
Appalti – Bandi, Concorsi e Avvisi

Appalti

ARET PUGLIAPROMOZIONE - DETERMINAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE 3 marzo 2022, n. 117
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 (BUSINESS TO CONSUMER)” PROGETTO ESECUTIVO “COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA” (BUSINESS TO CONSUMER) 2022 - APPROVAZIONE BRIEF PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2022 PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE - 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 IL PIANO DI COMUNICAZIONE NAZIONALE E REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA - IMPEGNO DI SPESA. CUP B39D20002200009.

L’anno 2022, il giorno 3 del mese di marzo, il dott. Luca Scandale, in qualità di Direttore Generale di Pugliapromozione:

- VISTA la Legge 29 marzo 2001, n. 135 recante “*Riforma della legislazione nazionale del turismo*”;
- VISTA la Legge Regionale 11 febbraio 2002, n.1, così come modificata dalla Legge Regionale 3 dicembre 2010, n. 18 recante “*Norme di prima applicazione dell’art.5 della legge 29/03/2001, n.135 riguardanti il riordino del sistema turistico pugliese*”;
- VISTO il Decreto del Presidente della Giunta Regionale 22 febbraio 2011, n. 176, “*Istituzione Agenzia Regionale del Turismo (ARET) denominata PUGLIAPROMOZIONE*”;
- VISTO il Regolamento Regionale 13 maggio 2011, n. 9 denominato “*Regolamento di organizzazione e funzionamento di PUGLIAPROMOZIONE*”;
- VISTA la D.G.R. 28 ottobre 2021, n. 1732 recante “*Agenzia Regionale per il Turismo A.R.E.T. Pugliapromozione – Nomina Direttore Generale*”;
- VISTO il D.P.G.R. 10.11.2021, n. 404 notificato all’Agenzia Pugliapromozione in data 15.11.2021, con il quale il dott. Luca Scandale è stato nominato Direttore Generale, all’esito della verifica - previa acquisizione da parte del Dipartimento Turismo e Cultura – della prescritta dichiarazione di assenza di cause di inconfirabilità ai sensi del D.Lgs. n. 39/2013 e s.m.i., giusta D.G.R. n. 24/2017;
- VISTA la Legge 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 6 novembre 2012, n. 190 e ss.mm.ii. recante “*Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell’illegalità nella pubblica amministrazione*”;
- 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 dai successivi interventi normativi;
- 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 D.L. 11 luglio 2020 n. 76 (decreto semplificazioni) recante *"Misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitale"*, convertito con modificazioni dalla L. 11 settembre 2020 n. 120;
- VISTO il D.L. 31 maggio 2021, n. 77 (decreto semplificazioni bis) recante *"Governance del Piano nazionale di rilancio e resilienza e prime misure di rafforzamento delle strutture amministrative e di accelerazione e snellimento delle procedure"*, convertito con modificazioni dalla Legge 29 luglio 2021, n. 108;
- VISTA la Delibera ANAC 13.09.2017, n. 950 recante Linee Guida n. 8 recanti *"Ricorso a procedure negoziate senza previa pubblicazione di un bando nel caso di forniture e servizi ritenuti infungibili"*;
- VISTA la Delibera ANAC 02.09.2019, n. 861 recante il *"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 Regolamento Generale sulla Protezione dei dati UE 2016/679 (GDPR), entrato in vigore il 25 maggio 2018;
- VISTA la Legge Regionale del 20 giugno 2008, n. 15 recante *"Principi e linee guida in materia di trasparenza dell'attività amministrativa nella Regione Puglia"*;
- 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. 15 maggio 2019, n. 891, avente per oggetto *"POR Puglia 2014/2020 - Asse VI - Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche". Piano Strategico Turismo 2016-2025 (DGR nn. 191/17, 255/18 e 1200/18): proroga al 31/12/2022 dell'Accordo di Cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017 (rep. n. 19106 del 28.2.2017)"*;
- VISTO l'Atto dirigenziale della Sezione Turismo 4.08.2020, 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"*;
- VISTO l'Atto dirigenziale della Sezione Turismo 20.10.2020, n. 171 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). Rimodulazione di progetti attuativi annualità 2020-2021 e proroga progetti 2018-2020"*;
- VISTO l'Atto dirigenziale della Sezione Turismo 29.04.2021, n. 67 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). 2^ rimodulazione dei Progetti attuativi annualità 2020-2021, approvati con A.D. n. 107/2020"*;
- VISTA la Determinazione D.G. 14.01.2022 n. 12 di approvazione del Bilancio di previsione 2022-2024;

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), "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), "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 suddetto Piano, denominato "*Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)*", prevede la realizzazione di azioni di comunicazione regionale e nazionale attraverso l'acquisizione di spazi e/o strumenti pubblicitari rivolti al pubblico, anche in occasione di grandi eventi;
- Con Determinazione C.S. 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" e l'Avviso Pubblico (Call) denominato "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 stati 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;
- Con Determinazione C.S. 26.07.2021, n.1164 è stata approvata la implementazione della dotazione finanziaria della Call Mediaplan Nazionale, Regionale e Grandi Eventi, per un importo complessivo pari ad €1.000.000,00, 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 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);
- Con Atto del Dirigente della Sezione Turismo 15.02.2022, n. 22 è stata approvata la ricognizione generale dei Progetti attuativi a valere sui fondi PO FESR 2014/2020 - Azione 6.8 "*Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche*" per le Annualità 2018-2019-2020-2021-2022 approvati e rimodulati con AD n.21/2018, n. 59/2018, n. 43/2019, n. 94/2019, n. 12/2020, n. 70/2020, n. 107/2020, n. 171/2020, n. 40 del 23.03.2021, n. 67/2021 e n. 150/2021;
- Col suddetto Atto della Sezione Turismo n.22/2022, è stata approvata la proroga sino al 31.12.2022 delle

attività progettuali relative al Progetto POC Comunicazione CUP B39J21008340003, approvato con AD n. 100/2021;

- In data 24.02.2022, con nota prot. n. 0003955-U-2022, l'A.RE.T. ha provveduto a trasmettere alla Sezione Turismo una nota di assestamento budget nell'ambito del Progetto "*Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer) - Annualità 2022*" con una variazione in aumento di €40.000,00 della sottovoce 02.02 "*Media plan nazionale, regionale e internazionale*" e una variazione in diminuzione di pari importo della sottovoce 02.04 "*Produzione e distribuzione di contenuti*";

CONSIDERATO, INOLTRE, CHE:

- Nell'ambito delle azioni di comunicazione di cui al punto 02.02 "*Media plan nazionale, regionale, internazionale*" sopra richiamata, si prevede l'acquisizione di spazi pubblicitari, per € **1.155.000,00** a valere sui FONDI PO FESR Puglia 2014/2020 - Azione 6.8 "*Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche*";
- Per l'attuazione degli obiettivi strategici, 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 per la promozione del territorio pugliese e dei suoi attrattori turistici;
- I servizi di comunicazione da acquisire nel 2022 saranno realizzati in coerenza con un brief tecnico e in risposta ad un Avviso pubblico (Call), contenenti il dettaglio del piano di comunicazione specifico, strategie, obiettivi e indicazioni operative per la realizzazione del Media plan a diffusione regionale, nazionale ed internazionale;
- I servizi di comunicazione da acquisire in occasione di Grandi Eventi saranno contenuti in proposte selezionate dal Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio in risposta ad un diverso 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;

PRESO ATTO CHE:

- Il CUP è il seguente: B39D20002200009;
- I CIG saranno richiesti per ciascuna proposta idonea;
- L'A.RE.T. Pugliapromozione in sede di approvazione del Bilancio di previsione pluriennale 2022-2024 ha predisposto idonei capitoli vincolati destinati ad accogliere le risorse di cui al PO FESR Puglia 2014-2020 affidate a Pugliapromozione 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 "Puglia 365", 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 2022 per la campagna di comunicazione Nazionale;*
- 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 Piano di comunicazione Nazionale e Regionale" – Annualità 2022;
- Di acquisire, a seguito della copertura finanziaria da parte della Sezione Turismo, la variazione in aumento dei budget progettuali per l'annualità 2022, così come indicata nell' Atto regionale 22/2022, da sottoporre all'approvazione dell'organo di controllo, in occasione della 1^ variazione di Bilancio di previsione 2022, pluriennale 2022-2024;
- Procedere ad assumere impegno di spesa pari ad **€ 1.155.000,00**;

VISTA E 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 2022-2024, esercizio finanziario 2022;

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"* per l'annualità 2022 e agli interventi in esso previsti;
2. Di approvare il *"Brief -Piano di comunicazione della destinazione Puglia 2022 per la campagna di comunicazione Nazionale"*;
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 il Piano di comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia"*;
4. Di procedere alla pubblicazione del presente provvedimento, ivi compresi gli allegati Avviso e Brief, sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea (GUUE), sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana (GURI), oltre che su n. 2 quotidiani di rilevanza nazionale e n. 2 quotidiani di rilevanza regionale;
5. Di recepire l'Atto regionale n. 22/2022 con il quale la Sezione Turismo prende atto delle rimodulazioni progettuali relative alle annualità 2018-2019-2020-2021-2022 previste nell'ambito del Piano Strategico del Turismo;
6. Di dare atto che nell'ambito delle rimodulazioni delle attività progettuali di cui sopra, per l'annualità 2022, sono stanziati somme per complessivi € 3.420.194,98 articolate secondo il seguente prospetto:

CAPITOLI IN ENTRATA	CAPITOLI IN USCITA	CUP	Stanziamenti annualità 2022
20325	11025	B59D20001730009	€ 823.399,10
20326	11026	B39D20002200009	€ 1.895.781,96
20332	11032	B39D20002220009	€ 293.888,00

20328	11028	B39D20002240009	€ 191.455,92
20333	11033	B39D20002250009	€ 215.670,00

e di acquisire, a seguito della copertura finanziaria da parte della Sezione Turismo, la variazione in aumento degli stanziamenti dei relativi capitoli, così come indicata nel medesimo Atto regionale 22/2022 sopra menzionato, da sottoporre all'approvazione dell'organo di controllo, in occasione della 1^ variazione di Bilancio di previsione 2022, pluriennale 2022-2024;

7. Di dare mandato **all'Ufficio Bilancio e controllo di gestione** dell' A.RE.T. di **impegnare** l'importo complessivo di **€ 1.155.000,00** a valere sul capitolo nr. 11026 denominato *"POR Puglia 2014/2020 - Asse VI – Azione 6.8 – "Comunicazione Digitale & Brand Identity della destinazione Puglia" Annualità 2022 - sottovoce 02.02 "Media plan nazionale, regionale, internazionale"* del Bilancio di Previsione 2022-2024;
8. 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.;
9. Di dare atto che il funzionario istruttore del presente atto è la dott.ssa Giulia Coviello, funzionario dell'Ufficio Patrimonio e Attività Negoziati;
10. 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 al Dipartimento turismo, economia della cultura e valorizzazione del territorio così come previsto dall'art.11 della L.R. n.1 del 2002;
 - e) è composto da n. 10 facciate ed n. 12 pagine di allegati (di cui di n. 5 pagine relative all'Allegato A "Brief - Piano di Comunicazione della destinazione Puglia 2022 per la campagna di comunicazione nazionale" ed n. 7 pagine relative all'Allegato B "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" ed è adottato in originale.

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

Bilancio di previsione 2022-2024;

Esercizio finanziario: 2022;

Impegno di spesa n. 103/2022 di € 1.155.000,00 sul Capitolo 11026 del B.P. 2022-2024;

Nome dell'intervento in contabilità:

PROGETTO ESECUTIVO "COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" (BUSINESS TO CONSUMER) 2022 - APPROVAZIONE BRIEF PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2022 PER LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE - 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 IL PIANO DI COMUNICAZIONE NAZIONALE E REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA- IMPEGNO DI SPESA.

CUP B39D20002200009

Visto di regolarità contabile

Il Funzionario direttivo responsabile "Ufficio Bilancio e contabilità"

Dott.ssa Maria Lidia Labianca

ADEMPIMENTI CONTABILI PER IL PAGAMENTO

La sottoscritta attesta che il procedimento istruttorio è stato espletato nel rispetto della vigente normativa nazionale, regionale ed europea e che il presente schema di provvedimento, predisposto dal funzionario istruttore dott.ssa Giulia Coviello, ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte del Direttore Generale, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il Responsabile A.P. delle procedure di attuazione del PST (RUP)

(avv. Miriam Giorgio)

IL DIRETTORE GENERALE

Dott. Luca Scandale



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 DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2022

Brief sui servizi di comunicazione per il Piano di Comunicazione 2022

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 nazionale della destinazione Puglia a cura dell'ARET Pugliapromozione.

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, 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.

Il presente Brief contiene altresì le linee guida per la rappresentazione delle attività di comunicazione in occasione dei Grandi Eventi [Call Grandi Eventi del Dipartimento del Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia <https://www.regione.puglia.it/web/turismo-e-cultura/-/al-via-la-nuova-open-call-per-i-grandi-eventi-in-puglia>].

Si precisa che il Brief concerne i servizi e gli spazi di comunicazione ON e OFF line su media nazionali.

1. Obiettivi

Il presente Brief è un documento che indica come raccontare la Puglia nel periodo storico attuale di progressiva ripresa del settore turistico dalla pandemia da Covid19.

Gli obiettivi diretti di comunicazione sono l'incremento della *brand awareness* e della *brand reputation* della Puglia, da realizzare attraverso l'associazione del marchio del territorio e dei valori tangibili e



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

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 è l'incoming dei visitatori, anche nel medio-lungo periodo, per indurre i turisti a desiderare il territorio pugliese come destinazione di viaggio, con particolare attenzione alla scelta delle località note e anche meno note durante tutto l'anno (destagionalizzazione).

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

La campagna di comunicazione intende promuovere la Puglia come destinazione turistica responsabile, affidabile e di qualità, pronta ad accogliere i turisti residenti in Italia. Dunque, una regione che preserva nel tempo valori antichi come l'autenticità, la lentezza e l'accoglienza, confermandosi il luogo ideale dove trascorrere una vacanza confortevole tra luoghi ed eventi di varia natura.

Una terra di cui innamorarsi per la prima volta o nuovamente nel momento del ritorno.

2

3. Concept

La Puglia è la meta ideale per staccare dalla frenesia quotidiana e immergersi in contesti intimi e naturali, per rigenerare corpo e mente. È una terra autentica in cui scoprire, a passo lento, l'intimità dei borghi ricchi di storia, i sapori unici, i mestieri antichi e i valori del passato. Un mosaico che si completa con la luce e i colori dei paesaggi: dalla campagna al mare, dalle Murge alle Gravine.

In tutte le sue sfumature, la Puglia si rivela una meravigliosa storia d'amore: si scopre per la prima volta, si ritorna ad esplorarla innamorandosi definitivamente.

La campagna di comunicazione, in sintesi, racconta una regione sorprendente in grado di meravigliare chiunque l'attraversi e pronta ad accogliere chi sceglie di viverla come meta di viaggio.

4. Target



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 Brief di comunicazione si propone di raggiungere, per la stagione turistica 2022, un pubblico di età eterogenea, interessato a destinazioni culturali, naturalistiche, enogastronomiche e balneari. Più specificatamente, un pubblico attratto da mete artistiche, disposto a spostarsi in occasione di iniziative culturali o grandi eventi, orientato a vivere esperienze all'aria aperta, interessato al valore artistico e culturale di un territorio e al suo patrimonio materiale e immateriale.

Si tratta, dunque, di un residente in Italia e composto da viaggiatori che arrivano per la prima volta in Puglia o che decidono di ritornare (c.d. *repeaters*).

5. Periodo durata campagna

Per incentivare l'incoming dei visitatori in Puglia e invitarli a vivere il territorio, si intende comunicare la Puglia come destinazione di viaggio e soggiorno nella stagione 2022 con particolare riferimento ai periodi di bassa stagione. La campagna ha una durata riferita alla stagione turistica dell'anno 2022 e richiede copertura in termini di spazi di comunicazione ON e OFF line fino al 30 novembre 2022.

3

6. Formati produzione campagna

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

- Uno spot televisivo e multimediale della durata di 60", 30" e 15";
- Scatti fotografici per spazi ON e OFF line;
- Uno spot radiofonico della durata di 30";

7. Media ON e OFF Line

Il presente Brief di comunicazione dovrà realizzarsi attraverso canali media ON e OFF line (stampa, tv, radio, web display, video banner, outdoor e similari).



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 la comunicazione nazionale, l'A.RE.T. Pugliapromozione considera prioritario il mezzo televisivo per la veicolazione del video spot di promozione della destinazione nei tagli di 30" e 15".

Nell'individuazione delle emittenti nazionali idonee alla realizzazione degli obiettivi strategici e di promozione dell'A.RE.T. saranno 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 migliore programmazione relativa a format di informazione e approfondimento, intrattenimento, satira, sport, con indicazione anche dell'orario di messa in onda.

Al contempo, sono ammessi spazi di comunicazione ON e OFF line, con particolare priorità agli spazi delle testate che si presentino nella forza di media mix stampa/digital/radio per la diffusione dei restanti formati della campagna.

La campagna di comunicazione per i media nazionali ha durata fino al 30 novembre 2022.

4

La possibilità di candidare offerte per la messa in onda TV dello spot a livello nazionale è fissato entro e non oltre il giorno 22 aprile 2022.

Grandi Eventi

Gli Eventi della Regione Puglia che possono veicolare la comunicazione della Puglia e promuoverne la attrattività, sono quelli di carattere musicale, sportivo, culturale e letterario.

Nello specifico, in coerenza con la tipologia di evento proposto, sarà fortemente auspicabile il ricorso ad allestimenti **OFF line** 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 generalmente in percentuale inferiore sull'ammontare totale il materiale promozionale di tipo cartaceo quali cartelloni, flyer, locandine, cartelle-stampa, gadget sia in un'ottica



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 sostenibilità dei consumi di materiali che in termini di riduzione delle possibilità di contagio, derivanti dalla loro eventuale distribuzione.

Per quanto riguarda i mezzi **ON line**, 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 in corso, in accordo con il responsabile dell'esecuzione del progetto, 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 e/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 di listini prezzi, riferiti a società/concessionarie da cui si acquisiscono gli spazi, nonché di report web/social e di ascolti riferiti agli anni precedenti e alle stime previsionali sul target potenziale da raggiungere.

Per tutti i canali di comunicazione e gli strumenti attivabili con **diffusione regionale** si rimanda alle indicazioni operative del responsabile dell'esecuzione e a vari documenti-brief di riferimento per approfondimento su materiali di comunicazione con diffusione territoriale.

CUP B39D20002200009



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

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 e regionale della destinazione Puglia. Si specifica che l'Avviso è correlato al documento (Brief) che ne costituisce parte integrante - ancorché variabile in relazione ai periodi dell'anno e a specifiche esigenze strategiche - dettando le linee guida inerenti le modalità di comunicazione del brand Puglia.

L'Avviso è finalizzato a rendere aperta e comparativa la partecipazione degli operatori della comunicazione, titolari di diritti esclusivi sui propri spazi di pubblicità o di comunicazione in senso ampio. In altri termini, con il presente Avviso s'intende scegliere gli operatori economici secondo una modalità "multi-sourcing", sì da effettuare una molteplicità di affidamenti necessari al perfezionamento dell'azione strategica che confluisce nel *Piano Media del brand Puglia*.

Per gli interventi di comunicazione del brand Puglia da realizzare in occasione dei Grandi eventi, il brief di riferimento è lo stesso, sebbene, per la selezione dei Grandi Eventi, il soggetto competente sia il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia, attraverso un diverso e apposito 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, visionabile al seguente link: <https://bit.ly/3f3UFpc>.

1. VALIDITÀ DELL'AVVISO E DOTAZIONE FINANZIARIA

1.1. Il presente Avviso ha validità dal giorno della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana (G.U.R.I.) sino al **29.12.2023**.

CUP B39D20002200009



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

1.2. La dotazione finanziaria è pari a **€1.155.000,00**, con riserva di incrementarla in funzione dello sviluppo del piano di comunicazione e della consistenza - in termini qualitativi e quantitativi - dell'interesse che sarà manifestato dagli operatori del settore di riferimento.

1.3. È fatta salva la facoltà dell'A.RE.T. 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 PER PRESENTARE MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

2.1. Gli operatori economici ammessi a presentare manifestazione di interesse sono individuati ai sensi dell'art. 45 del D. Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii., con il requisito specifico di essere **titolari di diritti esclusivi** sugli spazi di pubblicità. A titolo esemplificativo, essi possono essere: l'editore, il concessionario esclusivista e il titolare dell'evento.

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

3. OGGETTO DELLE PROPOSTE. BRIEF DI COMUNICAZIONE (RINVIO).

3.1. Le manifestazioni di interesse contengono proposte che devono essere formulate secondo le indicazioni di descritte 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.

3.2. Il Brief di Comunicazione è un documento tecnico strategico che illustra obiettivi, priorità dei media e dei canali/strumenti di comunicazione, nonché la campagna di comunicazione - nazionale e regionale - per la destinazione, nonché per promuovere il prodotto turistico pugliese declinato in enogastronomia, wedding destination, sport natura e benessere, arte e cultura).

3.3. Le proposte devono contemplare la realizzazione di **servizi di comunicazione su media ON e OFF line** attenendosi ai criteri indicati nel suddetto Brief.

3.4. L'A.RE.T. si riserva di prendere in considerazione eventuali progetti speciali e/o integrati su mezzi specifici e/o alternativi, qualora individuino un target più mirato, con l'attitudine a una particolare efficacia dell'azione strategica.

CUP B39D20002200009



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

4. MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLE MANIFESTAZIONI DI INTERESSE

4.1. Le manifestazioni di interesse contengono una offerta tecnica/proposta e una offerta economica e sono sottoscritte dal legale rappresentante del soggetto proponente o da un suo delegato, nonché inviate all'attenzione del Responsabile dell'attuazione del Piano Strategico del Turismo (RUP) e del Responsabile dell'Ufficio Comunicazione, esclusivamente a mezzo pec al seguente indirizzo: comunicazionepp@pec.it, indicando nell'oggetto **"Manifestazione di interesse per il Piano Media (indicare Nazionale o Regionale) della destinazione Puglia"**

4.2. Le manifestazioni di interesse, 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 perentoriamente articolarsi come di seguito indicato, **pena la non procedibilità della valutazione:**

a. 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 (suscettibile di eventuali rimodulazioni, previa autorizzazione scritta da parte dell'A.R.E.T.);
- 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;

b. 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;

c. Documenti amministrativi:

- 3.a.) Copia del documento di identità del Legale rappresentante o di un suo delegato (in caso di più legali

CUP B39D20002200009



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

rappresentanti, copia del documento di identità di ciascuno);

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):

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

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

Per assistenza tecnica su DGUE ONLINE di Impresainungiorno contattare il Call Center al numero 06.64892717, dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 17:00;

i. 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'A.RE.T. Pugliapromozione in fase negoziale

ii. Compilare il DGUE online nelle parti richieste;

iii. Caricare in pdf il DGUE compilato e sottoscriverlo digitalmente;

iv. 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>

b) Registrazione alla seguente piattaforma informatica dell'ANAC:

<https://servizi.anticorruzione.it/portal/classic/GestioneUtenti/RegistrazioneUtente>

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);

Nel corso dell'affidamento, il soggetto affidatario è tenuto a comunicare tempestivamente all'A.RE.T. eventuali variazioni societarie e ogni altra comunicazione inerente l'assetto societario medesimo.

CUP B39D20002200009



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

5. VERIFICA DEI REQUISITI GIURIDICO-FORMALI PREVIA AMMISSIONE ALLA VERIFICA TECNICA.

5.1. Le manifestazioni di interesse saranno oggetto di verifica dei requisiti giuridico-formali in seduta pubblica presieduta dal RUP (o suo delegato).

5.2. 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.

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

6. VERIFICA TECNICA ED ECONOMICA. ORGANO DI VERIFICA DELLE PROPOSTE.

6.1. La verifica di idoneità tecnica e di congruità economica sarà effettuata da un organo di verifica delle proposte, nominato dal Direttore Generale, 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 uffici tecnici dell'A.RE.T., a seconda di specifiche necessità.

6.2. Nel corso della verifica di idoneità tecnica ed economica saranno esaminate:

- a) La corrispondenza della proposta agli obiettivi del Brief di comunicazione;
- b) La validità - in termini tecnici e strategici - degli spazi proposti;
- c) La congruità economica dei prezzi offerti (a corpo e di dettaglio).

A parità di proposte in termini di categoria/strumenti/mezzi di comunicazione, tenendo conto delle risorse economiche disponibili, l'A.RE.T. sceglierà come idonea quella preferibile in punto di coerenza con gli obiettivi del Brief, con la tipologia dei media proposti, con l'attinenza ai settori turismo, viaggi, beni culturali ed eventi.

6.3. L'A.RE.T. ha facoltà di richiedere al proponente una rimodulazione tecnica e/o economica della offerta, entro limiti ragionevoli, ossia in modo da mantenere inalterata la essenza/natura della proposta tecnica, con particolare riferimento alla tipologia degli spazi offerti. La rimodulazione (negoiazione della proposta) è correlata alla necessità di renderla aderente agli obiettivi strategici e/o di ridurre i prezzi offerti.

6.4. L'esito della verifica comporterà l'idoneità o la non idoneità di ciascuna proposta per l'inserimento nel Piano di Comunicazione. Tale esito sarà comunicato agli interessati entro 5 giorni dall'approvazione del provvedimento. Il verbale, che riporta la istruttoria svolta dall'Organo di verifica, è pubblicato tempestivamente sul sito dell'A.RE.T. Sezione Trasparenza. Avverso il provvedimento di non ammissione al Piano di Comunicazione è dato ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale (T.A.R.) sede di Bari, nei termini di legge.

6.5. In nessun caso potranno essere richiesti appuntamenti con l'A.RE.T. Si specifica che la programmazione è effettuata direttamente dall'A.RE.T. che fornisce le linee guida propedeutiche all'esecuzione dei servizi di

CUP B39D20002200009



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, in coerenza con le strategie di promozione della destinazione. Si procederà alla verifica delle proposte tecniche e alla stipula dei contratti, secondo la programmazione della campagna di comunicazione, in coerenza con il periodo di realizzazione, salvo eventuale proroga della presente Call.

6.6. Si precisa che tra la data di presentazione dell'offerta e di approvazione delle attività da realizzare non possono passare meno 10 di giorni.

7. AFFIDAMENTO DEI SERVIZI

7.1. 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 verifica, eventualmente a seguito di apposita rimodulazione.

7.2. 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).

8. FORO COMPETENTE

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

9. TRATTAMENTO DATI PERSONALI

9.1. Ai sensi della normativa in materia di protezione dei dati (Regolamento UE 2016/679), si informa che il Titolare del trattamento dei dati rilasciati per la partecipazione al presente Avviso (Call) l'A.RE.T. Pugliapromozione nella persona del Direttore Generale, dott. Luca Scandale.

9.2. I dati personali acquisiti saranno utilizzati per le attività connesse al presente Avviso, nel rispetto degli obblighi di legge e in esecuzione di misure contrattuali o precontrattuali.

9.3. In particolare, ai fini dell'espletamento delle procedure di affidamento, i dati trasmessi (compreso eventuali dati relativi a condanne penali o reati) saranno sottoposti all'esame dell'organo di verifica, affinché venga accertata l'ammissibilità dell'offerta presentata e dei requisiti di partecipazione; al termine della procedura i dati saranno conservati nell'archivio dell'A.RE.T. (conformemente a quanto prevede 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

CUP B39D20002200009



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

dichiarato in presentazione della manifestazione di interesse. Per maggiori informazioni sul trattamento dei dati si rinvia alla specifica informativa allegata, redatta ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679.

9.4. 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 alla procedura o la esecuzione dei servizi, 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.

10.1. L'avv. Miriam Giorgio è il Responsabile delle procedure di attuazione del Piano Strategico del Turismo "Puglia365" (RUP). Il Responsabile dell'esecuzione (DEC) è la dott.ssa Alessandra Campanile dell'Ufficio Comunicazione.

10.1. 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, 08.03.2022

**Il Direttore Generale
Dott. Luca Scandale**