

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 27 febbraio 2023, n. 183

**POR Puglia 2014/2020-Asse VI-Azione 6.8. Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/2017, n. 256/2018, n. 1200/2018, n. 891/2019, n. 415/2020, n. 1224/2020, n. 591/2021, n. 959/2021, n. 554/2022, n. 701/2022, n. 939/2022)-Annualità 2023. Variazione al bilancio annuale 2023 e pluriennale di previsione 2023-2025 ai sensi dell'art.51 comma 2 del D.Lgs. n.118/2011 e approvazione Schema di Addendum.**

L'Assessore al Turismo, Sviluppo e Impresa turistica, ing. Gianfranco Lopane, di concerto con il Vice Presidente, Assessore al Bilancio, alla Programmazione, alle Politiche giovanili e allo Sport per tutti avv. Raffaele Piemontese, sulla base dell'istruttoria espletata dai funzionari, confermata dal Dirigente del Servizio Promozione del Territorio e Diversificazione del Prodotto Gabriella Belviso e dal Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione Patrizio Giannone, di concerto per la parte contabile con il Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria Pasquale Orlando, propone quanto segue.

**VISTI:**

- il Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 reca disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca nonché le disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, che abroga il Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio;
- il Regolamento (UE) n. 1301/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 Relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale fornisce disposizioni specifiche concernenti l'obiettivo "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione" ed abroga il Regolamento (CE) n. 1080/2006 del Consiglio;
- il Regolamento (UE) n. 1304/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, relativo al Fondo sociale europeo e che abroga il Regolamento (CE) n.1081/2006;
- il Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 della Commissione del 7 gennaio 2014 stabilisce un codice europeo di condotta sul partenariato, nell'ambito dei fondi strutturali e d'investimento europei (SIE), che definisce i principi essenziali e le buone prassi svolte a garantire l'efficace organizzazione del partenariato e della governance a più livelli, basato sulla stretta collaborazione tra autorità pubbliche, parti economiche e sociali e pertinenti organismi della società civile, in attuazione dell'art. 5 del Regolamento (UE) n. 1303/2013;
- il Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 della Commissione del 28 luglio 2014 che individua modalità di applicazione del Regolamento (UE) n. 1303/2013 (...) per quanto riguarda le caratteristiche tecniche delle misure di informazione e comunicazione per le operazioni;
- l'Accordo di Partenariato Italia 2014-2020 che definisce la strategia e le priorità di investimento per l'impiego dei fondi strutturali e di investimento europei (SIE) 2014-2020, approvato dalla Commissione Europea in data 29 ottobre 2014 con propria Decisione di esecuzione C (2014) 8021 finale, e ne approva determinati elementi, così come previsto dal Regolamento (UE) 1303/2013;
- la Deliberazione n. 582 del 26/04/2016 con la quale la Giunta Regionale ha preso atto della metodologia e dei criteri di selezione delle operazioni approvati dal Comitato di Sorveglianza del POR Puglia 2014-2020 in data 11/03/2016, ai sensi dell'art. 110, lett. a) del Reg. (UE) n. 1303/2013 e ss. mm. e ii.;
- la Deliberazione n. 970 del 13/06/2017 con la quale la Giunta Regionale ha approvato l'Atto di organizzazione per l'attuazione del Programma Operativo FESR-FSE 2014-2020 e ss. mm. e ii.;
- il Sistema di Gestione e Controllo (Si.Ge.Co.) del POR Puglia 2014/2020 adottato dalla Sezione Programmazione Unitaria con A.D. n. 39 del 21/06/2017 e ss. mm. e ii.;
- la Deliberazione di Giunta Regionale (DGR) n. 1166 del 18 luglio 2017 con la quale è stata designata quale Autorità di Gestione del Programma Operativo FESR-FSE 2014/2020 - istituita a norma dell'art. 123, par. 3 del Regolamento (UE) n. 1303/2013 - il Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria;
- la Deliberazione n. 1735 del 06/10/2015 con cui la Giunta Regionale ha approvato il Programma Operativo

- della Regione Puglia (POR Puglia) 2014-2020, facendo seguito all'approvazione da parte dei Servizi della Commissione avvenuta con decisione C (2015) 5854 del 13 agosto 2015;
- il Programma Operativo regionale FESR-FSE 2014/2020 approvato con Decisione della Commissione Europea C(2015) 5484 del 13.08.2015, così come modificato da ultimo con la Decisione di esecuzione C(2021) 9942 del 22/12/2021, di cui la Giunta ha preso atto con la Deliberazione n. 118 del 15/02/2022;
  - La Legge Regionale (LR) 13 luglio 2017, n. 28 “Legge sulla partecipazione” e il suo Regolamento attuativo del 10 settembre 2018 n. 13;
  - il Decreto del Presidente della Repubblica n. 22 del 5 febbraio 2018 con il quale è stato approvato il “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”;
  - la DGR n. 782 del 26/05/2020 che attua la riprogrammazione delle risorse del POR Puglia 2014-2020 per dare attuazione alla manovra anti crisi connessa all'emergenza epidemiologica da Covid-19;
  - la DGR n. 1034 del 02/07/2020 che approva il Programma Operativo Complementare (POC) 2014-2020 della Regione Puglia redatto ai sensi della Delibera CIPE 28 gennaio 2015 n. 10 e la delibera CIPE 47 del 28/07/2020 avente ad oggetto. “Programma di azione e coesione 2014-2020. Programma complementare Regione Puglia”;
  - il Decreto del Presidente della Giunta Regionale (DPGR) 22 gennaio 2021 n. 22 con cui è stato adottato il nuovo modello organizzativo regionale “MAIA 2.0” con approvazione del relativo atto di Alta Organizzazione;
  - la DGR n. 1289 del 28/07/2021 con la quale si è provveduto alla definizione delle Sezioni di Dipartimento e delle relative funzioni;
  - la DGR n. 1576 del 30/09/2021 con la quale la Giunta Regionale ha conferito l'incarico di Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione al dott. Salvatore Patrizio Giannone;
  - la DGR n. 1794 del 05/11/2021 con cui è stato approvato l'adeguamento organizzativo della governance del POR Puglia 2014-2020 al MAIA 2.0, assegnando la Responsabilità dell'Azione 6.8 alla Sezione Turismo e Internazionalizzazione del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio;

**VISTI altresì:**

- il D. Lgs. 23 giugno 2011, n. 118 come integrato dal D.Lgs. 10 agosto 2014, n. 126 “Disposizioni integrative e correttive del D.Lgs. n. 118/2011 recante disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della L. 42/2009”;
- l'art. 51, comma 2 del richiamato D.Lgs. n. 118/2011, come integrato dal D.Lgs. n. 126/2014, che prevede che la Giunta, con provvedimento amministrativo, autorizza le variazioni del documento tecnico di accompagnamento e le variazioni del bilancio di previsione relativamente alle variazioni compensative;
- l'art. 42 comma 8 del D.Lgs. n. 118/2011, come integrato dal D.Lgs. n. 126/2014, relativo all'applicazione dell'Avanzo di Amministrazione;
- la LR 29 dicembre 2022, n. 32 “Disposizioni per la formazione del Bilancio di previsione 2023 e Bilancio pluriennale 2023-2025 della Regione Puglia (legge di stabilità regionale 2023);
- la LR 29 dicembre 2022, n. 33 “ Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2023 e pluriennale 2023-2025;
- la D.G.R. n. 27 del 24.1.2023” Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2023 e pluriennale 2023-2025. Articolo 39, comma 10, del decreto legislativo 23 giugno 2011, n. 118. Documento tecnico di accompagnamento e Bilancio Finanziario Gestionale. Approvazione”.
- la D.G.R. n. 87 del 08/02/2023 con cui la Giunta Regionale ha determinato il risultato di amministrazione presunto dell'esercizio finanziario 2022 sulla base dei dati contabili preconsuntivi.

**PREMESSO CHE:**

Con DGR n. 191 del 14.02.2017, la Giunta Regionale ha approvato il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016/2025 denominato “Puglia 365”.

Il Piano strategico regionale "Puglia 365" si è sviluppato parallelamente ed omogeneamente alla costruzione del Piano Nazionale del Turismo, ed è stato presentato in bozza al Ministro dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo On. Dario Franceschini il 27 Luglio 2016 a Roma. Il Piano racchiude in sé obiettivi principali quali far crescere la competitività della destinazione Puglia in Italia e all'estero, aumentare i flussi di turisti internazionali, dare una spinta positiva alla destagionalizzazione, potenziare l'innovazione organizzativa e tecnologica del settore, con l'intento di aiutare i territori pugliesi ad organizzarsi per un turismo che duri tutto l'anno. Le priorità d'intervento sono: prodotto, formazione, accoglienza, promozione, legate dal filo dell'innovazione e saldamente poggiate su un sistema di infrastrutture e collegamenti interconnessi più veloci e che arrivino nel cuore delle Città e dei Territori.

Il Piano Strategico del Turismo contiene una programmazione triennale delle politiche in materia di turismo: esso si articola in 5 macro-progettualità, ben esplicitate nei rispettivi Progetti Attuativi annuali. Alla prima annualità 2017, si è dato seguito con la programmazione biennale per le annualità 2018 e 2019, al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi prefissati nell'ambito del Piano stesso.

La Giunta ha tracciato un indirizzo politico-strategico per gli anni 2018 e 2019, volto al potenziamento degli interventi di comunicazione e promozione per lo sviluppo del territorio quale destinazione turistica, sempre nel solco delle linee programmatiche del Piano Strategico del Turismo prefissate con DGR n. 191/2017.

Sulla base di queste considerazioni, la Giunta regionale ha approvato le deliberazioni n. 256/2018 e n. 1200/2018, provvedendo a stanziare risorse destinate alle annualità 2018 e 2019 pari a euro 28.310.000,00, approvando le "Schede Azioni" ed autorizzando il Dirigente della Sezione Turismo ad adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di spesa, la cui titolarità è del Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria.

Con DGR n. 415 del 30.03.2020 la Giunta Regionale ha approvato la variazione al bilancio annuale 2020 e pluriennale di previsione 2020-2022, disponendo lo stanziamento della riserva di efficacia sull'azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, per l'intera somma pari a € 3.286.400,00.

Successivamente, con Decisione di esecuzione C(2020) 4719 del 08/07/2020 la Commissione Europea ha approvato un'ulteriore riprogrammazione delle risorse del POR Puglia 2014-2020, a seguito di un percorso condiviso e finalizzato a contrastare le conseguenze negative provocate dalla diffusione della pandemia da COVID-19: la strategia e le politiche europee, nazionali e regionali, sono state orientate verso azioni in grado di ridurre i gravi effetti economici e sociali causati dalla crisi sanitaria e favorire processi di ripresa economica. In linea con tali decisioni e con la programmazione POR Puglia 2014-2020, la Giunta Regionale con Deliberazione n. 1224 del 31/07/2020 ha approvato le "Schede Azioni" relative alle annualità 2020-2021 nell'ambito del "Piano Strategico del Turismo – Puglia 365", stanziato risorse pari a euro 13.000.000,00 per l'annualità 2020 e 2021, disposto la modifica dell'articolo 1 "Oggetto e finalità" dell'Accordo di cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione, relativamente alla quantificazione dell'"importo complessivo" rideterminato in € 53.340.000,00, e poi incrementato in virtù degli stanziamenti operati con DGR n. 415/2020 e n. 959/2021.

I continui mutamenti dello scenario turistico regionale, nazionale ed estero, provocati dalla persistente crisi sanitaria mondiale, hanno reso necessario un continuo adattamento delle scelte strategiche e delle relative attività progettuali da attuare nell'annualità 2022. La Giunta regionale con Deliberazioni n. 554 del 20.04.2022 e n. 939/2022 ha definito la strategia in materia di turismo per l'anno 2022, approvando le "Schede Azioni 2022 del Piano strategico del Turismo – Puglia 365", approvando lo stanziamento di € 10.000.000,00, e lo Schema di Addendum all'Accordo di Cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione.

#### **RILEVATO CHE**

Con Legge Regionale n. 1 dell' 11 febbraio 2002 e con successivo D.P.G.R. n. 176/2011, è stata istituita l'Agenzia Regionale del Turismo "Pugliapromozione" quale strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e della promozione turistica locale; Con DGR n. 50/2016 l'Agenzia Pugliapromozione, in ragione dei compiti istituzionali e delle competenze di ente strumentale, è stata individuata destinataria dell'affidamento del progetto strategico a titolarità regionale

relativo alla definizione del Piano strategico del Turismo.

Per l'attuazione del Piano Strategico si è reso necessario adottare uno schema di accordo di cooperazione da stipulare tra la Regione e l'Agenzia Pugliapromozione, ai sensi dell'art. 15 della Legge n. 241/90, in applicazione delle indicazioni operative fornite dalla Segreteria Generale della Presidenza, con nota prot. n. 1083 del 15/11/2016 avente ad oggetto "Acquisizione di servizi delle Agenzie regionali e degli Organismi in house".

#### TENUTO CONTO CHE:

- nel corso del 2022 l'ARET Pugliapromozione, la Regione Puglia e il suo Dipartimento Turismo Cultura hanno avviato un percorso di condivisione, articolato negli **Incontri 3x6x5**: un processo corale finalizzato alla costruzione di una nuova visione condivisa del turismo in Puglia. Il Piano Strategico del Turismo Puglia365 della Regione Puglia è uno strumento di pianificazione e sviluppo scritto e costruito con un metodo funzionale e partecipato, che ha guidato le azioni di turismo della Regione Puglia dal 2016 ad oggi.
- Il ciclo di incontri di concertazione con il partenariato e la consultazione pubblica svolta nelle sei province pugliesi, hanno posto le basi per disegnare insieme gli scenari futuri, integrando la consapevolezza del passato, i trend del mercato e le opportunità del futuro.
- Sulla base di questo confronto sulle cinque aree tecniche del turismo, ovvero comunicazione, promozione, accoglienza, innovazione e prodotto e sui cinque prodotti turistici, ovvero arte e tradizioni, enogastronomia, sport natura benessere, mare e nautica, MICE e wedding, è stata elaborata la strategia turistica dell'Amministrazione regionale da porre in essere mediante l'attuazione del Piano Strategico del Turismo nel corso del prossimo triennio;
- le "Schede progettuali relative all'annualità 2023 del Piano Strategico del Turismo - Puglia 365" articolate sulle n. 6 macroprogettualità "Comunicazione, Promozione, Accoglienza, Innovazione e Prodotto turistico", allegate alla presente, prevedono azioni da realizzare a valere sull'Azione 6.8 POR Puglia 2014-2020, per un importo pari a euro 14.000.000,00;
- l'importo complessivo dell'Accordo di Cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione, per effetto dello stanziamento aggiuntivo oggetto del presente atto, risulta rideterminato in complessivi € 85.296.400,00.

#### Si rende, pertanto, necessario:

- prendere atto e approvare le "Schede progettuali relative all'annualità 2023 del Piano Strategico del Turismo - Puglia 365", destinate ad interventi da realizzare a valere sull'azione 6.8 POR Puglia 2014-2020 per l'esercizio 2023 (*allegato 1*), che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente atto;
- approvare lo Schema di Addendum all'Accordo di Cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione e demandare al Direttore del Dipartimento Turismo Economia della Cultura e Valorizzazione Territoriale tutti gli adempimenti consequenziali e connessi alla sottoscrizione dell'Addendum (*allegato 2*), che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
- autorizzare la variazione in termini di competenza e cassa al Bilancio annuale di previsione 2023 e pluriennale 2023/2025, Documento tecnico di accompagnamento e al Bilancio gestionale approvato con DGR n. 27 del 24.1.2023, ai sensi dell'art. 51 c. 2 del D.lgs. 118/2011 e ss.mm.ii., così come indicato nella sezione "Copertura Finanziaria" del presente atto per complessivi € 14.000.000,00 al fine di porre in essere la procedure connesse alla realizzazione degli interventi previsti nella scheda allegata;
- autorizzare la Sezione Bilancio e Ragioneria ad operare, ai fini indicati in premessa, la variazione al Documento tecnico di accompagnamento e al Bilancio gestionale, secondo quanto riportato nella sezione "Copertura Finanziaria";
- approvare l'Allegato E/1 parte integrante del presente provvedimento nella parte relativa alla variazione al bilancio;
- incaricare il Servizio Bilancio di trasmettere al Tesoriere regionale il prospetto di cui all'art. 10 comma 4

- del D. Lgs n. 118/2011 conseguentemente all'approvazione della presente deliberazione;
- pubblicare il presente provvedimento sui siti istituzionali e sul BURP.

#### Garanzie di riservatezza

- La pubblicazione sul BURP, nonché la pubblicazione all'Albo o sul sito istituzionale, salve le garanzie previste dalla L. n. 241/1990 in tema di accesso ai documenti amministrativi, avviene nel rispetto della tutela della riservatezza dei cittadini secondo quanto disposto dal Regolamento UE n. 679/2016 in materia di protezione dei dati personali, nonché dal D. Lgs. n. 196/2003 ss.mm.ii., ed ai sensi del vigente Regolamento Regionale n. 5/2006 per il trattamento dei dati sensibili e giudiziari, in quanto applicabile. Ai fini della pubblicità legale, il presente provvedimento è stato redatto in modo da evitare la diffusione di dati personali identificativi non necessari ovvero il riferimento alle particolari categorie di dati previste dagli artt. 9 e 10 del succitato Regolamento UE.

Valutazione di impatto di genere
La presente deliberazione è stata sottoposta a Valutazione di impatto di genere ai sensi della DGR n. 302 del 07/03/2022.
L'impatto di genere stimato è:
<input type="checkbox"/> Diretto
<input checked="" type="checkbox"/> Indiretto
<input type="checkbox"/> Neutro

#### COPERTURA FINANZIARIA DI CUI AL D. LGS N. 118/2011 E SS.MM.II.

Il presente provvedimento comporta la variazione al Bilancio di Previsione e.f. 2023 e Pluriennale 2023-2025, nonché al Documento Tecnico di accompagnamento ed al Bilancio Finanziario e Gestionale 2023-2025 approvato con D.G.R. n. 27/2023, ai sensi dell'art. 51, comma 2 lett. a), del D.Lgs. 118/2011 e ss.mm.ii.. come di seguito specificato.

L'operazione contabile proposta assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica vigenti e gli equilibri di Bilancio di cui al D. Lgs. 118/2011.

#### BILANCIO AUTONOMO E VINCOLATO

CRA: 02.06 **Gabinetto del Presidente - Sezione Programmazione Unitaria**

#### 1 - APPLICAZIONE AVANZO DI AMMINISTRAZIONE

Il presente provvedimento comporta l'applicazione dell'Avanzo di Amministrazione presunto al 31/12/2022, come determinato dalla D.G.R. n. 87 del 08/02/2023, ai sensi dell'art. 42 comma 8 del D. Lgs. n. 118/2011, come integrato dal D. Lgs. n. 126/2014, corrispondente alla somma di € 840.000,00 a valere sulle economie vincolate del capitolo **U1110050 "Fondo di riserva per il cofinanziamento regionale di programmi comunitari (ART. 54, comma 1 LETT. A - L.R. N. 28/2001)"** del bilancio regionale.

CRA	CAPITOLO	Missione Programma Titolo	P.D.C.F.	VARIAZIONE Esercizio Finanziario 2023		
				Competenza	Cassa	
APPLICAZIONE AVANZO DI AMMINISTRAZIONE				+ € 840.000,00	0	
10.04	<b>U1110020</b>	FONDO DI RISERVA PER SOPPERIRE A DEFICIENZE DI CASSA (ART.51, L.R. N. 28/2001).	20.1.1	U.1.10.01.01	0	- € 840.000,00
02.06	U1163680	POR 2014-2020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIO-	7.2.2	U.02.03.01.02	+€840.000,00	+ € 840.000,00

		NAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE				
--	--	---	--	--	--	--

**VARIAZIONE AL BILANCIO**• **Parte I^ - Entrata**

Tipo entrata ricorrente - Codice UE: 1

CRA	Capitolo di entrata	Descrizione del capitolo	Codifica Gestionale SIOPE	Variazione competenza e cassa
				e.f. 2023
2.06	E4339010	TRASFERIMENTI PER IL POR PUGLIA 2014/2020 QUOTA UE FONDO FESR	E.4.02.05.03.001	+ € 11.200.000,00
2.06	E4339020	TRASFERIMENTI PER IL POR PUGLIA 2014/2020 QUOTA STATO FONDO FESR	E.4.02.01.01.001	+ € 1.960.000,00

Il Titolo giuridico che supporta il credito: POR Puglia FESR FSE 2014-2020 approvato con Decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015, da ultimo modificata con Decisione esecuzione C(2021) 9942 del 22.12.2021 dei competenti Servizi della Commissione Europea

Si attesta che l'importo relativo alla copertura del presente provvedimento corrisponde ad obbligazione giuridicamente perfezionata, con debitore certo: UE e Ministero dell'Economia e Finanze.

• **Parte II^ - Spesa****Tipo di spesa: ricorrente**

Codifica Programma punto 1 lett. i) All. 7 D.Lgs. 118/2011: 1

CRA	Capitolo	Declaratoria	Missione Programma Titolo	COD UE	Codifica Piano dei conti finanziario	Variazione Competenza Cassa E.F. 2023
2.06	U1161680	POR 2014-2020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE	7.2.2	3	U.02.03.01.02	+€ 11.200.000,00
2.06	U1162680	POR 2014-2020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO	7.2.2	4	U.02.03.01.02	+ € 1.960.000,00

L'entrata e la spesa di cui al presente provvedimento pari a € 14.000.000,00 corrisponde ad OGV che sarà perfezionata mediante atti adottati dal Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione, Responsabile dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020 giusta D.G.R. n.833/2016, come modificata dalla DGR 1794/2021, nel rispetto dei correnti vincoli di finanza pubblica, ai sensi del principio contabile di cui all'allegato 4/2, par.3.6, lett. c) contributi a rendicontazione\_ del D. Lgs. 118/2011.

Il presente provvedimento rientra nella competenza della Giunta Regionale.

L'Assessore relatore sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate, ai sensi dell'art. 4 comma 4 lett. d) della L.R. 7/1997, propone alla Giunta Regionale:

1. prendere atto ed approvare quanto espressamente riportato in narrativa e che qui si intende integralmente richiamato;
2. approvare le "Schede progettuali relative all'annualità 2023 del Piano Strategico del Turismo - Puglia 365", destinate ad interventi da realizzare a valere sull'azione 6.8 POR Puglia 2014-2020 per l'esercizio 2023 (*allegato 1*), che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente atto;
3. approvare lo Schema di Addendum all'Accordo di Cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione e demandare al Direttore del Dipartimento Turismo Economia della Cultura e Valorizzazione Territoriale tutti gli adempimenti consequenziali e connessi alla sottoscrizione dell'Addendum (*allegato 2*), che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
4. di autorizzare la copertura finanziaria rinveniente dall'applicazione dell'avanzo di amministrazione del presente provvedimento, pari a complessivi € 840.000,00, che assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica vigenti e gli equilibri di Bilancio di cui al D.Lgs n.118/2011;
5. autorizzare la variazione in termini di competenza e cassa al Bilancio annuale di previsione 2023 e pluriennale 2023/2025, Documento tecnico di accompagnamento e al Bilancio gestionale approvato con DGR n. 27 del 24.1.2023, ai sensi dell'art. 51 c. 2 del D.lgs. 118/2011 e ss.mm.ii., così come indicato nella sezione "Copertura Finanziaria" del presente atto per complessivi € 14.000.000,00 al fine di porre in essere la procedure connesse alla realizzazione degli interventi previsti nella scheda allegata;
6. autorizzare la Sezione Bilancio e Ragioneria ad operare, ai fini indicati in premessa, la variazione al Documento tecnico di accompagnamento e al Bilancio gestionale, secondo quanto riportato nella sezione "Copertura Finanziaria";
7. approvare l'Allegato E/1 parte integrante del presente provvedimento nella parte relativa alla variazione al bilancio;
8. incaricare il Servizio Bilancio di trasmettere al Tesoriere regionale il prospetto di cui all'art. 10 comma 4 del D. Lgs n. 118/2011 conseguentemente all'approvazione della presente deliberazione;
9. pubblicare il presente provvedimento sui siti istituzionali e sul BURP.

I sottoscritti attestano che il procedimento istruttorio loro affidato e' stato espletato nel rispetto della vigente normativa regionale, nazionale e comunitaria e che il presente schema di provvedimento, dagli stessi predisposto ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte della giunta regionale, e' conforme alle risultanze istruttorie.

Il Funzionario Responsabile Bilancio e Controllo di gestione  
Dott.ssa Mariangela Sciannimanico

Il Funzionario Responsabile di Sub-Azione 6.8.c  
Dott.ssa Daniela Recchia

Il Dirigente del Servizio Promozione del Territorio e Diversificazione del Prodotto  
Dott.ssa Gabriella Belviso

Il Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione  
Responsabile Azione 6.8 del POR puglia 2014-2020  
Dott. Patrizio Giannone

Il Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria  
Dott. Pasquale Orlando

Il sottoscritto Direttore di Dipartimento NON RAVVISA la necessità di esprimere osservazioni sulla proposta di deliberazione, ai sensi del DPGR n. 22/2021

Il Direttore del Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio  
Dott. Aldo Patruno

L'Assessore al Turismo, Sviluppo e Impresa Turistica  
Ing. Gianfranco Lopane

Il Vice Presidente, Assessore al Bilancio e alla Programmazione  
Avv. Raffaele Piemontese

### **LA GIUNTA**

- udita la relazione e la conseguente proposta dell'Assessore al Turismo, Sviluppo e Impresa turistica, Ing. Gianfranco Lopane;
- viste le sottoscrizioni poste in calce alla proposta di deliberazione;
- a voti unanimi, espressi nei modi di legge,

### **DELIBERA**

per tutto quanto in premessa riportato e che qui si intende integralmente richiamato:

1. prendere atto ed approvare quanto espressamente riportato in narrativa e che qui si intende integralmente richiamato;
2. approvare le "Schede progettuali relative all'annualità 2023 del Piano Strategico del Turismo - Puglia 365", destinate ad interventi da realizzare a valere sull'azione 6.8 POR Puglia 2014-2020 per l'esercizio 2023 (*allegato 1*), che costituiscono parte integrante e sostanziale del presente atto;
3. approvare lo Schema di Addendum all'Accordo di Cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione e demandare al Direttore del Dipartimento Turismo Economia della Cultura e Valorizzazione Territoriale tutti gli adempimenti consequenziali e connessi alla sottoscrizione dell'Addendum (*allegato 2*), che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
4. di autorizzare la copertura finanziaria rinveniente dall'applicazione dell'avanzo di amministrazione del presente provvedimento, pari a complessivi € 840.000,00, che assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica vigenti e gli equilibri di Bilancio di cui al D.Lgs n.118/2011;
5. autorizzare la variazione in termini di competenza e cassa al Bilancio annuale di previsione 2023 e pluriennale 2023/2025, Documento tecnico di accompagnamento e al Bilancio gestionale approvato con DGR n. 27 del 24.1.2023, ai sensi dell'art. 51 c. 2 del D.lgs. 118/2011 e ss.mm.ii., così come indicato nella sezione "Copertura Finanziaria" del presente atto per complessivi € 14.000.000,00 al fine di porre in essere la procedure connesse alla realizzazione degli interventi previsti nella scheda allegata;
6. autorizzare la Sezione Bilancio e Ragioneria ad operare, ai fini indicati in premessa, la variazione al Documento tecnico di accompagnamento e al Bilancio gestionale, secondo quanto riportato nella sezione "Copertura Finanziaria";
7. approvare l'Allegato E/1 parte integrante del presente provvedimento nella parte relativa alla variazione al bilancio;



8. incaricare il Servizio Bilancio di trasmettere al Tesoriere regionale il prospetto di cui all'art. 10 comma 4 del D. Lgs n. 118/2011 conseguentemente all'approvazione della presente deliberazione;
9. pubblicare il presente provvedimento sui siti istituzionali e sul BURP.

**Il Segretario generale della Giunta**

ANNA LOBOSCO

**Il Presidente della Giunta**

MICHELE EMILIANO

Allegato E/1

Allegato n. 8/1  
al D.Lgs 118/2011

Allegato delibera di variazione del bilancio riportante i dati d'interesse del Tesoriere

data: .... / ..... / ..... n. protocollo .....

Rif. Proposta di delibera del TUR/DEL/2023/00004

## SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO	DENOMINAZIONE	PREVISIONI AGGIORNATE ALLA PRECEDENTE VARIAZIONE - DELIBERA N. .... - ESERCIZIO 2023	VARIAZIONI		PREVISIONI AGGIORNATE ALLA DELIBERA IN OGGETTO - ESERCIZIO 2023
			in aumento	in diminuzione	
<b>MISSIONE</b>	<b>20</b>	<b>Fondi e accantonamenti</b>			
Programma	1	Fondo di riserva			
Titolo	2	spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		
<b>Totale Programma</b>	<b>1</b>	<b>Fondo di riserva</b>	<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>0,00 -840,000.00</b>	
<b>TOTALE MISSIONE</b>	<b>20</b>	<b>Fondi e accantonamenti</b>	<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>0,00 -840,000.00</b>	
<b>MISSIONE</b>	<b>7</b>	<b>TURISMO</b>			
Programma	2	Politica regionale unitaria per il turismo			
Titolo	2	Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	14,000,000.00 14,000,000.00	
<b>Totale Programma</b>	<b>2</b>	<b>Politica regionale unitaria per il turismo</b>	<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>14,000,000.00 14,000,000.00</b>	
<b>TOTALE MISSIONE</b>	<b>7</b>	<b>TURISMO</b>	<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>14,000,000.00 14,000,000.00</b>	
<b>TOTALE VARIAZIONI IN USCITA</b>			<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>14,000,000.00 14,000,000.00</b>	<b>-840,000.00</b>
<b>TOTALE GENERALE DELLE USCITE</b>			<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>14,000,000.00 14,000,000.00</b>	<b>-840,000.00</b>

## ENTRATE

TITOLO, TIPOLOGIA	DENOMINAZIONE	PREVISIONI AGGIORNATE ALLA PRECEDENTE VARIAZIONE - DELIBERA N. .... - ESERCIZIO 2023	VARIAZIONI		PREVISIONI AGGIORNATE ALLA DELIBERA IN OGGETTO - ESERCIZIO 2023
			in aumento	in diminuzione	
<b>TITOLO</b>	<b>0</b>	<b>Applicazione avanzo vincolato</b>			
Tipologia	0	Applicazione avanzo vincolato	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	840,000.00	
<b>TOTALE TITOLO</b>	<b>0</b>	<b>Applicazione avanzo vincolato</b>	<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>840,000.00</b>	
<b>TITOLO</b>	<b>IV</b>	<b>Entrate in conto capitale</b>			
Tipologia	200	Contributi agli investimenti	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	13,160,000.00 13,160,000.00	
<b>TOTALE TITOLO</b>	<b>IV</b>	<b>Entrate in conto capitale</b>	<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>13,160,000.00 13,160,000.00</b>	
<b>TOTALE VARIAZIONI IN ENTRATA</b>			<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>14,000,000.00 13,160,000.00</b>	
<b>TOTALE GENERALE DELLE ENTRATE</b>			<b>residui presunti previsione di competenza previsione di cassa</b>	<b>14,000,000.00 13,160,000.00</b>	

**Addendum all'Accordo di cooperazione tra Regione Puglia e Agenzia Regionale del Turismo (ARET) Pugliapromozione (DGR n. 191/2017 – Rep. n. 019106 del 28/02/2017) per la regolamentazione dei rapporti di attuazione, gestione e controllo Piano strategico del Turismo della Regione Puglia 2016/2025, denominato "Puglia 365".**

**tra**

il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia - con sede legale in Bari, Lungomare Nazario Sauro, n. 33 - 70121 (C.F. 80017210727), rappresentato dal dr. Aldo Patruno, Direttore di Dipartimento, domiciliato presso la sede del Dipartimento

**e**

l'Agenzia Regionale del Turismo (A.R.E.T) Pugliapromozione - con sede legale in Bari, Lungomare Starita 1 (Fiera del Levante, PAD. 172) - 70132, (C.F. 93402500727), rappresentato dal dr. Luca Scandale, Direttore Generale e legale rappresentante *pro-tempore*, domiciliato per la carica presso la sede dell'Agenzia

**PREMESSO CHE:**

- con Deliberazione n. 191 del 14/02/2017, la Giunta Regionale ha approvato il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016/2025 - denominato "Puglia 365"-, corredato di business plan, piano triennale e piano annuale delle attività;
- al fine di implementare il Piano Strategico del Turismo, in data 28/02/2017, giusto atto di indirizzo fornito con la precitata DGR n.191/2017, è stato sottoscritto specifico Accordo di cooperazione ex art. 15 L. n. 241/1990 tra la Regione Puglia e l'Agenzia Regionale del Turismo (A.R.E.T) Pugliapromozione, prevedendo per l'attuazione dello stesso € 36.090.000,00 a valere sulle risorse del POR Puglia 2014-2020 – Asse VI – Azione 6.8;
- in fase di attuazione delle attività dell'annualità 2018, si è rilevata l'esigenza di rafforzare gli interventi progettuali, in virtù di nuove opportunità emerse per lo sviluppo della strategia turistica pugliese, pertanto la Giunta Regionale ha approvato, con DGR n. 1200 del 05/07/2018, le "Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365", all'uopo stanziando risorse per € 4.250.000,00 a valere sull'Asse VI – Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020;
- con D.G.R. n. 891 del 15/05/2019, la Giunta Regionale ha prorogato l'Accordo di Cooperazione fino al 31/12/2022, in modo tale da garantire continuità alla strategia politica messa in campo nel settore Turismo, dando mandato all'Agenzia Pugliapromozione di assicurare un'estensione al 2020 delle azioni progettuali già programmate per il 2019 e al Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio di procedere al potenziamento della Rete Regionale degli Info-Point Turistici, all'uopo utilizzando le risorse pari a € 730.000,00, già stanziato con DGR n. 256/2018 sull'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, riducendo di pari importo le somme imputate sull'Accordo di Cooperazione sottoscritto in data 17/02/2017;

- con DGR n. 415 del 30/03/2020, la Giunta Regionale ha approvato la variazione al bilancio annuale 2020 e pluriennale di previsione 2020-2022, disponendo lo stanziamento della riserva di efficacia sull’Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, per l’intera somma pari a € 3.286.400,00;
- con Deliberazione n. 1224 del 31/07/2020 la Giunta ha approvato Schede progettuali relative alle annualità 2020-2021 del Piano strategico del Turismo - Puglia 365”, all’uopo stanziando a valere sull’Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, l’importo di € 13.000.000,00;
- con D.G.R. n. 591 del 12/04/2021, la Giunta Regionale ha, tra l’altro, approvato le Schede Azioni 2022 del Piano Strategico del Turismo – Puglia 365, prevedendo per l’attuazione delle attività nelle stesse contemplate € 5.400.000,00 a valere sulle risorse del POC Puglia 2014-2020 – Asse VI – Azione 6.8;
- con D.G.R. n. 959 del 16/06/2021, la Giunta Regionale, al fine di rendere più competitiva la destinazione Puglia e potenziare la strategia di comunicazione e promozione della brand identity, contestualmente sostenendo le aziende della filiera turistico-culturale, ha disposto l’aggiornamento del cronoprogramma finanziario già approvato con la su richiamata D.G.R. n. 591/2021;
- Con DGR n. 554 del 20/04/2022 e n. 939/2022, la Giunta Regionale ha approvato le “Schede Azioni 2022 del Piano strategico del Turismo – Puglia 365”, all’uopo stanziando la somma di € 10.000.000,00 a valere sull’Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020;
- Con DGR n. \_\_\_\_ del \_\_/\_\_/2023, la Giunta Regionale ha approvato le “Schede Azioni 2023 del Piano strategico del Turismo – Puglia 365”, all’uopo stanziando la somma di € 14.000.000,00 a valere sull’Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020.

Tanto premesso, in attuazione dei su richiamati atti di Giunta Regionale, tra le Parti si conviene e stipula quanto segue.

#### **Articolo 1 - Modifica dell’Art. 1 dell’Accordo di cooperazione**

Il paragrafo 1 dell’art. 1 “**Oggetto e finalità dell’Accordo di cooperazione**” dell’Accordo di cooperazione - Rep. n. 019106 del 28/02/2017 - è sostituito dal seguente:

#### ***Art. 1 (Oggetto e finalità dell’Accordo di cooperazione)***

1. La Regione Puglia e l’Agenzia Pugliapromozione concordano di definire ogni iniziativa utile all’implementazione ed attuazione del “Piano Strategico del turismo della Regione Puglia 2016/2025” (Allegato 1), denominato “Puglia 365” ed approvato con DGR n. 191 del 14/02/2017, nella parte relativa ai progetti da realizzarsi con spesa finanziaria a valere sulle risorse comunitarie dell’Azione 6.8 - Asse VI - POR Puglia 2014–2020 e POC Puglia 2014–2020, per un importo complessivo pari ad € 85.296.400,00, al fine di perseguire l’obiettivo di rafforzare la competitività della destinazione Puglia mediante la messa a punto di azioni efficaci ed interventi integrati.

#### **Art. 4 Pattuizioni**

Restano valide tutte le altre pattuizioni di cui all’Accordo di cooperazione Rep. n. 019106 del 28/02/2017 non in contrasto con il presente Addendum.

***Letto, confermato e sottoscritto digitalmente ai sensi del D. Lgs. n. 82/2005 e ss.mm.ii. e norme collegate***

*Regione Puglia*

*Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e*

*Valorizzazione del Territorio*

*Il Direttore*

*dr. Aldo Patruno*

*Agenzia Regionale del Turismo (ARET)*

*Pugliapromozione*

*Il Direttore*

*dr. Luca Scandale*



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

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

PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## PIANO STRATEGICO DEL TURISMO

### SCHEDA DI AZIONE

QUALIFICAZIONE E POTENZIAMENTO DEL SISTEMA  
DELL'ACCOGLIENZA TURISTICA REGIONALE E VALORIZZAZIONE  
DELL'OFFERTA

Annualità 2023

# PUGLIA<sub>365</sub>



## PREMESSA

La presente scheda tecnica illustra azioni di comunicazione in linea con il Progetto Esecutivo Accoglienza e Valorizzazione dell'Offerta turistica per l'anno 2023, in coerenza con il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", tuttora in corso di potenziamento e di revisione. Le attività descritte nel presente Progetto insistono su una implementazione finanziaria dell'intero Piano Strategico pari a complessivi 14.000.000,00 di euro per l'anno di riferimento.

Le attività di valorizzazione dell'offerta e qualificazione del sistema dell'accoglienza turistica regionale, in linea con gli obiettivi strategici del PST e in risposta alle mutate esigenze della domanda derivanti dal progressivo attenuarsi dell'emergenza da Covid-19.

Le iniziative qui di seguito elencate mirano a contribuire al rilancio della destinazione Puglia, in un'ottica di ampio respiro, capace di offrire risposte ad una domanda sempre più attenta e consapevole, ponendo al centro il binomio sviluppo turistico e sostenibilità ambientale.

Per garantire la massima efficacia del progetto e per far fronte alle immediate esigenze di operatività, si delineano di seguito le attività per cui si intende procedere nell'annualità 2023.

## VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA: IL PROGRAMMA "INPUGLIA365"

Il Piano Strategico del Turismo "Puglia365" punta allo sviluppo e al potenziamento dei principali prodotti turistici *arte e cultura, natura e sport, enogastronomia*. A questo fine appare necessario stabilire una sempre maggiore ed efficace connessione tra le attività volte alla **valorizzazione e all'animazione del territorio** con le esperienze locali orientate sui prodotti turistici tematici. Si intende, così, giungere ad integrare l'offerta turistica regionale arricchendola di attività esperienziali al fine di accrescere l'attrattività della Puglia come meta di viaggio.

Pugliapromozione, in continuità e coerenza con quanto sinora realizzato intende dunque consolidare i processi sinergici riferiti al potenziamento dei principali prodotti turistici *arte e cultura, natura e outdoor, enogastronomia*, con la finalità di promuovere la fruizione del territorio e di integrare e qualificare l'offerta turistica regionale.

L'obiettivo è quello di programmare **attività gratuite di fruizione turistica del territorio regionale** per la valorizzazione delle risorse materiali e immateriali e la destagionalizzazione dei flussi turistici secondo i principi-guida di autenticità, inclusione sociale, accessibilità, sostenibilità ambientale.



### **POTENZIAMENTO E QUALIFICAZIONE DEL SISTEMA DELL'ACCOGLIENZA TURISTICA DEGLI AEROPORTI DI BARI E BRINDISI**

L'importanza strategica dell'informazione turistica richiede che siano potenziati i luoghi nevralgici per l'accoglienza dei turisti, elevando la qualità dei servizi e delle attività a ciò orientate, per la migliore soddisfazione di turisti e viaggiatori e per rafforzare la *brand awareness* della destinazione Puglia. Pugliapromozione e Aeroporti di Puglia S.p.a., perseguendo obiettivi di interesse pubblico congiunti, continuano a collaborare anche nel 2023 per il potenziamento degli standard di qualità e funzionamento degli **Info-point turistici negli aeroporti pugliesi**. Ad oggi sono stati realizzati interventi di potenziamento e qualificazione del servizio di front-office turistico nella area arrivi. In continuità e coerenza con quanto sinora realizzato, saranno realizzati interventi volti a garantire **l'accoglienza dei passeggeri in transito presso i gate aeroportuali** attraverso azioni finalizzate alla qualificazione dei servizi di front-office turistico.

### **TURISMO NEI PORTI: ACCOGLIENZA E POTENZIAMENTO DEL BRAND PUGLIA**

Le sinergie messe in campo negli ultimi anni da parte di Pugliapromozione insieme alle due **Autorità Portuali di Sistema del Mar Adriatico e del Mar Ionio** sono state orientate a promuovere e valorizzare la Puglia come destinazione turistica e meta di viaggio secondo obiettivi di interesse pubblico congiunti. Nel solco di questa linea, anche nel corso del 2023, continueranno iniziative congiunte di qualificazione dell'**accoglienza turistica** presso i terminal crociere di Bari e Brindisi e Taranto; saranno realizzate azioni di **valorizzazione del territorio**, con la finalità di incidere sulla domanda, per promuovere e consolidare l'immagine della Puglia come destinazione turistica 365 giorni l'anno, anche in occasione di eventi dedicati al settore nautico e crocieristico e al trade internazionale.

### **TURISMO NAUTICO E CROCIERE: AZIONI DI CO-MARKETING**

La Puglia per gli oltre 800 chilometri di costa è una delle regioni italiane che più di altre potrebbe ancorare le sue strategie di sviluppo alle attività connesse con la "economia del mare", sia per l'offerta di servizi portuali e di imbarcazioni, sia per il collegamento tra le bellezze paesaggistiche della costa e l'entroterra. La scelta di una destinazione e dunque di un porto da parte dei turisti, delle compagnie, dei TO che organizzano charter, è determinata sempre più dalla capacità del territorio di gestire i flussi in sicurezza e di offrire proposte alternative e ad alto valore aggiunto, per la fruizione di itinerari a terra.

Nel 2023 si realizzeranno ulteriori azioni di networking rivolte alle compagnie nautiche e di crociera e ai TO che effettuano collegamenti marittimi verso la Puglia, facendo leva sulle scelte di investimento degli **stakeholders del traffico marittimo** e della filiera





turistica collegata all'incoming turistico nazionale e internazionale. L'azione persegue l'obiettivo immediato di **potenziare la conoscenza dell'identità visiva della Puglia** (brand Puglia) attraverso un'azione di comunicazione coordinata e di **promuovere e valorizzare le sue eccellenze enogastronomiche, naturalistiche e culturali**.



## PIANO STRATEGICO DEL TURISMO

### SCHEMA DI AZIONE

*Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia  
(Business to consumer). Azioni di comunicazione per la promozione di eventi  
Annualità 2023*

# PUGLIA<sup>365</sup>

### PREMESSA

La presente scheda tecnica illustra azioni di comunicazione in linea con il Progetto Esecutivo Comunicazione per l'anno 2023, in coerenza con il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", tuttora in corso di potenziamento e di revisione. Le attività descritte nel presente Progetto insistono su una implementazione finanziaria dell'intero Piano Strategico pari a complessivi 14.000.000,00 di euro per l'anno di riferimento.

### ATTIVITA' PROGETTUALI:

In coerenza con le azioni del Progetto esecutivo Comunicazione per l'annualità 2022, le presenti azioni servono per intercettare i consumatori/viaggiatori a tornare a viaggiare, restando immutata la vision di lungo periodo, truardata al 2025, di una destagionalizzazione dei flussi, una maggiore internazionalizzazione e uno sviluppo sostenibile del territorio.

L'ARET, infatti, intende realizzare azioni correlate alla strategia attuale di promozione della destinazione verso i target dei mercati consolidati per un rinforzo del consolidamento, dei mercati emergenti e pronti a rispondere, dei mercati potenziali per il primo posizionamento del brand Puglia. In particolare, considerato che la pandemia ha penalizzato la promozione del brand nei mercati esteri, in previsione dell'imminente riattivazione dei flussi, si intende dedicare particolare attenzione anche alle azioni di comunicazione della destinazione all'estero. Inoltre, si intende procedere con azioni volte a comunicare i prodotti turistici verso target pronti e sensibili.



Per il raggiungimento degli obiettivi indicati, le azioni previste riguardano nello specifico:

1. Azioni di comunicazione in Co-branding;
2. Media plan e Grandi Eventi;
3. Mediapartnership con Aeroporti di Puglia;
4. Produzione e distribuzione di contenuti testuali e multimediali;
5. Azioni di comunicazione per Cinesurismo;
6. Eventi e spettacoli dal vivo;

Di seguito il dettaglio delle singole voci:

1. Azioni di comunicazione in Co-branding

Servizi di comunicazione nell'ambito di eventi da realizzare in co-branding in settori diversi dal turismo e ad esso indirettamente collegati, quali ad esempio cinema, arte e cultura materiale e immateriale, moda e artigianato, sport. Analogamente, eventi volti alla promozione dei prodotti turistici (enogastronomia, sport e benessere, wedding, arte e cultura), da realizzarsi su territorio nazionale e internazionale, se consentito dalle disposizioni nazionali di sicurezza, e verso un pubblico generalista e specializzato.

Procedura: Procedura negoziata con affidamenti diretti, ex art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016

2. Media plan e Grandi eventi

Le azioni di comunicazione della destinazione sono quantomai da potenziare in previsione del rilancio del brand Puglia, soprattutto nei mercati esteri se la situazione pandemica lo consente, attraverso opportuni media mix, intesi come combinazione di mezzi tradizionali e digitali, su cui veicolare le campagne di comunicazione, nonché le strategie di promozione del territorio pugliese e dei prodotti turistici.

I target di riferimento sono:

- Nazionale;
- Internazionale: Europa, USA, Canada, Israele, Emirati e Australia;

Il piano di comunicazione redatto specificamente per la Call del Media plan e Grandi Eventi prevede canali media ON e OFF line, con specifica preferenza ai media mix digitali verso i paesi target che hanno subito una crescita in termini di fruizione durante la pandemia. Al contempo, si prevedono azioni di comunicazione nell'ambito di Grandi Eventi realizzati nella regione (riferiti ai settori di sport, musica, cinema, fashion style, enogastronomia, cultura e natura) e che sono centrali nel perseguimento degli obiettivi del progetto esecutivo in quanto validi attrattori per la valorizzazione e promozione del territorio.

In ultimo, il Media plan internazionale risulta essere uno strumento importante per riposizionare il brand Puglia nei mercati esteri dopo una fase prolungata e costretta di assenza



a causa delle restrizioni negli spostamenti e di imminente ripresa dei flussi turistici internazionali anche di lungo raggio. Pertanto, la strategia di riposizionamento è orientata ai mercati esteri su esposti a partire dalle azioni lasciate sospese nel mercato statunitense.

Procedura: Affidamento dei servizi ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n.3 del D.Lgs n.50/2016, e ss.mm.ii.

### 3. Mediapartnership con Aeroporti di Puglia

È prevista la media partnership con Aeroporti di Puglia S.p.A. per la valorizzazione della Puglia attraverso nuove azioni di comunicazione ON site nelle sedi aeroportuali pugliesi, in vista della ripresa dei flussi turistici, correlati all'evoluzione del piano voli, e come rafforzamento della *brand awareness*.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 5 co. 6 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.

### 4. Produzione e distribuzione contenuti testuali e multimediali

Al fine di rafforzare la strategia e incrementare lo storytelling della Puglia, in fase di ripresa del settore turistico, si ritiene opportuno investire nell'aggiornamento, produzione e distribuzione di nuovi contenuti per la comunicazione ON e OFF line, atteso che i contenuti digitali, su spinta dei nuovi trend e costumi sociali emersi durante la pandemia, sono diventati una principale fruizione da parte dei consumatori/turisti.

Procedura: Affidamenti ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii. oppure Affidamenti ai sensi dall'art. 63, comma 2, lett. b), n. 1., del D.Lgs. n.50/2016 e ss.mm.ii.

### 5. Azioni di comunicazione per Cineturismo

In coerenza con l'accordo di Cooperazione strategica tra Pugliapromozione e Fondazione Apulia Film Commission, attraverso attività congiunte di interesse pubblico per la valorizzazione del territorio e del patrimonio culturale regionale, si intendono rafforzare le azioni di promozione del brand Puglia quale destinazione turistica con la comunicazione integrata nell'ambito di progetti cinematografici di cineturismo.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 5 co. 6 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.

### 6. Eventi e spettacoli dal vivo



Nell'ambito della media partnership fra ARET Pugliapromozione e Teatro Pubblico Pugliese, si prevedono azioni congiunte di comunicazione e promozione per rilanciare e rafforzare il brand Puglia tramite eventi artistico-culturali, supportando la realizzazione ai fini della valorizzazione del territorio in settori quale quello della musica, dell'enogastronomia, delle arti e della creatività, nonché della cultura in genere per ottenere il rilancio del settore a seguito degli effetti negativi registrati dalla pandemia.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 5 co. 6 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

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

PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo**PIANO STRATEGICO DEL TURISMO****SCHEDA DI AZIONE*****Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato******"GOVERNANCE DELLA DESTINAZIONE"*****Annualità 2023****PUGLIA<sub>365</sub>**



## 1. PREMESSA

La presente scheda tecnica illustra azioni di comunicazione in linea con il Progetto Esecutivo Governance per l'anno 2023, in coerenza con il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", tuttora in corso di potenziamento e di revisione. Le attività descritte nel presente Progetto insistono su una implementazione finanziaria dell'intero Piano Strategico pari a complessivi 14.000.000,00 di euro per l'anno di riferimento.

La pianificazione strategica del turismo in Puglia è un percorso partecipato che dal 2016 definisce, aggiorna, comunica e diffonde il Piano Strategico del Turismo a cittadini, imprese e stakeholder. Il progetto Governance della destinazione è lo strumento principale per rendere tale processo efficace. Il piano strategico non è un prodotto finito, piuttosto è un'azione trasversale e organica nell'ambito della misura 6.8 del Fesr 2014-2020 e della futura programmazione 2021-2027, avendo come precipua finalità la promozione del brand Puglia e del turismo incoming in tutte le sue forme e con la trasversalità che il settore richiede.

Il piano strategico è di per sé uno strumento di governance e come tale va aggiornato soprattutto alla luce dei recenti eventi di portata storica susseguenti la pandemia da Covid-19 e le nuove tensioni geopolitiche che stanno rivoluzionando il settore viaggi e turismo sul piano globale.

## 2. OBIETTIVI

Gli obiettivi del progetto Governance 2023 sono stabiliti in coerenza con le recenti disposizioni contenute nell'art. 51 della L.R. 30 dicembre 2021 n. 51 (Disposizioni per la formazione del bilancio di previsione 2022 e bilancio pluriennale 2022-2024 della Regione Puglia - legge di stabilità regionale 2022) che allargano le funzioni dell'ARET anche allo sviluppo del territorio tramite l'internazionalizzazione delle imprese, il turismo delle radici e i Pugliesi nel Mondo. Tali obiettivi sono altresì in linea con quelli generali contemplati dal piano strategico finalizzati alla crescita dell'industria turistica nei sei vettori prioritari: infrastrutture, promozione, prodotto, innovazione, formazione, accoglienza tramite un processo bottom-up fondato sul costante confronto e sulla cooperazione con gli attori del territorio.



### 3. ATTIVITA'

#### **Confronto con stakeholders e partenariato**

L'azione prevede una serie di iniziative con stakeholders e partenariato socio-economico al fine di aggiornare e promuovere il nuovo piano strategico del turismo, ma non solo: coerentemente con gli obiettivi del progetto, gli incontri avranno lo scopo duplice di formare e informare, di comunicare in due sensi: di ricevere dunque dal basso ogni tipo di stimolo e nuove idee/progetti per l'aggiornamento del piano strategico.

#### **Partecipazione dei cittadini**

L'azione prevede il coinvolgimento diretto dei cittadini e delle associazioni no-profit atte a sensibilizzare la cittadinanza attiva ai contenuti di quello che sarà il nuovo piano strategico del turismo e, coerentemente con la legge sulla partecipazione della Regione Puglia, a fare scaturire dal basso proposte e innovazioni di processo nel settore turistico.

#### **Avviso pubblico per l'organizzazione di eventi di promozione della destinazione Puglia rivolto alle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo**

L'avviso, giunto alla sua seconda edizione, vuole sostenere le Associazioni dei Pugliesi nel Mondo, riconosciute ex LR 23/2000, nell'organizzazione di eventi di promozione della destinazione Puglia in Italia e all'estero.

#### **Protocollo d'intesa tra Pugliapromozione e RAI COM**

Il rinnovo del protocollo d'intesa ha come obiettivo la realizzazione di nuove iniziative di comunicazione istituzionale finalizzate alla promozione e valorizzazione del patrimonio paesaggistico, ambientale, artistico, culturale del territorio pugliese a livello internazionale, dopo il successo ottenuto nel 2021-2022 con il sostegno alla produzione dei format televisivi RAI dedicati alla Puglia e al Grand Prix.





### **Partecipazione e organizzazione di iniziative in occasione di missioni istituzionali e/o in collaborazione con il**

#### **Sistema della Rappresentanza Italia all'Estero**

Alla luce delle innovazioni introdotte dall'art. 51 della L.R. 30 dicembre 2021 n. 51 che vanno ad ampliare le competenze dell'Agenzia, sono previste azioni di coordinamento e supporto nell'organizzazione di missioni istituzionali all'estero al fine di favorire lo sviluppo economico del territorio anche attraverso l'internazionalizzazione delle imprese, la promozione dell'enogastronomia e la valorizzazione della rete dei Pugliesi nel Mondo. Le attività saranno svolte in collaborazione con il cerimoniale della Presidenza regionale e tramite la cooperazione con gli attori del Sistema della Rappresentanza Italiana all'Etero (Ambasciate, Consolati, ENIT, ICE, Camere di Commercio Italiane all'Estero, Istituti Italiani di Cultura).

#### **4. RISULTATI**

Valorizzazione dei risultati delle attività dei progetti esecutivi approvati (comunicazione, promozione, valorizzazione, innovazione, prodotto) tramite la partecipazione di cittadini e stakeholders.

Aggiornamento e adattamento del Piano Strategico del Turismo, in accordo con il partenariato, in base al nuovo scenario post-pandemico e alle tensioni create dal conflitto in Ucraina; diffusione e comunicazione del Piano, inclusa la nuova mission dell'Agenzia.

Rilancio della collaborazione efficace ed efficiente con l'Assessorato Turismo e Cultura sui progetti sviluppati di comune accordo, coordinando le attività con altri assessorati come Agricoltura, Sviluppo Economico e con la Comunicazione Istituzionale al fine di promuovere un brand unico della Puglia coerentemente con il processo di riforma della stessa Agenzia.



## SCHEDA DI AZIONE

### PIANO STRATEGICO DEL TURISMO

#### *Innovazione della destinazione Puglia*

Annualità 2023

# PUGLIA 365

#### PREMESSA

La presente scheda tecnica illustra azioni di comunicazione in linea con il Progetto Esecutivo Innovazione per l'anno 2023, in coerenza con il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", tuttora in corso di potenziamento e revisione. Le attività descritte nel presente Progetto insistono su una implementazione finanziaria dell'intero Piano Strategico pari a complessivi 14.000.000,00 di euro per l'anno di riferimento.

L'obiettivo è duplice: da un lato analizzare il mercato nel turismo e i nuovi trend di sviluppo che si stanno consolidando a seguito della pandemia da Covid-19 e dall'altro procedere con nuovi progetti e strumenti finalizzati al potenziamento dei servizi digitali per il settore turistico regionale.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

Il futuro alla portata di tutti  
Asse VI - Azione 6.8Puglia  
AGENZIA REGIONALE DEL TURISMO

## ATTIVITA' PROGETTUALI

### RICERCA

Per comprendere quanto e in che termini la pandemia ha influenzato il turismo non solo pugliese è indispensabile una ripresa delle attività di studio e ricerche quali/quantitative che possano permettere di aggiornare i cardini su cui si poggia il turismo e la motivazione al viaggio. Un'attenzione particolare sarà dedicata a:

- monitoraggio dell'appeal che la Puglia offre in relazione a specifici "prodotti" turistici sui quali la nostra regione sta investendo
- valutazione della situazione, prospettive, esigenze, difficoltà degli operatori turistici regionali nella fase post pandemia
- monitoraggio dei mercati esteri, in relazione all'*awareness* e alla propensione per l'offerta turistica regionale, ai driver e ai freni che ostacolano la scelta della destinazione Puglia

### DATA WAREHOUSE RICETTIVITÀ E FLUSSI TURISTICI

Il data warehouse è un potente strumento di consultazione di grandi quantità di dati che consente di eseguire selezioni avanzate e personalizzate con la scelta del massimo dettaglio dell'informazione. Il nuovo servizio "DWH Ricettività e Flussi turistici" dovrebbe permettere a tutti di consultare autonomamente i dati riguardanti le caratteristiche delle strutture ricettive presenti in Puglia, analizzare la movimentazione dei flussi (arrivi e presenze), accedere allo storico della tipologia di turisti che visitano la nostra regione.

### MONITORAGGIO DEL SENTIMENT E DELLE PRENOTAZIONI ON LINE

Per superare i tradizionali strumenti di analisi dei flussi turistici è indispensabile collegarsi a piattaforme che analizzano quanto avviene online, per comprendere ad esempio:

1. il sentiment on line;
2. la variabilità dei prezzi delle camere e dei servizi turistici offerti on line ai turisti;
3. le ricerche e le parole chiave che vengono utilizzate per cercare la destinazione Puglia; ecc...

### SERVIZI A SUPPORTO DELL'ESPERIENZA TURISTICA DIGITALE

Pugliapromozione intende proseguire i lavori di Transition Design sull'Ecosistema del turismo e della cultura, per:

- analizzare gli strumenti attuali di comunicazione, con mappatura dei touch-point e relativi test di usabilità, di accessibilità e dell'esperienza utente generale (p.e. con strumenti di eye-tracking);
- progettare servizi digitali di supporto alla comunicazione digitale, accoglienza digitale, promozione digitale;



- gestire attività di *content* e *direct marketing*, come supporto tecnico redazionale in termini di editing, aggiornamento e nuova produzione contenuti, ottimizzazione SEO/SEM, personalizzazione (anche mediante lo SugarCRM regionale);
- monitorare le campagne di comunicazione con Google Analytics e Google Data Studio.

### CONTENUTI MULTIMEDIALI

E' costante la necessità di produrre e/o acquisire contenuti multimediali sempre nuovi per la strategia editoriale degli strumenti e dei canali di comunicazione della Puglia.

Si propone una *call* per acquisire foto e video della Puglia da professionisti del settore, tesa a definire un elenco fornitori (fotografi, videomaker, agenzie) a cui rivolgersi per gestire il fabbisogno della comunicazione e della promozione, alimentando l'Archivio digitale regionale.

### PARTNERSHIP CON PIATTAFORME DATA-DRIVEN

#### - Google e META: comunicazione digitale su Facebook, Instagram, Google, Youtube

Si intende portare avanti le attività di *advertising* che consentono di profilare l'audience e il target in base alle strategie regionali, monitorando costantemente i risultati e i comportamenti dell'utenza. I social media, in particolar modo gli account gestiti dall'AReT, raccontano il territorio nella community *WeAreinPuglia*. Si intende quindi realizzare delle campagne di *digital advertising* e, nello specifico, di *social media marketing* al fine di ampliare e animare le community. Parallelamente, si intende proseguire le campagne sulla rete di ricerca *Google* e sul canale YouTube dell'AReT, con l'obiettivo di dare massima diffusione e penetrazione ai contenuti delle campagne di comunicazione, mediante campagne di Search Engine Management e campagne video.

#### - Progetti digitali creativi con piattaforme di promo-commercializzazione turistica

L'attività, rivolta a grandi player del turismo digitale, in target con le strategie della comunicazione e promozione della destinazione, è orientata alla promozione innovativa sulle grandi Online Travel Agencies quali Tripadvisor, Musement, Expedia, AirBnb, con i quali, si intende attivare azioni di promozione innovative e integrate di content marketing e content curation, brand awareness, con un ritorno di investimento misurabile sul territorio.

#### - Marketing programmatico

Si intende avviare un'attività di marketing programmatico nel settore *travel*. Tramite i dati in possesso di aziende specializzate nel marketing programmatico, recuperabili dalle piattaforme online di promo-commercializzazione, è possibile monitorare le ricerche della Puglia, per esempio per quanto riguarda i voli. E' possibile così identificare turisti potenziali in base ai loro comportamenti di viaggio online e utilizzare tecnologie di digital advertising che portino a far scegliere la Puglia come meta della propria vacanza. Indipendentemente dal concept della campagna, ma anche a supporto della stessa, questa attività permette di:

1. incrementare le ricerche della Puglia;
2. portare traffico dove sono presenti proposte di viaggio, l'offerta turistica e culturale, l'acquisto di voli e ricettività;
3. portare traffico a siti di acquisto voli (per esempio AeroportiPuglia.it) o di promo-commercializzazione dell'ospitalità ricettiva o a landing page dedicate.



## SCHEDA DI AZIONE

### PIANO STRATEGICO DEL TURISMO

#### *Prodotto Turistico*

Annualità 2023

# PUGLIA365

#### PREMESSA

La presente scheda tecnica illustra azioni di comunicazione in linea con il Progetto Esecutivo Prodotto turistico per l'anno 2023, in coerenza con il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", tuttora in corso di potenziamento e di revisione. Le attività descritte nel presente Progetto insistono su una implementazione finanziaria dell'intero Piano Strategico pari a complessivi 14.000.000,00 di euro per l'anno di riferimento.

Secondo il Piano strategico del Turismo 2017-2022, formulato dal MIBACT, il prodotto turistico viene riconosciuto come volano per un ampio potenziale di crescita e di occupazione nel turismo e nelle filiere produttive ad esso collegate. Contribuendo alla conoscenza e alla valorizzazione del suo patrimonio, il turismo contribuisce, infatti, alla generale capacità di attrazione del nostro Paese (non solo di visitatori ma di imprese, di competenze e di investimenti). Lo sviluppo del turismo è così in grado di produrre benessere economico e sociale anche in territori secondari, di generare coesione sociale e di contribuire all'identità culturale di città e territori, in modo durevole nel tempo.

Le azioni elencate di seguito nella presente scheda tecnica hanno l'obiettivo principale di implementare la competitività della Puglia, in tema di prodotto turistico, rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale. Il recupero di competitività è associato a un ampliamento del prodotto e all'espansione della quantità e della qualità dell'occupazione nel turismo e nelle filiere collegate. Il turismo, infatti, è un settore in cui la qualità dell'offerta è fortemente legata alla qualità del servizio e alla professionalità degli operatori, in tutta la filiera dell'accoglienza. A livello regionale gli strumenti operativi utili allo sviluppo strategico della competitività regionale dal punto di vista turistico-culturale sono principalmente due: Puglia365 (Piano Strategico del Turismo 2016-2025) e il Piiil Cultura (Prodotto, Identità, Innovazione, Impresa e Lavoro 2017-2026)

In conformità con gli obiettivi dei succitati progetti, sono stati individuati **quattro prodotti**



#### turistici:

- Enogastronomia;
- Mare, natura, sport e benessere
- Wedding
- Arte e Cultura;

2

#### Obiettivi generali

Per essere competitivi è necessario rendere tangibile la destinazione, facilitando la comprensione e la conoscenza dei prodotti turistici e costruendo l'offerta dal punto di vista del turista. L'offerta, va quindi ideata in un'ottica di sistema complementare a favore di un approccio che premi la destinazione come un insieme unico, strutturando un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica. Per quanto sopra detto si rende necessario perseguire i seguenti obiettivi generali:

- Posizionare la Puglia tra le mete più ricercate d'Italia e, di conseguenza, il brand (*position branding*)
- Destagionalizzare la destinazione (*seasonal adjustment*)
- Sviluppare e sostenere i settori economici di riferimento dei quattro prodotti con ricadute positive sull'occupazione (*impact on employment*)
- Favorire lo sviluppo di diversi "brand di prodotto" e la riconoscibilità degli stessi come "brand territoriali" in Italia e all'estero
- Attivare processi locali virtuosi per generare reti di imprese e DMO pubblico/private, che implementino il dinamismo commerciale sui mercati
- Ampliare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia
- Attrarre investitori stranieri

#### PRODOTTO ENOGASTRONOMICO

Il turismo enogastronomico è strettamente legato al territorio. Fondamentale diventa quindi connettere al tema 'enogastronomia' i valori ambientali, culturali, sociali, storico-culturali congiuntamente a quelli produttivi. Il prodotto enogastronomico, in questo senso, si inserisce nel contesto di valorizzazione di un intero territorio, essendo una delle più importanti espressioni di valori culturali e identitari.

La finalità principale del presente lavoro sarà, quindi, quella di trasformare il prodotto enogastronomico pugliese componente chiave dell'offerta turistica regionale e far sì che da mero elemento accessorio di viaggio diventi motivazione principale, contribuendo a diffondere l'immagine della Puglia come destinazione enogastronomica.

Si intende quindi costruire un programma di azioni incentrato su tre pilastri fondamentali: territorio, cucina e prodotti eno-gastro alimentari locali, posizionando quest'ultimi come elemento esclusivo del territorio e base per una cucina che caratterizzi a pieno la cultura dello stesso.



- **Valorizzare la componente enogastronomica a 360° verso il grande pubblico:** rendere, cioè, fruibile ai turisti che viaggiano con motivazioni differenti (mare, arte e cultura, natura, tradizione e folklore) la pluralità di esperienze enogastronomiche disponibili lungo il territorio.

### Contestualmente

- **Attivare azioni volte all'incremento delle presenze dei turisti che si muovono con motivazione enogastronomica pura.** La forte propensione dimostrata nelle indagini di mercato verso la scelta della Puglia come meta eno-gastro-turistica (Garibaldi, 2018) dimostra quanto possa essere attrattivo il comparto, anche per una domanda in crescita come quella del turista enogastronomico puro.

È dunque utile operare su entrambi i target – turista generalista/con altre motivazioni e turista enogastronomico puro – identificando e implementando una serie di azioni che agevolino la fruizione delle esperienze enogastronomiche esistenti, anche attraverso l'integrazione con le altre componenti dell'offerta regionale, e rafforzando l'offerta stimolando gli operatori del territorio ad arricchire ed innovare il ventaglio delle esperienze eno-gastro- turistiche.

Tali obiettivi si realizzano attraverso quattro differenti azioni:

- **COMUNICARE:** Mappare le esperienze turistiche esistenti, comunicarle al turista in modo coordinato e coerente, sviluppando al contempo un calendario di eventi a tema regionale più strutturato;
- **PROMUOVERE:** Promuovere l'offerta eno-gastro-turistica pugliese presso gli intermediari, gli influencer e il semplice turista, attraverso fiere, BtoB, workshop e incontri di settore nazionali ed internazionali;
- **QUALIFICARE:** Ideare un percorso che qualifichi l'offerta esistente, sviluppi nuove competenze secondo standard riconosciuti a livello internazionale e che rifletta l'autenticità e la genuinità del luogo assieme all'alta qualità del prodotto;
- **SVILUPPARE:** Avviare azioni specifiche per lo sviluppo dei prodotti in base all'esito del processo partecipato di sviluppo territoriale.

### PRODOTTO MARE, NATURA, SPORT E BENESSERE

I prodotti specifici individuati, per il segmento Sport, Natura e Benessere, sono i seguenti:

- BIKE – CICLOTURISMO
- MARE, WELNESS/TERME
- EVENTI SPORTIVI
- CAMMINI – TREKKING - ESCURSIONISMO

Nell'ambito delle analisi effettuate sulle specificità del segmento turistico "sport, natura, benessere" con riferimento alla destinazione Puglia sono emerse in maniera evidente le potenzialità associate al segmento del "bike tourism".

Negli ultimi anni il cicloturismo, nella sua accezione ampia di vacanze in biciclette e di utilizzo della bicicletta durante la vacanza, ha evidenziato uno sviluppo significativo a livello mondiale così come in Italia. Secondo i dati del Primo Rapporto su Cicloturismo e Cicloturisti dell'Isnart del 2019, le presenze riconducibili al cicloturismo in Italia nel 2018 sono 77,6 milioni, pari all'8,4% dell'intero movimento



turistico in Italia. Il cicloturismo in Puglia si caratterizza, allo stato attuale, come un prodotto esistente in virtù di un'articolata e composita offerta di esperienze cicloturistiche, offerte da privati, che si possono riassumere nelle tre seguenti macro tipologie:

1. Offerta di **tour** da parte di operatori specializzati regionali, nazionali ed internazionali;
2. Offerta di **escursioni giornaliere** da parte di operatori specializzati regionali;
3. Presenza di "**cicloturisti**" **non intermediati** che scelgono di viaggiare in Puglia con la propria bicicletta.

Questo sistema, però, non risulta funzionale ad uno sviluppo concreto e costante del "prodotto bike" in Puglia. Per questo risulta indispensabile:

- **COMUNICARE:** Mappare le esperienze turistiche esistenti, comunicarle al turista in modo coordinato e coerente, sviluppando al contempo un calendario di eventi a tema regionale più strutturato;
- **PROMUOVERE:** Definizione e attuazione di un programma di promozione del cicloturismo pugliese sui principali mercati internazionali e nazionali;
- **QUALIFICARE:** qualificare l'offerta esistente mediante la definizione di linee d'indirizzo per misure di agevolazione finanziaria per progetti d'investimento aziendali;
- **SVILUPPARE:** Avviare azioni specifiche mediante la realizzazione di:
  - una rete regionale degli operatori specializzati bike (strutture ricettive, tour operator specifici, servizi annessi)
  - Attività di co-marketing verso ristoranti e strutture ricettive,
  - Definire un modello innovativo di collaborazione pubblico – privata per rafforzare le specializzazioni turistiche della Regione Puglia.

4

### PRODOTTO WEDDING

Il matrimonio, inteso come grande evento, interessa non solo la filiera di pertinenza, ma è, ormai da anni, l'evento attraverso il quale è possibile promuovere la destinazione turistica della Puglia, in Italia e nel mondo.

Il progetto di *Wedding Destination* si propone di monitorare e sostenere anche l'incoming internazionale, col fine di posizionare al meglio la Puglia nel mercato del *Wedding* a livello nazionale ed estero.

Se negli anni scorsi si prediligevano hotel di lusso, ville e ristoranti, oggi cresce sempre più l'interesse verso la Puglia, i suoi borghi, le cattedrali, le masserie, i palazzi e le dimore storiche.

*Location*, queste, fortemente identitarie che si prestano a raccontare il territorio e a rendere unico il matrimonio in Puglia.

Per rendere il settore fortemente competitivo su scala nazionale e internazionale, sono necessarie le seguenti azioni:

- **COMUNICARE:** mappare e monitorare i luoghi in cui è possibile celebrare un matrimonio (luoghi comunale, luoghi gestiti dalle soprintendenze, dalla curia e luoghi privati), fornendo agli operatori del comparto uno strumento di lavoro fondamentale per la comunicazione del prodotto;
- **PROMUOVERE:** incentivare la destinazione Puglia quale meta adatta e pronta ad ospitare cerimonie nuziali attraverso la partecipazione a fiere, BtoB, workshop e incontri di settore nazionali ed internazionali;





- **QUALIFICARE:** accompagnare gli operatori al **CIF** - Codice Identificativo del Fornitore Wedding, attraverso il DMS di Pugliapromozione, e alla creazione di un distretto pugliese del wedding;
- **SVILUPPARE:** incentivare la formazione e la valorizzazione delle professionalità coinvolte nel settore wedding

## IL PRODOTTO ARTE E CULTURA

Il prodotto totale Arte e cultura è tra i tre prodotti, quello che ad oggi necessita di maggior sviluppo. I prodotti specifici individuati, per il segmento Arte e Cultura, sono i seguenti:

- **CLUSTER CAMMINI**
- **CLUSTER BELLEZZA** – Paesaggio e borghi, Borghi più belli del Mediterraneo – Borghi storici Marinari (progetto dell’Assessorato); integrazioni borghi e paesaggio.
- **CLUSTER MUSICA** - Eventi e integrazione con poli museali: Il cluster relativo agli eventi è quello della musica suddivisa in “cultura musicale” e in “espressione del folklore e della cultura locale”. La costruzione dell’offerta prevede un’integrazione del tangibile (luoghi) e intangibile (esperienze), e i servizi di base.

5

### Follow up delle attività suddiviso per ogni prodotto specifico:

**CLUSTER CAMMINI:** Aree di intervento: (i) cammini culturali / spirituali religiosi, messa in sicurezza, segnaletica, accessibilità generale ai percorsi, (ii) modalità di percorrenza a piedi pellegrinaggio, cammino spirituale, a piedi e in bicicletta cammino culturale e trekking, a cavallo escursioni e trekking; (iii) ospitalità differenziata un’ospitalità rurale, locande, piccoli, hotel, b&b e campeggi (iv) servizi minimi offerti: merenda per gli arrivi pomeridiani, o al sacco, colazione con prodotti locali, piccola lavanderia a disposizione degli ospiti, servizio trasporto bagagli da una struttura all’altra; (v) aggregazione dell’offerta. Lo sviluppo di questo prodotto specifico è da intendersi in concerto con il lavoro svolto dal Dipartimento Cultura e Turismo e con il prodotto Sport, Natura e Benessere.

**CLUSTER BELLEZZA:** individuazione di alcuni **borghi** e incontri con la relativa amministrazione locale, gli operatori del turismo, commercio e cultura per l’individuazione dei paesaggi e definizione attività di turismo creativo (laboratori- ad esempio spesa al mercato e cucina dei prodotti acquistati) e modalità di valorizzazione della passeggiata (lifestyle).

**CLUSTER MUSICA:** progettazione di un format di **laboratori creativi** (della durata da 1 a 4 ore in cui coinvolgere turisti), relativi alla musica, danza, artigianato e cucina e si svolgeranno nei poli museali, case e luoghi (anche piazze). La prima sperimentazione avverrà nel polo museale di Foggia nell’ambito dell’edizione del Medimex per poi proseguire. Le attività appena citate andranno concordate e realizzate anche attraverso il sostegno del Distretto Creativo e del Teatro Pubblico Pugliese.



Per i cluster individuati risultano necessarie le seguenti azioni specifiche:

- **COMUNICARE:** implementare attività di animazione culturale all'interno desiti (ad es. laboratori, attività formative tematizzate) e attuare una comunicazione integrata mediante DMS e altri canali on line e off line;
- **PROMUOVERE:** incentivare la creazione di esperienze culturali autentiche, di filiera e di servizi ed itinerari tematici trasversali su arte e cultura;
- **QUALIFICARE:** Creazione di una destination card (mista, con ingresso alle attrazioni e scontistica)
- **SVILUPPARE:** incentivare la formazione e la valorizzazione delle professionalità coinvolte e incentivare percorsi esperienziali diversi mediante l'impiego delle tecnologie (AR VR, 3D, ecc.) per l'apprendimento, la fruizione e il coinvolgimento del turista (INFRASTRUTTURAZIONE DIGITALE dei percorsi e delle esperienze).



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti  
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

## SCHEDA DI AZIONE

### PIANO STRATEGICO DEL TURISMO

#### *Promozione della destinazione Puglia*

Annualità 2023

# PUGLIA<sub>365</sub>



## PREMESSA

La presente scheda tecnica illustra azioni di comunicazione in linea con il Progetto Esecutivo Promozione della Destinazione Puglia per l'anno 2023, in coerenza con il Piano Strategico del Turismo "Puglia 365", tuttora in corso di potenziamento e di revisione. Le attività descritte nel presente Progetto insistono su una implementazione finanziaria dell'intero Piano Strategico pari a complessivi 14.000.000,00 di euro per l'anno di riferimento.

## ATTIVITA' PROGETTUALI

Le attività 2022 saranno orientate al rafforzamento della promozione della destinazione Puglia sia nei mercati consolidati che in quelli emergenti e potenziali per consolidare e incrementare i flussi turistici provenienti sia dal mercato Italiano che dal mercato internazionale della travel Industry.

Per l'annualità 20202 si prevede la realizzazione di attività di promozione della destinazione Puglia, che si svilupperanno attraverso macro tipologie di interventi, quali:

- **Fiere ed Eventi**
- **Workshop business to business**
- **BuyPuglia Travel Meeting**
- **BuyPuglia Tour**
- **Progetti speciali**
- **Ospitalità e accoglienza**

La partecipazione a fiere e workshop b2b e l'organizzazione diretta di eventi e workshop b2b è realizzata in collaborazione con il sistema delle imprese pugliesi (tour operator, strutture ricettive, servizi al turismo, ecc.) e in partnership con i principali player del turismo internazionale. Attraverso la piattaforma telematica DMS-Destination Management System. La cooperazione con il Brand Italia e il sistema delle Regioni è strategica per la realizzazione delle azioni sui mercati esteri e si realizza attraverso la collaborazione con l'ENIT Agenzia Nazionale del Turismo.

### Fiere ed Eventi

Le manifestazioni fieristiche nazionali e internazionali rappresentano uno strumento per presentare l'offerta turistica ad una platea composta da operatori della domanda, media specializzati e pubblico di viaggiatori. Il programma potrà essere ridotto o integrato con ulteriori iniziative in presenza di un numero significativo di operatori pugliesi aderenti o di specifiche esigenze promozionali.



### **Workshop business to business**

I workshop di settore sono eventi particolarmente significativi nell'ambito dell'attività di supporto alla commercializzazione e prevedono la partecipazione di Pugliapromozione in collaborazione con imprese singole o associate a giornate di incontri b2b tra Seller e Buyer internazionali con agende di appuntamenti organizzate in esclusiva da specialisti di settore. La partecipazione dell'Agenzia ai workshop b2b, oltre che in supporto al sistema delle imprese, è funzionale alla costruzione del portfolio di contatti buyer. La dimensione della partecipazione dell'Agenzia agli eventi b2b è proporzionale al numero di imprese pugliesi partecipanti.

### **BuyPuglia - Travel Meeting**

L'evento internazionale di Business Meeting (il workshop B2B) sarà organizzato nel 2022 con un nuovo format che prevede l'opportunità per il sistema delle imprese pugliesi di presentare la propria offerta a una selezione di operatori provenienti dai principali mercati europei ed extraeuropei selezionati per prodotto. In particolare si intende realizzare eventi dedicati ai diversi prodotti turistici. I workshop B2B saranno orientati a soddisfare le esigenze dei diversi buyer provenienti sia dai mercati di riferimento per la destinazione turistica Puglia che dai mercati emergenti. Sulla base del follow up ricevuto dai partecipanti alle ultime edizioni, saranno implementate le azioni per garantire la qualità del matching attraverso una nuova piattaforma online dedicata, *BuyPuglia Matching Platform* che continuerà a funzionare tutto l'anno a prescindere dall'evento BuyPuglia, per permettere agli operatori della domanda internazionale di essere sempre aggiornati sulla destinazione Puglia ed entrare in contatto con gli operatori di settore. BuyPuglia è un evento che punta a far conoscere l'offerta turistica attraverso un'esperienza di viaggio personalizzata per prodotto dedicata ai diversi tour operator nazionali ed internazionali. Gli itinerari di visita del territorio saranno definiti nei dettagli solo dopo l'accredito e la verifica del profilo dei buyer, al fine di soddisfare al meglio le esigenze della domanda. Gli incontri B2B saranno organizzati attraverso un'agenda appuntamenti personalizzata per ciascuna impresa partecipante. L'agenda sarà definita in anticipo attraverso il sistema BuyPuglia Matching Platform, il nuovo strumento digitale creato per garantire che l'incontro e la contrattazione tra seller e buyer avvengano sulla base di un reale e reciproco interesse.

### **BuyPuglia Tour**

Il BuyPuglia Tour è un programma di eventi di presentazione tecnica della destinazione Puglia, per trade e stampa realizzato in collaborazione con il sistema delle imprese che consente di intercettare professionisti e tecnici del settore turistico interessati alla commercializzazione della destinazione e farli incontrare con l'offerta turistica pugliese organizzata per prodotti e servizi. I workshop del BPT saranno organizzati in città estere collegate con voli diretti e in nuovi mercati potenzialmente in crescita. Ciascun evento del BPT comprende una parte di presentazione tecnica della destinazione Puglia, per fornire informazioni specifiche e tecniche sui territori e prodotti turistici regionali offerti dalla regione, attraverso l'ausilio di video/immagini/de gustazioni delle tipicità pugliesi; una parte tecnica riservata a incontri B2B o networking tra gli operatori del trade esteri e gli operatori turistici pugliesi. Gli eventi del BPT potranno essere realizzati in partnership con compagnie aeree, tour operator o altri player interessati alla promozione della destinazione



nei mercati di riferimento.

### Progetti Speciali

I Progetti speciali comprendono la promozione del Brand Puglia attraverso la partecipazione a grandi eventi nazionali ed internazionali sia turistici che di altro genere, attraverso forme di partnership e co-marketing, una formula particolarmente efficace per aumentare la *brand awareness* della destinazione attraverso azioni di *endorsement* con manifestazioni o brand di notorietà internazionale o legati a specifiche nicchie di mercato. La realizzazione delle attività di co-marketing sarà realizzata attraverso forme di partnership con vettori aerei, tour operator, soggetti pubblici e privati interessati a vario titolo a co-investire sulla promozione della destinazione Puglia, organizzatori di grandi eventi, operatori del settore agroalimentare dell'artigianato, grandi e piccoli editori, OTA, produzioni cinematografiche, televisive, radiofoniche e documentaristiche, produttori di video musicali, grandi aziende locali nazionali e internazionali localizzate in Puglia che intendono associare il proprio brand a quello della destinazione, ecc. In occasione di tali eventi, sempre al fine di supportare la promozione della destinazione nelle città collegate con voli diretti o sui mercati ad alto potenziale di sviluppo, si potranno realizzare iniziative legate al mondo della creatività e dell'arte contemporanea, denominate We Are Creative in Puglia. L'obiettivo delle iniziative denominate We Are Creative in Puglia è di realizzare opere d'arte urbana che durino nel tempo lasciando una firma targata Puglia nelle principali città del mondo.

Tra i progetti speciali si prevede inoltre di dare continuità alle seguenti progettualità:

**CoMktg Puglia Travel Industry** - Attività di comarketing con compagnie aeree, charter operator, Tour Operator e aggregazioni di operatori per la promozione della **destinazione** sui diversi mercati e per l'attrazione di nuovi investimenti nel settore.

**Puglia Art & Craft** - In continuità coerenza con gli obiettivi strategici di promozione btoB e btoC definiti nel Piano Strategico del Turismo, il presente progetto si pone come obiettivo di valorizzare le piccole imprese del settore dell'artigianato come strumento di destination marketing per incrementare la brand awareness della destinazione, prolungare la brand experience della destinazione, e dunque raggiungere gli obiettivi principali delle attività di promozione e comunicazione dell'Agenzia Pugliapromozione.

**Online Travel Agencies** - Sviluppo di progetti di promozione e comunicazione con piattaforme internazionali di booking attraverso la realizzazione di contenuti sulla destinazione Puglia da orientare secondo le indicazioni dell'osservatorio regionale.

### Ospitalità e accoglienza

Il programma di ospitalità di Tour Operator, agenti di viaggio, giornalisti e altri operatori di servizi e ha lo scopo di permettere ai soggetti ospitati di familiarizzare con la "destinazione" attraverso l'esperienza diretta ed il



contatto con i partner e gli attori locali. Itinerari di visita che, essendo destinati ad operatori di settore, giornalisti ed opinion leader, permettono agli stessi la scoperta diretta dei luoghi, di una località, di un prodotto nonché di un evento, nell'ottica della promozione e della commercializzazione dell'offerta turistica della regione. Il programma di ospitalità è anche il follow up della partecipazione di Pugliapromozione a fiere, eventi e workshop nazionali ed internazionali.

Si procederà con l'organizzazione di tour promozionali che coinvolgano specifici target di fruitori attivando un avviso pubblico per la raccolta di proposte. Si prevede, inoltre, di stilare un programma di tour tematici organizzati su iniziativa diretta dell'Agenzia Pugliapromozione ai quali sarà possibile partecipare su invito o, a seconda degli obiettivi strategici, su adesione degli interessati.



### **SCHEDA AZIONE**

#### **BARI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL – BIF&ST 2023**

Accordo di cooperazione pubblico-pubblico

ARET PugliaPromozione e Fondazione Apulia Film Commission

#### **PREMESSA**

- L'ARET PugliaPromozione e la Fondazione Apulia Film Commission (AFC) hanno sottoscritto un accordo di cooperazione in data 30.10.2020 (prot.n. 41893) per la realizzazione integrata di servizi pubblici finalizzati alla valorizzazione, promozione e comunicazione della Puglia come destinazione turistica e come industria culturale cinematografica, che intende qui richiamato ("accordo pubblico-pubblico");
- Tale accordo è finalizzato allo svolgimento di attività di interesse comune, coerentemente con le finalità istituzionali di entrambe le parti, quali la diffusione di attività di comunicazione e valorizzazione turistica e culturale anche sul territorio pugliese;
- Le Parti hanno preso l'impegno a collaborare, ciascuna nell'ambito delle proprie competenze e responsabilità, alla definizione e alla realizzazione congiunta di specifici interventi, secondo quanto di volta in volta concordato e recepito nei progetti esecutivi dell'accordo "pubblico-pubblico" sottoscritto;

#### **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA' E MODALITA' DI ESECUZIONE**

- Nello specifico, in stretta collaborazione con l'ARET PugliaPromozione, la Fondazione AFC in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Cooperazione in oggetto, organizza festival, eventi di presentazione, road show, proiezioni, anteprime, banchetti, conferenze stampa ed ogni altra forma di introduzione della Puglia del cinema a destinatari finali scelti sulla base di strategie di penetrazione presso precisi mercati; tale attività di comunicazione e promozione, viene svolta sia in occasione di importanti festival di cinema nazionali ed internazionali, quali, a titolo esemplificativo, i Festival di Roma, Torino, Venezia, Berlino, Cannes che durante i festival cinematografici sostenuti dalla Fondazione AFC.
- L'intervento "**BARI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL – BIF&ST**" edizione 2023 rappresenta un importante festival internazionale del cinema e della cultura audiovisiva per la città di Bari; posto sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica Italiana, si è contraddistinto nel tempo per essere l'evento più atteso dal pubblico cinefilo e dagli stakeholders dell'audiovisivo nel sud Italia, tanto da giungere alla sua tredicesima edizione vantando una ricca storia di ospiti nazionali ed internazionali e numerose anteprime di opere cinematografiche di rilievo. L'edizione 2023 si svolgerà dal **24 marzo al 1° aprile**.





- il Bif&st rappresenta, inoltre, il “festival del cinema nei teatri”, contribuendo a valorizzare una città unica per la collocazione in un’area ristretta e centralissima di 4 teatri storici: il Teatro Piccinni, il Teatro Petruzzelli, il Teatro Margherita ed il Teatro Kursaal, diversificando in ognuno di essi l’offerta culturale e cinematografica per 8 giorni consecutivi attraverso l’impiego dei più sofisticati e funzionali sistemi digitali di proiezione e di suono.
- Obiettivo del Bif&st è il **riconoscimento del cinema quale fondamentale fattore di promozione e di sviluppo culturale, economico e sociale**, nonché di promozione del territorio regionale al fine di rafforzare il brand Puglia attraverso le sue location e le sue bellezze di interesse storico, culturale, artistico e naturalistico sviluppando una serie di azioni volte ad attrarre non soltanto gli operatori del settore, ma un turismo culturale italiano ed estero, coniugando le eccellenze, le peculiarità e i servizi presenti sul territorio.
- Il Bif&st si colloca al principio della primavera permettendo di puntare alla **destagionalizzazione negli eventi regionali**, al fine di creare un flusso continuo di turisti e operatori del settore che possano apprezzare il territorio pugliese al di là esclusivamente dell’aspetto naturalistico e paesaggistico, ma anche e soprattutto culturale.
- In continuità con le iniziative di promozione svolte nel corso degli anni precedenti, la Fondazione Apulia Film Commission e l’ARET PugliaPromozione hanno programmato diverse iniziative di promozione e comunicazione, come meglio specificato nel programma del Bif&st, parte integrante della presente scheda.

## OBIETTIVI E RISULTATI

In ottemperanza alle finalità dell’Accordo di Cooperazione di sviluppare, rafforzare e promuovere attività di interesse comune per il settore del turismo e dell’audiovisivo, sia sul territorio regionale ma anche in Italia e all’estero, al fine di realizzare azioni di promozione e valorizzazione integrata del territorio per attrarre investimenti sul territorio regionale, con tale intervento si intende perpetuare l’azione di promozione del brand Puglia (mediante lo strumento dell’audiovisivo) e delle principali peculiarità, andando ad effettuare un’azione comune tra gli enti regionali del turismo e dell’audiovisivo in un contesto quale il Festival, ad elevata visibilità e con una rilevante affluenza di operatori del settore.

L’evento risponde alla necessità di promuovere il territorio regionale e rafforzare il brand Puglia attraverso le sue location e le sue bellezze di interesse storico, culturale, artistico e naturalistico sviluppando una serie di eventi volti ad attrarre un pubblico non soltanto di operatori del settore, ma anche di turisti dall’Italia e dall’estero. Tale festival solitamente si propone di diversificare e destagionalizzare la composizione dei normali flussi turistici offrendo iniziative culturali e forme di



intrattenimento differenti, organizzando specifici eventi legati al settore cinema e audiovisivo e capaci di attrarre un pubblico variegato.

Tale forma di investimento accresce l'attrattività delle location pugliesi e favorisce la nascita di nuove imprese nella filiera del settore, nonché lo sviluppo di innovazione tecnologica nella filiera stessa.

Non di meno il Bif&st rappresenta un'occasione di crescita economica per i numerosi fornitori e operatori coinvolti, giungendo a creare un'economia di scala nell'intero territorio regionale, grazie alla ricaduta economica che interessa il settore terziario: dagli hotel e ristoranti, alle attività di hostessing, di allestimento e fieristica, di service e tecnologie audio/video, al settore della comunicazione con affissioni, stampe, uscite promozionali ecc.

Il Festival mira a rafforzare il brand Puglia come destinazione turistica e luogo dell'industria audiovisiva; e ad aumentare la crescita del numero di visitatori e di produzioni che scelgono la Puglia grazie alle azioni di rappresentanza istituzionale, promozione e diffusione che vengono promosse in occasione di eventi ad hoc realizzati all'interno di un festival con una crescente visibilità e posizionamento nazionale.

#### **PUBBLICO E TARGET DEL FESTIVAL**

Il pubblico del Festival è altamente variegato; è infatti composto sia da giovani di età compresa fra i 16 ed i 30 anni, che dai 30 in su fino agli appassionati 80enni, a seconda delle iniziative proposte (proiezioni, mostre, laboratori, incontri, etc) provenienti non solo da tutta la Regione Puglia ma anche da diverse zone d'Italia, cinefili, appassionati del cinema e operatori del settore audiovisivo. Se possibile, tale indice sarà misurato sulla base di appositi questionari da somministrare ai fruitori. È da rilevare che le attività sui social network ufficiali del Bif&st – Bari International Film Festival (Facebook, Instagram, Twitter) hanno evidenziato per la precedente edizione un aumento esponenziale del coinvolgimento da parte degli utenti, registrando, nei giorni del festival, oltre 60.000 interazioni. Anche per quanto concerne la diffusione dei contenuti, i numeri registrati sono in costante aumento di edizione in edizione: la copertura dei contenuti postati registra circa 200.000 persone raggiunte, mentre le impression superano il milione, superando anche i confini nazionali e raggiungendo Paesi come USA, UK, Francia, Spagna, ma anche territori più lontani come Russia, Nuova Zelanda e Kirghizistan. Da rilevare, anche la crescita del canale Instagram che registra un +20% di follower, mentre la fascia di età prevalente rimane quella tra i 25 e i 34 anni.



## **BUDGET - BARI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL - BIF&ST - edizione 2023**

### **COSTI A CARICO DI PUGLIAPROMOZIONE**

Sono previsti i seguenti servizi:

#### **· STAFF E DIREZIONE ARTISTICA**

€ 308.000

#### **· OSPITALITA'**

Spese di viaggio, vitto, alloggio, ospiti, giornalisti, staff e delegazioni che interverranno al festival € 120.000

#### **· ORGANIZZAZIONE GENERALE**

Interpretariato simultanea e traduzione testi, Movimentazione e trasporto materiali (film, audiovisivi da Italia e estero), Vigili del fuoco, Assicurazioni luoghi e supporti, Acquisto DVD / BLURAY, Fee per Diritti Film, Logistica e SIAE € 100.000

#### **· ATTREZZATURE IMPIANTI E SERVIZI**

Premi, Servizio autisti e trasfer, Hostess, Servizio di sottotitolazione film e prodotti tv, Allestimento proiezioni service audio video, Allestimenti tutti gli spazi del festival (interni ed esterni), Noleggio teatri e servizi, Occupazione suolo pubblico, Antipirateria € 400.00

#### **· COMUNICAZIONE E PROMOZIONE**

Agenzia di Comunicazione, Social, Ufficio stampa nazionale e internazionale, Piano comunicazione, Backstage, Stampa materiali, Conferenza stampa € 72.000

stampa catalogo generale

Conferenza stampa annuncio programma STAMPA ESTERA Roma, febr./ marzo 2023

**TOTALE € 1.000.000,00 IVA inclusa**

### **COSTI A CARICO DELLA FONDAZIONE AFC**

#### **· PERSONALE**

o Supporto, organizzazione, coordinamento e supervisione nella realizzazione di tutte le iniziative con staff dedicato, per € 40.000,00.

#### **· COMUNICAZIONE**

o Ufficio Stampa – Cura della campagna media € 2.000,00

**TOTALE € 42.000,00 IVA inclusa**

## **CRONOPROGRAMMA**



UNIONE EUROPEA  
POR FESR-FSE 2014 - 2020  
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA  
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE  
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo



APULIA FILM COMMISSION  
La Puglia è tutta da girare.  
Puglia, scenes to explore.



Cronoprogramma delle attività													
Fasi/tempo	Anno 2023												
	GE N	FE B	MA R	AP R	MA G	GI U	LU G	AG O	SE T	OT T	NO V	DI C	
Progettazione													
Procedure evidenza pubblica													
Esecuzione													
Rendicontazione													



**REGIONE PUGLIA**  
**SEZIONE BILANCIO RAGIONERIA PARERE DI REGOLARITA' CONTABILE**  
**(D. Lgs. n. 118/11 e s.m.i.)**

UFFICIO	TIPO	ANNO	NUMERO	DATA
TUR	DEL	2023	4	23.02.2023

POR PUGLIA 2014/2020#ASSE VI#AZIONE 6.8. PIANO STRATEGICO DEL TURISMO (DGR N. 191/2017, N. 256/2018, N. 1200/2018, N. 891/2019, N. 415/2020, N. 1224/2020, N. 591/2021, N. 959/2021, N. 554/2022, N. 701/2022, N. 939/2022)-ANNUALITÀ 2023. VARIAZIONE ALBILANCIO ANNUALE 2023 E PLURIENNALE DI PREVISIONE 2023-2025 AI SENSI DELL'ART.51 COMMA 2 DEL D.LGS. N.118/2011 E APPROVAZIONE SCHEMA DI ADDENDUM.

**Si esprime: PARERE DI REGOLARITA'CONTABILE POSITIVO**  
**LR 28/2001 art. 79 Comma 5**

**Responsabile del Procedimento**

PO - PAOLINO GUARINI

Firmato digitalmente da  
PAOLINO GUARINI  
Regione Puglia  
Firmato il 23/02/2023 16:33:41  
Certificatore: 3461071  
Valido dal 03/04/2020 al 03/04/2023

**Dirigente**  
Firmato digitalmente da  
DR. N° PALADINO  
**NICOLA PALADINO**  
C = IT

