



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

**ACCORDO DI COOPERAZIONE PUBBLICO-PUBBLICO FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE INTEGRATA DI SERVIZI DI BRAND IDENTITY DELLA PUGLIA COME DESTINAZIONE TURISTICA E META DI VIAGGIO NEGLI AEROPORTI DI PUGLIA**

tra

**AGENZIA REGIONALE DEL TURISMO PUGLIAPROMOZIONE**

e

**AEROPORTI DI PUGLIA S.p.A.**

**INTERVENTO ATTUATIVO**

**OTTOBRE-DICEMBRE 2024**

**in attuazione della determinazione del D.G. del 30.09.2024, n. 380**

**Premessa**

- A.RE.T. Pugliapromozione e Aeroporti di Puglia S.p.A. hanno sottoscritto per il periodo 2024-2027 un accordo triennale di cooperazione in data 16.05.2024 (prot. n. 15640 del 16.05.2024), ratificato con Determinazione del D.G. del 22.05.2024 n. 187, ai sensi dell'art. 15 della Legge n. 241/1990 e dell'art. 5, comma 6, del D.lgs. n. 50/2016, per la realizzazione integrata di servizi pubblici finalizzati al potenziamento dell'accoglienza turistica e della valorizzazione della Puglia come destinazione turistica e meta di viaggio negli aeroporti di Bari e Brindisi;
- Finalità dell'accordo pubblico-pubblico A.RE.T - AdP è la realizzazione di azioni congiunte per il perseguimento di interessi pubblici comuni relativi alla promozione della Puglia come destinazione turistica, con reciproca assunzione di oneri e responsabilità in merito all'attuazione dello stesso, tramite l'elaborazione di interventi esecutivi (art. 4 dell'Accordo);
- In coerenza con l'obiettivo strategico della promozione della destinazione, che ha visto un progressivo potenziamento della brand identity e della brand awareness della Puglia, in continuità con il lavoro di promozione portato avanti nel corso degli anni e in considerazione della raggiunta operatività dell'Aerostazione di Foggia, l'A.RE.T. Pugliapromozione ritiene opportuno procedere con la promozione del brand Puglia attraverso la cura degli spazi di comunicazione nei principali luoghi di transito degli aeroporti di Bari, Brindisi e Foggia;
- Con riferimento all'Accordo in essere tra A.RE.T. e Aeroporti di Puglia S.p.A., a seguito di interlocuzione tra le parti, considerando i buoni risultati ad oggi ottenuti e rilevando l'importanza di una promozione territoriale e di brand anche nei mesi invernali, è emerso l'interesse reciproco a proseguire l'azione di comunicazione e promozione già intrapresa, agendo in continuità con le attività precedenti e confermando, pertanto, gli asset di comunicazione in essere per il periodo ottobre-dicembre 2024;
- Aeroporti di Puglia S.p.A. con comunicazione a mezzo email (prot. n. 0037938-E-2024 del 27.09.2024) condivide con l'A.Re.T la volontà di proseguire l'azione di comunicazione intrapresa nei mesi precedenti, proponendo i medesimi asset di comunicazione già oggetto del



UNIONE EUROPEA



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

precedente intervento attuativo, alle medesime condizioni tecniche ed economiche, per il periodo ottobre-dicembre 2024;

- Pertanto, in data 27.04.2024 la suddetta proposta viene riscontrata con nota di accettazione da parte dell'A.Re.T. (prot. n. 37968-U-2024 del 27.09.2024) prevedendo un budget onnicomprensivo di € 132.000,00 a valere sulle risorse POC Puglia 2014/20 nell'ambito del progetto esecutivo "Comunicazione digitale e brand identity della destinazione Puglia – CUP I59I23001370006, a carico della stessa Agenzia, a titolo di rimborso delle attività fornite da Aeroporti di Puglia S.p.A.;

### **Apporto valoriale**

In coerenza con l'obiettivo strategico della promozione della destinazione, che ha visto un potenziamento della brand identity e della brand awareness della Puglia nel corso degli anni, in continuità con il lavoro di promozione portato avanti e in considerazione della raggiunta operatività dell'Aerostazione di Foggia, l'A.Re.T. Pugliapromozione ritiene opportuno procedere con la promozione del brand Puglia attraverso la cura degli spazi di comunicazione nei principali luoghi di transito degli aeroporti di Bari, Brindisi e Foggia.

La progettazione di una comunicazione ad hoc, pensata in riferimento al contesto e al target, resta una prerogativa dell'A.Re.T, che si avvale in questa attività dello studio e della realizzazione di campagne promozionali attraverso l'apporto visivo e il supporto statico e/o dinamico. Il target di riferimento resta quello di lungo raggio, con attenzione all'utente nazionale e internazionale, in lingua italiana e inglese.

Aeroporti di Puglia S.p.A. si impegna, a sua volta, a valorizzare la Puglia negli spazi ON e OFF line in un'ottica di accoglienza, valorizzazione degli spazi e di potenziamento dell'incoming turistico. Pertanto, in base a valutazioni tecniche, propone gli spazi più idonei ad ospitare azioni di comunicazione dedicate al territorio pugliese e/o al brand Puglia, indirizza la scelta verso gli strumenti che, all'interno del circuito offerto, presentano le potenzialità di fruizione maggiori.

### **Servizi di brandizzazione degli spazi negli aeroporti pugliesi**

L'esperienza degli ultimi anni, in seno all'Accordo di cooperazione pubblico-pubblico succitato e i dati incoraggianti relativi all'incoming turistico confermano l'importanza strategica della promozione del brand e della destinazione nei luoghi di flusso delle sedi aeroportuali. Valorizzare gli spazi di transito delle aerostazioni attraverso idonei strumenti di comunicazione e utilizzando una *brand identity* definita serve a migliorare il senso di identità e di accoglienza della regione e contribuisce a un rafforzamento della *brand awareness* della destinazione Puglia. In questa ottica, la brandizzazione degli spazi si presta come ottimo strumento di valorizzazione e di promozione della destinazione, utilizzando spesso elementi rappresentativi e iconografici del territorio pugliese.

Col presente intervento, si ravvisa dunque la necessità di proseguire e consolidare le azioni già intraprese, attraverso servizi di brandizzazione degli spazi On e OFF line negli aeroporti di Puglia mediante il dettaglio delle azioni che segue.

### **Interventi previsti**

A seguito di confronto tra le parti, al fine di dare continuità all'azione di comunicazione già avviata nei mesi precedenti, considerata l'importanza di una promozione del territorio pugliese e del brand Puglia



UNIONE EUROPEA



PROMOZIONE  
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

nel circuito offerto dagli aeroporti di Puglia, e visti i risultati ad oggi ottenuti in termini di flussi turistici e visibilità/fruibilità dei servizi di comunicazione on/off line, si è condivisa la volontà di sottoscrivere un accordo di cooperazione, che mantenesse le medesime condizioni tecniche ed economiche dell'accordo di cooperazione stipulato in precedenza.

In considerazione dell'andamento dei flussi turistici nazionali ed internazionali, anche alla luce dell'operatività dell'aerostazione di Foggia, sono previste la manutenzione e il consolidamento degli spazi di comunicazione statica nelle sedi aeroportuali di Bari, Brindisi e Foggia nell'ottica di valorizzazione dell'accoglienza turistica e secondo il conseguimento degli obiettivi strategici individuati dall'Accordo pubblico di cooperazione. A questa azione di comunicazione si è scelto di aggiungere l'utilizzo di una comunicazione digitale su supporti di grande formato e di nuova produzione da parte di Aeroporti di Puglia, in punti strategici delle sedi aeroportuali di Bari e Brindisi.

Pertanto, in data 27.09.2024 veniva acquisita la proposta tecnica formulata da Aeroporti di Puglia S.p.A., (prot. n. 0037938-E-2024) alla quale seguiva nota di accettazione da parte di A.Re.T. (prot. n. 0037968-U-2024 del 27.09.2024).

Si indicano di seguito gli asset strategici previsti dalla suddetta proposta progettuale per il periodo ottobre-dicembre 2024:

1. Personalizzazione corridoio di collegamento tra i Finger e la Hall arrivi dell'aerostazione di Bari;
2. n. 2 elementi scultorei luminosi presso gli arrivi degli aeroporti di Bari e di Brindisi;
3. Personalizzazione N 2 nastro ritiro bagagli nell'area arrivi aerostazione di Bari;
4. Personalizzazione n. 20 Pannelli e porte di entrata e uscita dell'Aeroporto di Foggia;
5. Personalizzazione della parete commerciale su corridoio di collegamento rea hall arrivi e hall partenze dell'aerostazione di Brindisi;
6. Personalizzazione di n. 18 pellicole in pvc delle porte esterne dei 9 ascensori dell'aeroporto di Bari;
7. n. 2 slot da 5" ogni 60" o n. 1 slot da 10" ogni 60" sul ledwall dell'area esterna dell'aeroporto di Bari per un totale di n. 1.200 passaggi al giorno (omaggio);
8. n. 1 slot da 10" ogni 60" sul ledwall dell'area hall partenze dell'aeroporto di Brindisi per un totale di n. 1.200 passaggi al giorno (omaggio);

### Costi stimati

Il valore delle attività previste per la realizzazione degli interventi descritti nel presente Intervento esecutivo è stimato sulla base dei costi diretti e indiretti.

I costi sono stati determinati sulla base della contabilità regolatoria che Aeroporti di Puglia S.p.A. è tenuta a registrare in quanto concessionario pubblico sottoposto alla vigilanza tariffaria da parte dell'ENAC e dell'ART (Autorità di Regolazione dei Trasporti), ai sensi della Direttiva CIPE n. 38/2007 e dei Modelli Tariffari di cui alla Delibera ART n. 92/2017.

L'incidenza dei costi, a rimborso, con riguardo alla proposta oggetto del presente intervento attuativo,



**UNIONE EUROPEA**



**PROMOZIONE**  
Agenzia Regionale del Turismo

**POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8**

tiene conto del rapporto che ADP ha in essere con la società sub-concessionaria in esclusiva di spazi espositivi e pubblicitari degli aeroporti pugliesi, selezionata a seguito di procedura ad evidenza pubblica, in conformità alla specifica normativa in ambito aeroportuale.

Il sub-concessionario è un vero e proprio conduttore degli spazi e, come tale, esercita diritti contrattuali ed economici tipici della titolarità giuridica su un bene. I prezzi praticati per la vendita degli spazi, di conseguenza, devono essere funzionali alla soddisfazione dell'onere in capo al sub-concessionario nei confronti del concedente.

I costi di realizzazione ove anticipati da una delle parti, saranno oggetto di mero rimborso conformemente al principio di equità e di reciprocità degli oneri a carico, ai sensi dell'art.5 dell'Accordo pubblico di cooperazione stipulato tra i due Enti.

I costi saranno rimborsati da Pugliapromozione ad AdP sulla base delle indicazioni contenute nel Disciplinare di rendicontazione predisposto e sottoscritto dalle parti.

Per i beni strumentali durevoli, i costi ritenuti ammissibili e rimborsabili da Pugliapromozione concernono le quote di ammortamento relative a ciascuna tipologia di bene - come da tabelle fiscali del Ministero dell'Economia e delle Finanze - per le singole annualità previste dall'Accordo.

Nella tabella successiva sono riportati i costi a carico delle parti.

<b>Interventi</b>		<b>Costi a carico di Pugliapromozione a valere su risorse Po FESR Puglia 2014/2020</b>	<b>Costi a carico di Aeroporti</b>
1	Aeroporti di Puglia. Servizi di brandizzazione spazi On e OFF Line	€ 132.000,00	misura massima del 15%

Bari, 02.10.2024

**A.RE.T. PUGLIAPROMOZIONE**

Il Direttore Generale

Luca SCANDALE

**AEROPORTI DI PUGLIA S.P.A.**

---