



SEZIONE TURISMO

ATTO DIRIGENZIALE

Codifica adempimenti L.R. 15/08 (trasparenza)	
Ufficio istruttore	<input checked="" type="checkbox"/> Servizio Promozione e Marketing territoriale
Tipo materia	<input checked="" type="checkbox"/> PO Puglia FESR-FSE 2014-2020
Privacy	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO
Pubblicazione integrale	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

N. 107 del 04/08/2020
del Registro delle Determinazioni

Codice CIFRA: 056/DIR/2020/000107

Oggetto: PO FESR 2014/2020 - Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" - Piano Strategico del Turismo (DGR n. 191/17, DGR n. 256/2018, DGR n. 1200/2018, DGR n. 891/2019, DGR n. 415/2020 e DGR n. 1224/2020). Presa d'atto dei progetti esecutivi annualità 2020-2021 ed impegno della somma pari a euro 13.000.000,00.

Il Dirigente del Servizio Promozione e Marketing Territoriale

Visti

- gli articoli 4 e 5 della L.R. n. 7/97;
- la Deliberazione G.R. n. 3261 del 28/7/98;
- gli artt. 4 e 16 del D. Lgs. 165/01;
- l'art. 32 della legge 18 giugno 2009, n. 69, che prevede l'obbligo di sostituire la pubblicazione tradizionale all'Albo ufficiale con la pubblicazione di documenti digitali sui siti informatici;
- l'art. 18 del Dlgs 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali" in merito ai Principi applicabili ai trattamenti effettuati dai soggetti pubblici;
- la D.G.R. 1518 del 31.07.2015, di adozione del modello organizzativo denominato "Modello ambidestro per l'innovazione della macchina amministrativa regionale - MAIA" – approvazione atto di alta organizzazione;
- il D.P.G.R. n. 443 del 31.07.2015 pubblicato sul BURP n. 109 del 3.08.2015;
- la D.G.R. n. 1176 del 29.07.2016 di conferimento dell'incarico di Dirigente della Sezione Turismo e le successive DGR n. 211 del 25 febbraio 2020 e n. 508 del 08/04/2020;
- l'atto Dirigenziale n. 16 del 31.03.2017 di conferimento dell'incarico di Dirigente del Servizio Promozione e marketing territoriale della Sezione Turismo e n. 7 del 31 marzo 2020 di proroga degli incarichi di dirigenti di Servizio;
- l'atto Dirigenziale n. 86 del 31.7.2017 di conferimento dell'incarico di Responsabile di Sub-Azione 6.8 – tipologie di interventi 6.8.3;
- la Determinazione del Dirigente della Sezione Programmazione unitaria n. 110 del 10.11.2017, come modificata dalla d.d. n. 425 del 22.11.2018, che ha previsto l'articolazione delle Azioni del Programma in Sub-Azioni, tra cui la Sub-Azione 6.8.c;
- la DGR n. 1712 del 22.11.2016 che ha definito il sistema di coordinamento delle responsabilità delle Azioni del Programma individuando, coerentemente con quanto definito nel DPGR n. 304 del 20 maggio 2016, i Responsabili di Policy del Programma;
- la DGR n. 970 del 13.06.2017 che definisce la governance per l'organizzazione e l'attuazione del Programma Operativo FESR-FSE 2014-2020;
- la Determinazione dirigenziale n. 39 del 21.06.2017, con la quale il Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria ha adottato il documento descrittivo del Sistema di Gestione e Controllo del POR Puglia 2014-2020 (SIGECO) redatto ai sensi degli articoli 72,



SEZIONE TURISMO

73 e 74 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, come da ultimo modificato e integrato con Determinazione Dirigenziale n. 402 del 18.12.2019;

- il Programma Operativo FESR FSE 2014-2020 della Regione Puglia approvato da ultimo con Decisione di esecuzione C(2018) 7150 del 23.10.2018 che modifica la precedente Decisione C(2015) 5854 del 13/08/2015, così come modificata dalla Decisione C(2017) 2351 e 6239;
- la Delibera n. 2029 del 15.11.2018 con cui la Giunta Regionale ha preso atto della Decisione di esecuzione della Commissione Europea n. 7150 del 23.10.2018 che modifica la Decisione n. 5854 del 13.08.2015;
- il DPR del 5 febbraio 2018, n. 22 - 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;
- Regolamento (UE) n. 1303/2013, come da ultimo modificato e integrato con Determinazione Dirigenziale n. 402 del 18.12.2019;
- la Legge regionale 30 dicembre 2019 n. 55 (Legge di stabilità regionale 2020);
- la Legge regionale 30 dicembre 2019, n. 56 "Bilancio di previsione della Regione Puglia per l'esercizio finanziario 2020 e bilancio pluriennale 2020-2022";
- la Deliberazione di Giunta regionale n. 55 del 21/01/2020 di approvazione del Documento tecnico di accompagnamento e del Bilancio finanziario gestionale 2020 – 2022;
- l'atto di delega del dirigente della Sezione Turismo prot. n. 3198 del 29/07/2020 che autorizza lo scrivente allo svolgimento delle attività di ordinaria amministrazione afferenti la Sezione Turismo dal 3 al 7 agosto 2020, ai sensi e per gli effetti di cui all'art.24 del DPGR 443/2015 e ss.mm.ii.

In Bari, presso la sede della Sezione Turismo, sulla base della istruttoria espletata dal funzionario responsabile del coordinamento con Pugliapromozione Daniela Recchia e dal Responsabile di Subazione 6.8.a Mariangela Sciannimanico, il Dirigente del Servizio Promozione e Marketing Territoriale Vito Ferrante, riceve dagli stessi la seguente **relazione**.

Premesso che:

il Programma Operativo regionale FESR-FSE 2014/2020 approvato con Decisione della Commissione Europea C(2015) 5484 del 13/08/2015, così come modificata da ultimo con la Decisione di esecuzione C(2018) 7150 del 23/10/2018, di cui la Giunta ha preso atto con DGR n. 2029 del 15/11/2018;

la Deliberazione n. 1166 del 18 luglio 2017 con la quale la Giunta Regionale ha designato 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;

in data 11/03/2016 si è svolta la prima riunione del Comitato di Sorveglianza del FESR-FSE 2014/2020 che ha approvato, tra l'altro, il documento riguardante la metodologia e criteri per la selezione delle operazioni;

nell'ambito dell'ASSE VI del POR Puglia 2014/2020, l'Azione 6.8 prevede interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche le cui attività sono state declinate nel piano strategico del Turismo predisposto dall'Agenzia Pugliapromozione in esecuzione delle direttrici manifestate dalla Giunta con la summenzionata DGR n. 2421/2015.

In relazione al periodo di programmazione 2014-2020, alla Regione Puglia, attraverso la sottoscrizione del Patto per il Sud, sono state assegnate risorse FSC per un importo complessivo pari a 2.071,5 milioni di euro per l'attuazione degli interventi compresi nel Patto;

in data 10 settembre 2016 è stato sottoscritto il "Patto per la Puglia" tra la Presidenza del Consiglio dei Ministri e la Regione Puglia che prevede al suo interno interventi per la promozione e di infrastrutturazione turistica e valorizzazione dei beni demaniali per un importo complessivo pari a 60 milioni di euro;

La Commissione europea con Decisione di esecuzione C(2019)6200 del 20/08/2019, ritenuta ricevibile la Relazione annuale di attuazione del POR Puglia FESR FSE 2014-2020, ha verificato il conseguimento dei target intermedi per ciascuno degli indicatori e per ciascun asse prioritario. Con la suddetta Decisione ha stabilito i programmi e le priorità i cui target intermedi sono stati conseguiti, tra cui figura anche l'Asse Prioritario VI - Tutela dell'Ambiente e Promozione delle Risorse Naturali e Culturali.

Considerato che:

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.



SEZIONE TURISMO

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.

Nell'ambito del Piano Strategico del Turismo, vi sono degli interventi specifici che insistono sulla sola Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" dell'Asse VI del PO FESR 2014-2020, racchiusi nel documento "Piano Annuale e Triennale", il cui stanziamento per l'annualità 2017 è pari a euro 12.030.000,00.

Per l'attuazione del Piano Strategico si è reso necessario adottare uno schema di accordo di cooperazione da stipulare tra la Regione Puglia 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".

L'Agenzia Regionale del turismo "Pugliapromozione" istituita con Decreto del Presidente della Giunta della Regione Puglia n. 176/2011, ai sensi della L.R. n. 1/2002 è lo strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e promozione turistica locale.

In tale quadro ed in linea con la nuova programmazione del PO FESR 2014/2020, la Giunta con DGR n. 191 del 14.02.2017 ha:

- approvato il Piano strategico del Turismo della Regione Puglia 2016/2025 denominato "Puglia 365", nonché il Piano Annuale e Triennale riguardante gli interventi da realizzarsi a valere sull'azione 6.8 - POR Puglia 2014-2020, che per l'annualità 2017 ammontano a euro 12.030.000,00;
- approvato lo Schema di Accordo di Cooperazione tra la Regione Puglia e l'Agenzia regionale Pugliapromozione, che regola i rapporti di attuazione, gestione e controllo del Piano strategico del Turismo della Regione Puglia 2016/2025, denominato "Puglia 365", per l'Asse VI "Tutela dell'ambiente e promozione delle risorse naturali e culturali" – Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020;
- assicurato la copertura finanziaria per l'esercizio 2017, per una somma pari a € 12.030.000,00;
- autorizzato il Dirigente della Sezione Turismo ad adottare lo schema di Accordo di Cooperazione e ad apportare allo stesso le eventuali opportune modifiche e/o integrazioni non sostanziali, nonché 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, per l'importo pari a € 12.030.000,00 a valere sulle risorse del Patto per il Sud e sull'Azione 6.8 del POR Puglia 2014/2020.

In data **17.02.2017**, il Direttore del Dipartimento, Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio della Regione Puglia ed il Direttore Generale dell'Agenzia regionale Pugliapromozione hanno firmato l'Accordo di Cooperazione. Per effetto della stipula del suddetto Accordo, si è istituito il Comitato di Attuazione, composto dal Direttore del Dipartimento, dal dirigente della Sezione Turismo, dal Direttore generale e Direttore amministrativo dell'Agenzia Pugliapromozione, o loro delegati: al Comitato è affidato il compito di predisporre e approvare il Piano di Attuazione per l'esecuzione delle azioni indicate nel Piano Annuale e Triennale approvato, svolgere funzioni di indirizzo per garantire l'efficacia e l'efficienza dell'intervento, programmare e monitorare l'espletamento di tutte le azioni previste dall'Accordo.

Con **atto dirigenziale n. 16 del 20.2.2017**, la Sezione Turismo ha **impegnato la spesa per complessivi € 12.030.000,00** sui capitoli 1161680, 1162680 e 702000, in favore di Agenzia regionale del turismo (ARET) Pugliapromozione per dare esecuzione alle azioni programmate nel Piano annuale e Triennale di cui al Piano strategico del Turismo.

Con l'avvio dell'annualità 2018, con **Atto Dirigenziale n. 3 del 29/01/2018** la Sezione Turismo ha garantito la continuità alla programmazione senza compromettere il raggiungimento degli obiettivi prefissati nell'ambito del Piano Strategico del Turismo, prendendo atto dei progetti attuativi per le annualità 2018-2019, "**Promozione della destinazione Puglia**", "**Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia**", "**Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta**" e "**Innovazione della destinazione Puglia**", già predisposti e approvati dal Comitato di Attuazione, di cui all'art. 10 dell'Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017, nella riunione del 11/01/2018 come da verbale prot. n. AOO_004/00065 del 11/01/2018;



SEZIONE TURISMO

Con **DGR n. 256 del 01.03.2018**, la Giunta ha provveduto ad assicurare la copertura finanziaria per la realizzazione della totalità delle attività progettuali previste nell'ambito del Piano Strategico del Turismo - annualità 2018 e 2019, per una somma complessiva pari a euro 24.060.000,00, autorizzando altresì il Dirigente della Sezione Turismo ad adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di spesa nell'ambito delle risorse dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014/2020.

Con **Atto dirigenziale n. 21 del 07.03.2018**, la Sezione Turismo ha impegnato la spesa per complessivi € 24.060.000,00 sui capitoli 1161680, 1162680 e 1163680, in favore di Agenzia regionale del turismo (ARET) Pugliapromozione per dare esecuzione alle azioni programmate nel Piano annuale e Triennale di cui al Piano strategico del Turismo.

Nel corso dell'annualità 2018, alla luce di nuove opportunità emerse per lo sviluppo della strategia turistica pugliese, si è manifestata l'esigenza di rafforzare e potenziare gli interventi di comunicazione e promozione per lo sviluppo del territorio quale destinazione turistica, sempre nel solco delle linee programmatiche prefissate con DGR n. 191/2017. In tale quadro ed in linea con la nuova programmazione del PO FESR 2014/2020, la Giunta con **DGR n. 1200 del 05/07/2018**, ha approvato le "Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365" e assicurato la copertura finanziaria per la realizzazione della totalità delle attività progettuali previste nell'ambito dell'implementazione del Piano Strategico del Turismo, per una somma complessiva pari a euro 4.250.000,00, autorizzando il Dirigente della Sezione Turismo ad adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di spesa nell'ambito delle risorse dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014/2020.

Con **Atto dirigenziale n. 59 del 26.07.2018**, la Sezione Turismo ha preso atto dei progetti attuativi integrativi delle annualità 2018-2019 e ha impegnato la spesa per complessivi € 4.250.000,00 sui capitoli 1161680, 1162680 e 1163680, in favore di Agenzia regionale del turismo (ARET) Pugliapromozione per dare esecuzione alle azioni programmate per il potenziamento del Piano Strategico del Turismo.

Con **Atto Dirigenziale n. 43 del 26/03/2019** la Sezione Turismo, a seguito di una ricognizione complessiva dei progetti attuativi biennali 2018-2019 e della verifica del loro stato di attuazione effettuata dal Comitato di Attuazione nella riunione del 27/02/2019, ha preso atto dei progetti attuativi rimodulati per l'annualità 2019, "Promozione della destinazione Puglia", "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia", "Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta", "Innovazione della destinazione Puglia" e "Piano strategico PUGLIA365 Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato", con una dotazione complessiva di risorse pari a € **16.561.214,67**, ovvero € 16.661.214,67 decurtato delle entrate presunte pari a € 100.000,00.

Con **delibera n. 891/2019** la Giunta regionale ha prorogato l'Accordo di Cooperazione fino al 31/12/2022 e approvato una rimodulazione delle attività progettuali 2019, in modo da assicurare risorse pari almeno a euro 4.000.000,00 per la realizzazione di attività progettuali 2020: tale decisione si è inserita in un più ampio percorso programmatico avviato sul piano finanziario nell'ambito del PO FESR 2014-2020, che nelle more dell'attivazione della futura programmazione 2021-2027 prevede un'implementazione di risorse per il triennio 2020-2022, tale da garantire continuità alle azioni progettuali ed efficacia alla strategia perseguita dall'Amministrazione regionale nel quadro complessivo del Piano Strategico del Turismo 2016-2025.

Con **Atto Dirigenziale n. 94 del 11/09/2019** la Sezione Turismo, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nelle riunioni del 19/06/2019 e del 26/07/2019 e di una ricognizione complessiva dei progetti attuativi dell'annualità 2019, ha preso atto dei progetti attuativi rimodulati per l'annualità 2019 per un importo complessivo pari a € **13.338.340,90**, di cui € 100.000,00 pari ad entrate generate dal progetto Promozione.

Tenuto conto che

Con la **Delibera n. 2167 del 27/11/2019**, la Giunta ha approvato la modifica al Programma Operativo FESR-FSE 2014-2020, dando mandato all'Autorità di Gestione di provvedere alla riassegnazione della riserva di efficacia non assegnata all'Asse IV "Energia sostenibile e qualità della vita", assicurando il fabbisogno pari a € **21.000.000 in favore del Piano strategico regionale del Turismo "Puglia 365"**, finanziato a valere sull'azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche". L'iter di implementazione della dotazione finanziaria del Piano Strategico del Turismo per il prossimo biennio, richiede però ancora alcuni passaggi amministrativi e adempimenti contabili, che di fatto renderanno disponibile la nuova dotazione finanziaria entro la fine del primo trimestre del 2020.

Nelle more della conclusione della suddetta procedura, il Comitato di Attuazione in data 20/12/2019 (verbale prot. 0006837 del 20/12/2019) si è riunito per predisporre ed approvare le attività progettuali ritenute più strategiche ed urgenti da realizzare nel corso del primo trimestre 2020, al fine di garantire una continuità progettuale ed assicurare l'efficacia della strategia complessiva del Piano Strategico del Turismo, nelle more della conclusione della procedura di stanziamento delle somme sopra menzionate.



SEZIONE TURISMO

Con **Atto Dirigenziale n. 12** del 23.01.2020 la Sezione Turismo ha preso atto della proroga al 31/03/2020 dei progetti attuativi biennali 2018-2019, sempre nell'ambito della dotazione finanziaria già impegnata e disponibile.

Successivamente, con la **Deliberazione n. 415 del 30.03.2020**, la Giunta 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 PO FESR 2014-2020, per l'intera somma pari a euro 3.286.400,00. Con medesima delibera, la Giunta ha dato mandato al dirigente della Sezione Turismo, in qualità di responsabile dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, di adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di spesa necessaria. La Giunta ha provveduto ad imputare la somma di **€ 3.286.400,00** ai seguenti capitoli di spesa:

- **1161680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota UE" per **€ 1.643.200,00**;
- **1162680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota Stato" per **€ 1.150.240,00**;
- **1163680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Cofinanziamento regionale" per **€ 492.960,00**.

Per tali ragioni, si è resa necessaria una riunione del Comitato di Attuazione (istituito dall'art. 10 dell'Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017), tenutasi in data 27/05/2020. In questa occasione, il Comitato (come da verbale prot. n. 2121 del 27/05/2020) ha approvato la nuova programmazione delle risorse 2020/2021, nonché la riprogrammazione delle attività progettuali del Piano Strategico del Turismo, già approvate con AD n. 12/2020 della Sezione Turismo, e la proroga delle stesse al 31 luglio 2020; il Comitato ha inoltre deliberato il finanziamento delle attività progettuali fino al 31 Luglio 2020 nell'ambito del PST, destinando l'intera riserva di efficacia pari a **€ 3.286.400,00**, già stanziata sull'azione 6.8 con DGR n. 415/2020, sempre nelle more della conclusione del processo di acquisizione dei 21 milioni di euro.

Con **Atto Dirigenziale n. 70 del 08/06/2020** la Sezione Turismo, a seguito delle decisioni prese dal Comitato di Attuazione nella riunione del 27/05/2020, ha preso atto della riprogrammazione fino al 31/07/2020 delle attività progettuali e dei relativi progetti attuativi nell'ambito del Piano Strategico del Turismo, per un ammontare complessivo pari a € 4.554.434,32, assicurato dagli impegni già assunti con AD nn. 16/2017, 21/2018 e 56/2018; con il medesimo Atto Dirigenziale n. 70 del 08/06/2020 la Sezione Turismo ha impegnato la spesa per complessivi € 3.286.400,00 sui seguenti capitoli:

- **1161680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota UE" per **€ 1.643.200,00**;
- **1162680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota Stato" per **€ 1.150.240,00**;
- **1163680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Cofinanziamento regionale" per **€ 492.960,00**.

Considerato altresì che

Con Decisione di esecuzione C(2020) 4719 del 08/07/2020 la Commissione Europea ha approvato un'ulteriore riprogrammazione delle risorse del POR PUGLIA, a seguito di un percorso condiviso e finalizzato a contrastare le conseguenze negative provocate dalla diffusione dell'epidemia 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. A seguito della riprogrammazione approvata con la suddetta Decisione Europea, la prevista implementazione della dotazione FESR dell'azione 6.8 è passata da 21 a 13 milioni di euro, affidando il completamento dello stanziamento a nuove fonti finanziarie già individuate.

Alla luce di tali decisioni ed in linea con la programmazione PO FESR 2014-2020, la Giunta regionale con delibera 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";
- **disposto la modifica dell'articolo 1 "Oggetto e finalità"** dell'Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017, per la parte relativa a "importo complessivo", che passa da euro 40.340.000,00 a euro 53.340.000,00;
- **assicurato la copertura finanziaria** per la realizzazione delle attività progettuali previste per una somma complessiva pari a **euro 13.000.000,00**, imputando la spesa sui capitoli



SEZIONE TURISMO

- **1161680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota UE" per € **10.400.000,00**;
 - **1162680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota Stato" per € **1.820.000,00**;
 - **1163680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Cofinanziamento regionale" per € **780.000,00**.
- **autorizzato il Dirigente della Sezione Turismo** ad adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di spesa nell'ambito delle risorse dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014/2020.

Preso atto che

Il Comitato di Attuazione, istituito dall'art. 10 dell'Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017, si è riunito in data 03/08/2020, così come da verbale prot. n. AOO_056/PROT/03/08/2020/0003248 del 03/08/2020, ed ha predisposto ed elaborato i progetti attuativi 2020-2021, che contemplano attività ammontanti complessivamente a € 13.000.000,00, articolati nelle seguenti 5 macroprogettualità:

- "Promozione della destinazione Puglia" CUP B59D20001730009: € **1.649.500,00**;
- "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia" CUP B39D20002200009: € **4.967.600,00**;
- "Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta" CUP B39D20002220009: € **1.969.200,00**;
- "Innovazione della destinazione Puglia" CUP B39D20002240009: € **3.005.000,00**;
- "Piano strategico PUGLIA365 Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato" CUP B39D20002250009: € **1.408.700,00**.

Con nota prot. n. 25885 del 03/08/2020 l'Agenzia Pugliapromozione ha trasmesso i suddetti progetti attuativi, con PEC del 03.08.2020, acquisiti dalla Sezione Turismo con prot.n. 3270 del 04/08/2020.

TUTTO CIÒ PREMESSO

si propone al Dirigente della Sezione Turismo di:

1. **Prendere atto dei progetti attuativi relativi alle annualità 2020-2021** nell'ambito del Piano Strategico del Turismo, così come approvati dal Comitato di Attuazione in data 03/08/2020 per complessivi € 13.000.000,00, parte integrante e sostanziale del presente atto;
2. **impegnare la spesa per complessivi € 13.000.000,00** sui seguenti capitoli:
 - **1161680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota UE" per € **10.400.000,00**;
 - **1162680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Quota Stato" per € **1.820.000,00**;
 - **1163680** "POR 20142020. FONDO FESR. Azione 6.8 interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche. Contributi agli investimenti a amministrazioni locali. Cofinanziamento regionale" per € **780.000,00**.

VERIFICA AI SENSI DEL DLgs 196/03

Garanzie alla riservatezza

La pubblicazione dell'atto all'albo, salve le garanzie previste dalla l. 241/90 in tema di accesso ai documenti amministrativi, avviene nel rispetto della tutela alla riservatezza dei cittadini, secondo quanto disposto dal Dlgs 196/03 in materia di protezione dei dati personali, nonché dal vigente regolamento regionale n. 5/2006 per il trattamento dei dati sensibili e giudiziari.



SEZIONE TURISMO

Bilancio: vincolato e autonomo

Esercizio finanziario: 2020 – la L. R. n. 55 del 30/12/2019; la L. R. n. 56 del 30/12/2019; DGR n. 55 del 21/01/2020.

Competenza 2020

CRA 62.06

62 Dipartimento Sviluppo Economico, Innovazione, Istruzione, Formazione e Lavoro

06 Sezione Programmazione Unitaria

ENTRATA

Si dispone la registrazione dell'obbligazione giuridicamente perfezionata in entrata della somma di **€ 12.220.000,00**, giusta DGR n. 1224 del 31/07/2020 ai sensi di quanto previsto al punto 3.6, lett. C) del "Principio contabile applicato concernente la contabilità finanziaria" di cui all'Allegato 4/2 al D. Lgs n. 118/2011 e ss.mm.ii. concernente i "contributi a rendicontazione", con imputazione secondo il cronoprogramma così come segue:

SIOPE	Capitolo	Declaratoria	Codifica piano dei conti finanziario e gestionale SIOPE	Competenza E.F. 2020	Competenza E.F. 2021	Debitore	Codice UE	Entrate ricorrenti
4311	4339010	TRASFERIMENTI PER IL POR PUGLIA 2014/2020 QUOTA UE FONDO FESR	E.4.02.05.03.001	+ 3.600.000,00	+ 6.800.000,00	Unione Europea	1	SI
4214	4339020	TRASFERIMENTI PER IL POR PUGLIA 2014/2020 QUOTA STATO FONDO FESR	E.4.02.01.01.001	+630.000,00	+1.190.000,00	Stato-Ministero dell'Economia e delle Finanze	1	SI

Il Titolo giuridico che supporta il credito: POR Puglia FESR FSE 2014-2020 approvato con Decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015 dei competenti Servizi della Commissione Europea, modificato da ultimo Decisione di esecuzione UE(2020) 2628 del 22/04/2020 della Commissione Europea.

Causale dell'accertamento: trasferimento per POR Puglia 2014/2020. Asse VI - Az. 6.8 quota Ue Stato.

SPESA

Ai sensi della DGR n. 55 del 21/01/2020, viene effettuata la registrazione dell'obbligazione giuridica perfezionata sul bilancio regionale della complessiva somma di **€ 13.000.000,00 in favore dell'Agenzia Pugliapromozione e per l'importo ivi indicato** giusta DGR n. 1224 del 31/07/2020, per la copertura delle spese relative agli **interventi delle annualità 2020 nell'ambito del Piano Strategico del Turismo**, approvato con DGR n. 191/2017 e successive n. 256/2019, n. 1200/2019, n. 891/2019 e 415/2020, così come di seguito indicato:

CRA	Capitolo	Declaratoria	Missione Programma Titolo	Codifica Piano dei conti finanziario	Importo Totale e.f. 2020	Importo Totale e.f. 2021
62.06	1161680	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	U.2.03.01.02.017	€ 3.600.000,00	€ 6.800.000,00
62.06	1162680	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	U.2.03.01.02.017	€ 630.000,00	€ 1.190.000,00
62.06	1163680	POR 2014-2020.FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE	7.2.2	U.2.03.01.02.017	€ 270.000,00	€ 510.000,00
Totale					€ 4.500.000,00	€ 8.500.000,00

Codice SIOPE: 2247 Denominazione: "Trasferimenti in conto capitale a enti e agenzie regionali";



SEZIONE TURISMO

Codice identificativo delle transazioni riguardanti le risorse UE: punto 2) allegato 7 al d. lgs. 118/2011:

3 (capitolo 1161680) spese finanziate da trasferimenti della UE;

4 (capitolo 1162680) spese finanziate da trasferimenti statali correlati ai finanziamenti dell'Unione europea;

7 (capitolo 1163680) spese correlate ai finanziamenti dell'Unione europea finanziati da risorse dell'ente;

Impegno disposto col presente atto € **13.000.000,00** giusta DGR n. 1224 del 31/07/2020 **in favore dell'Agenzia Pugliapromozione:**

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **10.400.000,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **1.820.000,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **780.000,00**.

MISSIONE, PROGRAMMA: 07.02

CODIFICA PIANO DEI CONTI FINANZIARIO DI CUI AL D.LGS.118/2011 e s.m.i: 02.03.01.02.017 Contributi agli investimenti a altri enti e agenzie regionali e sub regionali

Causale: Spese per l'attuazione dei progetti attuativi del Piano Strategico del Turismo, relativi al biennio 2020-2021

– **CUP: B59D20001730009 "Promozione della destinazione Puglia"**

annualità 2020 euro 409.000,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **327.200,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **57.260,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **24.540,00**;

annualità 2021 euro 1.240.500,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **992.400,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **173.670,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **74.430,00**;

– **CUP: B39D20002200009 "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia"**

annualità 2020 euro 2.295.900,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **1.836.720,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **321.426,00**;



SEZIONE TURISMO

- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **137.754,00**;

annualità 2021 euro 2.671.700,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **2.137.360,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **374.038,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **160.302,00**;

– **CUP: B39D20002220009 "Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta"**

annualità 2020 euro 589.300,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **471.440,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **82.502,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **35.358,00**;

annualità 2021 euro 1.379.900,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **1.103.920,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **193.186,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **82.794,00**;

– **CUP: B39D20002240009 "Innovazione della destinazione Puglia"**

annualità 2020 euro 833.900,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **667.120,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **116.746,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **50.034,00**;

annualità 2021 euro 2.171.100,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTI CHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **1.736.880,00**;



SEZIONE TURISMO

- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **303.954,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **130.266,00**;

— **CUP: B39D20002250009 Piano strategico PUGLIA365 Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato**
annualità 2020 euro 371.900,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **297.520,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **52.066,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **22.314,00**;

annualità 2021 euro 1.036.800,00:

- 1161680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE" per € **829.440,00**;
- 1162680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO" per € **145.152,00**;
- 1163680 "POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE" per € **62.208,00**;

CIG: sarà generato a cura dell'Agencia Pugliapromozione in relazione a ciascuna procedura di evidenza pubblica da adottarsi;

Creditore: Agenzia regionale del turismo (ARET) Pugliapromozione – P.zza Moro 33/A 70121 BARI – C.F. 93402500727

Esigibilità finanziaria dell'intera somma: esercizi 2020 e 2021

Dichiarazioni e/o attestazioni:

- Esiste disponibilità finanziaria sui capitoli di spesa innanzi indicati;
- L'accertamento in entrata e l'impegno di spesa è conforme a quanto stabilito dal d. lgs. 118/2011 e ss.mm.ii;
- Le somme accertate e impegnate con il presente provvedimento sono state stanziare con DGR n. 1224 del 31/07/2020 e n. 55 del 21/01/2020 sui capitoli di entrata 4339010 e 4339020 e sui capitoli di spesa 1161680 1162680 1163680;
- Le relative iscrizioni trovano copertura negli accertamenti innanzi indicati;
- La spesa relativa al presente provvedimento di € **13.000.000,00** è esigibile nel corso degli esercizi finanziari 2020 e 2021;
- Si attesta che l'operazione contabile proposta assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica garantendo il pareggio di bilancio di cui alla l.r. n. 41/2016 e al comma 465, 466 dell'articolo unico Parte I Sezione I della Legge n. 232/2016;
- Si attesta che l'importo pari a € **13.000.000,00** corrisponde ad obbligazione giuridica perfezionata avente creditore certo;
- Si attesta l'adempimento degli obblighi di cui agli artt. 26 e 27 del d.lgs. 14.3.2013, n. 33.

Visto di attestazione disponibilità finanziaria

A.P. Bilancio e controllo di gestione
Pasquale Milella

Il Dirigente del Servizio Promozione e marketing territoriale
Vito Ferrante



IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

**Sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate, nonché letta la proposta formulata dai funzionari istruttori;
Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento dai funzionari istruttori;
Richiamato, in particolare, il disposto dell'art. 6 della legge regionale 4 febbraio 1997, n. 7, in materia di modalità di esercizio della funzione dirigenziale,**

D E T E R M I N A

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

- a) **accertare in entrata la somma pari a € 12.220.000,00** sui capitoli 4339010 e 4339020, corrispondente a obbligazione giuridicamente vincolante;
- b) **impegnare la spesa per complessivi € 13.000.000,00** sui capitoli 1161680, 1162680 e 1163680, in favore di Agenzia regionale del turismo (ARET) Pugliapromozione – P.zza Moro 33/A 70121 BARI – C.F. 93402500727;
3. **Prendere atto dei progetti attuativi allegati**, parte integrante e sostanziale del presente atto, per un ammontare complessivo pari a € 13.000.000,00, nell'ambito del Piano Strategico del Turismo - annualità 2020-2021;
- c) **dare atto che il presente atto diventa esecutivo** con l'apposizione del visto di regolarità contabile da parte della Sezione Bilancio e Ragioneria.

Il presente provvedimento sarà trasmesso in forma integrale in copia conforme all'originale:

- 1) al Beneficiario Agenzia regionale del turismo (ARET) Pugliapromozione
- 2) alla Segreteria della Giunta regionale.

Il presente provvedimento sarà pubblicato nel sito ufficiale della Regione Puglia: www.regione.puglia.it, sezione Amministrazione trasparente - provvedimenti dirigenti, ai sensi della L.R. 15/2008 e nella sezione Pubblicità legale – Albo provvisorio della regione Puglia ai sensi del comma 3 art.20 D.P.G.R. n. 443/2015 in relazione all'obbligo di pubblicazione degli atti esecutivi per un periodo pari a 10 giorni;

Il presente provvedimento è immediatamente esecutivo.

Il presente provvedimento si compone di n. 94 pagine, di cui n. 11 di atto e n. 83 di allegato pagine

**Il Dirigente del Servizio Promozione e marketing territoriale
Vito Ferrante**

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

PO Coordinamento con Pugliapromozione

Daniela Recchia

Il Responsabile di Sub-Azione 6.8.3

Mariangela Sciannimanico



UNIONE EUROPEA

PO PUGLIA
FESR-FSE
2014/2020

Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



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

Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia

approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191



PROGETTO DI ATTUAZIONE

Promozione della destinazione Puglia

Annualità 2020-2021



UNIONE EUROPEA

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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

INDICE

A. Relazione Tecnica illustrativa

- A.1. Obiettivi
- A.2. Procedure di attuazione
- A.3. Attività progettuali
- A.4. Risultati ed effetti in termini di efficienza ed efficacia
- A.5. Governance di progetto e organizzazione delle risorse umane
- A.6. Regolazione dei flussi finanziari
- A.7. Assestamento del budget

B. Calcolo della spesa per l'acquisizione di beni e servizi e per il personale



UNIONE EUROPEA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

A. RELAZIONE TECNICA-ILLUSTRATIVA

A.1. OBIETTIVI

Il progetto PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA, così come previsto dal Piano Strategico del Turismo PUGLIA 365 (approvato con D.G.R. n.191/2017) e dalle indicazioni fornite dall'Osservatorio Turistico regionale, intende perseguire anche per le annualità 2020-2021-2022 un piano di obiettivi articolato, individuando le seguenti priorità:

- rafforzare il Brand Puglia, promuovendo il sistema delle imprese turistiche, sui diversi mercati target;
- incrementare le quote di ospiti stranieri sia europei che extraeuropei provenienti, sia dal mercato intermediato che da quello non intermediato;
- supportare le imprese pugliesi nella partecipazione agli eventi internazionali di promozione turistica b2b;
- realizzare partnership con player internazionali di settore;
- orientare la promozione, organizzando la destinazione Puglia secondo prodotti turistici compatibili con le aree mercato consolidate e potenziali;
- ampliare e diversificare il portafoglio dei prodotti turistici, incentivando quelli con un più ampio margine di destagionalizzazione;
- promuovere la conoscenza e l'attrattiva del territorio nelle sue risorse tangibili e intangibili;
- promuovere l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8

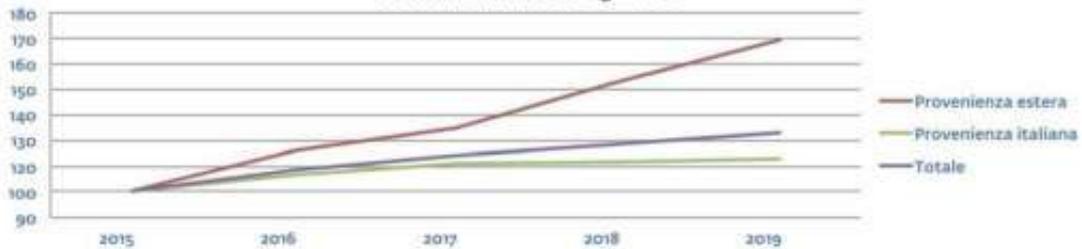


PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

TREND 2019

Andamento degli arrivi in Puglia

Numero indice 2015 = 100



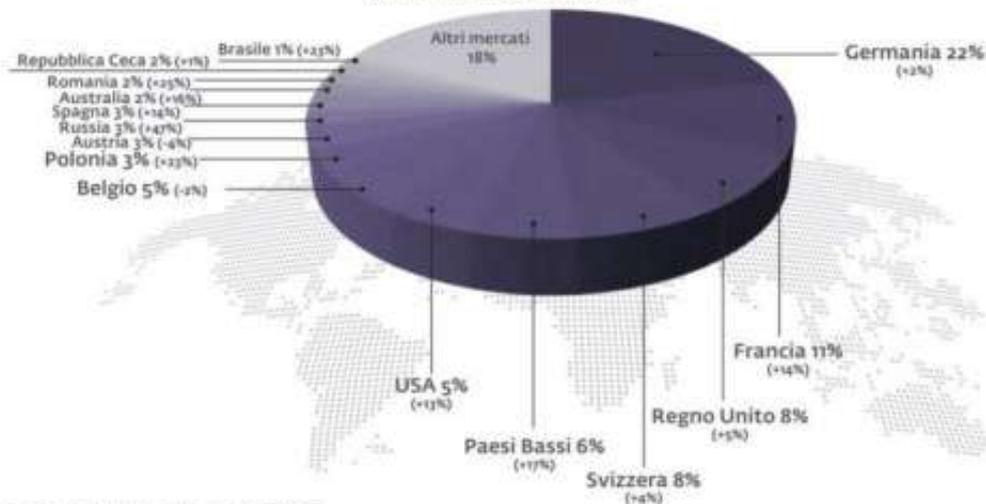
Fonte: *Osservatorio turistico regionale. I dati ISTAT 2019, provinciali e passati, sono stati rielaborati sul 90% circa del totale della regione e rispettano la rilevanza statistica. Sono i dati comunicati direttamente dall'ISTAT nei confronti delle circa 7.900 strutture ricettive della regione attraverso SPOT (Sistema Puglia per l'Osservatorio Turistico). I valori riportati in questo documento, riferiti al 7 febbraio 2020, potrebbero subire delle variazioni al termine del completamento degli inserimenti necessari.

- 4,2milioni** di arrivi (+4% rispetto al 2018)
- 15,5milioni** di presenze (+2%)
- 1,2milioni** di arrivi dall'estero (+11,5%)
- 3,8milioni** di pernottamenti internazionali (+8%)
- 3milioni** di arrivi nazionali (+1%)
- 11milioni** di pernottamenti di italiani (+0,1%)
- 3,7 notti** di permanenza media

Dal 2015 al 2019 l'incoming internazionale è cresciuto del +60% (i pernottamenti +44%) e gli arrivi complessivi (italiani + stranieri) del +23%. I pernottamenti totali sono aumentati del +15%.

IL TURISMO INTERNAZIONALE 1.1

Top 15 mercati esteri in Puglia Quota % di pernottamenti per mercato sul totale nel 2019 (Variazione % dal 2018 al 2019)



Fonte: Osservatorio turistico regionale. Elaborazioni su dati ISTAT/SPOT



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti

Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA

ASSESSORATO REGIONALE TURISMO E CULTURALE
SEZIONE DI PROMOZIONE DEL BENE CULTURALE



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

2019	Arrivi	Presenze	Variatione % Arrivi	Variatione % Presenze	Variatione in v.a. Arrivi	Variatione in v.a. Presenze
TOTALE	1.172.536	3.842.494	12,5	8,1	129.984	288.943
Francia	157.822	434.820	19,7	14,7	25.931	55.819
Germania	152.496	748.659	3,6	-3,1	5.279	-23.627
Regno Unito	87.863	310.818	7,7	5,5	6.297	16.191
Stati Uniti d'America	80.840	206.973	21,5	13,9	14.313	25.326
Paesi Bassi	71.922	251.184	17,7	17,3	10.825	37.070
Svizzera (incluso Liechtenstein)	69.843	282.273	7,1	2,1	4.653	5.689
Belgio	50.028	188.144	-0,1	-2,1	-47	-4.094
Polonia	49.038	155.154	13,6	25,9	5.875	31.899
Spagna	42.075	101.924	20,2	12,8	7.080	11.557
Russia	31.554	106.409	44,9	46,5	9.782	33.776
Giappone	30.440	40.730	1,6	2,2	491	892
Australia	27.297	72.114	21,9	17,5	4.896	10.749
Austria	26.869	107.498	1,1	-6,0	285	-6.828
Altri Paesi dell'Asia	21.439	37.877	36,6	31,0	5.743	8.965
Romania	20.946	70.398	20,0	26,3	3.484	14.644
Brasile	20.298	49.146	25,5	22,1	4.123	8.899
Canada	19.576	48.830	18,6	16,8	3.076	7.010
Altri Paesi Europei	15.429	47.553	-1,6	-0,3	-255	-140
Irlanda	14.338	47.513	11,4	6,1	1.469	2.730
Ungheria	12.783	43.397	44,7	38,8	3.947	12.121
Argentina	12.453	28.246	17,9	16,1	1.891	3.914
Repubblica Ceca	12.016	58.800	14,9	-0,3	1.556	-157
Turchia	10.300	20.148	27,0	24,2	2.187	3.924
Svezia	9.635	29.453	2,5	7,3	239	2.007
Slovenia	9.025	21.356	16,7	6,3	1.294	1.260
Altri Paesi Centro - Sud America	9.025	21.560	13,2	16,2	1.049	2.998
Israele	7.734	16.292	-12,9	-13,9	-1.143	-2.626
Grecia	7.481	15.604	-9,7	-1,8	-801	-289
Cina	7.358	12.425	42,0	32,5	2.175	3.051
Danimarca	6.800	24.285	20,0	14,6	1.135	3.087
Ucraina	6.654	19.011	24,7	15,8	1.320	2.594
Bulgaria	5.858	21.703	21,3	42,9	1.028	6.516
Portogallo	5.663	15.808	17,6	15,4	847	2.110
Altri Paesi Asia Occidentale	5.315	25.658	27,2	118,0	1.137	13.890
Norvegia	4.985	13.427	5,1	1,1	243	141
Croazia	4.507	11.570	11,3	18,4	458	1.795
Slovacchia	4.320	15.690	-5,1	7,7	-232	1.127
Lussemburgo	4.162	18.985	9,8	9,7	372	1.671
Messico	3.648	8.078	26,0	39,8	752	2.298
Corea del Sud	3.410	5.506	12,5	26,1	379	1.138
Altri Paesi dell'Africa	3.374	16.155	24,1	26,8	655	3.414
India	3.217	8.603	12,4	14,2	354	1.068
Nuova Zelanda	3.119	7.071	18,6	20,1	490	1.181
Lettonia	3.117	9.295	-27,9	-28,7	-1.205	-3.744
Malta	3.083	8.346	11,5	11,4	318	851
Lituania	2.980	8.134	-60,1	-61,9	-4.488	-13.229
Finlandia	2.752	7.765	14,8	8,2	355	591
Altri Paesi Africa Mediterranea	1.921	6.394	3,6	18,3	67	990
Estonia	1.800	4.203	1,2	-21,4	22	-1.144
Sud Africa	1.248	3.567	13,9	14,5	152	451
Venezuela	1.023	3.136	12,8	-6,9	116	-231
Egitto	519	1.649	15,1	20,5	68	280
Islanda	496	1.352	-22,3	-34,2	-142	-702
Cipro	326	893	25,9	45,2	67	278
Altri Paesi o territori Oceania	263	763	14,3	-8,7	33	-73
Non specificato/apolide	36	83	-25,0	-56,3	-12	-107
Altri Paesi o territori Nord - Americani	17	66	6,3	-29,8	1	-28



UNIONE EUROPEA



	Arrivi	Presenze	Variazione % Arrivi	Variazione % Presenze	Variazione in v.a. Arrivi	Variazione in v.a. Presenze
PIEMONTE	117.205	530.627	4,4	-1,9	4.911	-10.190
VALLE D'AOSTA	2.792	14.128	8,1	-1,1	209	-151
LOMBARDIA	346.380	1.740.815	4,2	-1,8	13.972	-32.604
BOLZANO - BOZÈ	15.120	90.927	2,3	1,5	336	1.337
TRENTO	17.681	95.800	0,9	-10,4	158	-11.153
VENETO	142.028	628.057	2,5	-3,2	3.422	-20.456
FRIULI-VENEZIA GIULIA	27.569	101.990	1,3	0,4	357	362
LIGURIA	34.284	119.860	5,2	5,1	1.702	5.830
EMILIA-ROMAGNA	167.849	707.075	4,8	1,8	7.623	12.172
TOSCANA	99.622	365.635	3,2	0,9	3.090	3.339
UMBRIA	45.153	199.751	5,7	3,2	2.415	6.215
MARCHE	89.124	291.834	2,0	1,1	1.787	3.203
LAZIO	358.308	1.451.279	1,6	-1,3	5.608	-18.527
ABRUZZO	98.005	320.327	0,9	-2,2	881	-7.292
MOLISE	23.227	79.343	3,1	4,8	694	3.651
CAMPANIA	407.326	1.689.874	2,7	0,3	10.770	5.277
PUGLIA	774.141	2.325.025	-0,5	0,1	-3.626	1.170
BASILICATA	58.797	187.559	0,9	3,2	544	5.791
CALABRIA	112.980	250.697	-0,7	-0,8	-816	-2.113
SICILIA	129.543	355.088	5,5	1,6	6.725	5.439
SARDEGNA	18.638	52.112	10,5	11,5	1.767	5.394
TOTALE	3.085.772	11.597.803	2,1	-0,4	62.499	-43.306



UNIONE EUROPEA



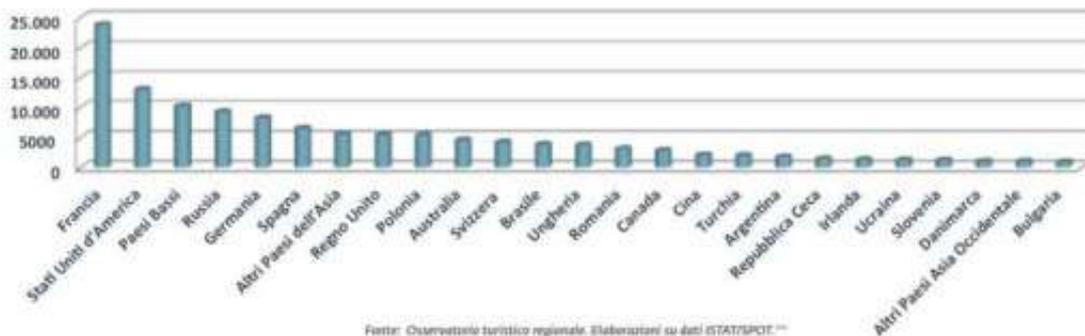
Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

IL TURISMO INTERNAZIONALE 1.3

Variatione in v.a. degli arrivi dall'estero dal 2018 al 2019



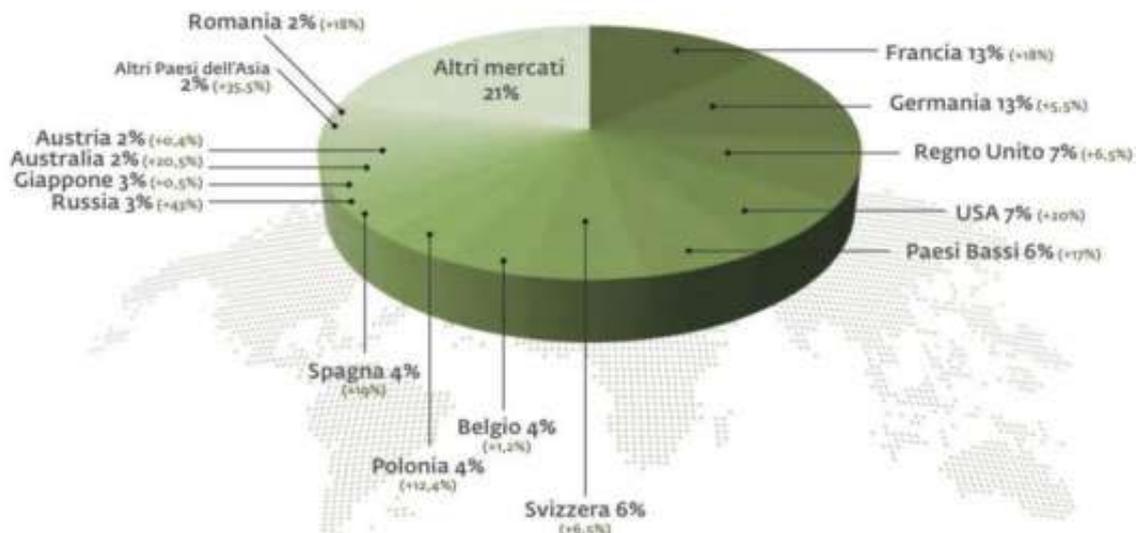
Fonte: Osservatorio turistico regionale. Elaborazioni su dati ISTAT/SPOT.**

Nel 2019 la Francia, con 115 mila arrivi in totale (+24mila rispetto al 2018), ha registrato il maggior incremento posizionandosi al primo posto della classifica per incoming dall'estero ex-aequo con la Germania, è seconda per presenze. Al secondo posto per incrementi assoluti si classificano gli Stati Uniti d'America (+13mila arrivi) seguiti da Paesi Bassi e Russia. Guadagnano rapidamente posizioni nella classifica regionale l'Australia, il Brasile, il Canada, la Cina, i Paesi dell'Asia (Malesia, Thailandia, Vietnam, Indonesia) e i Paesi dell'Asia Occidentale (Arabia Saudita, Emirati Arabi, ecc).

**AGGRAGATI TERRITORIALI ISTAT: Altri Paesi dell'Asia: Afghanistan, Bangladesh, Bhutan, Birmania, British Indian Ocean Territory (UK), Brunei Darussalam, Cambogia, Corea del Nord, Filippine, Indonesia, Kazakistan, Kirghizistan, Laos, Malaysia, Maldive, Mongolia, Nepal, Pakistan, Singapore, Sri Lanka, Tagikistan, Taiwan, Thailandia, Timor Est, Turkmenistan, Uzbekistan, Vietnam. Rientrano nell'EDA (Economie dinamiche dell'Asia): Singapore, Corea del Sud, Taiwan, Hong Kong, Malaysia e Thailandia. Altri Paesi Asia Occidentale: Arabia Saudita, Armenia, Azerbaigian, Bahrein, Emirati Arabi Uniti, Georgia, Giordania, Iran, Iraq, Kuwait, Libano, Oman, Qatar, Siria, Territori dell'Autonomia Palestinese, Yemen.

IL TURISMO INTERNAZIONALE 1.2

Top 15 mercati esteri in Puglia
Quota % di arrivi per mercato sul totale nel 2019
(Variazione % dal 2018 al 2019)



Fonte: Osservatorio turistico regionale. Elaborazioni su dati ISTAT/SPOT.*



UNIONE EUROPEA



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 potrebbero essere oggetto di 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 (*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 sicurezza e della tutela delle persone nei luoghi di 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: si rimanda all'art.15 della Legge n. 241/1990 e all'art. 5, comma 6, del Codice dei Contratti Pubblici.

Le procedure ad evidenza pubblica e gli affidamenti previa indagine di mercato/riciesta di preventivi possono essere quelle di cui all'art. 36, comma 2, lett. A) e B) (c.d. *semplificate*). È, inoltre, possibile svolgere gare aperte sopra-soglia ex art. 60 o procedure negoziate senza pubblicazione di un bando ex art. 63, comma 2, lett. b, del D.Lgs. n. 50/2016. Può farsi ricorso anche all'accordo quadro (art. 54) previo espletamento di procedure di gara. Preliminarmente agli affidamenti dei servizi o dei beni da reperire sul mercato si possono svolgere consultazioni di mercato ex art. 66 ovvero può avere luogo un concorso di idee (art. 156).



UNIONE EUROPEA



Potrebbero 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. 1 (*Servizi di architettura e ingegneria*), 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.

A.3. ATTIVITA' PROGETTUALI

Le attività 2020-2021 saranno orientate al rafforzamento della promozione della destinazione Puglia sia nei mercati consolidati che in quelli emergenti e potenziali per raggiungere i seguenti obiettivi:

- ✓ realizzare azioni di promozione *business to business* per valorizzare il sistema delle imprese pugliesi
- ✓ rafforzare l'awareness del brand Puglia e delle nuove esperienze di viaggio attraverso specifiche azioni di promozione sul mercato intermediato;
- ✓ supportare e differenziare la commercializzazione dei prodotti turistici regionali in base ai mercati

Per le annualità 2020-2021 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
- Progetti speciali
- Ospitalità e accoglienza

A.3.1. Iniziative di promozione

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 (tour operator, strutture ricettive, servizi al turismo, ecc.) attraverso la piattaforma telematica DMS-Destination Management System. La cooperazione con il brand Italia e il sistema delle Regioni si realizza attraverso la collaborazione con l'ENIT Agenzia Nazionale del Turismo.



UNIONE EUROPEA



Al fine di promuovere la partecipazione del sistema di operatori turistici pugliesi ai diversi eventi trade, si intende realizzare un programma di attività formative con focus tematici propedeutici alla partecipazione alle diverse tipologie di eventi. Le attività possono realizzarsi anche mediante tutorial. L'obiettivo è di realizzare attività formative per migliorare la qualità della partecipazione a fiere ed eventi in relazione a specifiche tematiche, quali, a titolo di esempio: commercializzazione diretta e intermediata, gestione della web reputation, tipologia di domanda dei mercati principali e dei mercati emergenti.

Per l'ideazione degli stand espositivi nell'ambito delle Fiere di settore, con successiva analisi, si valuterà la possibilità di dare seguito ad un concorso di idee ai sensi dell'art. 156 del D.Lgs. n. 50/2016. L'allestimento degli stand espositivi avverrà con affidamento dei servizi occorrenti ad un operatore economico scelto con gara ad evidenza pubblica sotto-soglia ovvero ricorrendo ad una procedura negoziata senza bando ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. B), del D.Lgs. n. 50/2016 qualora sussistano ragioni di esclusività (es. partecipazione in aree ENIT). Per i servizi complementari da realizzare in occasione degli eventi anzidetti si potrà ricorrere anche ad affidamenti infra € 40.000,00 ex art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016. Le procedure comparative si svolgeranno sulla piattaforma elettronica regionale EMPULIA ovvero avvalendosi della centrale di committenza CONSIP-MEPA.

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 promo-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 2021 con un nuovo format (l'evento si sdoppia), offrendo l'opportunità al 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 due eventi dedicati indicativamente ai settori outdoor e luxury. 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, sono state 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



UNIONE EUROPEA



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.

Buy Puglia 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/degustazioni 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.

A.3.2. 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, 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 questo ambito è prevista la partecipazione ai principali saloni della nautica internazionale in collaborazione con **Azimut yachts** per promuovere la Puglia del mare e della nautica personalizzando il servizio di



UNIONE EUROPEA



degustazione dello stand Azimut con prodotti dell'enogastronomia locale e show cooking, distribuzione di materiale attraverso un info point dedicato alla Puglia dal mare.

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 per la promozione della **destinazione** sui diversi mercati e per l'attrazione di nuovi investimenti nel settore.

Meeting and Wedding Fund - Sul modello del film fund si propone di sostenere, attraverso la fornitura di servizi dedicati, i grandi eventi e matrimoni i cui organizzatori nazionali ed esteri sceglieranno la Puglia come destinazione.

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.

MyPugliaexperience Reloaded – Organizzazione di un talent per la selezione di viaggiatori professionali italiani e internazionali che diventino Ambassador della destinazione. Il format già realizzato in tre diverse edizioni con grande successo di contatti e visibilità prevede tre fasi principali. Prima: selezione di candidati attraverso competizione online che si sviluppa su una applicazione digitale. Durante: realizzazione e racconto digitale sui diversi canali social di weareinpuglia e dei soggetti selezionati e partner del viaggio con gli Ambassador vincitori insieme ad ambascio/guide locali. Dopo: pubblicazione dei contenuti realizzati durante il viaggio attraverso una campagna di comunicazione digitale dedicata.

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.

A.3.3. 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.



UNIONE EUROPEA



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.

Il reperimento dei servizi di ospitalità, funzionali all'organizzazione dei tour, avverrà con una procedura ad evidenza pubblica sotto-soglia ex art. 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. n. 50/2016 sulla piattaforma telematica Empulia ovvero aderendo ad eventuali Accordi Quadro ex art. 54 del D.Lgs. n. 50/2016 attivati da CONSIP-Mepa ad esito di procedure di gara aperte ex art. 60 del D.Lgs. n. 50/2016.

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

Il risultato atteso è quello di favorire un rilevante incremento dell'incoming turistico e della conoscenza della destinazione Puglia soprattutto nei mercati esteri, estendendolo a tutti i mesi dell'anno. Le attività progettuali porteranno ad aumentare la differenziazione dei segmenti di mercato e dei prodotti (esperienze), comportando, di conseguenza, la possibilità di consolidare il posizionamento competitivo della Puglia come destinazione e la capacità di innovare l'offerta attraverso la raccolta delle esigenze della domanda.

I risultati di progetto saranno potenziati attraverso un'azione compiuta in stretta sinergia con le attività di comunicazione e valorizzazione dell'offerta turistica di cui ai rispettivi progetti esecutivi. Tali risultati attesi saranno misurabili o quantificabili grazie anche alle attività dell'Osservatorio di Pugliapromozione: in tal caso si rimanda al relativo progetto esecutivo.

Nel corso delle annualità si darà seguito alla valutazione dell'impatto del Piano Strategico per la misurazione dei risultati prodotti a cominciare dagli interventi promozionali. Il risultato finale consiste nell'incremento dello sviluppo dell'economia regionale – al riguardo si richiamano i diversi focus della Banca d'Italia sull'aumento della spesa degli stranieri che hanno scelto la nostra Regione come meta per le loro vacanze – e sull'incremento di occupazione collegato all'indotto dell'industria turistica.

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



UNIONE EUROPEA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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



UNIONE EUROPEA



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.

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.

Si riepiloga nel seguente prospetto la spesa riferita alle Risorse Umane:

PROGETTO PROMOZIONE	2020	2021
	TOTALI INCLUSO ONERI	TOTALI INCLUSO ONERI
POSIZIONI ORGANIZZATIVE E SPECIFICHE RESPONSABILITA'	25.400,00	65.900,00
PERSONALE A TEMPO DETERMINATO	43.600,00	104.600,00
	69.000,00	170.500,00

A.6. REGOLAZIONE FLUSSI FINANZIARI

Il pagamento da parte della Regione dei rimborsi spettanti all'Agenzia 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 semestrale, 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 trenta giorni lavorativi 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;



UNIONE EUROPEA



- 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 delle 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 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 contenuti e obiettivi né pregiudicare l'efficacia delle azioni intraprese, sarà possibile assestare il budget di cui alla tabella allegata. È consentito effettuare spostamenti di somme tra le singole voci della tabella budget, purché le singole attività indicate non vengano modificate nei contenuti né negli obiettivi: tali spostamenti devono essere comunque comunicati tra le parti, evidenziando l'entità dello spostamento.



UNIONE EUROPEA



B. Calcolo della spesa per l'acquisizione di beni e servizi e per il personale

CALENDARIO PROMOZIONE 2020-2022

N	ANNO	NOME EVENTO	DATA	LUOGO	MODALITA' PARTECIPAZIONE	PREVISIONE DI SPESA
FIERE ED EVENTI						
		TTG	14-16 OTTOBRE	RIMINI	STAND PUGLIA	€ 50,000.00
		WTM	2-4 NOVEMBRE	LONDRA	ENIT	€ 40,000.00
		CIIE	5-10 NOVEMBRE	SHANGAI	PUGLIA	€ 40,000.00
		FA LA COSA GIUSTA	27-29 NOVEMBRE	MILANO	PUGLIA	€ 30,000.00
	TOTALE 2020					€ 160,000.00
		FOIRE VAKANZ	GENNAIO	LUSSEMBURGO	STAND PUGLIA	€ 5,000.00
		BIT	7-9 FEBBRAIO	MILANO	STAND PUGLIA	€ 140,000.00
		BTM	24-26 FEBBRAIO	LECCE	PUGLIA	€ 30,000.00
	2021	ITB	10-14 MARZO	BERLINO	ENIT	€ 80,000.00
		BUY MICE	APRILE	PUGLIA	PUGLIA	€ 40,000.00
		VINITALY	18-21 APRILE	VERONA	PUGLIA	€ 10,000.00
		IMEX	25-27 MAGGIO	FRANCOFORTE	ENIT	€ 40,000.00
	TOTALE 2021					€ 345,000.00
WORKSHOP BUSINESS TO BUSINESS						
		LIVING PUGLIA	DICEMBRE	MOSCA	PUGLIA	€ 40,000.00



UNIONE EUROPEA



		ILTM CANNES	7-10 DICEMBRE	CANNES	PUGLIA	€ 60,000.00
	TOTALE 2020					€ 100,000.00
		DUCO	APRILE	TBD	PUGLIA	€ 85,000.00
		ILTM LATIN AMERICA	4-7 MAGGIO	SAO PAOLO-BRASIL	PUGLIA	€ 20,000.00
		LOOP SPRING 2021 WORKSHOP	18-21 APRILE	VIENNA	PUGLIA	€ 20,000.00
		PURE	SETTEMBRE	MARRAKECH	PUGLIA	€ 80,000.00
		WORKSHOP ENIT	TBD	TBD	PUGLIA	€ 20,000.00
		AMOUR(Luxury&Wedding)	TBD	TBD	PUGLIA	€ 20,000.00
	TOTALE 2021					€ 245,000.00
BUYPUGLIA						
		BUYPUGLIA OUTDOOR	APRILE	PUGLIA	ORGANIZZATORE	€ 50,000.00
	2021	BUYPUGLIA LUXURY	OTTOBRE	PUGLIA	ORGANIZZATORE	€ 25,000.00
		BUY PUGLIA TOUR	GENNAIO-DICEMBRE	UE ed extra UE	ORGANIZZATORE	€ 25,000.00
	TOTALE 2021					€ 100,000.00
PROGETTI SPECIALI						
	2020	AZIMUT YATCH PARTNERSHIP				€ 60,000.00
	TOTALE 2020					€ 60,000.00
		Puglia travel Industry				€ 250,000.00
	TOTALE 2021					€ 250,000.00
OSPITALITA' & ACCOGLIENZA						
	2020	Educational tour e press				€ 0.00



UNIONE EUROPEA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

		trip				
2021		Educational tour e press trip				€ 90,000.00
PERSONALE						
2020		Personale Ufficio promozione				€ 69,000.00
2021		Personale Ufficio promozione				€ 170,500.00
TRASFERTE						
2020		Trasferte Ufficio Promozione				€ 10,000.00
2021		Trasferte Ufficio Promozione				€ 20,000.00
SPEDIZIONI						
2020		Spedizione materiale per fiere eventi e workshop				€ 0.00
2021		Spedizione materiale per fiere eventi e workshop				€ 20,000.00
GADGET & MATERIALI EDITORIALI						
2020		Produzione materiali promozionali				€ 10,000.00
2021		Produzione materiali promozionali				€ 0.00
Totale progetto 2020						€ 409,000.00
Totale progetto 2021						€ 1,240,500.00
Totale progetto						€ 1,649,500.00



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

Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia

approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191



PROGETTO DI ATTUAZIONE

Comunicazione digitale e

Brand identity della destinazione Puglia

(Business to consumer)

Azioni di comunicazione per la promozione di eventi

Progetto Attuativo Biennale 2020-2021



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

INDICE

A. Relazione Tecnica-illustrativa

- A.1. Obiettivi
- A.2. Procedure di attuazione
- A.3. Attività progettuali e modalità d'esecuzione
- A.4. Risultati ed effetti in termini di efficienza ed efficacia
- A.5. Governance di progetto e organizzazione delle Risorse Umane
- A.6. Regolazione dei flussi finanziari
- A.7. Assestamento del budget

B. Calcolo della spesa per l'acquisizione di beni e servizi e del personale



UNIONE EUROPEA



A. RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

A.1 OBIETTIVI

Il presente progetto esecutivo dà avvio al nuovo quinquennio 2020-2025 del Piano Strategico del Turismo **"Puglia 365"** e si presenta come prosieguo dell'azione strategica adottata nel precedente periodo 2015-2020. In coerenza con esso, vengono delineate le nuove esigenze di promozione e comunicazione della destinazione con particolare riguardo alla fase di ripresa da un periodo critico che la regione Puglia, ma più generalmente, il Paese ha vissuto a causa della recente pandemia.

Ciò premesso e d'intesa con il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e valorizzazione del territorio, e in attuazione del su citato Piano Strategico del Turismo **"Puglia 365"** (D.G.R. 14 febbraio 2109, n. 197) e della Cultura **"Piiiil Cultura"** (D.G.R. 19 marzo 2019, n.543), l'Agenzia Pugliapromozione ha individuato una selezione di attività di comunicazione e promozione della destinazione verso un target generalista, ma anche di settore, da attuare nel biennio 2020-2021.

In questo progetto, si parte dalla premessa che la crisi del turismo derivante dalla pandemia del corona virus è un fattore di cambiamento dell'industria turistica che rivoluzionerà i prossimi anni. Probabilmente nulla potrà tornare come prima, il che costituisce un motivo di preoccupazione per le aziende del settore turistico e di ripensamento delle scelte promozionali che potrebbero subire un importante processo di innovazione e cambiamento per il turismo in Puglia perché, di fatto, siamo in una fase nuova del turismo globale, che si trova di fronte ad un evento imprevedibile e che mette in crisi le sue coordinate fondamentali.

Benché non si possa prevedere lo scenario futuro e non si abbia certezza che tutto possa tornare come prima, le azioni puntano comunque a stimolare la propensione dei consumatori/viaggiatori a tornare a viaggiare in coerenza con le aperture tra regioni e nazioni.

Resta tuttavia immutata la *vision* di lungo periodo, traguardata al 2025, di una destagionalizzazione dei flussi, una maggiore internazionalizzazione e uno sviluppo sostenibile del territorio.

Ciò che muteranno saranno gli strumenti per raggiungere questi obiettivi di:

- Promozione del territorio e del suo patrimonio naturale, culturale e artistico, rafforzando il senso di appartenenza con la riscoperta del territorio in ogni suo aspetto;
- Rilanciare, potenziare, ampliare e allungare l'offerta turistica;
- Rilanciare e consolidare il turismo di medio-lungo raggio e il turismo interno con ricadute positive in termini di incoming;
- Sostenere azioni a supporto dei voli e dei collegamenti con i mercati europei ed extra europei, con particolare riferimento a Russia, USA e Cina.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Si precisa che il presente progetto osserva e si integra con le linee di azione di Valorizzazione, Innovazione e Promozione dell'Agenzia rispettivamente per il rafforzamento delle azioni di informazione e comunicazione digitale della destinazione.

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.

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 (*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).

I servizi/beni sono reperiti sul mercato ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a) e b) (c.d. *semplificate*), nonché con gare aperte sopra-soglia ex art. 60 o procedure negoziate senza pubblicazione di un bando ex art. 63, qualora sussistano diritti esclusivi. È possibile attivare altresì un 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 e concorsi di idee ex art. 156 con avvisi pubblici cui attribuire adeguata pubblicità legale.

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*



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

alle soglie comunitarie), 6 (Cause di esclusione) e 8 (Procedure negoziate senza previa pubblicazione del bando).

A.3. - ATTIVITA' PROGETTUALI

Il presente progetto contiene le azioni di comunicazione del Piano Strategico del Turismo "Puglia365" per la qualificazione e il potenziamento dell'immagine della Puglia come destinazione turistica con particolare riferimento al *brand* in un periodo di tempo che va dalla fase di ripresa successiva all'emergenza sanitaria generata dalla pandemia da Covid19 e fino al 2021.

In continuità con le azioni del precedente progetto esecutivo, l'ARET mira a realizzare delle azioni correlate alla strategia attuale di promozione della destinazione in termini di valorizzazione del territorio verso i target destinatari delle azioni medesime. Comunicare, quindi, la Puglia in una fase di ripartenza, rinascita e recupero dei mercati consolidati, degli emergenti e dei potenziali.

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

- A. Azioni di comunicazione in Co-branding;
- B. Media plan e Grandi eventi
- C. Media partnership con Aeroporti di Puglia;
- D. Produzione e distribuzione di contenuti testuali e multimediali;
- E. Azioni di comunicazione per Cineturismo;
- F. Eventi e spettacoli dal vivo

A.3.1. COMUNICAZIONE

A) Azioni di comunicazione in Co-branding

Per l'attuazione degli indirizzi strategici di promozione e al fine di ottenere un vantaggio attrattivo per il *brand* Puglia si intende acquisire 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.

Tali eventi, che potranno tenersi in Puglia, in Italia o all'estero, sono destinati a un pubblico generalista e specializzato e possono contribuire ad accrescere la *brand image* e la *brand reputation* con l'obiettivo finale di promuovere turisticamente la Puglia, di commercializzare e destagionalizzare l'offerta turistica regionale, in coerenza con il Piano strategico "Puglia365" e la *mission* dell'Agenzia.

Si precisa, tuttavia, che l'avviso degli eventi in Co-branding sarà rivisitato ed eventualmente riformulato in coerenza con i criteri di salute e sicurezza forniti dal comitato tecnico-scientifico regionale e si concilierà con un nuovo modo di organizzare e offrire eventi senza penalizzare l'offerta artistica, culturale e di comunicazione della destinazione. Gli eventi saranno ripensati con una specifica



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

caratterizzazione digitale o attraverso modalità alternative, qualora se ne possa prevedere un impatto efficace in termini mediatici di visibilità del brand Puglia. Si potranno prevedere, inoltre, eventi di co-branding in analogia ad altri consentiti - con le opportune misure di sicurezza e distanziamento - quali ad esempio le esposizioni artistiche.

Procedura: Comparazione a evidenza pubblica con affidamento ex art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016.

B) Media plan e Grandi eventi

Le azioni di comunicazione tipiche (campagne di comunicazione), connesse a quelle promozionali e di valorizzazione dell'offerta turistica, richiedono da una parte una riprogrammazione in adeguamento alle altre aree di intervento e, dall'altra, richiedono di acquisire una funzione propulsiva che spinga ex se verso la ripresa dei flussi turistici.

Per l'attuazione degli obiettivi di cui al presente progetto esecutivo, l'Agenzia Pugliapromozione intende realizzare attività di comunicazione - quali elaborazione di concept, realizzazione di video e shooting fotografici, elaborazione e adattamento grafico, spot radiofonici, prodotti editoriali e digitali, influencing, pubbliche relazioni e ufficio stampa - utili a promuovere la destinazione turistica della Puglia attraverso un opportuno mediamix, inteso come combinazione di mezzi tradizionali e digitali, su cui veicolare le campagne di comunicazione, nonché le strategie di promozione del territorio pugliese e dei suoi attrattori turistici. 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.

Le proposte di comunicazione per la fornitura dei suddetti servizi sono valutate e attivate attraverso appositi brief/call, che dettagliano un piano di comunicazione specifico, strategie, obiettivi e indicazioni operative per la realizzazione di Mediaplan e Grandi Eventi a diffusione regionale, nazionale ed internazionale.

I contenuti della comunicazione si articolano su più livelli:

- Istituzionale;
- Corporate e di servizio;
- Promozionale.

I target di riferimento sono:

- Nazionale
- Regionale: target domestico e di prossimità per cui la Puglia è già nota ma ad essi viene presentata nelle sue declinazioni inaspettate;
- Internazionale: target dei mercati esteri consolidati, emergenti e potenziali.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Il piano di comunicazione redatto, e specifico per le call, prevede canali media ON e OFF line. Sono ammessi i mezzi OFF (OOH, stampa generalista e specializzata, le pubblicazioni periodiche e di settore, programmi TV e Radio che generino awareness verso la destinazione e traffico verso il portale istituzionale del turismo) e ON line (web display, video banner, social advertising, SEM ed eventuali progetti speciali). Analogamente, si prendono in considerazione anche progetti di comunicazione integrata nella forma di media mix, per veicolare il concept in più direzioni contemporaneamente e a più target distinti per mezzo.

Considerato i già citati obiettivi di ripresa e ripartenza, il media plan internazionale si candida a essere a supporto e sostegno di tutte le azioni di medio periodo rivolte all'estero e verso i paesi target indicati dal Piano strategico del Turismo e anche dalle nuove esigenze di riposizionamento del brand post Covid, con specifiche e distinte azioni nei mercati consolidati, nei mercati emergenti e in quelli potenziali. In questo la strategia di posizionamento continuerà anche sui mercati di lungo raggio come indicato, con particolare riferimento a Russia, USA e Cina su cui il lavoro è già stato iniziato con successo negli scorsi anni. Le azioni del Media plan saranno anche in asse con le strategie di Innovazione sul versante dell'informazione puntuale, con la Promozione e con l'Accoglienza per i contenuti da veicolare.

Procedura: L'affidamento dei servizi avverrà ai sensi dell'art. 63, comma 2, lettera B, n.3 del D.Lgs n.50/2016, accertata la titolarità dei diritti esclusivi in capo al proponente.

C) Media partnership con Aeroporti di Puglia

Il progetto esecutivo prevede la media partnership tra Pugliapromozione e Aeroporti di Puglia S.p.A. sulla comunicazione *business to consumer* della destinazione Puglia al fine comune della valorizzazione della Puglia come destinazione turistica e meta di viaggio in conformità alle rispettive mission e al Piano Strategico del Turismo regionale "Puglia365".

Pugliapromozione, sulla scia delle azioni svolte dal 2017 nell'ambito dell'accordo di collaborazione con Aeroporti di Puglia, prevede di avviare nuove azioni di comunicazione on site nelle sedi aeroportuali in vista della riattivazione dei voli e come rafforzamento della *brand awareness*.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico.

D) Produzione e distribuzione contenuti testuali e multimediali

Al fine di rafforzare la strategia e incrementare lo storytelling della Puglia si ritiene opportuno investire nell'aggiornamento, produzione e distribuzione di nuovi contenuti per la comunicazione ON e OFF line, allo scopo sia di informare i cittadini residenti sull'attività istituzionale che di promuovere la Puglia come destinazione turistica al pubblico dei turisti attuali/potenziali, già descritti precedentemente.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Si intende esternalizzare, a tale scopo, il servizio di produzione di contenuti testuali e/o audiovisivi ad hoc su itinerari, luoghi, prodotti della destinazione, con traduzioni nelle lingue inglese, tedesco e francese e includendo anche un servizio di traduzioni per Cina e Russia.

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. Per tale ragione, quindi, l'incremento della produzione di contenuti per il digitale si fa importante in previsione di un supporto alle azioni di Valorizzazione, Promozione e Innovazione. Nello specifico, si intende realizzare contenuti sulla destinazione Puglia da orientare secondo le indicazioni dell'Osservatorio regionale. Analogamente, saranno presi in considerazione specifici canali digitali di distribuzione.

Procedura: Affidamenti diretti infra € 40.000,00, ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016 previa consultazione di mercato ex art. 66 del D.Lgs. n. 50/2016. Inoltre, sarà possibile dare seguito ad una o più procedure negoziate (gare sotto-soglia) ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. b), del D.Lgs. n. 50/2016.

E) Azioni di comunicazione per Cineturismo

In coerenza con l'accordo di Cooperazione strategica tra Pugliapromozione e Fondazione Apulia Film Commission, per la realizzazione congiunta di attività di interesse pubblico comune per la valorizzazione del territorio e del patrimonio culturale regionale attraverso la promozione della Puglia come destinazione di viaggio, si prevedono azioni nel campo della comunicazione della brand identity, della cultura cinematografica e dello spettacolo, dell'innovazione dei sistemi di promozione turistica e culturale, della diffusione del Piano strategico del Turismo e della Cultura della Regione Puglia.

Nello specifico, si rafforzeranno le attività di marketing e di promozione del brand Puglia quale destinazione turistica attraverso azioni di comunicazione integrata nell'ambito di progetti cinematografici di cineturismo, orientati alla valorizzazione del patrimonio artistico, culturale e storico del territorio tramite la narrazione filmica dell'esperienza del viaggio o del soggiorno in Puglia.

Procedura: Accordo di Cooperazione pubblico-pubblico ARET Pugliapromozione e Fondazione Apulia Film Commission, approvato ai sensi dell'art. 5 del D.Lgs. n. 50/2016.

F) Eventi e spettacoli dal Vivo

Il progetto esecutivo prevede la media partnership tra Pugliapromozione e Teatro Pubblico Pugliese per rafforzare tra brand ed eventi artistico-culturali, supportandone la realizzazione e comunicazione ai fini promozionali del territorio.

La co-partecipazione ad eventi con precise caratteristiche, includendo tra queste l'impatto economico-culturale a beneficio del territorio e i flussi di partecipanti/pubblico, consente alla destinazione Puglia e al suo storytelling di essere rappresentata nel piano di comunicazione e promozione verso un target regionale e nazionale specificamente profilato rispetto al turismo culturale. Ciò avviene associando la comunicazione a fini turistici a settori quale quello della musica, dell'enogastronomia, delle arti e della



UNIONE EUROPEA



creatività, nonché della cultura in genere per ottenere ricadute positive in termini di brand image e brand reputation.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico.

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

I risultati cui mira il presente progetto sono descritti negli obiettivi in premessa e mirano, più genericamente, al rilancio e consolidamento del *brand Puglia* nei segmenti di target indicati in un periodo che procede dalla fase di ripresa al 2021. Questo attraverso la sinergia tra le attività di Comunicazione e le attività di Promozione, Innovazione e Valorizzazione.

La destinazione sarà comunicata presentandola come una sicura e importante scelta per trascorrere soggiorni più o meno lunghi. Altri risultati attesi riguardano, quindi, la promozione dell'offerta turistica e il sostegno agli operatori, pubblici e privati, del territorio per la comunicazione di un turismo sano, attrattivo e di qualità.

I risultati attesi saranno monitorati dall'Osservatorio regionale del Turismo.

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 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.



UNIONE EUROPEA



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);

10

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.

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

L'erogazione da parte della Regione delle risorse finanziarie spettanti a Pugliapromozione avverrà, ad eccezione della prima anticipazione, sulla base della presentazione della relativa richiesta



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

accompagnata da un rapporto tecnico di monitoraggio sulle attività realizzate e dalla rendicontazione delle spese effettivamente sostenute.

Nello specifico Pugliapromozione è tenuta a rendicontare, per le rispettive annualità, le spese effettivamente sostenute, 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 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 europea, nazionale e regionale, anche se non penalmente rilevanti, determinerà la decadenza dell'importo finanziato e il recupero delle eventuali somme già erogate.



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



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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:

- 1) è consentito effettuare spostamenti di somme tra le singole voci ricomprese all'interno di ciascun macro-gruppo (1, 2, 3 ecc.) della tabella B), purché le singole attività indicate nei sottogruppi (es. 01, 0.2 ecc.) non vengano modificate nella natura né negli obiettivi: tali spostamenti devono essere comunque comunicati alle parti, evidenziando l'entità dello spostamento;
- 2) ogni spostamento di somme da un gruppo ad un altro, così come qualsiasi modifica nei contenuti od obiettivi di una singola attività indicata nel sottogruppo, dovrà essere preventivamente concordata tra le parti.

B. CALCOLO DELLA SPESA PER L'ACQUISIZIONE DI BENI E SERVIZI E DEL PERSONALE

Di seguito i prospetti separati per annualità

ANNUALITÀ 2020

	descrizione	Unità di misura	Stima prezzo unitario senza oneri fiscali in €	prezzo unitario con oneri fiscali	totale senza oneri fiscali	TOTALE € PER SPESE con iva
	SERVIZI					
1	Risorse umane					€228.700,00
01.01	PERSONALE DIPENDENTE T.I.					27.400,00
01.02	POSIZIONI ORGANIZZATIVE E SR					21.000,00
01.03	PERSONALE A TEMPO DET.					168.000,00
01.04	CONTRATTI DI COLLABORAZIONE					12.300,00
2	COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY					€2.062.200,00
02.01	Co-branding					€0
02.02	Media plan e Grandi eventi					€1.100.000,00
02.03	Media partnership con Aeroporti di Puglia					€152.500,00
02.04	Produzione e distribuzione contenuti					€109.700,00



UNIONE EUROPEA

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



02.05	Azioni di comunicazione per Cineturismo					€0
02.06	Eventi e spettacoli					€700.000,00
3	Rimborsi					€5.000,00
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo				€5.000,00
					TOTALE	€2.295.900,00

ANNUALITA' 2021

	descrizione	Unità di misura	Stima prezzo unitario senza oneri fiscali in €	prezzo unitario con oneri fiscali	totale senza oneri fiscali	TOTALE € PER SPESE con iva
	SERVIZI					
1	Risorse umane					556.300,00
01.01	PERSONALE DIPENDENTE T.I.					65.900,00
01.02	POSIZIONI ORGANIZZATIVE E SR					57.800,00
01.03	PERSONALE A TEMPO DET.					403.100,00
01.04	CONTRATTI DI COLLABORAZIONE					29.500,00
2	COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY					€2.070.400,00
02.01	Co-branding					€600.000,00
02.02	Media plan nazionale, regionale, internazionale					€534.400,00
02.03	Media partnership con Aeroporti di Puglia					€366.000,00
02.04	Produzione e distribuzione contenuti					€270.000,00
02.05	Azioni di comunicazione per Cineturismo					€300.000,00
3	Rimborsi					€45.000,00
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo				€45.000,00
					TOTALE	€2.671.700,00



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

B.1. 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.



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



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

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

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



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



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

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



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



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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.



UNIONE EUROPEA



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

Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia

approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191

PUGLIA₃₆₅

PROGETTO DI ATTUAZIONE

Innovazione della destinazione Puglia

2020 - 2021



UNIONE EUROPEA



INDICE

A. Relazione Tecnica-illustrativa

- A.1. Obiettivi
- A.2. Procedure di attuazione
- A.3. Attività progettuali
- A.4. Governance di progetto e organizzazione delle risorse umane
- A.5. Assestamento del budget

B. Calcolo della spesa per l'acquisizione di beni e servizi e per il personale



UNIONE EUROPEA



A. RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

Con D.G.R. 14 febbraio 2017, n.191 la Giunta Regionale ha approvato il Piano Strategico del Turismo 2017-2025 "Puglia365", con un investimento triennale di risorse economiche a valere sul POR PUGLIA FESR-FSE 2014-2020, prevedendo, tra gli altri, un **progetto di Innovazione della destinazione** nell'ambito dei quali ricadono interventi finalizzati a supportare la capacità di Pugliapromozione di dotarsi di strumenti innovativi – tecnologici e digitali – a servizio della propria mission istituzionale e degli obiettivi strategici da porre in essere.

Nel corso delle prime annualità progettuali sono stati realizzati o avviati interventi volti a:

- **dotarsi di strumenti di "ascolto" dei turisti:** sono state avviate attività di ascolto della rete e di informazione sulla reputazione della *Destinazione Puglia*, monitorando conversazioni, feedback dei turisti e recensioni.
- **acquisire dati dal territorio per studiare il comportamento del turista:** è stata avviata la raccolta e l'analisi dei dati provenienti da fonti esterne. Lo scopo è stato di analizzare a livello aggregato e anonimo il comportamento e il movimento collettivo dei turisti in Puglia attraverso i Big Data, al fine di supportare la definizione degli altri interventi promozionali della destinazione in base alla domanda reale.
- **avviare studi e ricerche per approfondire specifici aspetti della destinazione Puglia.** Le attività di ricerca hanno permesso di approfondire profili dell'offerta turistica, con particolare riferimento ai seguenti prodotti turistici: a) Enogastronomia, b) Natura Sport e Benessere, c) Arte e cultura. Oltre a comprendere i trend e di sviluppo di tali linee di prodotto le ricerche hanno permesso di approfondire lo stato dell'arte di tale offerta e soprattutto gli scenari di sviluppo futuri che potrebbero essere attivati.

L'Agenzia Pugliapromozione intende proseguire il percorso intrapreso e svolto nelle annualità precedenti, implementando taluni interventi e realizzando nuove attività, in linea con gli obiettivi strategici regionali, tenendo conto dei nuovi bisogni della destinazione legati all'emergenza COVID-19.

A.1 OBIETTIVI

Al fine di integrare le strategie dei progetti comunicazione, promozione, valorizzazione, con attività digitali e più propriamente di ricerca&sviluppo, si intende:

1. comunicare, in maniera mirata, profilata e misurabile, agli **operatori del comparto turistico e culturale** la sintesi delle indagini e delle analisi di mercato, le opportunità offerte dalla Regione Puglia e gli aiuti del governo, oltre che la strategia integrata della ripartenza (andando oltre quindi le attività classiche da media plan)
2. supportare la promo-commercializzazione della destinazione Puglia, rafforzando le competenze degli operatori e riorganizzando la presenza e la consapevolezza dell'essere online
3. offrire a **cittadini e turisti** una vetrina diffusa istituzionale - sulle piattaforme in cui avviene la ricerca e lo "zapping" 2.0



UNIONE EUROPEA



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 potrebbero essere oggetto di 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 (*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 ad evidenza pubblica si svolgono sulla piattaforma telematica di EMPULIA ovvero avvalendosi della centrale di committenza nazionale CONSIP-MEPA e possono essere quelle di cui all'art. 36, comma 2, lett. A) e B) (c.d. *semplificate*), nonché le gare aperte sopra-soglia ex art. 60 o le procedure negoziate senza pubblicazione di un bando ex art. 63. Può farsi ricorso anche 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. 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



UNIONE EUROPEA



(*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.

Potranno essere attivate procedure di gara (sub specie di procedure negoziate) di importo inferiore alla soglia di rilevanza europea ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera b), del D.Lgs. n. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici). Si potrà dare seguito, inoltre, ad affidamenti diretti infra € 40.000 euro, ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016, previa consultazione di mercato ex art. 66 del D.Lgs. n. 50/2016 o richiesta di preventivi. Ove ricorrano presupposti e condizioni di esclusività dettate da titolarità di marchi o brevetti e/o strumenti/modelli di indagine, sarà possibile espletare procedure negoziate senza bando ai sensi dell'art. 63, comma 2), lettera b), n.3, del D.Lgs. n. 50/2016. Infine, sarà possibile stipulare Accordi pubblici di collaborazione tra l'Agenzia Pugliapromozione e altri Soggetti pubblici (es. Università) ai sensi dell'art 15 Legge n.241/90 e dell'art. 5, comma 6, del D.Lgs. n. 50/2016.

A.3 ELENCO E DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

02. E-TOURISM Innovazione e digitalizzazione del comparto

Per poter realizzare gli obiettivi specifici del Piano Strategico con la linea di "E-TOURISM Innovazione e digitalizzazione del comparto" è necessario realizzare strumenti a supporto della Comunicazione e dell'Accoglienza:

a. Profilazione e customer relation management (CRM)

È necessario realizzare un sistema per supportare la gestione, proposizione e veicolazione delle offerte e di servizi mirati al turista, principalmente coloro che acquistano un volo o soggiornano in una struttura ricettiva, quindi già inseriti potenzialmente nell'ecosistema digitale e riconducibili al progetto MY PUGLIA Welcome Destination (progetto Valorizzazione). Il sistema potrà basarsi sul trip planner e sull'autenticazione prevista nell'app Visit Puglia, realizzando un sistema di gestione dell'ospite che sappia consigliarlo e offrirgli soluzioni dedicate in base alle proprie caratteristiche.

La progettazione è in continuità con i lavori dell'Ecosistema Turismo Cultura della Regione Puglia.

b. Digitalizzazione dei giornalisti, distribuzione media, educational

Dare valore alle azioni che si realizzano significa anche dare valore e identità (digitale) alla presenza degli ospiti sul territorio, soprattutto quando sono influenti per la promozione e la comunicazione, fidelizzabili nelle loro attività e potenziali dati utili per l'ARET. È opportuno quindi pensare a un sistema di registrazione dei giornalisti a una piattaforma multilingue, di accesso all'Ecosistema Turismo Cultura, che permetta loro di:



UNIONE EUROPEA



- registrarsi e accedere a informazioni e a contenuti dell'Archivio digitale turistico in realizzazione
- partecipare a manifestazioni di interesse per educational (di Pugliapromozione, della Regione Puglia, si potrebbe pensare di offrire il servizio digitale anche ai Comuni)
- segnalare il loro arrivo autonomo e la loro presenza in Puglia, per ricevere consigli e suggerimenti per la visita, sugli eventi o per prendere contatti con la filiera
- segnalare articoli e servizi realizzati

Il pannello di gestione permetterebbe a Pugliapromozione e al Dipartimento di avere una banca dati di giornalisti (turistici e culturali, locali, nazionali e internazionali), di itinerari da proporre e/o costruire, di articoli realizzati.

La progettazione è integrabile nell'Ecosistema Turismo Cultura della Regione Puglia.

Per la realizzazione di tali sistemi, è necessario attivare diverse tipologie di forniture, trasversali ai sistemi dell'Ecosistema (in uso e da realizzare):



(schema attori, contenuti, servizi, strumenti dell'ecosistema, elaborazione Pugliapromozione)

2.1 Gestione dei contenuti e manutenzione evolutiva dei servizi in essere

Nell'ambito delle attività di comunicazione, si rende necessario supportare l'Agenzia nell'azione di comunicazione e promozione digitale, acquisendo servizi di manutenzione evolutiva, che permettano di fare manutenzione e piccole modifiche ai siti di comunicazione e promozione, e di content management, per aggiornare, modificare, creare contenuti ad hoc in linea con la strategia di comunicazione:



UNIONE EUROPEA



- portale turistico di destinazione viaggiareinpuglia.it, aggiornamento in linea con la strategia delle campagne
- **app Visit Puglia**, accoglienza del visitatore in linea con l'offerta e con l'aggiornamento degli smartphone
- **BuyPuglia365**, manutenzione evolutiva B2B e integrazione della gestione degli educational (da incrociare con la progettazione e lo sviluppo per digitalizzare la relazione con i giornalisti)

PROCEDURA: adesione a contratti quadro o individuazione di azienda informatica mediante indagine di mercato

2.2 Progettazione e grafica sistemi digitali

Si intende rivolgersi ad un'agenzia di design che supporti l'ARET per le seguenti attività:

- Progettazione di MyPuglia, dalla riprogettazione del trip planner alla realizzazione di una card/app con offerte e servizi dedicati
- Estensione del concetto di BuyPuglia365 ai giornalisti, con progettazione di un'interfaccia pubblica e autenticata dedicata alla stampa e alla gestione degli educational
- Progettazione di landing page per le campagne di comunicazione (a gettone) e/o interfaccia del nuovo sito turistico

PROCEDURA: individuazione di azienda di grafica, comunicazione, design, mediante indagine di mercato e/o ricerca su MEPA

2.3 Sviluppo di sistemi digitali

In maniera trasversale alla strategia dei vari progetti in essere, si intende dare visibilità in diretta e on demand all'offerta culturale e turistica pugliese, con la possibilità di realizzare, nell'ecosistema regionale turismo e cultura della Regione Puglia, una base informativa multimediale degli eventi, delle attività, del territorio, dell'incontro tra domanda e offerta B2B e B2C e dello scambio proficuo tra operatori stessi. Si pensa quindi a un sistema di gestione del catalogo multimediale e dei servizi in streaming, con strumenti e servizi di digital marketing e di CRM, che consentano di costruire la nuova storia della relazione tra domanda internazionale di turismo culturale e offerta regionale integrata, tra fisico e digitale, in chiave human centered design.

Lo stesso principio di ascolto e cura dell'utente sarà alla base degli strumenti di gestione della relazione con giornalisti, cittadini, operatori in senso più ampio, immobiliari che vogliono investire in Puglia, altre tipologie di fruitori con diverse motivazioni, con strumenti a supporto della digitalizzazione dei processi, in linea con i piani regionali e nazionali in quest'ambito e l'introduzione di ulteriori necessari touchpoint che si riveleranno necessari durante i prossimi anni.

PROCEDURA: tale attività sarà realizzata in collaborazione con InnovaPuglia e il Dipartimento in adesione all'AQ ICT della Regione lotto 3 Turismo e Beni culturali

2.4 Contenuti multimediali



UNIONE EUROPEA



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 in fase di realizzazione.

PROCEDURA: avviso per manifestazione di interesse (proposte dei portfolio e creazione elenco fornitori da cui acquisire servizi, scatti, video)

2.5 Test di usabilità ed efficacia delle azioni online

Consulenza per valutare l'interazione dell'utente con l'interfaccia del nostro ecosistema digitale (per turisti e operatori). In particolare, tramite la metodologia e la tecnologia della rilevazione Eye-Tracking, si valuterà la visibilità, l'attrattività e l'efficacia di ogni aspetto della interazione persona-interfaccia per comprendere come quest'ultima viene percepita, appresa e usata.

03. CUSTOMER PROFYLING Il valore dei dati e dei contenuti

3.1 Acquisizione dati da fonti terze

I tradizionali strumenti di analisi dei flussi turistici non permettono più di comprendere appieno le dinamiche del turismo moderno. È indispensabile acquisire dati da fonti terze in particolare tramite:

- celle telefoniche al fine di comprendere la reale movimentazione dei turisti che visitano la Puglia. Questi dati potrebbero essere utilizzati anche per informare in tempo reale eventuali sovraffollamenti di spiagge o altri luoghi turistici e quindi aiutare il turista a organizzare meglio la propria giornata in Puglia
- sentiment on line per comprendere come viene percepita la nostra accoglienza e i servizi che mettiamo a disposizione dei turisti. Monitorare questi aspetti risulta sempre più indispensabile per una destinazione: la maggior parte delle fasi di acquisto e programmazione di una vacanza avvengono on line per cui i giudizi che qui si trovano condizionano in modo importante la decisione finale.

PROCEDURA: procedure di gara (sub specie di procedure negoziate) di importo inferiore alla soglia di rilevanza europea ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera b), del D.Lgs. n. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici). Oppure affidamenti diretti infra € 40.000 euro, ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016, previa consultazione di mercato ex art. 66 del D.Lgs. n. 50/2016 o richiesta di preventivi. Ove ricorrano presupposti e condizioni di esclusività dettate da titolarità di marchi o brevetti e/o strumenti/modelli di indagine, si prevedono procedure negoziate senza bando ai sensi dell'art. 63, comma 2), lettera b), n.3, del D.Lgs. n. 50/2016.

3.2 Transition Design

Alla luce della instabilità delle previsioni possibili e delle relative analisi che si potranno fare, resta la necessità di mantenere vivo il coinvolgimento degli operatori e dei cittadini pugliesi sulle opportunità del cambiamento, sulle situazioni possibili, su trasformazioni che coglieremo solo se costantemente vicini e attenti ai nuovi bisogni che emergeranno dal basso, agli obiettivi di business e ai vincoli che l'emergenza pandemica imporrà al comparto turistico.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Si intende procedere con un'agenzia di design che aiuti il sistema regionale e l'ARET prima di tutto a mettere insieme:

- Dati di monitoraggio covid e dell'offerta turistica e culturale in generale
- Dati provenienti dalle celle telefoniche
- Dati provenienti dai social
- Dati di ricerca provenienti da Google
- Informazioni di contenimento, distanziamento, sanificazione e sicurezza proveniente dall'OMS e dalla UE, oltre che dal Governo,

fornendo strumenti di visualizzazione dei dati e rappresentazione illustrata degli scenari e delle soluzioni possibili, che tolga sterilità ai contesti e li renda fertili e nutrienti per il cittadino, nella doppia veste di abitante e visitatore della sua terra.

PROCEDURA: procedura di gara (sub specie di procedure negoziate) di importo inferiore alla soglia di rilevanza europea ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera b), del D.Lgs. n. 50/2016 (Codice dei contratti pubblici). Oppure affidamento diretto infra € 40.000 euro, ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016, previa consultazione di mercato ex art. 66 del D.Lgs. n. 50/2016 o richiesta di preventivi.

3.03 Comunicazione digitale data-driven

In continuità con le attività già avviate nel 2020, si intende proseguire con le attività di comunicazione digitale e di advertising su Facebook, Instagram, Google, Youtube e sulle piattaforme che permettono di profilare l'utente e dare valore ai dati di proprietà delle piattaforme sociali.

PROCEDURA: adesione alle condizioni di adv dei proprietari delle piattaforme

04. STUDI E RICERCHE Supporto alle decisioni strategiche

INDAGINI E RICERCHE

Per monitorare l'andamento del turismo regionale e far fronte ai nuovi bisogni del settore è necessario muoversi su due direttive parallele e complementari. Da un lato seguire gli impatti economici e occupazionali del comparto turistico pugliese, dall'altro è necessario studiare come si evolvono i comportamenti di viaggio, le abitudini di consumo, le preferenze di scelta del turista. Si propongono, pertanto, queste attività:

04.01 Datawarehouse

Il DWH è il sistema utilizzato dall'Ufficio Osservatorio per la gestione e per l'analisi (anche con supporto cartografico) dei dati relativi alla movimentazione clienti. Per rispondere alle esigenze informative sempre più puntuali e dettagliate del sistema turistico regionale occorre integrare l'attuale sistema di gestione ed elaborazione dati di Pugliapromozione con nuove funzionalità e nuovi applicativi che possano fornire in tempi rapidi analisi sui flussi regionali, ma anche comparazioni con dati provenienti da altre regioni o da altre fonti non ISTAT (ad esempio aeroporti di Puglia, Celle telefoniche, ecc...).

PROCEDURA: tale attività sarà realizzata con fondi della Regione e portata avanti in collaborazione con InnovaPuglia e Pugliapromozione



UNIONE EUROPEA



04.02 Analisi netnografica, etnografia digitale

Analisi qualitativa delle conversazioni dei consumatori emerse spontaneamente online al fine di estrarre informazioni utili a comprendere problemi o mercati non soddisfatti. Da specializzare sul brand di destinazione Puglia e su Weareinpuglia.

04.03 Indagini e ricerche

Le indagini verteranno su approfondimenti relativi ai mercati e alla tipologia di turismo (intermediato e non) che da questi paesi partono per la nostra regione. Questo sarà a supporto dei vari uffici competenti nella comunicazione e promozione della destinazione Puglia.

Nell'ambito delle ricerche si proseguirà il lavoro di approfondimento su specifici prodotti che ci permetteranno di comprenderne meglio la consistenza e allo stesso tempo le potenzialità non ancora espresse (ad esempio: turismo scolastico, Mice, turismo lento e dei cammini, ecc...)

04.04 Organizzazione di eventi per la condivisione e per il coinvolgimento territoriale

Parallelamente alle attività sopra descritte, per rendere tale patrimonio conoscitivo fruibile e disponibile agli operatori della filiera, non solo regionali, saranno organizzati momenti di coinvolgimento e confronto che si svolgeranno anche fuori Regione.

A.4. GOVERNANCE DI PROGETTO E ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

Il personale dell'Agenzia Regionale del turismo Pugliapromozione è direttamente coinvolto nell'esecuzione delle attività progettuali nell'ambito del P.O. Fesr 2014-2020, e si è ritenuto pertanto congruo imputare ai progetti stessi il costo riferito alle unità in essi impegnate.

Lo staff di progetto indicato nei progetti esecutivi annualità 2020 è composto da funzionari di ARET Pugliapromozione che sono già stati impegnati nella realizzazione delle attività progettuali strategiche e operative nell'annualità 2019 e che continuerà ad essere impegnato in tali attività, essendo in possesso di competenze tecniche ed esperienze professionali adeguate. Il personale è composto sia da funzionari di categoria D assunti a tempo indeterminato, sia da funzionari di categoria C e D assunti a tempo determinato.

Il costo rendicontabile del personale dipendente è imputato, 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.

Il personale individuato per la realizzazione delle attività descritte viene 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 è imputato nella misura del 100% a carico del progetto.

Inoltre, sono state individuati meccanismi incentivanti attraverso l'assegnazione di posizioni organizzative/alte professionalità al personale dipendente di categoria D assunto a tempo indeterminato, al fine di garantire il raggiungimento in maniera efficace ed efficiente degli obiettivi progettuali.

Per la realizzazione delle attività progettuali è stato individuato uno staff di progetto composto da funzionari dell'area tecnica con competenze adeguate al raggiungimento degli obiettivi progettuali.



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

A.5. 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:

1) 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, 0.2 ecc.) non vengano modificate nella natura né negli obiettivi: tali spostamenti devono essere comunque comunicati alle parti, evidenziando l'entità dello spostamento;

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

B. CALCOLO DELLA SPESA PER L'ACQUISIZIONE DI BENI E SERVIZI E DEL PERSONALE ANNUALITÀ' 2020-2021

Descrizione	BUDGET iva inclusa	
	2020	2021
RISORSE UMANE	€63,900.00	€161,100.00
Personale dipendente a tempo indeterminato	€27,400.00	€65,900.00
Posizioni organizzative e specifiche responsabilità	€8,500.00	€28,000.00
Personale a tempo determinato	€28,000.00	€67,200.00
E TOURISM - innovazione e digitalizzazione del comparto turistico	€610,000.00	€1,710,000.00
Manutenzione evolutiva sistemi e gestione contenuti digitali	€30,000.00	€50,000
Progettazione e grafica digitale (interfacce, landing page, kit&tool)	€20,000.00	€100,000
Sviluppo sistemi digitali (siti, app)	€500,000.00	€1,500,000.00
Contenuti multimediali	€40,000.00	€50,000.00
Test di usabilità ed efficacia delle azioni online	€20,000.00	€10,000.00
CUSTOMER PROFYLING - il valore dei dati	€90,000.00	€300,000.00
Acquisizione dati da fonti terze	€50,000.00	€150,000.00
Transition Design	€40,000.00	€0.00
Comunicazione digitale data-driven	€0.00	€150,000.00
STUDI E RICERCHE	€70,000.00	€0.00
Datawarehouse	€0.00	€0.00
Indagini e ricerche	€20,000.00	€0.00



UNIONE EUROPEA



Analisi netnografica, etnografia digitale	€50,000.00	€0.00
Organizzazione di eventi di divulgazione e per il coinvolgimento territoriale	€0.00	€0.00
TOTALE IVA INCLUSA	€833,900.00	€2,171,100.00

B.1 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.



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

Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia

approvato con D.G.R. 14 febbraio 2017, n. 191



PROGETTO DI ATTUAZIONE

Piano strategico PUGLIA365

Comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato

Annualità 2020-2021



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

INDICE

A. Relazione Tecnica Illustrativa

A.1. Procedure di attuazione

A.2. Attività progettuali e modalità d'esecuzione

A.3. Risultati ed effetti in termini di efficienza ed efficacia

A.4. Governance di progetto e organizzazione delle Risorse Umane

A.5. Regolazione dei flussi finanziari

A.6. Assestamento del budget e cronoprogramma degli interventi

B. Calcolo della spesa per l'acquisizione di beni e servizi e del personale



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

A. RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

La pianificazione strategica del turismo è un percorso partecipato che nella sua fase del 2016 ha comportato incontri e tavoli di lavori. Altri 6 mesi vi sono stati necessari per le prime implementazioni.

La sua attuazione e implementazione non è da considerarsi definitiva, come detto in premessa sia nel documento del piano strategico Puglia365, sia nella parte relativa alle azioni, di cui questa racchiude le sue parti più significative in merito alla governance di tutte le forme di promozione, prodotto, accoglienza, infrastrutture, innovazione, formazione, messe in campo.

Nel 2018 molte attività sono state portate avanti per la diffusione del Piano Strategico del Turismo verso cittadini, imprese e stakeholders.

Pensare ad un piano strategico come ad un prodotto finito, infatti, è un errore, da non commettere, per questo questa azione è da considerarsi trasversale e da attribuirsi nella veste organica a quella di maggior rilievo nell'ambito della misura 6.8 del Fesr 2014-2020 avendo come precipua finalità la promozione del brand Puglia365 e del turismo incoming in tutte le sue forme e con la trasversalità necessaria che il settore richiede.

Il piano strategico è di per sé uno strumento di governance e come tale va aggiornato anche nel 2018 e nel 2019. Gli obiettivi del piano sono quelli di fare crescere l'industria turistica nei sei vettori identificati dai tavoli di lavoro: infrastrutture, promozione, prodotto, innovazione, formazione, accoglienza. Per ognuno di questi obiettivi generali, declinati nelle azioni previste da ogni tavolo, vi saranno obiettivi da perseguire producendo report costanti al servizio dell'assessorato all'industria culturale e turistica, del dipartimento economia della cultura, turismo, valorizzazione del territorio, all'agenzia Pugliapromozione, agli operatori, ai cittadini, agli enti locali, al partenariato socio-economico con cui si stabiliranno tavoli mensili di aggiornamento e valutazione anche affidati a soggetti esterni.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Gli obiettivi specifici sono quelli di rendere attuabile il piano strategico del turismo Puglia365 e non già un mero strumento di programmazione/pianificazione senza la capacità di aggiornamento ongoing che questi strumenti richiedono.

Obiettivo specifico è inoltre il costante collegamento con MIBACT ed ENIT che il Piano Strategico del Turismo richiederà, nonché attività di comunicazione istituzionale del brand Puglia.

A.1. 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 sin d'ora che, per taluni interventi, la scelta della procedura più idonea avverrà al momento dell'attuazione, a seconda delle condizioni di mercato che potrebbero 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 (*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-



UNIONE EUROPEA



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 possono espletarsi sulla piattaforma elettronica regionale EMPULIA ovvero avvalendosi della centrale di committenza CONSIP-MEPA. I servizi/beni sono reperiti sul mercato ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a) e b) (c.d. procedure *semplificate*), nonché con gare aperte sopra-soglia ex art. 60 o procedure negoziate senza pubblicazione di un bando ex art. 63, qualora sussistano diritti esclusivi. È possibile attivare altresì un 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 e concorsi di idee ex art. 156 con avvisi pubblici cui attribuire adeguata pubblicità legale.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

In taluni casi la realizzazione di attività con caratteristiche specifiche avviene sulla base di criteri di individuazione dettati dalla Giunta Regionale: la procedura a valle, espletata dall'ARET, sarà determinata in funzione di quanto deciso dall'organo esecutivo regionale.

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.

A.2 ATTIVITA' PROGETTUALI

L'Agenzia Pugliapromozione si colloca all'interno del quadro strategico di sviluppo pluriennale e sarà impegnata nella realizzazione delle attività oggetto della DGR n. 191, quale braccio operativo dell'Ente Regionale per l'attuazione delle politiche di promozione turistica, secondo quanto previsto dal legislatore regionale con Legge 11 febbraio 2002, n. 2, lungo la linea d'indirizzo dettata dall'Assessorato all'Industria Turistica e Culturale.

D'altra parte, l'Agenzia Pugliapromozione, nelle more delle proprie funzioni strategiche e di sviluppo, è chiamata sia a raccogliere ed elaborare dati statistici concernenti la domanda e l'offerta turistica del territorio regionale sia a individuare nuove e innovative strategie di valorizzazione e promozione del territorio pugliese, avvalendosi in modo sempre più consistente delle potenzialità del turismo verso gli stakeholders e gli enti locali.



UNIONE EUROPEA



L'azione prevede una serie di attività di promozione e comunicazione, aggiornamento e revisione del Piano Strategico Puglia365 attraverso numerose iniziative:

- 1) distribuzione di brochure e spazi informativi per la implementazione del piano;
- 2) coordinamento delle attività con Apulia Film Commission e Teatro Pubblico Pugliese e altre fondazioni partecipate;
- 3) attività di partecipazione dei cittadini nelle sei Province pugliesi;
- 4) attività di implementazione ed elaborazione di progetti speciali con il partenariato socio-economico;
- 5) attività promozionali della destinazione Puglia e del patrimonio enogastronomico regionale promosse in collaborazione con enti locali e statali;
- 6) elaborazione nuove strategie e nuove azioni da proporre in sede di revisione trimestrale e semestrale del piano;
- 7) promozione delle attività dell'agenzia con il dipartimento turismo, economia della cultura e valorizzazione del territorio per la messa in rete delle azioni business to business, business to consumer, accoglienza e innovazione;
- 8) promozione social di puglia365 come strumento di partecipazione dei cittadini per raccolta informazioni e big data per la implementazione del piano
- 9) raccordo con comunicazione istituzionale della Regione Puglia per promozione del brand Puglia attraverso una unica brand identity;
- 10)attività di comunicazione, organizzazione eventi, conferenze e sensibilizzazione per omogeneizzare la promozione turistica dei Gal con quella del brand Puglia e di Puglia365;
- 11)ricerche e studi da condividere con l'Osservatorio e con il partenariato e le università per l'aggiornamento scientifico della visione strategica di Puglia365;
- 12)coordinamento delle attività dei distretti turistici, dei Sac e degli STL verso una unica promozione del brand Puglia rinnovato e in coerenza con PUGLIA365;



UNIONE EUROPEA



- 13) azioni di connessione con il MIBACT e l'ENIT sia a livello nazionale che internazionale, per una promozione del Brand Puglia e delle strategie regionali sempre più connesse alle azioni nazionali sui mercati esteri;
- 14) connessione con il PIANO STRATEGICO DELLA CULTURA mediante un confronto stabile con operatori di entrambi i settori;
- 15) altre forme di promozione e organizzazione di tavoli tematici per la rielaborazione costante del processo di governance del piano strategico del turismo PUGLIA365;
- 16) valutazione indipendente affidata a soggetti terzi, slegati dal mondo della Regione Puglia, che possano valutare l'efficienza e l'efficacia del piano strategico in particolare sul piano occupazionale;
- 17) tavoli mensili di aggiornamento settoriali con il partenariato socio-economico per la valutazione delle azioni in corso.

A.2.1 ELENCO E DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

Le attività previste sono qui di seguito elencate:

02. PARTECIPAZIONE DEGLI ATTORI COINVOLTI

02.01 Iniziative con enti locali ed enti ministeriali ed europei

02.02 Iniziative con stakeholders e partenariato

02.03 Iniziative rivolte ai cittadini

02.04 Iniziative rivolte alle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo riconosciute ex LR 23/2000

03 DIFFUSIONE E COMUNICAZIONE DEL PIANO STRATEGICO

03.01 Diffusione a mezzo stampa e social media di Puglia365

03.02 Eventi organizzati in proprio per la comunicazione di Puglia365



UNIONE EUROPEA



04 STUDI E RICERCHE – IMPLEMENTAZIONE

04.01 Attività di coordinamento e governance con altre agenzie e assessorati

04.02 Ricerca su analisi di impatto del piano strategico, benchmark dei prodotti, mercati esteri

PARTECIPAZIONE DEGLI ATTORI COINVOLTI	02
Iniziativa con enti locali ed enti ministeriali ed europei	02.01

L'azione prevede una serie di iniziative atte ad attivare enti locali, nazionali ed europei per la diffusione del piano strategico e del brand Puglia. Coerentemente con gli obiettivi generali del progetto, il piano strategico sarà oggetto di **approfondimenti con il sistema radio televisivo italiano in particolare la RAI TV**. Lo scopo interno è quello di consentire a tutti i cittadini italiani, per mezzo delle istituzioni a loro più vicine di venire a conoscenza delle opportunità offerte dal piano strategico e dal territorio pugliese post emergenza COVID_19.

Allo stesso modo, attraverso interviste ad hoc durante la programmazione televisiva si potrà portare a conoscenza i cittadini italiani e pugliesi dei contenuti del piano strategico, eventualmente aggiornarlo per le parti di loro competenza e tenere costantemente aggiornati i sindaci sulle opportunità e bandi di Pugliapromozione e dell'Assessorato al Turismo.

Questa azione interna è utile alla promozione turistica in sé perché rende più efficace la misura 6.8 del PO Fesr 2014-2020.

Contemporaneamente è prevista una azione di promozione del piano strategico presso il MIBACT, una iniziativa a costo zero in conference call con Roma per favorire l'integrazione tra il PST – Piano Strategico del Turismo Nazionale, le azioni ENIT e Puglia 365 al fine da armonizzare le politiche pubbliche del settore.

Per l'attuazione delle iniziative con la RAI TV e Rai Com si prevede di attivare una convenzione o un accordo pubblico-pubblico con la definizione di un progetto editoriale che porti sui canali della televisione di stato in questa fase particolare in cui il pubblico è molto più in casa che in altri periodi.

L'oggetto del progetto editoriale sarà quello di promuovere il piano strategico PUGLIA365 e il brand puglia attraverso il racconto narrativo delle bellezze culturali, enogastronomiche e



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

paesaggistiche della regione, nonché attraverso interviste agli stakeholders del settore e della industria turistica.

Iniziative con stakeholders e partenariato

02.02

L'azione prevede una serie di iniziative con stakeholders e partenariato socio-economico al fine di promuovere il piano strategico del turismo Puglia 365, ma non solo. Coerentemente con gli obiettivi del progetto e con le finalità tipiche di un piano strategico, 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 la fase 2 del piano strategico.

Le modalità di attuazione di questa azione saranno le più "aperte" possibili con format differenti a seconda delle richieste che giungeranno presso Pugliapromozione che si farà carico di elaborare una **call per la raccolta di manifestazione di interesse** aperta a stakeholders e partenariato socio-economico di tutte le province pugliesi.

Si avrà così un doppio livello di comunicazione, top-down e bottom-up per ottenere il risultato di una migliore organizzazione interna dell'intera filiera turistica e ricettiva. Questa azione renderà migliore le forme di promozione ed accoglienza dei progetti già in corso di realizzazione.

Per l'organizzazione degli incontri si prevede di reperire la disponibilità di spazi idonei e di servizi complementari intesi quali strumenti funzionali all'organizzazione degli incontri. A tal fine potranno attivarsi accordi con eventuali enti o istituti/associazioni ospitanti ovvero, eventualmente, ci si rivolgerà al mercato ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. b, del D.Lgs. n. 50/2016 per l'organizzazione a corpo degli incontri ovvero per la fornitura di specifici beni o servizi.

Iniziative rivolte ai cittadini

02.03

L'azione prevede una serie di iniziative di coinvolgimento diretto dei cittadini e delle associazioni no-profit atte a sensibilizzare la cittadinanza attiva ai contenuti del piano strategico del turismo e,



UNIONE EUROPEA



coerentemente con la legge sulla partecipazione della Regione Puglia, a fare scaturire dal basso proposte e innovazioni di processo nel settore turistico,

In questo ambito è decisivo il pieno coinvolgimento della cittadinanza perché nel piano strategico è sottolineato il valore del turista come “cittadino temporaneo”; una accoglienza autentica e vera è la nostra forza come regione attrattiva, renderla migliore è l’obiettivo di questa azione.

Allo stesso modo saranno previste azioni di sensibilizzazione per quanto attiene la raccolta dei rifiuti solidi urbani che spesso sono indicati dai turisti come uno dei punti di debolezza del nostro territorio.

Le modalità di partecipazione saranno organizzate dal Pugliapromozione con l’ausilio di esperti del settore e dei fucilatori professionisti con tavoli di lavoro e workshop.

Per l’attuazione dell’iniziativa potrà rendersi necessario reperire beni e servizi sul mercato procedendo ai sensi dell’art. 36, comma 2, lett. a-b, del D.Lgs. n. 50/2016.

Iniziative rivolte alle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo riconosciute ex LR 23/2000 **02.04**

02.04.01 PREMESSA

La nuova emigrazione dall'Italia è un fenomeno tangibile: sono 4.636.647 gli italiani iscritti all'Anagrafe degli Italiani all'Estero (AIRE), di questi 336.607 sono pugliesi.

Si stima, infatti, che nel mondo le persone di origini pugliesi siano circa 4 milioni.

I paesi che nel mondo accolgono le comunità di pugliesi più numerose sono la Germania, la Svizzera, la Francia, il Belgio, l’Argentina e gli Stati Uniti. Oltre a questi paesi è importante segnalare che negli ultimi anni sono molte le nuove mete verso cui si sono trasferiti i giovani Expat pugliesi, in primis le capitali europee tra cui spiccano Londra, Parigi e Berlino, ma anche paesi come il Regno Unito, la Spagna, l’Olanda, complici, probabilmente, le competenze lavorative e linguistiche specificatamente richieste da questi territori “emergenti”.

La Regione Puglia, da sempre attenta a mantenere saldi i rapporti con i suoi residenti all’estero, ha promulgato nel 2000 la legge n. 23 che all’art.1 sancisce “La Regione Puglia riconosce nei pugliesi nel mondo, nelle loro famiglie, nei discendenti e nelle loro comunità una componente



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

essenziale della società regionale e una risorsa da attivare al fine di rafforzare i legami con i Paesi che li ospitano e attribuisce ai rapporti con tale componente un valore fondamentale da sostenere e sviluppare". Negli ultimi anni di programmazione regionale, relativamente alle politiche e alle reti di internazionalizzazione, si è andata consolidando una strategia operativa di eventi di promozione della Puglia all'estero con la collaborazione della rete di Associazioni e Federazioni di "Pugliesi nel Mondo" iscritte all'omonimo Albo regionale, che al momento sono complessivamente oltre 180 nei cinque continenti.

L'attenzione riservata dalla Regione Puglia alle politiche e alle reti di internazionalizzazione fa emergere l'esigenza di individuare soggetti che possano specializzarsi in tale settore e soprattutto essere dei delegati del "sistema Puglia" in contesti altri nei quali indirizzare strategie di internazionalizzazione.

Occorre però compiere un importante distinguo, infatti, come evidenziato dai dati, esistono almeno due differenti dinamiche migratorie. Una è quella del passato, sviluppatasi a partire dal secondo dopoguerra che ha visto un enorme flusso di manodopera emigrare alla volta di grandi centri industriali in Europa, in Nord America, in Argentina e in Australia. I protagonisti di quella emigrazione oggi sono stabilmente integrati nel paese in cui vivono e spesso sono componenti attivi di grandi associazioni di corregionali all'estero. L'altra è quella contemporanea, in atto da circa un decennio, che coinvolge migliaia di giovani con un alto tasso di istruzione che decidono di partire per mettere a frutto concretamente le conoscenze apprese e che cercano opportunità. La maggior parte resta in Europa, altri si spingono in Paesi caratterizzati da una forte espansione economica (Cina, Emirati Arabi, Russia), in luoghi in cui hanno più possibilità di mettersi alla prova professionalmente e di essere promotori di innovazione sociale e tecnologica.

02.04.02 OBIETTIVI

Il network dei pugliesi nel mondo rappresenta uno straordinario bacino composto da centinaia di comunità diffuse su tutto il pianeta. Questa rete capillare è una risorsa strategica di grande rilievo per la promozione e l'internazionalizzazione del territorio regionale pugliese. Sostenere ed accompagnare professionalmente le competenze e l'entusiasmo di chi è impegnato da anni nella diffusione della cultura e dei prodotti pugliesi all'estero può rivelarsi una scelta vincente



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

per incentivare la domanda del prodotto turistico pugliese e allo stesso tempo garantire un migliore adattamento dell'offerta alle esigenze del mercato.

Obiettivi specifici

1. Creare un network internazionale per la promozione della destinazione turistica creando una community online legata al brand Puglia attraverso la valorizzazione della rete dei pugliesi nel mondo.
2. Diventare un punto di riferimento per l'informazione e il dialogo sulla Puglia attraverso l'organizzazione di eventi di promozione turistica all'estero.
3. Favorire lo sviluppo del turismo di ritorno, anche detto genealogico, promuovendo l'incoming di flussi turistici esteri costituiti da visitatori di origini pugliesi, in particolare discendenti di seconda, terza e quarta generazione degli emigrati partiti dalla Puglia nel Novecento.

02.04.04 DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

L'iniziativa nasce con l'obiettivo di diffondere e rinsaldare la conoscenza della Puglia nel Mondo, valorizzando la autenticità, la genuinità e la creatività del "Made in Puglia" in ambito enogastronomico e culturale, mirando a incrementare l'incoming turistico e l'internazionalizzazione della domanda. Tale iniziativa, dedicata in maniera esclusiva alle associazioni dei Pugliesi nel Mondo riconosciute dalla Legge Regionale n. 23/2000, sarà realizzata tramite un avviso pubblico per la definizione di un elenco di iniziative promozionali della destinazione Puglia sul tema delle tipicità e delle bellezze pugliesi.

Con questa attività si vuole ottenere un vantaggio attrattivo e competitivo per la destinazione Puglia attraverso lo stimolo all'azione dinamica dei suoi oriundi che possano partecipare attivamente al processo di crescita e sviluppo del territorio pugliese in quanto parte integrante della stessa comunità regionale, così come indicato nella LR n.23/2000. Si punta, dunque, ad ottenere una azione propulsiva da parte delle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo affinché il territorio regionale possa crescere, come luogo di valori identitari, di bellezze e di eccellenti produzioni eno-gastronomiche.

Per l'attuazione dell'iniziativa si procederà con la pubblicazione di un Avviso ai sensi dell'art. 56 del cosiddetto Codice del Terzo Settore (Dlgs. 3 luglio 2017, n. 117) per la raccolta di proposte di attività da parte delle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo – iscritte nel Registro regionale di cui alla LR n. 23/2000 - volte alla promozione della brand identity e dell'incoming turistico e da realizzare fuori dalla Puglia.

02.04.05 – RISULTATI ED EFFETTI IN TERMINI DI EFFICIENZA ED EFFICACIA



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Riattivazione della comunità dei pugliesi nel mondo con il conseguente aumento dell'efficacia e del numero di iniziative di promozione del brand Puglia nei mercati esteri di riferimento, tramite azioni innovative e condivise con Pugliapromozione.

Maggiore partecipazione e condivisione del percorso di definizione e di diffusione del Piano Strategico del Turismo – Puglia 365, tramite il coinvolgimento attivo delle comunità e dei Comitati Generali dei Pugliesi nel Mondo (CGPM).

Attivazione di nuovi flussi turistici legati al turismo di ritorno caratterizzati da visitatori di origini pugliesi, in particolare discendenti di seconda, terza e quarta generazione provenienti dai mercati di riferimento, in sintonia con quanto indicato nel Piano Strategico del Turismo.

DIFFUSIONE E COMUNICAZIONE DEL PIANO STRATEGICO	03
Diffusione a mezzo stampa e social media di Puglia365	03.01

La diffusione e la comunicazione del piano strategico del turismo è un altro degli elementi fondanti del progetto in oggetto. Per ottenere questo obiettivo sarà necessario prevedere una campagna corporate mirata alla cittadinanza e agli stakeholders che possa rappresentare la crescita di consapevolezza per quanto attiene i temi del piano strategico e dei suoi mezzi di informazione a partire dal sito già realizzato puglia365.it

Per fare questo sarà necessario determinare una strategia in stretta correlazione con il progetto comunicazione (business to consumer) già approvato e disporre delle risorse necessarie per attivare una campagna a mezzo stampa, tv, radio con diversi target da raggiungere e una azione circolare rivolta prevalentemente ad un pubblico regionale, ma con anche punte di comunicazione nazionale per l'affermazione della Puglia come soggetto che investe nel settore turistico attraverso una strategia di lungo periodo e ben strutturata.

Decisivo ormai nei tempi post-moderni per una corretta informazione/formazione e per la sua caratteristica di interazione tra utenti è l'investimento in social media: all'uopo saranno attivate azioni di promozione della pagina facebook Puglia365 che andrà sponsorizzata e resa sempre più fonte emittente di contenuti del piano strategico.

Una integrazione, infine, necessaria, sarà quella tra il sito puglia365.it e il DMS con una redazione integrata e una strategia di comunicazione che integri quella già svolta verso gli operatori, con nuove news letters e area stampa aggiornata ed aperta.



UNIONE EUROPEA



Per l’attuazione delle iniziative, si procederà reperendo i servizi sui mercati della comunicazione stampa, web, tv, radio, social e prevedendo affidamenti – anche multisourcing – ai titolari di diritti esclusivi degli spazi pubblicitari/editoriali/televisivi/web ex art. 63, comma 2, lett. b, n. 3, del D.Lgs. n. 50/2016. Sarà possibile, inoltre, a seconda delle esigenze strategiche opportunamente ponderate in fase attuativa, dare seguito alla pubblicazione di apposite Call per effettuare ricognizioni o esplorazioni preliminari di mercato ex art. 66 del D.Lgs. n. 50/2016.

Eventi organizzati in proprio per la comunicazione di Puglia365 03.02

Come scritto alcune iniziative saranno co-promosse da enti locali, altre da stakeholders ed altre ancora da associazioni di cittadini e no-profit.

In questo caso però l’azione prevede azioni di Pugliapromozione in proprio organizzate nelle 6 province per diffondere il piano. Le azioni da concordare con la Comunicazione Istituzionale della Presidenza della Regione, l’Assessore, l’Assessorato al Turismo, saranno oggetto di veri e propri momenti di partecipazione pubblica guidata da Pugliapromozione e che avranno ad oggetto l’aggiornamento per il 2017 di una seconda versione del piano strategico Puglia365.

In questo ambito andrà previsto uno specifico budget per la stampa di una seconda versione di Puglia365 entro la fine dell’anno in corso.

Per l’attuazione delle iniziative si prevede di ricorrere ad affidamenti diretti previa consultazione di almeno due operatori nella piattaforma telematica regionale Empulia o presso la centrale di committenza nazionale CONSIP-MEPA. Sarà possibile, altresì, procedere con trattativa diretta (rdo) con gli operatori presenti nei cataloghi MEPA-CONSIP o aderire ad apposite convenzioni CONSIP, ove presenti. Per reperire la disponibilità degli spazi necessari si prevede di utilizzare procedure semplificate ex art. 36, comma 2, lett. a, del D.Lgs. n. 50/2016 o di ricorrere ad accordi con enti o altri soggetti ospitanti.

STUDI E RICERCHE – GOVERNANCE 04

Attività di coordinamento e governance con altre agenzie e assessorati 04.01



UNIONE EUROPEA



Queste attività riguarderanno le iniziative di governance del piano strategico che oltre ad avere aspetti esterni e di relazione con cittadini, enti locali e stakeholders è un processo che riguarda la organizzazione interna del settore turismo in stretta connessione con altri settori della Regione Puglia.

All'uopo sarò necessario un coordinamento costante con la Apulia Film Commission e il Teatro Pubblico Pugliese anche nell'ottica del MAIA, con lo stretto coordinamento del Dipartimento Economia della Cultura, Valorizzazione del Territorio e Turismo.

Inoltre, nell'ottica della pianificazione strategica va considerato decisivo il coordinamento costante con le attività degli assessorati allo sviluppo economico, all'agricoltura, nonché con la comunicazione istituzionale nell'ottica del brand unico.

Per l'attuazione delle iniziative si prevede di attivare gli accordi pubblici triennali in essere tra Pugliapromozione e i due enti regionali sopra richiamati ex art. 5, comma 6, del D.Lgs. n. 50/2016 approvando di volta in volta specifici e puntuali accordi attuativi.

Ricerca e analisi di impatto sul piano strategico, benchmark sui prodotti turistici e analisi mercati esteri	04.02
---	--------------

Al fine di monitorare le politiche pubbliche e l'impatto economico del piano strategico nel suo complesso andrà avviata una analisi e una ricerca che studi gli effetti dei progetti di comunicazione, promozione, accoglienza e innovazione sul territorio pugliese e sulla filiera turistica del sistema regionale, nonché due ricerche: una sul benchmark dei prodotti turistici e sui mercati esteri extra UE.

Per l'attuazione dell'iniziativa si prevede di attivare accordi con soggetti pubblici deputati alla ricerca scientifica (art. 15 della Legge n. 241/1990) o con altri istituti di ricerca (art. 36, comma 2, lett. a, del D.Lgs. n. 50/2016 previa comparazione di offerte/preventivi) puntualmente qualificati da una significativa esperienza in tema di analisi di impatto della regolazione e degli effetti delle politiche pubbliche.

A.3 RISULTATI ED EFFETTI IN TERMINI DI EFFICIENZA ED EFFICACIA



UNIONE EUROPEA

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



Mediante le attività di progetto, Pugliapromozione intende valorizzare i risultati delle attività dei 4 progetti esecutivi approvati (comunicazione, promozione, accoglienza, innovazione) al fine di rendere partecipi i cittadini e gli stakeholders alle attività della Regione Puglia in ambito turistico.

Sarà possibile sostenere le sezioni Promozione, Comunicazione, Valorizzazione e Innovazione con progetti specifici aderenti a bisogni di business e di policy, raccolti online e offline, anche mediante la diffusione del *sentiment* internamente (comunicazione interna all’Agenzia, all’Assessorato, alla filiera/Dms) con una *social media strategy* integrata alle scelte di marketing e di valorizzazione del territorio pugliese.

Si perseguirà una 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.

Il Progetto sarà integrato da un lato con la comunicazione business to consumer e dall’altro con la promozione business to business attraverso gli strumenti tradizionali (media, eventi e co-marketing), dall’altro con i social media e con i nuovi strumenti della valorizzazione e dell’accoglienza.

L’integrazione e il coinvolgimento consapevole con la filiera turistica potenzieranno le competenze e la visibilità della filiera turistico-ricettiva per poter accrescere lo sviluppo e l’offerta dei servizi; l’effetto atteso sarà un aumento della spesa pro-capite con miglioramento dell’esperienza turistica del turista e vantaggio di tutto l’indotto (aumento del tasso di ritorno ed aumento dell’attrattività turistica della zona).

Si intende quindi monitorare l’andamento dei seguenti indicatori:

- numero di operatori iscritti al DMS;
- numero di operatori iscritti e “operativi” (cioè che aggiornano il proprio profilo e partecipano alle attività di comunicazione e promozione dell’ARET Pugliapromozione);
- numero di Comuni coinvolti dagli avvisi di Pugliapromozione;
- numero di stakeholder e partner attivi nella promozione del turismo e del piano strategico;
- numero di iniziative promozionali promosse dalla rete delle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo.



UNIONE EUROPEA



A.4 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 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.

In continuità con le progettualità precedenti (2018-2019) si contemplano, come anzidetto, professionalità esterne strettamente connesse alle attività descritte con specifiche competenze, per i quali restano invariati i contratti in essere:

DIRIGENTE IN PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Il dirigente della pianificazione strategica coordina le aree tecniche: promozione, comunicazione, innovazione e accoglienza. Suo compito è quello di mantenere una unità di intenti dell'agenzia verso l'esterno e una strategia unica di Pugliapromozione per il raggiungimento degli obiettivi annuali e pluriennali, nel solco del piano strategico del turismo Puglia365.

ESPERTO SENIOR IN PIANIFICAZIONE E PROGRAMMAZIONE DELL'OFFERTA TERRITORIALE E RAPPORTI CON GLI STAKEHOLDERS

L'esperto supporta la Direzione Generale di Pugliapromozione nel coordinamento e nella promozione delle attività previste, in coerenza con i piani attuativi FESR, dal Piano Strategico Turistico della Regione Puglia, dai progetti demandati dall'assessorato all'agenzia, relativamente alle attività di valorizzazione e qualificazione dell'offerta turistica territoriale.

ESPERTO SENIOR IN PRODOTTI TURISTICI DELLA PUGLIA



UNIONE EUROPEA



L'esperto supporta la Direzione Generale di PugliaPromozione nell'analisi, sviluppo e definizione di strategie dei prodotti turistici specifici della Regione Puglia, mediante la costruzione di reti ed aggregazioni fra enti pubblici ed operatori privati, in coerenza con i piani attuativi FESR, con il Piano Strategico Turistico della Regione Puglia.

ESPERTO SENIOR PER L'UFFICIO STAMPA DELL'AGENZIA PUGLIAPROMOZIONE

L'esperto cura la diffusione di comunicati stampa alle redazioni di giornali, tv e radio locali, nonché blogger ed influencer del settore turistico, opinion leader nazionali ed internazionali. Monitora la reputazione della Regione Puglia e dell'Agenzia Pugliapromozione sui principali media regionali. Nazionali ed internazionali, ponendo l'accento sulla strategia della destagionalizzazione e del decentramento dei flussi turistici. Segue l'organizzazione di conferenze stampa per conto dell'Agenzia Pugliapromozione.

A.5 REGOLAZIONE FLUSSI FINANZIARI

L'erogazione da parte della Regione delle risorse finanziarie 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 entro il 31.12.2023 le spese effettivamente sostenute con cadenza semestrale, 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 trenta giorni lavorativi 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;



UNIONE EUROPEA

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



- 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 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 europea, nazionale e regionale, anche se non penalmente rilevanti, determinerà la decadenza dell'importo finanziato e il recupero delle eventuali somme già erogate.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Le eventuali economie rivenienti dall'esecuzione del progetto restano nella disponibilità della Regione.

A.6 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 macro-gruppo (1, 2, 3 ecc.) della tabella B), purché le singole attività indicate nei sottogruppi (es. 01, 0.2 ecc.) non vengano modificate nella natura 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 od obiettivi di una singola attività indicata nel sottogruppo, dovrà essere preventivamente concordata tra le parti.

IB. CALCOLO DELLA SPESA PER L'ACQUISIZIONE DI BENI E SERVIZI E DEL PERSONALE (AGOSTO 2020-DICEMBRE 2020)

	Descrizione	Unità di misura	Stima prezzo unitario senza oneri fiscali in €	prezzo unitario con oneri fiscali	totale senza oneri fiscali	TOTALE PER SPESE con iva
	SERVIZI					
1	Risorse umane					171.900,00
01.01	Dirigente a t.d. pianificazione strategica					45.000,00
01.02	Posizioni Organizzative e Spec. resp.					13.400,00



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



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

01.03	Personale a tempo determinato					69.500,00
01.04	Esperto senior in pianificazione e programmazione dell'offerta territoriale e rapporti con gli stakeholders					10.000,00
01.05	Esperto senior in prodotti turistici della puglia					19.000,00
01.06	Esperto senior per l'ufficio stampa di Pugliapromozione					15.000,00
2	PARTECIPAZIONE DEGLI ATTORI COINVOLTI					€180.000
02.01	Iniziative con enti territoriali, nazionali ed europei					€180.000
02.02	Iniziative con stakeholders e partenariato					
02.03	Iniziative rivolte ai cittadini					0
02.04	Iniziative rivolte alle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo riconosciute ex LR 23/2000	Min 18	Max 15.000			
3	DIFFUSIONE E COMUNICAZIONE DEL PIANO STRATEGICO					
03.01	Diffusione a mezzo stampa e social media di Puglia 365					0
03.02	Eventi organizzati in proprio per la comunicazione di Puglia365					
4	STUDI E RICERCHE – governance					
4.01	Attività di coordinamento con altri assessorati e agenzie					
04.02	Ricerca su analisi di impatto del piano strategico e altro					
5	Rimborsi					20.000€
05.01	Rimborso spese trasferta per staff progetto e funzionari					20.000
05.02	Rimborso spese per staff progetto, funzionari e trasferte per monitoraggio attività Pugliesi nel Mondo	A corpo				0
					TOT. €	371.900

IC. CALCOLO DELLA SPESA GENNAIO-DICEMBRE 2021.

	Descrizione	Unità di misura	Stima prezzo unitario senza oneri fiscali in €	prezzo unitario con oneri fiscali	totale senza oneri fiscali	TOTALE PER SPESE con iva
	SERVIZI					
1	Risorse umane					436.800,00
01.01	Dirigente a t.d. pianificazione strategica					36.100,00



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



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

01.02	Posizioni Organizzative e Spec. resp.					166.700,00
01.03	Personale a tempo determinato					110.000,00
01.04	Esperto senior in pianificazione e programmazione dell'offerta territoriale e rapporti con gli stakeholders					45.000,00
01.05	Esperto senior in prodotti turistici della puglia					45.000,00
01.06	Esperto senior per l'ufficio stampa di Pugliapromozione					34.000,00
2	PARTECIPAZIONE DEGLI ATTORI COINVOLTI					€560.000
02.01	Iniziative con enti territoriali, nazionali ed europei					€200.000
02.02	Iniziative con stakeholders e partenariato					100.000
02.03	Iniziative rivolte ai cittadini					30.000
02.04	Iniziative rivolte alle Associazioni dei Pugliesi nel Mondo riconosciute ex LR 23/2000	Min 18	Max 15.000			200.000
3	DIFFUSIONE E COMUNICAZIONE DEL PIANO STRATEGICO					
03.01	Diffusione a mezzo stampa e social media di Puglia 365					
03.02	Eventi organizzati in proprio per la comunicazione di Puglia365					
4	STUDI E RICERCHE – governance					
4.01	Attività di coordinamento con altri assessorati e agenzie					
04.02	Ricerca su analisi di impatto del piano strategico e altro					
5	Rimborsi					40.000€
05.01	Rimborso spese trasferta per staff progetto e funzionari					40.000
05.02	Rimborso spese per staff progetto, funzionari e trasferte per monitoraggio attività Pugliesi nel Mondo	A corpo				
					TOT. €	1.036.800

B.1 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



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

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.