

ARET PUGLIAPROMOZIONE - DETERMINAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE 30 gennaio 2023, n. 27  
**POR PUGLIA 2014-2020 - Asse VI-Azione 6.8. - PIANO STRATEGICO DELTURISMO - ASSE VI - AZIONE 6.8  
“INTERVENTI PER IL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE” - PROGETTO  
“COMUNICAZIONE DIGITALE E BRAND IDENTITY DELLA DESTINAZIONE PUGLIA” - APPROVAZIONE BRIEF  
REGIONALE 2023 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.  
CUP B39D20002200009.**

L’anno 2023, il giorno trenta del mese di gennaio 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 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)”*;
- VISTO L’Atto determinativo del 06.07.2022, 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);*
- VISTO l’Atto determinativo del 10.01.2023, n. 1 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 e n. 1224/2020, n. 554/2022, n. 701/2022, n. 939/2022). Rimodulazione generale al 2023 dei Progetti attuativi Annualità 2020-2021-2022-2023, già approvati e rimodulati con AD n. 107/2020, n. 171/2020, n. 67/2021 e n. 150/2021, n. 22/2022, n. 118/2022, n. 119/2022, n. 122/2022, n. 140/2022, n. 141/2022 e n. 225/2022;*
- VISTA la Determinazione D.G. del 03.08.2022, 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 del Direttore generale del 16.01.2023, n.1 di approvazione del Bilancio di Previsione 2023-2025;

**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'Agencia 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;
- 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;
- Con Determinazione del Direttore Generale del 10 agosto 2022, n. 1573, si procedeva a una variazione in aumento destinata 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;

- In riferimento al fabbisogno strategico dell'A.RE.T. per l'anno 2023, si è resa necessaria la pubblicazione di un nuovo brief sui servizi di comunicazione per il Piano di Comunicazione regionale della destinazione al fine di promuovere la stagione con particolare attenzione all'obiettivo di destagionalizzare e favorire la fruizione degli eventi del territorio;
- Le proposte che saranno valutate positivamente, nell'ambito dell'avviso sopra menzionato, per l'annualità 2023, troveranno copertura finanziaria nella disponibilità finanziaria di cui all'impegno **1607/2022** assunto con D.D.G. n. 1573/2022 al 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;

**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 11, 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 ai sensi dell'art. 29, comma 1, del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;

**VISTA ED ACCERTATA**

- La regolarità dell'istruttoria svolta;

**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 2023 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 2023*” (prot. n. 0002305-U-2023 del 25.01.2023) relativo all’acquisizione di proposte di servizi di comunicazione per il piano media regionale;
- 4) Di dare atto che le proposte che saranno valutate positivamente, nell’ambito dell’avviso sopra menzionato, per l’annualità 2023, troveranno copertura finanziaria nella disponibilità finanziaria di cui all’impegno **1607/2022** assunto con D.D.G. n. 1573/2022 al 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;
- 5) Di dare atto che il presente provvedimento non comporta oneri a carico del Bilancio di Previsione 2023-2025;
- 6) Di dare atto che il precedente Responsabile delle procedure di attuazione per il Piano Strategico del Turismo della Puglia (RUP), avv. Miriam Giorgio, è stata nominata Coordinatore del Piano Strategico del Turismo (Det. DG 1522/2022);
- 7) Che il Responsabile Unico del Procedimento, ai sensi dell’art. 31 del D. Lgs. n. 50/2016, è la dott.ssa Olga Buono, funzionario direttivo P.O. dell’A.RE.T (Det. DG 1522/2022);
- 8) 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.;
- 9) 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](http://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. 8 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 2023-2025;

Esercizio finanziario: 2023;

**Il presente provvedimento non comporta oneri a carico del B.P. 2023-2025.**

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 2023 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. 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 funzionario

P.O. dott.ssa Alessandra Campanile, 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-0002305-U-2023-2023-01-25



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 2023

### *Brief sui servizi di comunicazione per il Piano di Comunicazione regionale*

Nell’ambito del Programma Operativo Regionale FESR-FSE 2014-2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo”, Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali - Azione 6.8 Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche e in attuazione del progetto “Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia”, si illustra di seguito il piano di comunicazione regionale della destinazione Puglia e del prodotto turistico pugliese, a cura dell’A.R.E.T. Pugliapromozione.

In linea con il Piano strategico del turismo “Puglia365”, il presente brief mira a indirizzare gli operatori a presentare proposte di comunicazione per promuovere la destinazione Puglia, la sua *brand awareness* e il prodotto turistico declinato a livello regionale nelle sue principali categorie (Arte e Cultura, Sport natura e benessere, Enogastronomia).

L'intento è, dunque, quello di comunicare la Puglia e la sua bellezza autentica come 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 invita a raccontare la Puglia in tutte le sue stagioni, con particolare attenzione dall’autunno all’inverno e alla primavera, in modo da destagionalizzare l’offerta turistica.

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



**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**

L'obiettivo ultimo è di 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 alla primavera. Pertanto, il piano si prefigge di mettere in campo azioni efficaci per la destagionalizzazione e promozione della destinazione e del prodotto turistico per l'anno 2023.

## 2. Oggetto

Le azioni di comunicazione intendono promuovere la Puglia come destinazione sicura e di qualità. Luogo ideale dove scoprire luoghi meno noti 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 luogo 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. Nello specifico, ci si riferisce a 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 benessere fruibili nel territorio. Nello specifico ci si riferisce a cicloturismo e cammini;
- **Enogastronomia:** esperienza eno-gastro-turistica pugliese che riflette l'autenticità e la genuinità del luogo con l'alta qualità del prodotto;

## 3. Concept

La Puglia è unica, ma non è una. Cambia volto ad ogni stagione e regala scorci e sfumature diverse durante tutto l'anno. In inverno e in autunno, le spiagge bianche e il mare cristallino regalano una





**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**

dimensione più intima. Il clima si fa mite e la natura cambia colore. 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. È il momento ideale per scoprire, a passo lento, l’animo più genuino della Puglia. In questo periodo dell’anno, scegliendo itinerari insoliti o percorrendo strade poco battute si va alla scoperta di borghi incredibili e storie meno conosciute.

Con l’arrivo della Primavera, la natura torna a fiorire. I colori vibranti del paesaggio e i profumi intensi della natura accompagnano alla scoperta di luoghi unici 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 sfumature 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.

Al contempo, diventa anche la meta ideale per vivere eventi diretti a offrire la migliore esperienza possibile del territorio stesso.

3

#### 4. Target

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



**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 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 nella stagione 2023, con particolare riferimento ai periodi primaverile e autunnale di bassa stagione turistica generalmente caratterizzati da un clima mite.

**6. Formati produzione campagna**

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

- Per le emittenti televisive: Spot da 30" o 15", 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;

**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/dinamica e similari).

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

- Spazi di comunicazione ON e OFF line;
- Emittenti televisive con una copertura regionale del territorio e che registrano dati di ascolto significativi per il target di riferimento della proposta;



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**

Le proposte/offerte per la campagna di comunicazione da diffondere attraverso i media regionali possono essere presentate fino al **1 marzo 2023**, fatta salva la facoltà dell'A.R.E.T. di revocare, modificare o prorogare gli anzidetti termini, attraverso la candidatura all'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", visionabile al seguente link: [Piano di Comunicazione nazionale e regionale della destinazione Puglia 2022 \(AVVISO PUBBLICO\)](#)