
Appalti-Bandi, Concorsi e Avvisi

Appalti

ARET PUGLIAPROMOZIONE - DETERMINAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE 10 agosto 2022, n. 1573
POR PUGLIA 2014-2020 - Asse VI - Azione 6.8. - PIANO STRATEGICO DEL TURISMO - ASSE VI - AZIONE. 8 "INTERVENTI PER IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE" - PROGETTO "COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" - APPROVAZIONE BRIEF REGIONALE 2022 NELL'AMBITO DELL'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 E IMPEGNO DI SPESA. CUP B39D20002200009

L'anno 2022, il giorno 10 del mese di agosto 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 n.1 dell'11 febbraio 2002, 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 D.P.G.R. 22 febbraio 2011 n. 176 recante *"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 *"Agenzia Regionale per il Turismo A.R.E.T. Pugliapromozione – Nomina Direttore Generale"*;
- VISTO il D.P.G.R. 10 novembre 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 hvvg inconferibilità 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"*, modificato e integrato con il D.Lgs. 22 agosto 2016 n. 179 e con il D.Lgs. 13 dicembre 2017, n. 217 per promuovere e rendere effettivi i diritti di cittadinanza 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 e ss.mm.ii. recante *"Codice dei Contratti pubblici"*, come modificato dal D.Lgs. 19 aprile 2017, n. 56 denominato *"Disposizioni integrative e correttive al decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50"*;
- 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.P.R. 5 febbraio 2018, n. 22 recante “Regolamento recante i criteri sull'ammissibilità delle spese per i programmi cofinanziati dai Fondi strutturali di investimento europei (SIE) per il periodo di programmazione 2014/2020”;
- VISTO il 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 L. 28 luglio 2021, n. 108;
- VISTO il Regolamento Generale sulla Protezione dei dati UE 2016/679 (GDPR), pubblicato il 4 maggio 2016, entrato in vigore il 24 maggio 2016, con attuazione in data 25 maggio 2018;
- VISTA la Legge Regionale 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. del 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. del 19 maggio 2016, n. 675 POR Puglia FESR-FSE 2014-2020. Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Avvio attività nuova programmazione”;
- VISTA la D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191 recante “POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. L.r. n. 1/2002 e ss.mm.e ii. Approvazione Piano Strategico del Turismo 2016-2025, Piano Triennale 2017- 2019 e Piano Annuale 2017, Schema di Accordo di cooperazione tra Regione Puglia e Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione”;
- VISTA la D.G.R. 15 maggio 2019, n. 891, recante: “POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. Piano Strategico Turismo 2016-2025 (DGR nn. 191/17, 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)”;
- VISTA la D.G.R. 20 aprile 2022, n. 554 recante «POR Puglia 2014/2020–Asse VI–Azione 6.8. Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17, n. 256/18, n. 1200/18, n. 891/19, n. 415/2020, n. 1224/2020, n. 591/2021 e n. 959/2021) - Annualità 2022. Variazione al bilancio annuale 2022 e pluriennale di previsione 2022-2024 ai sensi dell'art.51 comma 2 del D.Lgs. n.118/2011 e approvazione Schema di Addendum»;
- VISTO l'A.D. del 15 febbraio 2022, n. 22 recante «PO FESR 2014/2020 - Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche” – Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17, DGR n. 256/2018, DGR n. 1200/2018, DGR n. 891/2019, DGR n. 415/2020 e DGR n. 1224/2020). Ricognizione generale dei Progetti attuativi 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. Proroga al 31.12.2022 delle attività progettuali relative al Progetto POC Comunicazione CUP 39J21008340003 approvato con AD n. 100/2021.»;
- VISTO l'A.D. del 06 luglio 2022, n. 140 recante «PO FESR 2014/2020 - Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche” - Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17 n. 256/2018, n. 1200/2018, n. 891/2019, n. 415/2020, n. 1224/2020, n. 554/2022 e n. 939/2022). Presa d'atto di n. 4 progetti esecutivi del Piano Strategico del Turismo: “Promozione della destinazione Puglia 2020/2022 - CUP: B59D20001730009”, “Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia 2020/2022 - CUP B39D20002200009”, “Innovazione della destinazione Puglia 2020/2022 - CUP B39D20002240009”, “Prodotto turistico 2022 - CUP B39I22000810009” ed impegno della somma pari a euro 4.000.000,00 (DGR n. 554/2022 e n. 939/2022).»;
- VISTA la Determinazione D.G. 3 agosto 2022, n. 1552 con la quale si è reso necessaria una riorganizzazione concernente l'attuazione del Piano Strategico del Turismo, in ragione delle mutate esigenze strategiche e degli accresciuti compiti dell'A.RE.T., nominando un Coordinatore del Piano e tre RUP di progetto;

- VISTA la Determinazione D.G. 14 gennaio 2022, n. 12 di approvazione del Bilancio di previsione 2022-2024;
- VISTA la Determinazione D.G. 28 aprile 2022, n. 225 di approvazione della prima variazione al Bilancio di Previsione 2022-2024;
- VISTA la Determinazione D.G. 30 maggio 2022, n. 271 di approvazione della seconda variazione al 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 legge regionale 12 maggio 2004, n. 7 e modificato con leggi regionali 11 aprile 2012, n. 9, 28 marzo 2013, n. 8 e 20 ottobre 2014, n. 44 – 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. del 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. del 22 febbraio 2011, n. 176, in attuazione della Legge Regionale n.1/2002 e ss.mm., quale strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e di promozione turistica locale, prevedendo un modello organizzativo caratterizzato da autonomia amministrativa e finanziaria;
- L'art. 7 della L.R. n.1/2002, come novellato dalla L.R. n.18/2010 e dalla L.R. n.51/2021, nonché l'art. 2 del Regolamento Regionale n.9/2011 stabiliscono i compiti dell'A.RE.T. Pugliapromozione;
- La mission dell'A.RE.T. consiste nel promuovere l'attrattività del territorio regionale e del suo patrimonio naturalistico, culturale, storico ed enogastronomico, nonché nel consolidare e diffondere l'immagine identitaria della Puglia e dei suoi valori, sì da accrescere la conoscenza del territorio e delle sue attrazioni turistico-culturali e da incrementare l'incoming turistico a favore dello sviluppo economico e a sostegno delle imprese della filiera turistica, anche sostenendo la cooperazione con altri soggetti pubblici e tra pubblico e privato;

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)" alla sottovoce 02.02. "Mediaplan e Grandi eventi", 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 con un budget complessivo annuale di euro 4.758.572,31 ;
- Il progetto esecutivo "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)", Annualità 2022, approvato con A.D. n. 140/2022 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 a diffusione regionale, nazionale e internazionale;
- Con Determinazione del Direttore Generale del 03.03.2022, n. 117 è stato approvato l'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 (prot.n. 0004843-U-2022 del 09.03.2022);
- Con la stessa determinazione è stata impegnata la somma di € 1.155.000,00 (Impegno di spesa n. 103/2022) sul Capitolo 11026 del B.P. 2022-2024 a copertura di spesa del suddetto 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”;

- A seguito dell’approvazione delle proposte pervenute con riferimento al Brief nazionale 2022, la capienza finanziaria relativa al predetto avviso pubblico si è ridotta (rif. impegno di spesa n. 103/2022) prima della scadenza e pertanto è sorta la necessità di implementare l’avviso con ulteriori risorse finanziarie;
- Con riferimento alla strategia dell’A.Re.T tesa a stimolare la destagionalizzazione dei flussi turistici nell’area regionale e nelle regioni di prossimità, si ritiene di avviare azioni di comunicazione e promozione regionali della destinazione attraverso l’Avviso pubblico, di cui sopra;
- Per le motivazioni anzidette, si ritiene opportuno apportare una variazione in aumento del budget iniziale di €. 1.155.000,00 destinato alla “Call per il piano di comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia”, per un importo complessivo di €. 600.000,00 a valere sulla Sottovoce 02.02 “Mediaplan e grandi eventi” del Progetto esecutivo Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer)” approvato con atto dirigenziale della Sezione Turismo, n. 140/2022;
- Con riferimento al Brief Comunicazione nazionale della destinazione Puglia 2022 (prot. 0004753 -U-2022 dell’8.03.2022), su indirizzo strategico della Direzione dell’A.Re.T., è sospesa la ricevibilità delle istanze da parte degli operatori economici interessati per le azioni del piano media;
- Con riferimento alla “Open Call Grandi Eventi” (A.D. n. 108/2022) gli operatori sono tenuti a conformarsi agli indirizzi del suddetto Brief, approvato con Atto Dirigenziale del dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del territorio del 18.03.2022, n. 78;

DATO ATTO CHE:

- Con D.D.G. n. 416/2020 si procedeva all’affidamento di servizi di comunicazione pubblicitaria in esclusività per l’attuazione del progetto “Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to Consumer)”, tra cui MEDIAMOND S.p.A. (prot.n.0026407-E-2020-08-10) con sede legale in Via Bianca di Savoia, 12 -20122 Milano, C.F. e Partita Iva 06703540960, Importo € 112.240,00 IVA inclusa;
- A seguito di risoluzione del contratto, riscontrata dalla Mediamond S.p.A. come da nota trasmessa a mezzo pec prot. n. 001458-E-2022 è possibile procedere al disimpegno delle suddette risorse complessive di €112.240,00 dall’impegno di spesa nr. 366/2020, rendendole disponibili pertanto per la necessaria variazione in aumento dell’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 (prot.n. 0004843-U-2022 del 09.03.2022);

PRESO ATTO CHE:

- Il CUP è il seguente: B39D20002200009;
- I CIG saranno richiesti per ciascuna proposta valutata idonea, con riferimento alla Call regionale;

PRECISATO CHE:

- Con riferimento al brief del media plan regionale, 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 sul Bollettino Ufficiale Regionale della Puglia;
- 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.;

VISTA ED ACCERTATA

- La regolarità dell'istruttoria svolta;
- La disponibilità finanziaria di € 600.000,00 sul Capitolo n. 11026 denominato "POR Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia" del Bilancio di Previsione 2022-2024 – rif. A.D. 140/2022;

DETERMINA

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 dare atto dell'approvazione dell'avviso pubblico (prot.n. 0004843-U-2022 del 09.03.2022) 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" di cui alla D.D.G. n.117/2022;
- 3) Di approvare il "Brief -COMUNICAZIONE REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2022" (prot. n. 0019167-U-2022 del 05.08.2022) relativo all'acquisizione di proposte di servizi di comunicazione per il piano media regionale;
- 4) Di apportare una variazione in aumento del budget iniziale di euro 1.155.000,00 destinato all'Avviso pubblico di cui al punto 2 (prot.n. 0004843-U-2022 del 09.03.2022), per un importo complessivo di euro 600.000,00 a valere sulla Sottovoce 02.02 "Mediaplan e grandi eventi" del Progetto esecutivo "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer)", annualità 2022;
- 5) Di sospendere la ricevibilità delle istanze da parte degli operatori economici interessati con riferimento al Brief Nazionale;
- 6) Di dare atto della validità delle linee guida dei Grandi Eventi di cui al Brief Nazionale, che fanno riferimento alla "Open Call Grandi Eventi" (rif. Determinazione del direttore del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio n. 108/2022, pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Puglia n. 56 del 26/05/2022);
- 7) Di dare atto che a seguito di risoluzione del contratto da parte della Mediamond S.p.A. è possibile procedere al disimpegno di complessivi euro 112.240,00 a valere sull'impegno di spesa nr. 366/2020 assunto con D.D.G. n. 416/2020, sul Capitolo 11026 denominato "POR Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia" del Bilancio di Previsione 2022-2024, rendendo disponibili tali risorse per la variazione in aumento dell'Avviso Pubblico di cui al punto 2 (prot.n. 0004843-U-2022 del 09.03.2022);

- 8) Di dare mandato all'**Ufficio Bilancio e contabilità dell'A.RE.T. di impegnare** l'importo complessivo di **€ 487.760,00**, per l'implementazione di risorse destinate all'Avviso Pubblico approvato con D.D.G. n. 117/2022, a valere sul Capitolo 11026 denominato "*POR Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia"*" del Bilancio di Previsione 2022-2024;
- 9) Di dare atto che la variazione in aumento del budget destinato alla "Call per il piano di comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia" 2022, trova copertura di spesa per complessivi euro 600.000,00 a valere:
- a) per euro 487.760,00, sull'impegno di spesa assunto con il presente atto a valere sul capitolo 11026 denominato "*POR Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia*" del Bilancio di Previsione 2022-2024;
- b) per euro 112.240,00 sull'impegno di spesa nr. 366/2020 assunto con D.D.G. n. 8 P 416/2020, sul Capitolo 11026 denominato "*POR Puglia FESR 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia"*" del Bilancio di Previsione 2022-2024;
- 11) Di dare atto che il Coordinatore del Piano Strategico del Turismo è l'avv. Miriam Giorgio, Responsabile dell'Ufficio Patrimonio dell'A.Re.T.;
- 12) Che il Responsabile del Procedimento è la dott.ssa Olga Buono, funzionario dell'A.Re.T.;
- 13) Che il Responsabile del Progetto Esecutivo "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer)", è la dott.ssa Alessandra Campanile, funzionario direttivo P.O. dell'A. RE.T.;
- 14) Il presente provvedimento:
- a) è immediatamente esecutivo ai sensi dell'art. 16 comma 3, del Regolamento di organizzazione e funzionamento dell'A.RE.T. Pugliapromozione;
- b) viene pubblicato sul portale istituzionale www.agenziapugliapromozione.it, nell'Area Amministrazione Trasparente – sezione Provvedimenti Amministrativi;
- c) 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 e n. 5 pagine per allegato (brief regionale) ed è adottato in originale.

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

Bilancio di previsione pluriennale 2022-2024;

Esercizio finanziario: 2022;

Impegno di spesa nr. 1607/2022 di € 487.760,00 a valere sul capitolo n. 11026 del B.P. 2022-2024;

Nome dell'intervento in contabilità:

POR PUGLIA 2014-2020 – Asse VI–Azione 6.8. - PIANO STRATEGICO DEL TURISMO - ASSE VI – AZIONE. 8 "INTERVENTI PER IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE" - PROGETTO "COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA" – APPROVAZIONE BRIEF REGIONALE 2022 NELL'AMBITO DELL'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 E IMPEGNO DI SPESA.

CUP B39D20002200009

Visto di regolarità contabile

Il Funzionario Responsabile P.O. "Ufficio Bilancio e contabilità"**Dott.ssa Maria Lidia Labianca**

REGOLARITA' AMMINISTRATIVA

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 RUP, ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte del Direttore Generale, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il RUP**(dott.ssa Olga Buono)****IL DIRETTORE GENERALE****Dott. Luca Scandale**

ARET-PUGLIAPROMOZIONE-0019167-U-2022-2022-08-05



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009

COMUNICAZIONE REGIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2022

Brief sui servizi di comunicazione per il Piano di Comunicazione regionale 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 regionale della Destinazione Puglia e del Prodotto turistico pugliese, 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 "Puglia 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, la sua brand awareness, e il prodotto turistico declinato nelle sue principali categorie (Arte e Cultura, Sport natura e benessere, Enogastronomia, Wedding destination).

L'intento è, dunque, quello di comunicare la Puglia e la sua bellezza autentica come meta di qualità responsabile, rendendola attrattiva per i cittadini residenti e i turisti in soggiorno o in transito, anche dalle regioni limitrofe.

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

1. Obiettivi

Il presente brief è un documento che indica come raccontare la Puglia nel periodo storico attuale di ripresa dalla pandemia da Covid19.



**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**

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 ad esso connessi con azioni di comunicazione, attività ed eventi efficaci in termini di riconoscibilità, notorietà e conseguente soddisfazione di utenti e visitatori.

L'obiettivo indiretto ultimo è incentivare l'incoming di prossimità e invitare i pugliesi stessi a vivere il territorio, dunque invogliare i turisti a desiderare il territorio pugliese come destinazione di viaggio, nel periodo di bassa stagione dall'autunno al primo inverno.

Pertanto, il piano si prefigge di mettere in campo azioni efficaci per la destagionalizzazione e promozione della destinazione Puglia e del prodotto turistico nel periodo autunno/inverno 2022, in linea alle misure adottate dalla Regione Puglia per la fruizione delle attività turistiche in un regime di sicurezza e salute collettive.

2. Oggetto

Le azioni di comunicazione intendono promuovere, insieme alla destagionalizzazione, la Puglia come destinazione turistica responsabile, affidabile e di qualità. Luogo ideale dove scoprire luoghi meno noti ma che consentono di vivere appieno la bellezza autentica del territorio nel suo patrimonio materiale e immateriale, dai luoghi alle persone, dalle esperienze di tipo sensoriale agli eventi. Dunque, una regione che preserva nel tempo valori antichi come la lentezza e l'accoglienza, confermandosi anche come meta ideale per godere di un evento musicale, sportivo, culturale e letterario.

Al contempo, oltre alla comunicazione della destinazione, si intende promuovere il prodotto turistico pugliese nelle sue principali declinazioni:

- **Arte e cultura:** patrimonio materiale e immateriale di arte, storia, archeologia, architettura, usanze e tradizioni nelle proprie espressioni religiose culturali e sociali. I cluster di riferimento della categoria sono: borghi, cammini e itinerari culturali, turismo spirituale;
- **Sport natura e benessere:** turismo sportivo a contatto con la natura in Puglia per il benessere psicofisico suscitando interesse per il contatto, il paesaggio e le esperienze di



**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**

benessere fruibili nel territorio. I cluster di riferimento della categoria sono: cicloturismo e cammini;

- **Enogastronomia:** esperienza eno-gastro-turistica pugliese che riflettono l’autenticità e la genuinità del luogo con l’alta qualità del prodotto;
- **Wedding destination:** la Puglia quale destinazione sempre più interessante e idonea per celebrare il proprio matrimonio.

3. Concept

La Puglia è un’autentica meraviglia, anche in autunno! È una terra preziosa che va oltre spiagge da sogno, calette e mare cristallino. La vivacità dell’estate pugliese fa spazio ai colori dell’autunno e alla quiete dell’inverno.

In questo periodo dell’anno, la Puglia si mostra nelle sue geometrie essenziali. I suoni della natura si fanno intensi, i colori della terra caldi, la luce del sole scolpisce la pietra di cattedrali, castelli e torri. Le tipiche luminarie accendono le piazze, la tradizione continua a fare festa e l’atmosfera si fa magica.

Tra l’autunno e l’inverno, questa terra si svela a passo lento. Scegliendo itinerari meno battuti, spesso sconosciuti agli stessi residenti, si va alla scoperta di luoghi unici, come i borghi, da raggiungere a piedi o in bicicletta, all’ombra di querce millenarie, ulivi monumentali e della fitta macchia mediterranea che disegna il profilo della regione, dal Gargano al Salento.

La Puglia diventa un racconto di colori e profumi da cogliere e vivere tra esperienze in natura, eventi enogastronomici e della tradizione, borghi storici, cucina, arte e cultura. Un mosaico che si completa con la luce e i colori dei paesaggi: dalla campagna al mare, dalle murge alle gravine.

La Puglia in bassa stagione può essere un luogo ideale per ritemperarsi dalla frenesia quotidiana, immergersi in contesti intimi e naturali, per rigenerare corpo e mente, a pochi chilometri da casa per coloro che vivono in Puglia e che possono apprezzarla, scoprendo incantevoli luoghi meno noti, fatti di semplicità e lentezza, piuttosto che orientarsi verso altre mete e destinazioni.

4. Target



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 - 2020 "Attrattori culturali, naturali e turismo" Asse VI - Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8
Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche
CUP B39D20002200009**

Il brief di comunicazione si propone di raggiungere il potenziale turista autoctono, residente temporaneo e di prossimità: un target eterogeneo per età e gusti con particolare riferimento agli amanti dello sport a contatto con la natura, dell'arte, della cultura, delle tradizioni, dell'enogastronomia e dei borghi.

Al contempo, si punta a raggiungere il turista in vacanza/soggiorno in Puglia per offrire un maggior coinvolgimento grazie all'attrattività del territorio, di modo da stimolare l'innamoramento per la regione al fine di un ritorno (c.d. turista *repeater*).

5. Periodo durata campagna

Per incentivare l'incoming dei visitatori di prossimità, invitare i pugliesi stessi a vivere il territorio e coinvolgere maggiormente i turisti presenti, si intende comunicare la Puglia come destinazione di viaggio e soggiorno e il prodotto turistico nel periodo autunno/inverno 2022, generalmente caratterizzati da un clima mite e favorevole alla destagionalizzazione dei flussi turistici.

4

6. Formati produzione campagna

Per la realizzazione della suddetta campagna, l'A.RE.T. Pugliapromozione intende utilizzare:

- Per le emittenti televisive: redazionali, puntate speciali dedicate o format TV.
Nello specifico, la descrizione del format TV dovrà prevedere una presentazione con un concept chiaro, semplice e sintetico, in linea con la strategia di comunicazione dell'A.RE.T. Pugliapromozione presentata nel brief. Il progetto dovrà prevedere necessariamente una struttura narrativa esplicativa (intro, svolgimento, conclusione) e un titolo rappresentativo del progetto. Occorre anche indicare il genere di format Tv (esempio: documentario, magazine, intrattenimento, eccetera), la sua collocazione, la fascia oraria di messa in onda, la durata e il numero di puntate da realizzare.
- Per la stampa ON e OFF Line: scatti fotografici, publiredazionali, speciali e approfondimenti;



**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**

7. Media ON e OFF Line

Il presente brief di comunicazione dovrà trovare attuazione attraverso canali media ON e OFF line (stampa, tv, web display, video banner, outdoor statica e dinamica e similari).

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

- Spazi di comunicazione ON e OFF line, con specifica priorità ai mix digitali (testate giornalistiche) per la diffusione dei formati della campagna;
- Emittenti televisive con una copertura regionale del territorio e che registrano dati di ascolto significativi per il target di riferimento della proposta;

Le proposte/offerte per la campagna di comunicazione da diffondere attraverso i media regionali possono essere presentate fino al **30 novembre 2022**, fatta salva la facoltà dell’A.RE.T. di revocare, modificare o prorogare gli anzidetti termini.