
Appalti – Bandi, Concorsi e Avvisi

Appalti

ARET PUGLIAPROMOZIONE-DETERMINAZIONE DEL COMMISSARIO STRAORDINARIO 26 luglio 2021 n. 1164 POC PUGLIA 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"- PROGETTO ESECUTIVO "COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" (BUSINESS TO CONSUMER) 2021- APPROVAZIONE BRIEF PIANO DI COMUNICAZIONE INTERNAZIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA GIUGNO-OTTOBRE 2021 PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTERNAZIONALE - 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 INTERNAZIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" - IMPEGNO DI SPESA. CUP B39J21008340003.

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 NAZIONALE, REGIONALE E GRANDI EVENTI DELLA DESTINAZIONE PUGLIA (DET.1066/2021) – INTEGRAZIONE IMPEGNO DI SPESA. CUP B39J21008340003.

L'anno 2021, il giorno ventisei del mese di luglio, 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. 1febbraio 2021, n. 177 "*Agenzia Regionale per il Turismo A.R.E.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 inconfiribilità ai sensi del D.Lgs. n. 39/2013 e s.m.i., giusta D.G.R. n. 24/2017;
- VISTA la D.G.R. 30 giugno 2021, n. 1083 "*Agenzia Regionale per il Turismo A.R.E.T. Pugliapromozione – Proroga Commissariamento di cui alla D.G.R n. 177/2021*";
- 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”*;
- VISTA la Delibera ANAC 13 settembre 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”*;
- 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”*;
- VISTA la Delibera ANAC 6 giugno 2018 recante *“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”*;
- 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 Decreto-Legge (c.d. Decreto-semplificazioni bis) 31 maggio 2021, 77 recante *“Governance del Piano nazionale di rilancio e resilienza e prime misure di rafforzamento delle strutture amministrative e di accelerazione e snellimento delle procedure”*;
- VISTO il Regolamento Generale sulla Protezione dei dati UE 2016/679 (GDPR), pubblicato in G.U.U.E. il 4 maggio 2016, in vigore dal 25 maggio 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. 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”*;
- VISTO l’Atto dirigenziale della Sezione Turismo 26.03.2019, n. 43, che ha recepito i progetti esecutivi per l’annualità 2019, prorogati al 30.07.2020 con successivo Atto dirigenziale della Sezione Turismo del 08.06.2020, n.70;
- 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";

- 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.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 Piano Strategico del turismo della Regione Puglia è stato approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191 e integrato con successive D.G.R. n. 256/2018, n. 1200/2018, n. 891/2019, n. 415/2020, n. 1224/2020, 591/2021 e n. 959/2021;
- 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 e/o strumenti pubblicitari per la promozione del brand Puglia rivolti al pubblico, anche in occasione di grandi eventi;
- Il progetto esecutivo *"Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)"*, Annualità 2021 prevede che le proposte per la fornitura dei servizi di comunicazione saranno realizzate in coerenza con brief/call contenenti il dettaglio del piano di comunicazione specifico,

strategie, obiettivi e indicazioni operative per la realizzazione del Media plan e Grandi Eventi, a diffusione regionale, nazionale ed internazionale;

- Con Determinazione del Commissario Straordinario 21.05.2021, n.1066 sono stati approvati il “Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione Regionale, Nazionale e per i Grandi Eventi” ed 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, Regionale e per i Grandi Eventi – Annualità 2021;
- Con Atto del Dirigente della Sezione Turismo 24.05.2021, n. 100 sono state approvati i progetti inerenti gli interventi esecutivi del Piano Strategico per il 2021 (€ 5.400.000,00), recependo i progetti attuativi 2021 a valere sui fondi “POC Puglia 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;

CONSIDERATO, INOLTRE, CHE:

- L’A.RE.T., attraverso il progetto esecutivo “*Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)*” (2021), nell’ambito delle azioni di comunicazione di cui al punto 02.02 “Media plan e Grandi Eventi”, prevede l’acquisizione di spazi pubblicitari, anche in occasione di Grandi Eventi, per € 3.000.000,00 a valere sui FONDI POC PUGLIA 2014-2021, ASSE IV, AZIONE 6.8;
- In attuazione degli obiettivi strategici, l’A.RE.T. intende realizzare attività di comunicazione utili a promuovere la destinazione turistica "Puglia" attraverso "media mix" di servizi di comunicazione, dato dalla combinazione di mezzi tradizionali e digitali, per diffondere le campagne di comunicazione e promuovere il territorio pugliese ed i suoi attrattori turistici, naturali, enogastronomici e culturali;
- In risposta all’avviso Media plan regionale e Media plan nazionale sono pervenute numerose manifestazioni di interesse per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria, in linea con l’indirizzo strategico e le linee guida della Campagna di promozione della stagione turistica 2021 indicata espressamente nel brief della Call;
- Con nota al RUP (prot.n.0015664-E-2021 del 23.07.2021) da parte del Dirigente del Piano Strategico è stata richiesta l’apertura del media plan internazionale per esigenze di comunicazione ritenute strategiche per l’incremento della brand awareness e brand reputation della Puglia;
- Con stessa nota è stata richiesta la variazione in aumento della dotazione finanziaria della Call Mediaplan Nazionale, Regionale e Grandi Eventi per un importo complessivo pari ad €1.000.000,00 in funzione dello sviluppo del predetto Piano di Comunicazione, con particolare riguardo alla qualità delle proposte presentate e all’interesse manifestato dagli operatori destinatari dell’Avviso (Call);

PRESO ATTO CHE:

- Il CUP è il seguente: **B39J21008340003**;
- I CIG saranno richiesti per ciascuna proposta valutata idonea;
- l’Agenzia 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 POC Puglia 2014-2020 affidate all’A.RE.T nell’ambito del Piano Strategico del Turismo;

PRECISATO CHE:

- L’interesse pubblico perseguito è rilanciare una Puglia quale meta turistica attrattiva e sicura, dove apprezzare le bellezze naturali e culturali, in coerenza con gli obiettivi del Piano Strategico del Turismo “Puglia365”, finalizzato a potenziare, incrementare e innovare gli interventi promozionali della destinazione per lo sviluppo economico 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);

- La Regione Puglia e l'A.RE.T. hanno 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 terrà conto nella valutazione delle offerte tecniche 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 1, del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;
- L' A.RE.T. procederà ad effettuare specifici controlli, rivolgendosi agli organi competenti, per la verifica dei requisiti morali e professionali dei proponenti, in base a quanto previsto dall'art. 80 del D.Lg.s n. 50/2016 e ss.mm.ii.;
- Si rende necessario effettuare la pubblicazione del presente provvedimento e dei suoi allegati nelle forme previste dall'art. 29, comma 1, del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;

RITENUTO NECESSARIO

- Di procedere all'approvazione del "Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione Internazionale";
- 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 Internazionale"- Annualità 2021;
- Provvedere ad effettuare apposito impegno di spesa per la somma complessiva pari ad € 1.000.000,00, sul Capitolo 11044, denominato "POC Puglia "2014/2020 –Asse VI – Azione 6.8: "Comunicazione nel sistema digitale e brand identity della destinazione Puglia" del B.P. 2021-2023 del Bilancio di previsione 2021 e a valere sulla sotto voce 02.02 "Media Plan e Grandi Eventi";

VISTA E ACCERTATA:

- La disponibilità finanziaria del Capitolo 11044 denominato "Poc Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8: "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" del Bilancio di Previsione pluriennale 2021-2023, esercizio finanziario 2021;

D E T E R M I N A

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

1. Di dare seguito all'attuazione del progetto "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia Business to Consumer" 2021;
2. Di approvare il "Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2021 per la campagna di comunicazione internazionale";
3. 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 internazionale della destinazione Puglia" ;
4. Di approvare la richiesta di variazione in aumento della dotazione finanziaria della Call Media Plan e Grandi Eventi per un importo complessivo pari ad € 1.000.000,00 IVA inclusa, come da nota al RUP (prot.n.0015664-E-2021 del 23.07.2021);
5. Di dare mandato **all'Ufficio Bilancio e controllo di gestione di impegnare** l'importo complessivo pari a **€1.000.000,00** a valere sul Capitolo 11044 denominato "Poc Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8: "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" del Bilancio di Previsione pluriennale 2021-2023, esercizio finanziario 2021, in aumento della dotazione finanziaria della Call Mediaplan Nazionale, Regionale e Grandi Eventi, sia a copertura della Call Mediaplan Internazionale;

6. 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 rilevanza nazionale e n. 2 quotidiani di rilevanza regionale;
7. 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, è l'avv. Miriam Giorgio, funzionario AP dell'A.RE.T.;
8. Di dare atto che il funzionario istruttore del presente atto è la dott.ssa Giulia Coviello, funzionario dell'Ufficio Patrimonio e Attività Negoziali;
9. Di dare atto che il DEC del Piano di Comunicazione Internazionale è la dott.ssa Alessandra Campanile;
10. 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;
11. Il presente provvedimento:
 - a) è immediatamente esecutivo ai sensi dell'art.16 comma 3, del Regolamento di organizzazione e funzionamento di Pugliapromozione;
 - b) è adottato in assenza di conflitto di interesse ai sensi dell'art.6 bis della Legge n. 241/1990 e dell'art. 42 del D.Lgs. n. 50/2016;
 - c) viene pubblicato sul portale istituzionale www.agenziapugliapromozione.it, nell'Area Amministrazione Trasparente – sezione Provvedimenti Amministrativi;
 - d) viene trasmesso all'Assessorato alla Cultura, Tutela e sviluppo delle imprese culturali, Turismo, Sviluppo e Impresa turistica, così come previsto dall'art.11 della L.R. n.1 del 2002;
 - e) È composto da n. 9 facciate ed n. 10 pagine di allegati 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. 863/2021 di € 1.000.000,00 sul cap. 11044 del Bilancio di previsione 2021

Nome dell'intervento in contabilità:

POC PUGLIA 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"- PROGETTO ESECUTIVO "COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" (BUSINESS TO CONSUMER) 2021- APPROVAZIONE BRIEF PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA GIUGNO-OTTOBRE 2021 PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTERNAZIONALE - 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 INTERNAZIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" - IMPEGNO DI SPESA 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 NAZIONALE, REGIONALE E GRANDI EVENTI DELLA DESTINAZIONE PUGLIA (DET.1066/2021) – INTEGRAZIONE IMPEGNO DI SPESA

CUP B39J21008340003

Visto di regolarità contabile

Il Responsabile PO "Bilancio e controllo di gestione"**(Sig. Oronzo Bisanti)**

REGOLARITÀ 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

ARET-PUGLIAPROMOZIONE-0015957-U-2021-2021-07-27



CUP B39J21008340003

COMUNICAZIONE NAZIONALE E REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA PER LA STAGIONE 2021 – “PUGLIA, UNA STORIA D’AMORE”

Brief per la partecipazione alla Call Mediaplan internazionale

Nell’ambito del POC PUGLIA 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 internazionale.

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 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. 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 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 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 la promozione della destinazione durante tutto l’anno.



CUP B39J21008340003

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”

La Puglia si presenta come *meta responsabile, affidabile* e di *qualità* pronta a potenziare la sua presenza nei mercati esteri e ad ospitare il turismo internazionale facendo 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 perchè ci abita e 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.

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



CUP B39J21008340003

Il brief di comunicazione si propone di raggiungere il pubblico internazionale dei paesi target Europa, Russia, Cina e USA e Nord America, così come indicato dall'indirizzo strategico dell'ARET Pugliapromozione per l'anno 2021.

5. Periodo durata campagna

Per potenziare la *brand awareness* della Puglia e incentivare l'incoming dei visitatori, si intende comunicare la Puglia come destinazione di viaggio e soggiorno nell'anno 2021, sia per promuovere la destinazione fino ai mesi autunnali, generalmente caratterizzati da un clima mite e favorevole, per la destagionalizzazione dei flussi turistici, sia per stimolare la scelta di un viaggio nel 2022.

6. Formati produzione campagna

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

- Creatività declinata in scatti fotografici per spazi ON e OFF line;
- Spot televisivi e multimediali;

7. Media ON e OFF Line

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

- Spazi di comunicazione ON e OFF line, con specifica priorità ai mix digitali (testate giornalistiche);
- Spazi di comunicazione su emittenti televisive e/o canali e piattaforme di comunicazione outdoor.



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 internazionale della destinazione Puglia.

Nell'ambito del POC PUGLIA 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 internazionale 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 si sceglie il bando 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. VALIDITA' DELL'AVVISO E DOTAZIONE FINANZIARIA

Il presente Avviso ha validità dal giorno della pubblicazione sino al 31.12.2021.

La dotazione finanziaria della presente call è di €1.000.000,00 e copre sia la presente Call sia la Call del Mediaplan nazionale e regionale, fatta 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 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 sia per il prodotto turistico (enogastronomia, wedding destination, sport natura e benessere, arte e cultura).

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. MODALITA' 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 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 mail al seguente indirizzo: media@aret.regione.puglia.it, indicando nell'oggetto il Piano media Internazionale (Brief).

Le proposte, redatte in forma libera, 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) Visura camerale 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);
- b) Registrazione alla piattaforma informatica dell'ANAC;
- 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.



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.R.E.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.R.E.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;
- b) la validità - 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 internazionale. 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.R.E.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 e ss.mm.ii. 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 - solo per i soggetti con sede legale in Italia). 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: 8ZH8V0;

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): **B39J21008340003**;

La dicitura completa "Documento contabile finanziato a valere sul POC 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.

10. 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, 26.07.2021

Il Commissario Straordinario

avv. Renato Grelle