse VI - Azione 6.8 – "Comunicazione Digitale & Brand Identity della destinazione Puglia" Annualità 2021 - sottovoce 02.02 "Media plan e Grandi Eventi" del Bilancio di previsione 2021;
6. Di dare atto che il Responsabile Unico del Procedimento, nominato ex art. 31 del Codice dei Contratti

Pubblici con Determinazione del D.G. n. 57/2017, per l'attuazione del Piano Strategico del Turismo 2019-2021, è l'avv. Miriam Giorgio dell'A.RE.T.;

7. Di dare atto che il funzionario istruttore e' la dott.ssa Giulia Coviello dell'A.RE.T.
8. Di dare atto che il presente provvedimento è adottato in assenza di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 6 bis della Legge n. 241/1990 e ss.mm.ii. e dell'art. 42 del D.Lgs. 50/2016 e ss.mm.ii.;
9. Il presente provvedimento:
10. è immediatamente esecutivo ai sensi dell'art.16 comma 3, del Regolamento di organizzazione e funzionamento di Pugliapromozione;
11. è soggetto agli obblighi di pubblicazione di cui all'art. 29 del Codice dei Contratti Pubblici ed è pubblicato sul portale istituzionale www.agenziapugliapromozione.it, nell'Area Amministrazione Trasparente – sezione Provvedimenti Amministrativi e sul B.U.R.P.;
12. viene trasmesso all'Assessorato Regionale Industria Turistica e Culturale, Gestione e Valorizzazione dei Beni Culturali così come previsto dall'art.11 della L.R. n.1 del 2002;
13. è composto da n. 9 facciate (n. 13 allegati, di cui nn.6 relative all'All. A "Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione Regionale, Nazionale e per i Grandi Eventi" e nn.7 relative all'All.B "*Manifestazione di interesse per l'acquisizione di proposte per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell'art.63, comma 2, lett.B, n.3 del D.Lgs n.50/2016 e ss.mm.ii per la campagna di comunicazione della destinazione Puglia*" ed è adottato in originale.

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

Bilancio di previsione pluriennale 2021/2023

Esercizio finanziario: 2021

Impegno di spesa nr. 737 di €1.420.000,00 sul cap. 11026 del Bilancio di Previsione 2021

Nome dell'intervento in contabilità:

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) - APPROVAZIONE BRIEF PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA GIUGNO-OTTOBRE 2021 PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE, REGIONALE, GRANDI EVENTI - APPROVAZIONE AVVISO PUBBLICO (CALL) "MANIFESTAZIONE D'INTERESSE PER L'ACQUISIZIONE DI PROPOSTE DI SERVIZI DI COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA IN REGIME DI ESCLUSIVITÀ, AI SENSI DELL'ART. 63, COMMA 2, LETT. B), N. 3, DEL D. LGS N. 50/2016 E SS.MM.II PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" - IMPEGNO DI SPESA. CUP: B39D20002200009

Visto di regolarità contabile

Il Responsabile PO "Bilancio e controllo di gestione"

(Sig. Oronzo Bisanti)

ADEMPIMENTI CONTABILI PER IL PAGAMENTO

Il responsabile dichiara che gli ordinativi di pagamento vengono emessi secondo le modalità previste dall'art. 33 del D.P.R. nr. 97/2003.

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 Commissario Straordinario, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il Responsabile AP delle Procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo (R.U.P.)
(avv. Miriam Giorgio) _____

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO

Avv. Renato Grelle



UNIONE EUROPEA



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 B39D20002200009

COMUNICAZIONE NAZIONALE E REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA PER LA STAGIONE 2021 - "PUGLIA, UNA STORIA D'AMORE"

Brief per la partecipazione alla Call Mediaplan e Grandi eventi

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 nazionale e regionale.

In linea con i Piani strategici del turismo "Puglia365" (D.G.R. 14 febbraio 2109, n. 197) e della cultura "Piiil Cultura" (D.G.R. 19 marzo 2019, n.543) della Regione Puglia, e in considerazione della situazione sanitaria attuale generata dalla pandemia da Covid19, il presente brief mira ad accogliere proposte di comunicazione capaci di promuovere la destinazione Puglia e la sua brand awareness. L'intento è, dunque, quello di comunicare la Puglia e la sua bellezza autentica come meta di qualità responsabile, per attrarre visitatori e turisti in regime di sicurezza.

1

1. Obiettivi

Il presente brief è un documento che indica come raccontare la Puglia nel periodo storico attuale di ripresa dalla pandemia da Covid19, in coerenza con il piano vaccinale nazionale e regionale in corso.

Gli obiettivi diretti di comunicazione sono l'incremento della *brand awareness* e *brand reputation* della Puglia, da realizzare attraverso l'associazione del marchio del territorio e dei valori tangibili e intangibili a esso connessi con azioni di comunicazione, attività ed eventi efficaci in termini di riconoscibilità, notorietà e conseguente soddisfazione di utenti e visitatori.

L'obiettivo indiretto ultimo è l'incoming dei visitatori, anche nel medio-lungo periodo, per invogliare i turisti a desiderare il territorio pugliese come destinazione di viaggio.



UNIONE EUROPEA



**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 B39D20002200009**

Pertanto, il piano si prefigge di mettere in campo azioni efficaci per la promozione della destinazione nel periodo presente e in riferimento alle misure adottate dalla Regione Puglia per la ripresa delle attività turistiche in un regime di sicurezza e salute collettive.

2. Oggetto

Oggetto è la narrazione della Puglia come terra autentica e affidabile, patrimonio materiale e simbolico, luogo di accoglienza, di tradizioni storiche e culturali. Il senso primario della comunicazione è raccontare una Puglia sicura in tutte le sue declinazioni, genuina e semplice, di cui *potersi innamorare e tornare ad innamorarsi*. Innamorarsi per le persone, per gli scorci mozzafiato, per i mille luoghi da scoprire, per la bontà del cibo ricco di tradizioni, per la creatività della cultura e del patrimonio storico artistico.

La Puglia è passione, è cura di sé e degli altri, è bellezza.

3. Concept e campagna "Puglia, una storia d'amore"

2

La Puglia si presenta come *meta responsabile, affidabile* e di *qualità* pronta ad ospitare il turismo domestico e di prossimità, e più generalmente nazionale, e a far innamorare di sé con la campagna dal claim "*Puglia, una storia d'amore*".

Infatti, con tutte le sue sfumature, la regione si mostra come una meravigliosa storia d'amore: sboccia a prima vista, si scopre lentamente e matura col tempo.

La comunicazione, quindi, è rivolta al turista che incontra la Puglia, a chi la vive da sempre perché ci abita e anche a chi la conosce già ma ritorna ad esplorarla, innamorandosi definitivamente.

In Puglia, l'amore è nel sorriso di chi accoglie, nel saluto per strada, nella lentezza come stile di vita, nel sentirsi subito come a casa, nel silenzio della campagna, nell'abbraccio degli ulivi secolari, nella pietra intagliata delle cattedrali, nel perdersi tra i vicoli bianchi, in un pranzo lungo fino a sera, nella storia dei piccoli borghi, nel paesaggio in tutta la sua bellezza variegata.



UNIONE EUROPEA



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 B39D20002200009

La campagna di comunicazione, in sintesi, racconta una regione da amare e che si fa amare nelle grandi e piccole cose e che è pronta ad accogliere chi vorrà viverla.

4. Target

Il brief di comunicazione si propone di raggiungere sia il pubblico nazionale che il pubblico regionale di prossimità. Si tratta di quei turisti/cittadini orientati a vivere una vacanza nella stagione turistica 2021 e che sono a proprio agio nel condividere con le community digitali le esperienze e i contenuti di fruizione. Il pubblico in questione si compone dei viaggiatori che arrivano per la prima volta, di chi conosce la regione perché ci risiede o perché ci ritorna (c.d. *repeaters*).

Nello specifico, per la campagna di comunicazione nazionale e regionale sul mezzo televisivo il target è rappresentato da un pubblico di età eterogenea, interessato in particolar modo a tematiche culturali, artistiche, ambientali e sportive.

5. Periodo durata campagna

3

Per incentivare l'incoming dei visitatori in Puglia e invitarli a vivere il territorio, si intende continuare a comunicare la Puglia come destinazione di viaggio e soggiorno nella stagione 2021, fino ai mesi autunnali, generalmente caratterizzati da un clima mite e favorevole alla destagionalizzazione dei flussi turistici.

6. Formati produzione campagna

Per la realizzazione della suddetta campagna, l'ARET Pugliapromozione ha realizzato:

- Uno spot televisivo e multimediale della durata di 90", 30" e 15";
- Creatività declinata in scatti fotografici per spazi ON e OFF line.

7. Media ON e OFF Line



UNIONE EUROPEA



**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 B39D20002200009**

Il presente brief di comunicazione dovrà realizzarsi attraverso canali media ON e OFF line (stampa, spazi televisivi web display, video banner, e similari).

Di seguito le specifiche secondo il target e la natura dell'azione:

Piano media Nazionale

Per la **comunicazione nazionale** il mezzo individuato per la veicolazione del video spot realizzato per la promozione della destinazione è quello televisivo.

Nell'individuazione delle emittenti nazionali idonee alla realizzazione degli obiettivi strategici e di promozione dell'ARET verranno valutate le emittenti della televisione gratuita e di quella a pagamento.

Con riferimento alla televisione gratuita verranno prese in considerazione le emittenti che registrano alti ascolti nel panorama nazionale, con una media di share nel totale giornata rilevante per il target.

Nella pianificazione verrà data priorità alla programmazione relativa a format di informazione e approfondimento, intrattenimento, satira, sport.

4

Piano media Regionale

Per la **comunicazione regionale**, si utilizzeranno i seguenti media:

- Spazi di comunicazione ON e OFF line, con specifica priorità ai mix digitali (testate giornalistiche) per la diffusione dei formati della campagna;
- Emittenti televisive con una copertura regionale del territorio e che registrano alti ascolti con una media di share nel totale giornata rilevante per il target per la diffusione dello spot;

La possibilità di candidare offerte per la messa in onda dello spot, sia a livello nazionale che regionale, è fissato entro e non oltre il giorno 16 luglio.

Grandi Eventi



UNIONE EUROPEA



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 B39D20002200009**

Per i **Grandi Eventi**, capaci di realizzare temi trasversali di prodotto, quali lo sport e la musica ad esempio, saranno reputati ammissibili e idonee le proposte per la comunicazione di manifestazioni da svolgersi in Puglia di grande portata tecnico-mediatica, in termini di capacità organizzativa e di risonanza presso un pubblico partecipante e/o virtuale. Il coinvolgimento del pubblico dovrà essere garantito dall'adozione di tecniche e strumenti digitali in grado di consentire la più ampia fruizione, anche multimediale, di contenuti personalizzati con la creatività di campagna in favore di un pubblico spettatore in presenza e non partecipante, in linea con i protocolli di sicurezza che saranno implementati nel corso dell'anno per prevenire la ripresa dei contagi da Covid19.

Nello specifico, in coerenza con la tipologia di evento proposto, sarà fortemente auspicabile il ricorso ad allestimenti offline intesi come grandi impianti esterni da personalizzare in una o più parti e da utilizzare per la proiezione di foto e video di campagna, nella fattispecie a titolo esemplificativo e non esaustivo retropalchi, fronte-palchi, schermi o altri supporti di proiezione anche di tipo LED, oggetto di riprese televisive e fotografiche, roll-up, backdrop e aree interviste, aree accoglienza e accrediti.

Sarà considerato in minima parte il materiale promozionale di tipo cartaceo quali cartelloni, flyer, locandine, cartelle-stampa, gadget sia in un'ottica di sostenibilità dei consumi di materiali che in termini di riduzione delle possibilità di contagio, derivanti dalla loro eventuale distribuzione.

Per quanto riguarda i mezzi online, per la diffusione della campagna di comunicazione si privilegeranno gli spazi e servizi di comunicazione offerti su siti specialistici con un considerevole numero di visualizzazioni potenziali di utenti, in cui e attraverso cui realizzare contenuti anche in modalità streaming in diretta, approfondimenti di natura redazionale, con il fine ultimo di promuovere la destinazione Puglia raccontandola in raccordo con i canali ufficiali istituzionali.

Tutti gli strumenti digitali offerti dovranno essere coordinati dal concept di campagna e indirizzati al portale turistico regionale viaggiareinpuglia.it e ad eventuali landing page dedicate.

Infine, si reputa la necessità di garantire la più ampia diffusione dei contenuti concordati e da divulgare attraverso l'evento trasmettendolo o dandone risonanza attraverso emittenti televisive, in chiaro e on demand, ed emittenti radiofoniche soprattutto a larga diffusione nazionale in fasce orarie di picco o preferibilmente in prima serata, al fine di raggiungere la più ampia platea di pubblico possibile, anche tenendo conto del tipo di manifestazione e del suo taglio tematico. Le offerte dovranno essere corredate



UNIONE EUROPEA

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



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 B39D20002200009

di report web e di ascolti riferiti agli anni precedenti e alle stime previsionali sul target potenziale da raggiungere.

Il presente brief ha validità per la durata della campagna dedicata alla stagione turistica 2021.



AVVISO PUBBLICO

Manifestazione d'interesse per l'acquisizione di proposte per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n. 3, del D. Lgs n. 50/2016 e ss.mm. ii per il Piano di Comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia.

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 indicano di seguito i criteri di presentazione di offerte di spazi di comunicazione ON e OFF line per la campagna di comunicazione nazionale, regionale della destinazione Puglia. Si specifica che il presente Avviso è strettamente correlato al documento (Brief) che detta le linee guida della comunicazione in termini di strategia e contenuti del Piano di Comunicazione della Destinazione o del Prodotto turistico.

L'avviso pubblico è finalizzato a rendere aperta la partecipazione degli operatori della comunicazione, titolari di diritti esclusivi sugli spazi, pur essendo consentito procedere "senza bando". In altri termini il bando si sceglie il bando (Avviso) per effettuare una molteplicità di affidamenti, garantendo a tutti gli esclusivisti di potersi proporre nel Piano di Comunicazione della Puglia che è per sua natura "multi-sourcing".

1

Per la comunicazione del brand Puglia in occasione di Grandi eventi il brief di riferimento è comune al Piano Media nazionale e regionale, sebbene sia incardinata apposita call tematica presso il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia, denominata "*Open Call - Avviso finalizzato ad acquisire manifestazioni di interesse per la produzione di Grandi eventi in Puglia caratterizzati da elevata capacità attrattiva*" approvato con D.G.R. 30 luglio 2019, n. 1448, visionabile al seguente link: <https://bit.ly/3f3UFpc>.

1. VALIDITÀ DELL'AVVISO E DOTAZIONE FINANZIARIA

Il presente Avviso ha validità dal giorno della pubblicazione sino al 01.10.2021.

La dotazione finanziaria della presente call è pari a €1.420.000,00, salva la riserva che la stessa sia incrementata in funzione dello sviluppo del piano di comunicazione con particolare riguardo alla qualità delle proposte presentate e all'interesse che sarà manifestato da parte degli operatori destinatari del presente avviso.

È fatta salva la facoltà dell'ARET di revocare, modificare o prorogare il presente Avviso, d'intesa con la Sezione

1



UNIONE EUROPEA



Agenzia Regionale del Turismo

Turismo della Regione Puglia, anche prima dell'esaurimento della dotazione finanziaria.

2. REQUISITI SOGGETTIVI

Sono ammessi a presentare le proposte i soggetti titolari di diritti esclusivi su spazi di pubblicità. A titolo esemplificativo: l'editore, il concessionario esclusivista e il titolare dell'evento.

Non sono, invece, ammessi a presentare proposte gli intermediari (esempio: media center e agenzie di comunicazione).

3. OGGETTO DELLE PROPOSTE. PIANO DI COMUNICAZIONE (rinvio). STRUMENTI DI COMUNICAZIONE.

Le proposte devono essere formulate secondo le indicazioni contenute nel Brief di Comunicazione, cui si rinvia, definito in base agli indirizzi strategici espressamente indicati dall'A.RE.T. e pubblicato insieme al presente Avviso sul sito: www.agenziapugliapromozione.it.

Le proposte devono contenere i servizi di comunicazione su media ON e OFF line secondo i criteri indicati nel suddetto Brief che illustra la strategia, la specifica priorità dei media e dei canali, nonché la campagna sia per la destinazione (comunicazione nazionale che per la comunicazione regionale), sia per il prodotto turistico (enogastronomia, wedding destination, sport natura e benessere, arte e cultura).

Per i Grandi Eventi, si utilizzeranno strumenti media ON e OFF line, con specifica priorità per le proposte che riguardino la fruizione anche digitale dell'evento e la pubblicità OOH con allestimenti scenici in generale da personalizzare (a titolo di esempio: retropalchi, fondali interviste, gazebo, striscioni tnt, pannelli Led, supporti vari nel luogo dell'evento).

Si valuteranno eventuali progetti speciali e/o integrati su altri mezzi più specifici e che individuano un target più mirato, anche con l'ausilio di influencer.

4. MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE



Sono ammessi a presentare le proposte i soggetti titolari di diritti esclusivi su spazi di pubblicità. A titolo esemplificativo: l'editore, il concessionario esclusivista, il titolare dell'evento. Non sono, invece, ammessi a presentare proposte gli intermediari (esempio: media center e agenzie di comunicazione).

Si procederà alla valutazione delle proposte e stipula dei contratti al fine di dare avvio alle attività, secondo la programmazione della campagna di comunicazione, in coerenza con il periodo di realizzazione e lo svolgimento degli eventi sul territorio regionale, salvo eventuale proroga della presente Call.

Le offerte, sottoscritte dal legale rappresentante del soggetto proponente o da un suo delegato, dovranno essere indirizzate all'attenzione del Responsabile dell'attuazione del Piano Strategico del Turismo (RUP), inviate esclusivamente a mezzo PEC al seguente indirizzo: comunicazionepp@pec.it, indicando nell'oggetto il Piano media di riferimento (ad es.: Nazionale, Regionale).

Le proposte, redatte in forma libera, potranno essere presentate a decorrere dal giorno successivo alla pubblicazione del presente Avviso (Call) sul B.U.R.P. e dovranno includere tutti i seguenti punti, in assenza dei quali, non si procederà a valutazione:

1. Descrizione della proposta:

1.a) Descrizione completa del progetto con evidenza della coerenza con il Piano di Comunicazione e presentazione dei media proposti (massimo 4 pagine). Occorre anche indicare i dati aggiornati relativi alla diffusione, distribuzione e target dei media stessi.

1.b) Periodo di visibilità con ipotesi di calendario (susceptibile di eventuali rimodulazioni, previa autorizzazione scritta da parte dell'ARET);

1.c) Breve descrizione dei risultati attesi, diretti e indiretti, dalla proposta in coerenza con il Piano di Comunicazione, indicando anche una stima sui dati numerici del potenziale target raggiungibile in termini di diffusione/distribuzione;

1.d) Specifiche tecniche relative ai servizi di comunicazione proposti: specificare i valori/misure per ogni singolo formato del media mix proposto. Al contempo, allegando alla proposta un esempio grafico degli spazi proposti;

2. Offerta economica:

2.a) Offerta economica totale dei servizi ed eventuale scontistica riservata;

2.b) Dettaglio costo per ogni formato/mezzo e indicazione del costo/contatto per ogni mezzo proposto;



3. Documenti amministrativi:

- 3.a.) Copia del documento di identità del Legale rappresentante o di un suo delegato;
- 3.b.) Dichiarazione di esclusività per la gestione degli spazi adv, firmata dal Legale rappresentante o da un suo delegato;
- 3.c.) Certificato di iscrizione alla Camera di Commercio/Visura aggiornata o Statuto;
- 3.d.) Comunicazione di attivazione/esistenza di conto corrente dedicato ad appalti/commesse pubbliche ai sensi dell'art. 3, comma 7 della Legge n. 136/2010;

Si rende noto, altresì, che in caso di approvazione della proposta saranno richiesti i seguenti documenti:

- a) Compilazione on line del Documento di Gara Unico Europeo (DGUE):

Effettuare l'accesso tramite SPID o attivando la carta servizi al sito:

<https://www.impresainungiorno.gov.it/web/1-impresa-e-la-pa-centrale/unioncameredgue>.

Per assistenza tecnica su DGUE ONLINE di Impresainungiorno contattare il Call Center al numero 0664892717: dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 17:00.

- a.1) Una volta effettuato l'accesso, sarà richiesto all'operatore economico di caricare una DGUE REQUEST. A questo punto occorre utilizzare il file in pdf o xml fornito dall'ARET Pugliapromozione in fase negoziale

- a.2) Compilare il DGUE online nelle parti richieste;

- a.3) caricare in pdf il DGUE compilato e sottoscriverlo digitalmente;

- a.4) Allegare il DGUE completo e firmato unitamente alla documentazione richiesta.

N.B. In caso di difficoltà nel caricamento dell'XML è possibile utilizzare questo link per la creazione del DGUE in formato elettronico e seguire le indicazioni come operatore economico:

<http://www.base.gov.pt/deucp/filter?lang=it> (sito non ufficiale ma valido)

- b) b) Registrazione alla seguente piattaforma informatica dell'ANAC:

http://www.anticorruzione.it/portal/public/classic/Servizi/ServiziOnline/_RegistrazioneProfilazioneU

- c) Tracciabilità dei flussi finanziari o dichiarazione sostitutiva (come da modello fornito in fase negoziale);
- d) Dichiarazione antimafia (come da modello fornito in fase negoziale);
- e) Dichiarazione compatibilità ambientale (come da modello fornito in fase negoziale);

Nel corso dell'affidamento, il soggetto affidatario è tenuto a comunicare tempestivamente all'ARET eventuali variazioni societarie e ogni altra comunicazione inerente l'assetto societario medesimo.



5. VALUTAZIONE E APPROVAZIONE PROPOSTE

Le proposte sono valutate dall'Ufficio Comunicazione, previa verifica formale da parte del R.U.P., con riferimento al Piano di Comunicazione approvato.

Per i servizi di comunicazione, anche in caso di valutazione di idoneità della proposta, la stessa può essere suscettibile di eventuale richiesta da parte dell'Ufficio Comunicazione di rimodulazione sia nei contenuti che nei costi per adeguarla agli obiettivi dello stesso Piano di Comunicazione.

A parità di proposte, l'Amministrazione valuterà la coerenza con gli obiettivi di cui al Piano di Comunicazione in rapporto all'indirizzo strategico, alla tipologia dei media proposti, all'attinenza ai settori turismo, viaggi, beni culturali ed eventi, al prezzo.

In nessun caso potranno essere concordati appuntamenti, se non a seguito di eventuale esplicita richiesta di Pugliapromozione. Si specifica che la programmazione è effettuata direttamente da Pugliapromozione che fornisce le linee guida propedeutiche all'esecuzione in coerenza con le strategie di promozione della destinazione. Si procederà alla valutazione delle proposte e stipula dei contratti al fine di dare avvio alle attività, secondo la programmazione della campagna di comunicazione, in coerenza con il periodo di realizzazione e lo svolgimento degli eventi sul territorio regionale, salvo eventuale proroga della presente Call.

Si precisa che tra la data di presentazione dell'offerta e di approvazione delle attività da realizzare occorre rispettare il termine minimo di 10 giorni.

5

6. VERIFICA DEI REQUISITI GIURIDICO-FORMALI. ORGANO DI VALUTAZIONE DELLE PROPOSTE.

Le proposte saranno oggetto di verifica dei requisiti giuridico-formali ad opera del RUP (o suo delegato). La seduta sarà resa nota con apposito avviso, pubblicato nella Sezione Trasparenza del sito dell'A.RE.T., almeno 3 giorni prima della data stabilita. Nel corso della seduta di verifica amministrativa potranno essere richieste integrazioni documentali e, ove consentito, sarà applicato l'istituto del soccorso istruttorio.

La verifica giuridico-formale si concluderà con il giudizio di ammissione alla verifica di idoneità tecnica.

La verifica di idoneità tecnica sarà effettuata da un organo di valutazione, nominato, su indicazione del RUP, dopo la pubblicazione del presente Avviso. Esso si insedierà in via permanente, per tutta la durata dell'Avviso, e potrà essere integrato da componenti di altre Aree dell'A.RE.T., a seconda della formulazione della proposta.

Nel corso della seduta di verifica della idoneità tecnica saranno esaminate:

a) la corrispondenza della proposta agli obiettivi del brief di comunicazione;

5



b) lavalidità - in termini tecnici e strategici - degli spazi proposti.

Durante la seduta tecnica, si potrà convenire di richiedere al proponente una rimodulazione tecnica e/o economica della offerta, entro limiti ragionevoli: ossia senza snaturarne il contenuto (con particolare riferimento alla tipologia degli spazi offerti).

L'esito della valutazione comporterà l'idoneità o la non idoneità di ciascuna proposta, per l'ammissione nel Piano di Comunicazione regionale. Tale esito sarà comunicato agli interessati entro 5 giorni dal provvedimento che approva il verbale di valutazione. Il verbale di valutazione è pubblicato tempestivamente sul sito dell'A.RE.T. Sezione Trasparenza. Avverso il provvedimento di non ammissione al Piano di Comunicazione è dato ricorrere al Tribunale Amministrativo Regionale (T.A.R.) sede di Bari, nei termini di legge.

7. AFFIDAMENTO DEI SERVIZI

L'affidamento dei servizi in esclusiva avverrà ai sensi dell'art. 63, comma 2, lettera B, punto 3 del D.Lgs.n.50/2016. Il corrispettivo della proposta è pari al prezzo offerto come approvato in sede di valutazione.

Il pagamento del corrispettivo, autorizzato dal Responsabile Unico del Procedimento, può avvenire previa verifica di conformità dei servizi resi, ai sensi e per gli effetti dell'art. 102, comma 2, del D.Lgs n. 50/2016.

Il titolo di pagamento dovrà essere trasmesso a mezzo fattura digitale tramite SDI (Sistema di Interscambio). Inoltre, ai sensi dell'art. 25 del D.L. n. 66/2014, al fine di garantire l'effettiva tracciabilità dei pagamenti da parte delle pubbliche amministrazioni, le fatture emesse verso la PA devono riportare:

Denominazione Ente: Agenzia Regionale del Turismo – Pugliapromozione;

Codice Univoco Ufficio: 8ZH8VO;

Nome dell'Ufficio: Ufficio Comunicazione;

Nonché, per gli stessi, la fattura deve contenere:

Il codice identificativo di gara (CIG), che verrà comunicato in sede di accettazione delle offerte;

Il codice unico di progetto (CUP): **B39D20002200009**;

La dicitura completa "Documento contabile finanziato a valere sul PO FESR FSE Puglia 2014-2020 - Asse VI - Azione 6.8"

8. CONTESTAZIONI

Per qualsiasi controversia discendente dal presente avviso ha giurisdizione l'Autorità Giudiziaria del Foro di Bari.



9. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Ai sensi della normativa in materia di protezione dei dati (Regolamento UE 2016/679), s'informa che il Titolare del trattamento dei dati rilasciati per la partecipazione alla presente gara è ARET Pugliapromozione nella persona del Commissario Straordinario. I dati personali acquisiti saranno utilizzati per le attività connesse alla partecipazione della presente procedura di gara, nel rispetto degli obblighi di legge e in esecuzione di misure contrattuali o precontrattuali.

In particolare, ai fini dell'espletamento delle procedure di gara, i dati trasmessi (compreso eventuali dati relativi a condanne penali o reati) saranno sottoposti all'esame della Commissione di gara affinché venga valutata l'ammissibilità dell'offerta presentata e dei requisiti di partecipazione; al termine della procedura i dati saranno conservati nell'archivio della Stazione Appaltante (secondo la specifica normativa di settore che disciplina la conservazione dei documenti amministrativi) e ne sarà consentito l'accesso secondo le disposizioni vigenti in materia. Fatto salvo il rispetto della normativa sul diritto di accesso, i dati personali non saranno comunicati a terzi se non in base a un obbligo di legge o in relazione alla verifica della veridicità di quanto dichiarato in sede di gara. Per maggiori informazioni sul trattamento dei dati si rinvia alla specifica informativa allegata, redatta ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679.

Il Fornitore partecipante è tenuto ad assicurare la riservatezza delle informazioni, dei documenti e degli atti amministrativi, dei quali venga a conoscenza durante la partecipazione alle procedure e, successivamente, durante l'eventuale esecuzione della prestazione, impegnandosi a rispettare rigorosamente tutte le norme relative all'applicazione del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio e delle norme del D.Lgs. 196/2003 eventualmente applicabili.

RICHIESTA CHIARIMENTI. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO.

Il RUP è l'avv. Miriam Giorgio - Responsabile delle procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo "Puglia365".

Richieste di chiarimenti potranno essere sottoposte all'attenzione del RUP scrivendo all'indirizzo email miriam.giorgio@aret.regione.puglia.it e, congiuntamente, all'indirizzo email media@aret.regione.puglia.it.

Bari, 21.05.2021

**Il Commissario Straordinario
avv. Renato Grelle**