



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



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



Puglia
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 2019
CUP B39I18000100009



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



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



Puglia
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
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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 l'annualità 2019 un piano di obiettivi articolato, individuando le seguenti priorità:

- rafforzare il Brand Puglia, promuovendo il sistema delle imprese turistiche, sui diversi mercati target;
- incrementare la quote di ospiti stranieri sia europei che extra europei 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 stagionalizzazione;
- promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue risorse tangibili e intangibili;
- promuovere l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo.

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/richiesta 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 possono svolgersi consultazioni di mercato ex art. 66 ovvero può avere luogo un concorso di idee (art. 156). 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 2019 saranno orientate al rafforzamento della promozione della destinazione Puglia sia nei mercati consolidati che in quelli emergenti e potenziali.

Per realizzare gli obiettivi dell'annualità 2019 è necessario:

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



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

- ✓ pianificare interventi formativi per al fine di qualificare l'offerta e migliorare l'efficacia delle azioni del Piano.

Per l'annualità 2019 si prevede la realizzazione di **attività di promozione della destinazione Puglia**, che si svilupperanno attraverso tre macro tipologie di interventi, quali:

- **Fiere e workshop b2b**
- **Promozione della destinazione in co-marketing**
- **Educational tour, servizi di ospitalità e accoglienza**
- **Azioni nella Repubblica Popolare Cinese e nella Federazione Russa**

3.1. Fiere e workshop b2b

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.

Con riferimento agli strumenti che si intende utilizzare, nell'ambito dell'azione di promozione di cui alla tipologia A Fiere e workshop b2b, si sintetizzano di seguito le differenti tipologie:

- **Fiere di settore**
- **BuyPuglia Tour**
- **Workshop business to business**

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 si darà 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.



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

▪ Fiere di settore

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.

Elenco delle principali fiere nazionali e internazionali previste per l'annualità 2019:

- **FOIRE VAKANZ, Lussemburgo 18-20 gennaio**
- **BIT, Milano 10-12 febbraio**
- **BTM, Lecce 22-24 febbraio**
- **ITB, Berlino 6-10 marzo**
- **FA LA COSA GIUSTA, Milano 8-10 marzo**
- **IMEX, Francoforte 21-23 maggio**
- **WTE UNESCO, Roma 26-28 settembre**
- **Buenos Aires celebra Italia 29 settembre-4 ottobre**
- **FIT Buenos Aires, 5-8 ottobre**
- **TTG, Rimini 9-11 ottobre**
- **WTM, Londra 4-6 novembre**
- **IBTM, Barcellona 19-21 novembre**
- **ILTM, Cannes 2-5 dicembre**

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.

6

▪ BuyPuglia Tour

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. Per l'annualità 2019 saranno realizzate almeno due tappe in città

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



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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 database buyer.

La dimensione della partecipazione dell'agenzia ai b2b è proporzionale al numero di imprese pugliesi partecipanti.

- **Amour Europe, Vienna 17-20 febbraio**
- **Travelux club, Venezia 24-27 marzo**
- **ILTM Latin America, San Paolo 14-17 maggio**
- **PURE Life Experiences, Marrakech 9-13 settembre**
- **Connections wedding in Puglia, 15-18 settembre**
- **ENIT Luxury Workshop, New York 29 30 ottobre**
- **Workshop ENIT Agenzia Nazionale del turismo, date da definire.**

A.3.2. Promozione della destinazione in co-marketing

Promozione del Brand Puglia attraverso la partecipazione a grandi eventi nazionali e 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.

In questo ambito è prevista la partecipazione a:

- **MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI, Rimini 18-24 agosto**

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.

La realizzazione delle attività di co-marketing è così suddivisa sarà realizzata attraverso forme di co-marketing 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, OLTA, 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.

Si richiede l'iscrizione degli operatori che vogliano prestare co-marketing nelle categorie del Destination Management System (dms) del sito www.agenziapugliapromozione.it. Inoltre, si provvederà ad approvare una call aperta a tutti gli operatori interessati al fine di selezionare eventi/manifestazioni nazionali e internazionali per potenziare la promozione della destinazione: tale call avrà la portata di un avviso (con



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

brief) per la individuazione di eventi/manifestazioni di interesse finalizzati a veicolare la conoscenza della destinazione Puglia e del suo brand.

Per le attività promozionali della destinazione (es. street art) attinenti il mondo dell'arte e della creatività (We are creative in Puglia) si avvierà un concorso di idee previsto dall'art. 156 del D.Lgs. n. 50/2016: la realizzazione delle creazioni artistiche potrà essere affidata allo stesso artista vincitore ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n.1), del D.Lgs. n. 50/2016 ovvero essere oggetto di una successiva procedura di gara sotto-soglia semplificata da svolgere sulla piattaforma elettronica regionale EMPULIA ovvero avvalendosi della centrale di committenza CONSIP-MEPA.

A.3.3. Educational tour, servizi di ospitalità e accoglienza

Il programma di ospitalità di Tour Operator, agenti di viaggio, giornalisti e altri operatori di servizi e ha lo scopo di permettere ai soggetti ospitati di familiarizzare con la "destinazione" attraverso l'esperienza diretta ed il contatto con i partner e gli attori locali. itinerari di visita che, essendo destinati ad operatori di settore, giornalisti ed opinion leader, permettono agli stessi la scoperta diretta dei luoghi, di una località, di un prodotto nonché di un evento, nell'ottica della promozione e della commercializzazione dell'offerta turistica della regione. Il programma di ospitalità è anche il follow up della partecipazione di Pugliapromozione a fiere, eventi e workshop nazionali ed internazionali.

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

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.3.4. Interventi promozionali rivolti al mercato cinese e al mercato russo

Al fine di realizzare attività promozionali realmente efficaci in mercati complessi ad alto potenziale di crescita come quello russo e quello cinese, è stata individuata una strategia di medio termine basata su un sistema integrato di azioni che tiene conto delle caratteristiche dei viaggiatori, sempre più sofisticati ed eterogenei, provenienti da questi due paesi.

Quello russo rappresenta un mercato target per via dei flussi in crescita degli ultimi anni e per la presenza del volo diretto Bari-Mosca, arrivato a tre frequenze settimanali a partire dalla primavera 2019.



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



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



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Il mercato cinese, invece, resta quello con il potenziale di crescita maggiore in assoluto presentando anche i maggior top spender del mondo nei viaggi all'estero.

La sfida, pertanto, è intercettare turisti russi e cinesi della middle-upper class che ricercano lusso, esclusività, arte e cultura, non particolarmente attratti dal prodotto balneare che caratterizza buona parte dell'offerta regionale e, quindi, funzionali al conseguimento dell'auspicata destagionalizzazione a cui mira il Piano Strategico del Turismo – Puglia 365.

Il presente piano prevede, dal lato della Repubblica Popolare Cinese, il completamento delle azioni previste nell'accordo di promozione della destinazione Puglia avviate con la partnership con il t.o. di stato cinese CITS (China International Travel Service) e dal lato della Federazione Russa, invece, con il consolidamento della presenza del brand Puglia in occasione degli eventi b2b e b2c di riferimento nel mercato russo, a Mosca (MITT Mosca, Buongiorno Italia) e San Pietroburgo (Good Time Visions), nonché con la realizzazione di un ciclo di webinar mirato al pubblico ed agli operatori russi dell'outgoing.

Già nel gennaio 2019 sono stati confermati 1.000 arrivi in Puglia provenienti dalla Cina solo grazie ai gruppi organizzati dal CITS.

- **Fiere di settore**
 - **MITT, Mosca 12-14 marzo**
 - **Itb Shanghai 15-17 maggio**
 - **Expo CIIE Shanghai 5-10 novembre**

- **Italia Top Destination - campagna di comunicazione in collaborazione con il CITS-China International Travel Service**
 - **Realizzazione seconda e terza tranche di progetto**

- **Comunicazione e promozione online della destinazione nella Federazione Russa**
 - **Realizzazione e diffusione di un ciclo di webinar in lingua russa sulla destinazione Puglia per diffusione tramite social network e sito visitapulia.ru**

- **Workshop business to business**
 - **Good Time Vision, San Pietroburgo 15 marzo**
 - **ILTM Asia Pacific, Singapore 27-30 maggio**
 - **ILTM China, Shanghai 30 ottobre-1 novembre**
 - **Buongiorno Italia, Mosca dicembre**

L'Agenzia Pugliapromozione è delegata *ope legis* a promuovere la destinazione Puglia e si colloca all'interno del quadro strategico di sviluppo pluriennale e sarà impegnata nella realizzazione delle attività oggetto della D.G.R. n. 191/2017, operando come *longa manus* della Regione Puglia per l'attuazione delle politiche di promozione turistica, secondo quanto previsto dal legislatore regionale con Legge 11 febbraio 2002, n. 2, nel solco dell'indirizzo dettato dall'Assessorato all'Industria Turistica e Culturale.



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Per la realizzazione delle attività anzidette, i servizi occorrenti saranno reperiti con affidamenti diretti in esclusività ex art. 63, comma 2, lett. b), n. 3, del D.Lgs. n.50/2016 sussistendo le ragioni di esclusività dell'organizzazione degli eventi e/o delle aree espositive (es. partecipazione alla fiera MITT nel Padiglione Italia di ENIT). Inoltre, potranno essere attivate procedura per l'affidamento di servizi di importo inferiore a € 40.000,00 ex art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n.50/2016, attraverso la piattaforma elettronica Empulia ovvero avvalendosi della centrale di committenza nazionale CONSIP-Mepa.

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 una 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 le attività dell'Osservatorio di Pugliapromozione: anche in tal caso si rimanda al relativo progetto esecutivo.

Nel corso dell'annualità 2019 prenderà avvio la valutazione dell'impatto del Piano Strategico per la misurazione dei risultati prodotti a cominciare dagli interventi promozionali business to business: lo studio – affidato ad un istituto di ricerca sulle metodologie innovative nella P.A. e all'Università di Bari – consentirà di elaborare indicatori scientifici per la misurazione dei risultati auspicati e previsti.

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

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 2019 è composto da funzionari di ARET Pugliapromozione che sono già stati impegnati nella realizzazione delle attività progettuali strategiche e operative nell'annualità 2018 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.



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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 il progetto Promozione della destinazione Puglia 2019 lo staff individuato per soddisfare tutte le necessità strategiche e operative è composto da funzionari di Pugliapromozione dell'area tecnica che si occuperanno della realizzazione delle attività progettuali.

In particolare sono stati individuati tre funzionari di categoria D con contratto di lavoro dipendente a tempo indeterminato (costo lordo euro 109.754,09) con relativa posizione organizzativa o alta professionalità (costo lordo euro 66.876,51) e quattro funzionari di categoria D a tempo indeterminato (costo lordo euro 139.459,82) per un totale di euro **316.090,41**.

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 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 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;
- 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 della attività, previo rilascio della dichiarazione che è stata effettuata la rendicontazione finale dell'intervento e del certificato di regolare esecuzione delle



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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, secondo le seguenti modalità:

1. è consentito effettuare spostamenti di somme tra le singole voci ricomprese all'interno di ciascun macro-gruppo (A,B,C ecc.) della tabella budget, purché le singole attività indicate nei sottogruppi non vengano modificate nei contenuti 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.



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



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



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Nome evento/attività	Previsione di spesa	Nome evento/attività Russia-Cina	Previsione di spesa
Fiere di settore		Fiere di settore	
FOIRE VAKANZ, Lussemburgo 18-20 gennaio	3.088,00	ITB shanghai 15.17 maggio	5.026,50
BIT, Milano 10 - 12 febbraio (309 mq)	294.415,62	MITT Mosca, Mosca 12-15 marzo	39.907,60
BTM, Lecce 22-24 febbraio - BTM	48.300,00	Expo CIE shanghai 5-10 novembre	60.584,90
ITB, Berlino 6-10 marzo (80 mq ENIT)	112.180,22		
Fa la Cosa Giusta!, Milano 8-10 marzo	17.568,00		
IMEX, Francoforte 21-23 maggio - ENIT (5 postazioni)	42.700,00		
WTE UNESCO, Roma 26-28 settembre	5.000,00		
Buenos Aires, Celebra Italia 29 settembre - 4 ottobre FIT Buenos Aires 5-8 Ottobre	30.000,00		
TTG, Rimini 9-11 ottobre	145.123,75		
WTM, Londra 4-6 novembre (100 mq ENIT)	145.000,00		
IBTM, Barcellona 19-21 novembre - ENIT (7 postazioni)	44.876,25		
ILTM, Cannes 2-5 dicembre (15 postazioni) *le entrate delle imprese previste per 100 k saranno investite in questa attività	130.000,00		
Progettazione nuovo allestimento stand	10.000,00		
Totale	€ 1.028.251,84	Totale	€ 105.519,00
BuyPuglia Tour		Italia Top Destination - campagna di comunicazione in collaborazione con il CITS - China International Travel Service	
Aree location BuyPuglia tour	€ 30.000,00	Realizzazione seconda e terza tranche di progetto	€ 250.000,00
Totale	€ 30.000,00	Totale	€ 250.000,00
BuyPuglia		Comunicazione e promozione online della destinazione nella Federazione Russa	
Buy Mice Puglia by Ediman 12-14 aprile	€ 48.678,00	Realizzazione e diffusione di un ciclo di webinar in lingua russa sulla destinazione Puglia per diffusione tramite social network e sito visitapuglia.ru	€ 45.000,00
Totale	€ 48.678,00	Totale	€ 45.000,00
Workshop business to business		Workshop business to business	
Amour Europe, Vienna 17-20 febbraio	€ 14.700,00	Good Time Vision, San Pietroburgo 15 marzo	€ 15.000,00
NEBE Travelux Club, Venezia 7-10 aprile	€ 21.228,00	ILTM Asia Pacific, Singapore 27-30 maggio	€ 8.540,00
IlTm Latin America, San Paolo 14-17 maggio	€ 9.700,00	ILTM China, Shanghai 30 ottobre-1 novembre	€ 20.000,00
PURE Life Experiences, Marrakech 9-13 settembre	€ 100.000,00	Conferenza stampa notte della taranta a Mosca, 147 aprile, traduzione simultanea e traduzione materiale promozionale	€ 4.941,00
ENIT, workshop luxury New York 29-30 ottobre	€ 30.000,00	Buongiorno Italia, Mosca 7-10 dicembre	€ 15.000,00
Connections Wedding in Puglia 15-18 settembre	€ 50.000,00		
Totale	€ 225.628,00	Totale	€ 63.481,00
TOTALE A	€ 1.332.557,84	TOTALE A	€ 464.000,00
B. Promozione della destinazione in co-marketing (Attività di co-marketing, eventi e promozione della destinazione)			
Meeting per l'amicizia fra i popoli, Rimini agosto	€ 100.000,00		
TOTALE B	€ 100.000,00		
C. Educational tour, servizi di ospitalità e accoglienza			
Attività di ospitalità a sportello per stampa e operatori di settore	€ 450.000,00		
TOTALE C	€ 450.000,00		
RISORSE UMANE		RISORSE UMANE	
A) PERSONALE DIPENDENTE T.I. GEN-DIC 2019 (3 funzionari cat. D)	109.754,09	A) PERSONALE A T.D. (CONCORSO 2018) GEN-DIC 2019 (2 funzionari cat. D)	€ 64.000,00
B) POSIZIONI ORGANIZZATIVE AP-PO ANNO 2019	66.876,51		
C) PERSONALE A T.D. (CONCORSO 2018) GEN-DIC 2019 (2 funzionari cat. D)	75.459,81		
TOTALE	€ 252.090,41	Totale	€ 64.000,00
TRASFERTE E SERVIZI DI SPEDIZIONE		TRASFERTE E SERVIZI DI SPEDIZIONE	
Rimborsi trasferte personale 2018-19	€ 96.193,97	Rimborsi trasferte personale 2018-19	€ 40.000,00
Totale	€ 96.193,97	Totale	€ 40.000,00
TOTALE COSTI ATTIVITÀ ANNUALITÀ 2019	€ 2.230.842,22	TOTALE COSTI ATTIVITÀ ANNUALITÀ 2019 RUSSIA_CINA	€ 568.000,00
PREVISIONE ENTRATE IMPRESE	€ 100.000,00	PREVISIONE ENTRATE IMPRESE	€ 0,00
TOTALE DIPOSIBILE FESR 2019 PROGETTO PROMOZIONE	€ 2.130.842,22	TOTALE DIPOSIBILE FESR 2019 PROGETTO PROMOZIONE	€ 568.000,00
TOTALE COSTI ATTIVITÀ ANNUALITÀ 2019 COMPLESSIVO			€ 2.798.842,22