



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA

ASSESSORATO
INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE
DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POR Puglia FESR – FSE 2014-2020

Asse VI – Tutela dell’ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali

Azione 6.8 – Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche

PROGETTO DI ATTUAZIONE

2020-2021



**“QUALIFICAZIONE E POTENZIAMENTO DEL SISTEMA DELL’ACCOGLIENZA TURISTICA REGIONALE E
VALORIZZAZIONE DELL’OFFERTA”**

D.G.R. n. 191 del 14 febbraio 2017



UNIONE EUROPEA

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



A. Relazione Tecnica-illustrativa del Progetto esecutivo

Introduzione

A.1. Obiettivi

A.2. Procedure di attuazione

A.3. Attività Progettuali e modalità di esecuzione

A.4. Risultati ed effetti

A.5. *Governance* di Progetto e organizzazione delle Risorse Umane

A.6. Regolazione flussi finanziari

A.7. Assestamento del budget

B. Calcolo della spesa per l'acquisizione del bene o del servizio



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Introduzione

Il presente progetto concerne 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 dall'emergenza Covid-19 e alle relative misure di contenimento del contagio.

A livello globale, si prevede un crollo generalizzato della domanda riconducibile al persistere di limitazioni a certe tipologie di spostamenti, alla diminuzione del potere di acquisto, nonché ad un sostanziale timore delle persone di compiere determinate scelte.

Le iniziative qui di seguito elencate mirano ad un rilancio della destinazione Puglia come meta di viaggio sicura e accogliente, in un'ottica di ampio respiro, non emergenziale, ma capace di offrire risposte ad una domanda sempre più attenta e consapevole, secondo una visione di medio-lungo periodo che ponga al centro il binomio sviluppo turistico e salute.

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 nella seconda parte del 2020 e nel 2021, in coerenza e continuità con le azioni previste, per il medesimo periodo, dai progetti "Promozione", "Comunicazione" e "Innovazione" del PST.

A.1. OBIETTIVI

Gli obiettivi generali e specifici dell'azione, così come previsto dal Piano Strategico del Turismo (DGR 191/2017), sono:

- valorizzare il patrimonio diffuso regionale in un'ottica di fruizione turistica innovativa e sostenibile
- potenziare il consolidamento dei prodotti turistici *arte e cultura, enogastronomia, natura sport e benessere*
- sostenere la promo-commercializzazione dell'offerta
- qualificare i servizi di informazione connessi alla fruizione del territorio.

A.2 PROCEDURE DI ATTUAZIONE

Le attività previste dal presente progetto esecutivo sono di seguito descritte con indicazione puntuale delle procedure amministrative da svolgere per il reperimento di servizi e beni sul mercato.

Si precisa che, per taluni interventi, la scelta della procedura più idonea avverrà al momento dell'attuazione a seconda delle condizioni di mercato che potranno richiedere una analisi successiva.

Nell'attuazione delle attività del Piano Strategico del Turismo sono applicate le leggi dell'ordinamento UE, italiano e regionale vigenti, con particolare riferimento alla Legge n. 241/1990 e ss.mm.ii. (*Norme sul procedimento amministrativo*), al D.Lgs. n. 50/2016 (*Codice dei Contratti Pubblici*), al D.Lgs. n. 33/2013



UNIONE EUROPEA



(*Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*, c.m. dal D.Lgs. n. 97/2016), al Regolamento UE n. 2016/679 (*General Data Protection Regulation*), alla Legge n. 106/2016 (*Codice del Terzo Settore*).

Per quanto concerne le esternalizzazioni dei servizi si fa riferimento ai principi comunitari rimarcati nei considerando della c.d. Direttiva Appalti 2014/24/UE (servizi e forniture) e recepiti nel Codice dei Contratti Pubblici. In particolare, la scelta dei contraenti privati avviene nel rispetto della trasparenza e degli obblighi di pubblicazione, della concorrenza, della parità di trattamento, dell'economicità, dell'efficacia, della correttezza, della tutela ambientale, della tutela dei lavoratori e del lavoro, della salvaguardia dell'interesse transfrontaliero (cfr. artt. 29-30-34-50 D.Lgs. n.50/2016). Tra le norme principali del Codice dei Contratti che rilevano per qualsivoglia procedura da espletare, si richiamano gli artt. 31 (Ruolo e funzioni del Responsabile del procedimento negli appalti e nelle concessioni), art. 32 (fasi delle procedure di affidamento), art. 33 (controlli sugli atti di affidamento), art. 35 (soglie di rilevanza comunitaria e metodi di calcolo del valore stimato degli appalti), art. 37 (aggregazioni e centralizzazione delle committenze), art. 42 (conflitto di interesse), art. 44 (digitalizzazione delle procedure), art. 45 (operatori economici), art. 53 (accesso agli atti e riservatezza), artt. 70-73 (avvisi, bandi, pubblicazioni), art. 76 (informazioni agli offerenti e ai candidati), art. 80 (motivi di esclusione), art. 83 (criteri di selezione e soccorso istruttorio), art. 94 (principi generali in materia di selezione), art. 102 (collaudo e verifica di conformità), artt. 103-104 (garanzie), art. 106 (modifica dei contratti durante il periodo di efficacia), artt. 107-108-109 (sospensione, risoluzione, recesso dal contratto). Per la indicazione delle specifiche procedure si rinvia alle singole attività di seguito riportate. A tal proposito occorre rilevare che l'Agenzia Pugliapromozione ha facoltà di stringere Accordi pubblici con altri enti aggiudicatori: a tal proposito si rimanda all'art.15 della Legge n. 241/1990 e all'art. 5, comma 6, del Codice dei Contratti Pubblici.

Le procedure comparative possono svolgersi sulla piattaforma telematica regionale EmPulia ovvero avvalendosi della centrale di committenza nazionale CONSIP-MEPA. Le procedure in questione possono essere quelle di cui all'art. 36, comma 2, lett. a) e b) (c.d. *semplificate*), del D.Lgs. n. 50/2016, nonché le gare aperte sopra-soglia ex art. 60 del D.Lgs. n. 50/2016 o le procedure negoziate senza pubblicazione di un bando ex art. 63 del D.Lgs. n. 50/2016. Può farsi ricorso altresì all'accordo quadro (art. 54) previo espletamento di procedure di gara. Preliminarmente agli affidamenti dei servizi o dei beni da reperire sul mercato possono svolgersi consultazioni di mercato ex art. 66 del D.lgs. n.50/2016. Possono venire in rilievo, inoltre, casi di esclusioni del campo di applicazione del Codice dei Contratti Pubblici (artt. 4 e 17) o di servizi che seguano altri regimi di affidamento (es. artt. 142-144).

Per quanto concerne la *soft law* dell'ANAC, ad integrazione della normativa vigente in materia di appalti e contratti pubblici, si osservano le Linee Guida n.2 (*Offerta economicamente più vantaggiosa*), 3 (*Responsabile del procedimento*), 4 (*Procedure per l'affidamento di contratti pubblici di importo inferiore alle soglie comunitarie*), 6 (*Cause di esclusione*) e 8 (*Procedure negoziate senza previa pubblicazione del bando*). È appena il caso di evidenziare che gli operatori economici, nazionali ed esteri, individuati per realizzare le attività progettuali sono chiamati a improntare il proprio comportamento a lealtà e correttezza nei confronti dell'Agenzia Pugliapromozione, producendo dichiarazioni veritiere, certificati e documenti che attestino requisiti morali, finanziari e professionali.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

A.3 ATTIVITÀ' PROGETTUALI E MODALITÀ DI ESECUZIONE

A.3.1 CIRCUITO "MYPUGLIA WELCOME DESTINATION"

I temi sensibili per il sistema turistico nell'era Covid19 appaiono sempre più orientati verso strategie di gestione dei flussi, impatto ambientale e accoglienza. Il rilancio della destinazione Puglia come meta di viaggio deve tener conto dei mutati comportamenti di consumo in termini di sicurezza percepita, qualità dell'offerta, personalizzazione dei servizi. Attraverso il *Circuito MyPuglia - welcome destination*, si intende valorizzare l'offerta territoriale e renderla, quindi, più "produttiva" e accogliente, favorendo al contempo attività di co-marketing e dinamiche di acquisto collegate.

Il *Circuito MyPuglia welcome destination* punta all'innovatività del processo oltre che del prodotto. Si configura come strumento utile ad incentivare l'acquisto della vacanza in Puglia, in una fase ben precisa della customer journey, ovvero dopo il "sogno" e prima del click di acquisto, e si caratterizza come vetrina virtuale attraverso cui veicolare proposte di viaggio mirate, per segmenti di domanda.

Dal punto di vista dell'offerta territoriale, il *Circuito* fungerebbe da strumento di *destination management organization*, consentendo di orientare e valorizzare l'offerta rispetto a determinati temi/segmenti (es. covid free, bike friendly, ecc.) e prodotti turistici definiti strategicamente (arte e cultura, natura e sport, enogastronomia).

Per il turista, lo strumento risulterebbe vantaggioso in termini economici oltre che pratici, consentendo il reperimento, in maniera agile e mirata, di offerte targettizzate vicine alle proprie aspettative di viaggio. Per l'operatore/azienda pugliese, lo strumento garantirebbe visibilità e ritorno in termini di immagine grazie a specifiche azioni di marketing e comunicazione messe in atto dall'Aret, oltre che vantaggi derivanti dal booking diretto (disintermediazione) da parte degli utenti/turisti, altrimenti difficilmente raggiungibili e in maniera così mirata.

Il circuito potrebbe inizialmente riguardare solo alcuni servizi e pacchetti, ad esempio esperienze di fruizione del territorio (degustazioni, visite a luoghi di interesse, laboratori di cucina, musica, ecc.), guide turistiche personalizzate, trasporti privati, per poi stimolare l'aggregazione, dal basso, di ulteriori componenti e moltiplicare i servizi offerti.

Per l'attivazione del *Circuito*, si dovrà operare in sinergia con i principali stakeholder della filiera turistica regionale, in primis aeroporti, associazioni di categoria, aziende di trasporto locale, operatori della ricettività, dei servizi per il turismo. Per lo sviluppo dello strumento/sistema gestionale si opererà in sinergia con il progetto Innovazione del PST. Per la comunicazione e il marketing dell'iniziativa si procederà in sinergia con il progetto Comunicazione del PST.

Si prevede, in una prima fase, di attivare una call pubblica per la presentazione di offerte di servizi e pacchetti turistici da parte degli operatori iscritti al DMS e che aderiranno al circuito.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

A.3.2 TURISMO SCOLASTICO

Si intende stimolare il consolidamento di un'offerta integrata di beni e servizi per il target "scuole" funzionale ad una ripartenza del settore. Fare turismo di qualità in un contesto scolastico, significa puntare non sulla sola istruzione, ma anche sull'accrescimento della consapevolezza dei bambini e dei ragazzi rispetto all'esperienza del viaggio. Occorre pensare quindi ad un modello di turismo alternativo, etico, culturale che possa essere sviluppato con operatori del settore specializzati e che possa mirare alla presentazione di beni e servizi ad alto valore aggiunto.

In tale contesto, Pugliapromozione ha già avviato, interventi volti allo studio e all'individuazione di itinerari tematici specifici, tra questi i luoghi della memoria e delle radici, che potrebbero essere efficacemente rivolti, insieme ad altri nuovi itinerari culturali, al target delle scuole. Saranno avviate azioni di mappatura e ricognizione degli operatori specializzati nel settore "turismo per le scuole" presenti sul territorio regionale e iscritti al DMS: si effettuerà, quindi, un'analisi preliminare dell'offerta esistente. I risultati di questa indagine saranno funzionali all'avvio di una seconda fase di costruzione di una offerta integrata da sviluppare nel medio periodo da veicolare attraverso diversi supporti (digitali e cartacei) e in occasione di eventi di settore.

Per la realizzazione dell'intervento, potranno essere avviate procedure di gara telematiche negoziate sotto soglia ex art. 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. n. 50/2016 o, qualora ne ricorrano i presupposti, potranno essere attivati affidamenti diretti ex art. 36, comma 2, lettera a) ovvero ex art. 63, comma 2, lettera b), del D.Lgs. n.50/2016.

A.3.3 VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA E POTENZIAMENTO DEI PRODOTTI TURISTICI: 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.

L'Aret-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.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Per la realizzazione dell'intervento in questione, si procederà con un avviso pubblico finalizzato ad acquisire proposte e a creare un elenco di fornitori di servizi da affidare ex art. 36, comma 2, lett.a), del D.Lgs. n. 50/2016.

A.3.4 PUGLIA IN CAMMINO

L'intervento intende valorizzare gli itinerari culturali e ai cammini storici di Puglia come "sistema" sul territorio, stimolando la nascita ed il consolidamento di un'offerta integrata di beni e servizi ad essi legati.

In continuità e coerenza con quanto in via di realizzazione per la promozione della via Francigena nel Sud, saranno avviate azioni funzionali alla diffusione del modello slow come leva per il turismo pugliese, nel quale i cammini, i borghi, le aree interne e le comunità locali siano valorizzati in chiave sostenibile, a partire dalle esigenze degli stakeholder locali. Si prevede, a tal fine, la partecipazione a festival ed eventi di settore con finalità di valorizzazione del territorio e approfondimento/confronto sul tema dei cammini; si prevede inoltre la definizione di una identità visiva *Puglia in Cammino* e la realizzazione di strumenti specifici di promozione e marketing.

Per la realizzazione dell'intervento, potranno essere avviate procedure di gara telematiche negoziate sotto soglia ex art. 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. n. 50/2016 o, qualora ne ricorrano i presupposti, potranno essere attivati affidamenti diretti ex art. 36, comma 2, lettera a) ovvero ex art. 63, comma 2, lettera b), del D.Lgs. n.50/2016.

A.3.5 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, collaborano per il potenziamento degli standard di qualità e funzionamento degli Info-point turistici dei due aeroporti di Bari e Brindisi. Ad oggi sono stati realizzati interventi di potenziamento e qualificazione del servizio di front-office turistico nelle aree arrivi, e la predisposizione di un'area gioco per i bambini nell'area partenze.

In continuità e coerenza con quanto sinora realizzato, saranno realizzati interventi volti a garantire l'accoglienza dei passeggeri in transito presso i due gate internazionali di Bari e Brindisi attraverso azioni finalizzate alla qualificazione dei servizi di front-office turistico e al re-branding/adequamento degli spazi di accoglienza destinati al target famiglia (*Kinderheim*), in applicazione delle misure di cautela e sicurezza vigenti.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

L'intervento sarà realizzato in collaborazione con Aeroporti di Puglia in attuazione dell'Accordo pubblico triennale in essere ex art. 5, comma 6, del D.Lgs. n.50/2016.

A.3.6 TURISMO NEI PORTI: CROCIERE E NAUTICA

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 delle compagnie, dei TO, dei turisti 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.

Il **turismo crocieristico** legato ai principali hub portuali del Mediterraneo ha registrato, alla fine del 2019, un tasso di crescita esponenziale, con previsioni per il 2020, in termini di toccate nave, in ulteriore incremento nei porti pugliesi. L'emergenza Covid ha determinato una inevitabile battuta d'arresto per il comparto del turismo delle crociere che, tuttavia, si dimostra competitivo e pronto alla ripartenza già nel 2020, con poche disdette e nuove prenotazioni confermate da parte di un target, quello dei crocieristi, fortemente fidelizzato. Si registrano infatti, da parte dei principali gruppi (Carnival, MSC e Royal Caribbean) ingenti investimenti in piani di sicurezza e adeguamento dei servizi a bordo, ivi compresa la nicchia delle crociere di lusso (Silversea Cruises, Seabourn Cruises) che continua a dimostrare un forte interesse per la Puglia.

Il **turismo nautico** in Puglia è uno dei settori economici con maggiori prospettive di espansione; il suo sviluppo comporta ricadute positive sul territorio sia direttamente, per il tramite delle attività economiche collegate al movimento dei diportisti, sia indirettamente per i riflessi sull'industria della nautica. Sul fronte dell'offerta, la Puglia rappresenta solo il 7,7% del totale dei posti barca disponibili a livello nazionale. Questo significa che le potenzialità delle coste pugliesi, in termini relativi, sono utilizzate solo in parte, considerato che la Puglia presenta il maggior numero di Km di costa, dopo Sardegna e Sicilia. Intorno al core business – industria nautica – vi è poi un sistema complesso e variegato di attività legate al turismo nautico (servizi di brokeraggio, servizi di noleggio, charter escursioni passeggeri, servizi alberghieri e di ristorazione, organizzazione di eventi sportivi, scuole di vela, ecc) che determinano un'offerta, a differenza delle crociere, per lo più disintermediata e che troverebbe certamente occasione di rilancio, dopo la battuta d'arresto dovuta alla pandemia, attraverso azioni integrate di valorizzazione e promozione della destinazione Puglia su mercati target.

Le sinergie messe in campo negli ultimi due 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, e in considerazione di una ripresa del comparto prevista già per fine anno, saranno avviate ulteriori iniziative congiunte di qualificazione dell'accoglienza turistica presso i terminal crociere di Bari e Brindisi; saranno realizzate azioni di animazione e valorizzazione del territorio, capaci di incidere sulla domanda, attraverso il sostegno alla creazione di esperienze e itinerari ad alto valore aggiunto che dai porti



UNIONE EUROPEA



conducono all'entroterra; saranno altresì avviate azioni finalizzate a 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.

L'intervento sarà realizzato in collaborazione con le due Autorità di Sistema portuale della Puglia in attuazione degli Accordi pubblici triennali in essere ex art. 5, comma 6, del D.Lgs. n.50/2016 e in collaborazione con il Distretto produttivo della nautica pugliese.

A.3.7 MATERIALI EDITORIALI A FINI PROMOZIONALI

Tra le attività complementari alla qualificazione del processo di valorizzazione del territorio e dell'accoglienza turistica, vi è la realizzazione e distribuzione dei materiali editoriali e promozionali (dépliant, mappe, guide tematiche, volumi di pregio, oggetti promozionali). Il fabbisogno fa riferimento alle esigenze rappresentate dall'attività di front office turistico degli info-point regionali, dalla partecipazione dell'Agenzia alle fiere del turismo in Italia e all'estero, alle attività di co-branding, alle esigenze di rappresentanza e comunicazione istituzionale, nonché alle ordinarie richieste di materiale promozionale al pubblico in occasione di convegni ed eventi congressuali.

Pertanto, coerentemente con quanto già realizzato, si procederà con la stampa di materiale tipografico di tipo editoriale per la promozione e divulgazione dell'identità del territorio e delle sue peculiarità storico-artistiche e paesaggistiche. Si procederà alla realizzazione di nuovi prodotti editoriali per specifici target (es. famiglie) e alla distribuzione del materiale, in giacenza presso il magazzino di Pugliapromozione, attraverso le n. 6 sedi territoriali e gli info point degli aeroporti di Bari e Brindisi.

Per la realizzazione dell'intervento, saranno avviate procedure di gara telematiche negoziate sotto soglia ex art. 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. n. 50/2016 o, qualora ne ricorrano i presupposti, potranno essere attivati affidamenti diretti ex art. 36, comma 2, lettera a) ovvero ex art. 63, comma 2, lettera b), del D.Lgs. n.50/2016.

A.4 RISULTATI ED EFFETTI IN TERMINI DI EFFICIENZA ED EFFICACIA

Le attività sono pertanto finalizzate al raggiungimento dei seguenti effetti:

- l'incremento delle prenotazioni;
- ricadute economiche per il comparto.

A.5 GOVERNANCE DI PROGETTO E ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

La Governance di progetto rispecchia il modello organizzativo interno di Pugliapromozione i cui funzionari sono inquadrati in base alle aree di appartenenza portando a compimento procedimenti ed atti di ciascun



UNIONE EUROPEA



ufficio in relazione alle specifiche attività progettuali, ferma restando la capacità tecnico-organizzativa necessaria alla realizzazione delle attività promozionali e dunque delle azioni progettuali.

Lo Staff necessario per soddisfare tutte le necessità strategiche e operative del progetto sarà costituito sia da funzionari dell'ARET Pugliapromozione dell'area tecnica che si occuperanno della realizzazione delle attività descritte, integrato da uno Staff di progetto le cui professionalità verranno di seguito rappresentate.

Le spese relative al personale possono essere suddivise nelle seguenti categorie:

- personale assunto a tempo indeterminato;
- personale assunto a tempo determinato.

Il costo rendicontabile del personale dipendente verrà essere effettuato, considerando il salario lordo del dipendente, entro i limiti contrattuali di riferimento (Contratto, CCNL, eventuali accordi aziendali più favorevoli) e gli altri eventuali compensi lordi, comprensivo dei contributi sociali a carico del lavoratore e del datore di lavoro.

La Direzione Amministrativa assicura rispondenza delle attività poste in essere in esecuzione del presente progetto e i contenuti di quest'ultimo; sovrintende l'esecuzione delle azioni progettuali come garante della legalità e della correttezza della fase esecutiva, nonché dei buoni comportamenti e della diligenza professionale dei dipendenti.

Nel quadro organizzativo si presenta fondamentale l'apporto delle risorse della Direzione Amministrativa di Pugliapromozione che cureranno le procedure di outsourcing per l'acquisizione di servizi e forniture necessari, nonché la gestione della spesa e la rendicontazione finalizzata alla certificazione della stessa per il riconoscimento da parte degli organi di controllo.

Più in dettaglio, i costi di personale interno sono comprensivi di tutti gli oneri diretti e indiretti a carico sia del lavoratore sia del datore di lavoro:

- costi diretti, ovvero gli elementi che caratterizzano il rapporto di lavoro in maniera stabile e ricorrente (es. lo stipendio-base ed eventuali integrazioni più favorevoli, eventuale contingenza, scatti di anzianità);
- costi indiretti, ovvero, assenze per malattia, ferie, riposi aggiuntivi per festività soppresse, festività infrasettimanali, riposi aggiuntivi per riduzione di orario di lavoro, tredicesima e quattordicesima (ove previste dal CCNL), premi di produzione (se contrattualmente previsti e chiaramente calcolabili);

Il personale individuato per la realizzazione delle attività descritte, in possesso delle competenze richieste, è assegnato al progetto mediante disposizione di servizio ed il costo complessivo di tutti gli oneri diretti ed indiretti a carico sia del lavoratore che del datore di lavoro verrà imputata nella misura del 100% a carico del progetto.



UNIONE EUROPEA



Inoltre, verranno individuati meccanismi incentivanti ovvero l'individuazione di posizioni organizzative con il compito di organizzare in maniera puntuale le attività descritte.

La posizione organizzativa verrà attribuita al 100% a carico del Progetto in quanto, la strutturazione della stessa è esigenza specifica dell'attuazione del progetto stesso, in assenza del quale, tale posizione non verrebbe individuata. Si specifica ulteriormente, che tale tassello si incardina in un sistema completo di applicazione del sistema della performance.

Alla luce delle novità introdotte con Dpcm in tema di "lavoro agile" a seguito di emergenza epidemiologica covid-19 si fa presente che le attività potranno essere svolte anche in Smart Working, con l'utilizzo degli strumenti di lavoro digitali dell'Aret Pugliapromozione.

A.6 REGOLAZIONE FLUSSI FINANZIARI

Il pagamento da parte della Regione dei rimborsi spettanti a Pugliapromozione avverrà, ad eccezione della prima anticipazione, sulla base della presentazione della relativa richiesta accompagnata da un rapporto tecnico di monitoraggio sulle attività realizzate e dalla rendicontazione delle spese effettivamente sostenute. Nello specifico Pugliapromozione è tenuta a rendicontare le spese effettivamente sostenute con cadenza bimestrale, tramite il sistema di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale Mirweb, nonché mediante supporto informatico; i pagamenti effettuati per l'attuazione dell'intervento saranno registrati sul sistema di monitoraggio entro e non oltre sei mesi dalla data di emissione del mandato.

I rimborsi avverranno con le seguenti modalità:

- Una prima anticipazione pari al 40% dell'importo finanziato per il progetto, previa dichiarazione di avvio attività da parte di Pugliapromozione;
- Una seconda erogazione pari al 30% dell'importo finanziato per il progetto, a seguito della rendicontazione di spese sostenute in misura non inferiore all'80% dell'importo della prima erogazione;
- Una terza erogazione pari al 25% dell'importo finanziato per il progetto, a seguito della rendicontazione di spese sostenute in misura non inferiore all'80% dell'importo complessivamente erogato;
- Il saldo del restante 5% a completamento dell'attività, previo rilascio della dichiarazione che è stata effettuata la rendicontazione finale dell'intervento e del certificato di regolare esecuzione delle attività svolte, nonché di una relazione finale relativa all'intero progetto.

I pagamenti dei rimborsi sono disposti per il progetto dalla competente struttura dirigenziale regionale a cui devono essere inviati i rapporti tecnici di monitoraggio ed i rendiconti di spesa, intermedi e finali.

In caso di sospensione delle attività è dovuto a Pugliapromozione il pagamento delle attività fino a quel momento regolarmente eseguite sulla base delle spese effettivamente sostenute e rendicontate, comunque derivanti dagli impegni assunti per l'esercizio delle attività di cui al presente progetto esecutivo. Le spese ammissibili sono esclusivamente quelle previste nella tabella B) di cui al presente progetto. Le spese non ammissibili rimangono a totale carico di Pugliapromozione.

In attuazione delle disposizioni previste dai regolamenti comunitari sulla gestione dei fondi strutturali, sarà



UNIONE EUROPEA



necessario predisporre una codificazione contabile appropriata di tutti gli atti e documenti di spesa relativi alle attività progettuali, tali da consentire in ogni momento, su richiesta degli organi di controllo, la verifica della documentazione relativa alle spese effettivamente sostenute nonché dell'avanzamento fisico e finanziario dei progetti da realizzare.

Altresì, sarà necessario conservare e rendere disponibile la documentazione relativa all'attuazione del progetto, ivi compresi tutti i giustificativi di spesa, nonché consentire le verifiche in loco, a favore delle autorità di controllo regionali, nazionali e comunitarie per almeno dieci anni successivi alla conclusione del progetto, salvo diversa indicazione in corso d'opera da parte degli organi competenti.

Il mancato pieno rispetto delle discipline comunitarie, nazionali e regionali, anche se non penalmente rilevanti, determinerà la decadenza dell'importo finanziato e al recupero delle eventuali somme già erogate. Le eventuali economie rivenienti dall'esecuzione del progetto restano nella disponibilità della Regione.

A.7 ASSESTAMENTO DEL BUDGET

Al fine di consentire una lineare e snella operatività nello svolgimento delle attività progettuali, senza modificarne i contenuti ed obiettivi né pregiudicare l'efficacia delle azioni intraprese, sarà possibile assestare il budget di cui alla tabella B), secondo le seguenti modalità:

A - è consentito effettuare spostamenti di somme tra le singole voci ricomprese all'interno di ciascun macrogruppo (1, 2, 3 ecc.) della tabella B), purché le singole attività indicate nei sottogruppi (es. 01.01, 01.02 ecc.) non vengano modificate nei contenuti né negli obiettivi: tali spostamenti devono essere comunque comunicati alle parti, evidenziando l'entità dello spostamento.

B - ogni spostamento di somme da un gruppo ad un altro, così come qualsiasi modifica nei contenuti o obiettivi di una singola attività indicata nel sottogruppo, dovrà essere preventivamente concordata tra le parti.

B - Calcolo della spesa per l'acquisizione del bene o del servizio

	Descrizione	TOTALE SPESE con iva agosto- dicembre 2020	TOTALE SPESE con iva 2021
1	RISORSE UMANE		
1.1	PERSONALE DIPENDENTE T.I.	27.400,00	65.900,00
1.2	POSIZIONI ORGANIZZATIVE PO E SR	13.000,00	45.800,00
1.3		110.900,00	266.200,00



UNIONE EUROPEA



	PERSONALE A TEMPO DETERMINATO		
	SERVIZI		
2.1	CIRCUITO MYPUGLIA WELCOME DESTINATION	39.000,00	39.000,00
2.2	TURISMO SCOLASTICO	39.000,00	
2.3	VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA E POTENZIAMENTO DEI PRODOTTI TURISTICI: IL PROGRAMMA "INPUGLIA365"		200.000,00
2.4	PUGLIA IN CAMMINO		39.000,00
2.5	POTENZIAMENTO E QUALIFICAZIONE DEL SISTEMA DELL'ACCOGLIENZA TURISTICA DEGLI AEROPORTI DI BARI E BRINDISI	300.000,00	624.000,00
2.6	TURISMO NEI PORTI: CROCIERE E NAUTICA (Adsp Mar Ionio e AdspMam)	40.000,00	70.000,00
2.7	MATERIALI EDITORIALI A FINI PROMOZIONALI	15.000,00	25.000,00
2.8	TRASFERTE	5.000,00	5.000,00
	TOTALE	589.300,00	1.379.900,00

La stima dei costi

Per quanto riguarda il costo indicato per il personale di cui allo Staff di progetto, lo stesso è stato stimato sulla base della normativa comunitaria FSE.

Per quanto riguarda le forniture il costo è stato stimato sullo storico dell'attività amministrativa dell'Agenzia, ovvero sulla base delle indagini di mercato, raccolta preventivi e affidamenti già effettuati da Puglia Promozione. La stima può essere soggetta quindi a modifiche, in itinere, nell'ambito della stessa area di attività.