

DETERMINAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE PUGLIAPROMOZIONE 21 marzo 2016, n. 70

Conclusione indagine di mercato telematica ex art. 125, comma 11, del Codice dei Contratti Pubblici per l'affidamento della fornitura di stampati e altri prodotti con stampa del Brand Puglia da destinare agli incontri con gli operatori territoriali che si terranno per la elaborazione del Piano Strategico per il Turismo. Affidamento della fornitura.

CIG ZDB1900D1A.

L'anno 2016, il giorno ventuno del mese di marzo, il dott. Matteo Minchillo, Direttore Generale di Pugliapromozione:

- VISTA la Legge Regionale 11 febbraio 2002, n.1, così come modificata dalla Legge Regionale 3 dicembre 2010, n. 18, recante *"Norme di prima applicazione dell'art. 5 della L. 29/03/2001, n. 135 riguardanti il riordino del sistema turistico pugliese"*;
- VISTO il Decreto del Presidente della Giunta Regionale 22 febbraio 2011, n. 176, *"Istituzione Agenzia Regionale del Turismo (ARET) denominata PUGLIAPROMOZIONE"*;
- VISTO il Regolamento Regionale 13 maggio 2011, n. 9, *"Regolamento di organizzazione e funzionamento di PUGLIAPROMOZIONE"*;
- VISTA la Deliberazione della Giunta Regionale del 09 settembre 2015, n. 1596 relativa al conferimento ad interim delle funzioni di Direttore Generale dell'Agenzia Pugliapromozione al Direttore Amministrativo dott. Matteo Minchillo;
- VISTA la Legge 7 agosto 1990, n. 241 e ss.mm.ii. recante *"Nuove norme sul procedimento amministrativo e sul diritto di accesso ai documenti amministrativi"*;
- VISTA la Legge Regionale 20 giugno 2008, n. 15 recante *"Principi e linee guida in materia di trasparenza dell'attività amministrativa nella Regione Puglia"*;
- VISTA la Legge del 6 novembre 2012, n. 190 recante *"Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione"*;
- VISTO il D.lgs. 12 aprile 2006, n. 163 e ss.mm.ii. recante Codice dei contratti pubblici;
- VISTO il D.P.R. 5 ottobre 2010, n. 207 recante *"Regolamento di attuazione del Codice dei contratti pubblici"*;
- VISTA la Determinazione del Direttore Generale del 30.07.2012, n. 238 con cui si recepiva e approvava il regolamento degli acquisti EMPULIA;
- VISTA la D.G.R. n. 2421/2015 - BURP n. 6/2016 – con cui la Giunta regionale ha approvato l'implementazione di buone pratiche nel settore del Turismo utili all'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020, per la definizione del Piano Triennale di promozione turistica di successiva emanazione, e per il prosieguo delle attività dell'Agenzia regionale Pugliapromozione ;
- VISTO l'art. 1, comma 450, della Legge del 27.12.2006, n. 296 recante *"Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2007)"* come modificato, da ultimo dalla Legge di stabilità per il 2016, art. 1, commi 495 e 502);
- VISTA la Legge del 7 agosto 2012, n. 135 recante *"Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 6 luglio 2012, n. 95, recante disposizioni urgenti per la revisione della spesa pubblica con invarianza dei servizi ai cittadini"*;
- VISTO il D.L. del 24 aprile 2014 n. 66 recante *"Misure urgenti per la competitività e la giustizia sociale"* convertito nella Legge del 23.06.2014, n. 89 recante *"Misure urgenti per la competitività e la giustizia sociale"*, con particolare riferimento all'art. 9, comma 3;
- VISTO il Decreto Legge del 24 giugno 2014, n. 90 convertito nella Legge del 11 agosto 2014, n. 114 recante *"Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per l'efficienza degli uffici giudiziari"*;
- VISTO il D.P.C.M. del 24 dicembre 2015 recante *"Individuazione delle categorie merceologiche ai sensi dell'articolo 9, comma 3 del decreto-legge 24 aprile 2014, n. 66, convertito, con modificazioni, dalla legge"*

23 giugno 2014, n. 89, unitamente all'elenco concernente gli oneri informativi”;

- VISTA la Legge di Stabilità per il 2016 (Legge 28 dicembre 2015, n. 208);
- VISTA la propria Determinazione n. 524 del 29/12/2015 con la quale è stato approvato il B.P. 2016, pluriennale 2016/2018;

PREMESSO CHE

- L'art. 7 della Legge Regionale 11 febbraio 2002, n. 1, così come modificato dalla Legge Regionale 3 dicembre 2010, n. 18, stabilisce che *“Pugliapromozione è lo strumento operativo delle politiche della Regione in materia di promozione dell'immagine unitaria della Puglia”*;
- L'articolo 7 della L.R. 11 febbraio 2002, n. 1, così come modificato dalla Legge Regionale n. 3 dicembre 2010, nr. 18, stabilisce che: *“Pugliapromozione è lo strumento operativo delle politiche della Regione in materia di promozione dell'immagine unitaria della Puglia”* e che *“in qualità di strumento operativo delle politiche regionali: a) promuove la conoscenza e l'attrattività del territorio, nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali ed immateriali, valorizzandone le eccellenze”*;
- L'articolo 7, comma 1, lett. c) della L.R. n. 1/2002, come modificato dalla Legge regionale n. 18/2011, stabilisce che l'Agenzia *“promuove e qualifica l'offerta turistica dei sistemi territoriali della Puglia, favorendone la competitività sui mercati nazionali e internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e privato nell'ambito degli interventi di settore; promuove inoltre l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo”*;
- Nel piano triennale di promozione turistica 2012-2014, l'Agenzia Puglia Promozione è stata individuata come soggetto deputato al management della destinazione;
- Per attuare le politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria del territorio regionale per fini turistici, Pugliapromozione gestisce e promuove la destinazione della Puglia come complesso integrato e flessibile di valori tangibili ed intangibili, attraverso l'operare di soggetti diversi integrati e organizzati per uno sviluppo turistico equilibrato e sostenibile;
- Sono in procinto di essere avviate attività inerenti il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia che vedrà coinvolti tutti gli operatori del settore, gli enti locali, le associazioni datoriali e sindacali, tutti gli stakeholders del settore, il MIBACT, gli opinion leader locali, le università e i GAL;
- L'obiettivo del primo Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia, in continuità con gli Stati Generali della Cultura e del Turismo, è quello di condividere e sviluppare una visione condivisa degli obiettivi pluriennali del settore e determinare una strategia che si comporrà di azioni di marketing, advertising, realizzazione di reti di impresa, implementazione di trasporti pubblici efficienti;
- Il Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia sarà organizzato dall'Assessorato all'Industria Culturale e Turistica per mezzo dell'Agenzia Regionale Pugliapromozione con la previsione 18 incontri (3 per ogni provincia) utilizzando tavoli di lavoro basati sui dati attuali e di prospettiva del settore turistico della Puglia;
- A tal fine saranno organizzate 6 aree tematiche: promozione, prodotto, infrastrutture, innovazione, formazione, accoglienza; in questo ambito saranno affrontati i temi all'attenzione dei tavoli di lavoro per arrivare a organizzare e programmare delle iniziative dei settori cultura, turismo, agricoltura, internazionalizzazione della Regione Puglia, armonizzare la programmazione europea 2014-2020, della programmazione nazionale (PON) per una vision condivisa e infine un Piano strategico degli interventi e delle azioni di sistema;
- L'obiettivo del Piano Strategico è quello di continuare a crescere in un settore trainante dell'economia e della società pugliese per essere consapevole traino del Sistema Italia e per diventare caso di studio sempre più innovativo anche in Europa;
- La modalità di lavoro partecipata servirà per mettere a sistema tutte le componenti del settore turistico e a definire le priorità a medio lungo termine, ma soprattutto a definire le azioni e individuarne i responsabili con relativi costi, tempi, vantaggi e svantaggi della loro realizzazione;
- Insieme alle strutture dell'Assessorato e di Pugliapromozione sarà costituito un Comitato Promotore che

avrà il compito di promuovere la redazione del piano, favorire il coinvolgimento di tutti i soggetti utili a portare il proprio contributo, ascoltare i risultati dei gruppi di lavoro e approvare il Piano Strategico nonché sostenerne la realizzazione attraverso accordi ad hoc;

- Il kick-off è previsto per il giorno 22 marzo p.v. a Bari presso la Fiera del Levante;
- Seguiranno, ogni 6 settimane di lavoro, alcuni incontri di mid term per gli aggiornamenti on going del Piano Strategico;
- entro il mese di luglio p.v. è prevista la conclusione del processo di redazione del Piano e la sua approvazione.

CONSIDERATO CHE

- Con Deliberazione n. 2421/2015 - BURP n. 6/2016 - la Giunta regionale ha approvato l'implementazione di buone pratiche nel settore del Turismo utili all'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020, per la definizione del Piano Triennale di promozione turistica di successiva emanazione, e per il prosieguo delle attività dell'Agenzia regionale Pugliapromozione;
- Con Deliberazione n. 2422/2015, la Giunta Regionale ha preso atto della proposta di riprogrammazione del PAC procedendo ad una riduzione della dotazione delle linee di intervento POC;
- Con Deliberazione di Giunta regionale nr. 50 del 29/01/2016 sono state approvate le azioni strategiche a valere sulle risorse disponibili del POC Puglia Linea 4 affidandole agli enti strumentali, fra cui: Prima Attuazione degli indirizzi strategici in materia di turismo di cui alla DGR 2421 del 28/12/2015 (Piano Strategico del Turismo) - € 250.000,00 in favore dell'Agenzia regionale Pugliapromozione;
- Nelle more dell'approvazione del progetto esecutivo, si rendeva necessario avviare talune procedure di indagine e ricerca dei contraenti privati cui affidare la realizzazione delle attività programmate per gli incontri territoriali con gli operatori del settore con la finalità di predisporre il piano strategico del turismo;
- In data 15.03.2016 prot. n. 0002525-U-2016 veniva pubblicato sul sito istituzionale dell'Agenzia un avviso con cui si comunicava la imminente adozione del provvedimento di apertura di una indagine di mercato telematica con indicazione della categoria merceologica interessata, del termine per la presentazione delle proposte, nonché del budget a disposizione pari a € 17.000,00 (oltre IVA);
- Con Determinazione n. 62 del 15 marzo 2016 veniva avviata una indagine di mercato telematica finalizzata a individuare un operatore economico cui affidare la fornitura di stampati e di altri prodotti con stampa del brand Puglia da utilizzare e distribuire nell'ambito degli incontri territoriali sopra richiamati;
- In data 15.03.2016 si trasmetteva a n. 11 ditte, iscritte nella categoria merceologica n. 43120000 - *Servizi tipografici*, una lettera di invito per presentare una proposta di preventivo, entro il giorno 18.03.2016 ore 12.00, accompagnata da immagini esemplificative degli output richiesti dall'Agenzia, tenendo presente il budget disponibile pari a € 17.000,00 (oltre IVA) ;
- In data 17.03.2016 il responsabile del procedimento, con avviso prot. n. 0002579-U-2016 pubblicato sul portale telematico di EMPULIA, comunicava alle ditte invitate alla indagine di mercato che era stata rimodulata la scansione della consegna della fornitura richiesta in considerazione dei tempi assai stretti per rispondere all'invito e per consegnare la merce;
- Il responsabile del procedimento spiegava, altresì, che i tempi stretti dipendevano dall'organizzazione delle attività per il piano strategico che era stata ideata e conclusa solo qualche giorno prima;
- Allo scadere del termine perentorio anzidetto, risultavano caricate a sistema n. 5 proposte come risultava dal sistema telematico e dal documento acquisito agli atti con prot. n. 0002621-E-2016 del 18.03.2016 ore 12.23;
- Con prot. n. 0002629-E-2016 del 18.03.2016 veniva acquisita la proposta della ditta ARTIGRAFICHE FAVIA SRL di Modugno (BA) con importo pari a € 6590,00 (oltre IVA);
- Con prot. n. 0002626-E-2016 del 18.03.2016 veniva acquisita la proposta della ditta STAMPA SUD SPA di Mottola (TA) con importo pari a € 7.200,00 (oltre IVA);
- Con prot. n. "" del veniva acquisita la proposta della ditta GRAFICA 080 SRL di :: (BA) con importo pari a € 11.045,00 (oltre IVA);

- Con prot. n. 0002624-E-2016 del 18.03.2016 veniva acquisita la proposta della ditta TIBURTINI SRL di Roma (Rm) con importo pari a € 11.720,00 (oltre IVA);
- Con prot. n. 0002623-E-2016 del 18.03.2016 veniva acquisita la proposta della ditta PUBBLICITA' & STAMPA di Modugno (BA) con importo pari a € 8.215,00 (oltre IVA);
- Si procedeva subito a comunicare l'esito dell'indagine di mercato a tutte le ditte partecipanti che avevano presentato offerta attraverso la piattaforma telematica - prot. n. 0002653-U-2016 - rendendo note le motivazioni della scelta finale;
- Con verbale prot. n. 0002654-U-2016 del 18.03.2016 il responsabile del procedimento recepiva la valutazione di congruità effettuata su ciascuna offerta – sul prezzo complessivo e sui prezzi unitari proposti –, nonché la verifica della completezza dei documenti richiesti per la corretta e completa formulazione dell'offerta, con particolare riferimento alla presenza di immagini e alla sottoscrizione digitale dei documenti;
- Oltre alla completezza e regolare formulazione della proposta presentata dalla ditta PUBBLICITA' & STAMPA SRL, completa di immagini richieste a pena di esclusione, il responsabile del procedimento costatava la maggiore congruità dell'offerta proposta dalla ditta in questione considerando tanto il prezzo complessivo che quelli unitari;
- Si rilevava, quindi, che le ditte ARTIGRAFICHE FAVIA SRL e STAMPA SUD SPA avevano presentato una offerta priva delle immagini necessarie;
- Nello stesso verbale si dava atto dell'affidamento provvisorio in favore della ditta PUBBLICITA' & STAMPA SRL per un importo pari a € 8.215,00 (oltre IVA);
- Si rende necessario procedere ad affidare in via definitiva la fornitura del materiale tipografico e degli altri prodotti richiesti in favore della ditta PUBBLICITA' & STAMPA SRL con sede legale in Modugno (Ba) per un importo pari a € 8.215,00 (oltre IVA);

PRESO ATTO CHE:

- il CIG della suddetta procedura è il seguente: **ZDB1900D1A**;

D E T E R M I N A

Per tutto quanto in premessa esplicitato e che qui si intende integralmente riportato:

1. di dare atto della necessità di esternalizzare talune attività finalizzate all'organizzazione degli incontri territoriali per la elaborazione del piano strategico del turismo;
2. di dare atto della deliberazione di Giunta Regionale n. 2421/2015 (Burp n. 6/2016) con cui è stato approvato l'implementazione di buone pratiche nel settore del Turismo utili all'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020, per la definizione del Piano Triennale di promozione turistica di successiva emanazione, e per il prosieguo delle attività dell'Agenzia regionale Pugliapromozione;
3. di dare atto della deliberazione di Giunta Regionale n. 2422/2015, con cui si è recepita la proposta di riprogrammazione del PAC procedendo ad una riduzione della dotazione delle linee di intervento POC;
4. di dare atto della deliberazione di Giunta Regionale Con Deliberazione di Giunta regionale nr. 50 del 29/01/2016 si approvavano le azioni strategiche a valere sulle risorse disponibili del POC Puglia Linea 4 affidandole agli enti strumentali, fra cui: Prima Attuazione degli indirizzi strategici in materia di turismo di cui alla DGR 2421 del 28/12/2015 (Piano Strategico del Turismo) - € 250.000,00 in favore dell'Agenzia regionale Pugliapromozione;
5. di dare atto dell'espletamento e della conclusione della indagine telematica di mercato finalizzata ad

individuare un operatore economico cui potere affidare la fornitura di stampati e di altri prodotti con stampa del brand Puglia in vista degli incontri territoriali per la elaborazione del piano strategico del turismo 2016;

6. di dare atto che la indagine di mercato telematica, aperta ai sensi dell'art. 125, comma 11, del Codice dei Contratti Pubblici, per la individuazione di un contraente cui affidare la fornitura di materiali tipografici e di altri prodotti personalizzati con la stampa del brand Puglia, si è svolta regolarmente invitando n. 12 operatori iscritti nella categoria merceologica 431200000 *Servizi tipografici* avendo a disposizione un budget pari a € 17.000,00 (oltre IVA), a valere sulle risorse disponibili POC Puglia – Linea 4 di cui alla D.G.R. 50 del 29/01/2016;
7. di dare atto che, allo scadere del termine perentorio del giorno 18.03.2016, ore 12.00, risultavano presentate n. 5 offerte e che l'offerta considerata più congrua, nonché completa e regolare nella formulazione secondo quanto prescritto nella lettera di invito e nel documento tecnico allegato, è risultata quella della ditta PUBBLICITA' & STAMPA S.R.L. con sede in Modugno (BA) per un importo pari a € 8.215,00 (oltre IVA);
8. di dare atto del verbale del responsabile del procedimento prot. n. 0002654-U-2016 del 18.03.2016, di approvarlo e ratificarlo, approvando altresì tutto l'operato del responsabile del procedimento ivi compresa la scelta finale di affidamento provvisorio alla ditta PUBBLICITA' & STAMPA SRL;
9. di affidare in via definitiva alla ditta PUBBLICITA' & STAMPA SRL con sede in Modugno (Ba) la fornitura dei materiali tipografici e di altri prodotti personalizzati con la stampa del brand Puglia per un importo pari a € 8.215,00 (oltre IVA);
10. di dare mandato al responsabile del procedimento di trasmettere comunicazione del presente provvedimento, anche attraverso il sistema digitale, alle ditte interessate, nonché di perfezionare gli atti negoziali con sottoscrizione digitale per l'affidamento definitivo della fornitura de qua alla ditta anzidetta;
11. il CIG relativo alla presente procedura è il seguente: ZDB1900D1A;
12. il responsabile del procedimento è l'avv. Miriam Giorgio, funzionario direttivo di Pugliapromozione;
13. di dare mandato all'Ufficio Bilancio e controllo di gestione di prenotare l'impegno di spesa di € 10.022,30 (iva inclusa) relativo all'affidamento di cui al punto 9), a valere sulle risorse disponibili POC Puglia – Linea 4 di cui alla D.G.R. 50 del 29/01/2016, e di procedere con successivo atto all'impegno di spesa, previa adozione di variazione di Bilancio;
14. di prendere atto che il presente provvedimento:
 - a) è immediatamente esecutivo ai sensi dell'art.16 comma 3, del Regolamento di organizzazione e funzionamento di Pugliapromozione;
 - b) è pubblicato sul portale istituzionale www.agenziapugliapromozione.it, nell'Area Amministrazione Trasparente – sezione Provvedimenti Amministrativi;
 - c) viene trasmesso all'Assessorato Regionale al Mediterraneo, Turismo e Cultura così come previsto dall'art.11 della L.R. n.1 del 2002;
 - d) Composto da n. 7 facciate ed è adottato in originale.

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

PARTE USCITE:

Prenotazione impegno di spesa di € 10.022,30 sul cap. 11021 del Bilancio di previsione 2016, previa adozione di variazione al Bilancio di previsione 2016;

Nome dell'intervento:

L'AFFIDAMENTO DELLA FORNITURA DI STAMPATI E ALTRI PRODOTTI CON STAMPA DEL BRAND PUGLIA DA DESTINARE AGLI INCONTRI CON GLI OPERATORI TERRITORIALI CHE SI TERRANNO PER LA ELABORAZIONE

DEL PIANO STRATEGICO PER IL TURISMO. AFFIDAMENTO DELLA FORNITURA.

Il Responsabile AP "Bilancio e controllo di gestione"
dott. Antonio Giannini

REGOLARITA' TECNICO-AMMINISTRATIVA

Il sottoscritto attesta che il procedimento istruttorio è stato espletato nel rispetto della vigente normativa regionale, nazionale e comunitaria e che il presente schema di provvedimento, dallo stesso predisposto ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte del Direttore Generale, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il responsabile del procedimento
Avv. Miriam Giorgio

Il Direttore Amministrativo
dott. Matteo Minchillo

IL DIRETTORE GENERALE
Dott. Matteo Minchillo