



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

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
Innovazione della destinazione Puglia

Annualità 2019
CUP B39I18000110009



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



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 due 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 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’offerta 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 supportandone nuovi, in linea con gli obiettivi strategici regionali e con gli interventi inerenti le aree Comunicazione della *brand identity*, Promozione della destinazione e Valorizzazione dell’offerta turistica regionale.

A.1 OBIETTIVI

Gli obiettivi progettuali nel 2019 sono i seguenti:

- supportare il percorso di innovazione della filiera turistica
- supportare la qualificazione dell’offerta turistica e migliorare il rapporto con il viaggiatore/turista
- innovare l’organizzazione dell’ARET Pugliapromozione con la digitalizzazione dei processi.

In generale, gli **obiettivi** da perseguire sono:

- attivare nell’ambito dell’Osservatorio del Turismo un piano di Analisi e Ricerche per approfondire mercati e prodotti: una banca dati per il monitoraggio costante della domanda e dell’offerta turistica, aperta e accessibile agli attori della filiera per la definizione di politiche di marketing e azioni imprenditoriali;
- sviluppare una strategia digitale di *tourist experience* efficace, che accolga i risultati delle Analisi e le Ricerche realizzate da e con l’Osservatorio del Turismo;
- sostenere le altre sezioni (Promozione, Comunicazione, Valorizzazione) con progetti specifici digitali veloci e aderenti a bisogni di business e di policy;



- specializzare la *social media strategy*, diffondendo il *sentiment* internamente (comunicazione interna all'Agenzia, all'Assessorato, alla filiera/Dms), rendendolo parte integrante delle scelte di marketing e di valorizzazione del territorio pugliese;
- affiancare i progetti tecnologici realizzati con InnovaPuglia, la società in house della Regione Puglia per l'ICT, per la definizione dei fabbisogni della filiera turistica regionale e la scrittura dei capitolati tecnici, anche in relazione al progetto evolutivo di **SIRTur**, "Ecosistema digitale del Turismo", a valere su PugliaLogin (PO Fesr - OT2).
- offrire strumenti ICT a supporto di talune attività promozionali strategiche.

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 (*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 ELENCO E DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ 2019

Le attività da realizzare sono così sintetizzabili:

- interventi digitali di interazione buyer/seller per la promozione B2B
- interventi digitali per la comunicazione B2C
- analisi dei dati real-time provenienti dal web e dal territorio per migliorare e pianificare interventi rivolti al turista e agli operatori della filiera turistica;
- partnership con Università ed Enti di ricerca per monitorare e riallineare dinamicamente l'ecosistema digitale rispetto ai continui mutamenti del mondo web e social.

01. E-TOURISM Innovazione e digitalizzazione del comparto

▪ ANALISI, PROGETTAZIONE E MONITORAGGIO DELL'ESPERIENZA TURISTICA DIGITALE

Si intende potenziare gli strumenti e i servizi a disposizione della promozione turistica e della Agenzia Pugliapromozione, a supporto e integrazione dell'Ecosistema digitale del Turismo (D.G.R. n. 573/2014), per potenziare l'efficacia degli interventi promozionali e di comunicazione previsti dal Piano Strategico del Turismo "Puglia365" (D.G.R. n. 191/2017).

L'intervento prevede la riprogettazione dell'attuale sito web per passare ad un nuovo sito conforme alla "*Linee guida di design per i servizi web della PA*" dell'Agenzia per l'Italia Digitale (AGID), che risponda alle effettive esigenze degli utenti, degli operatori turistici e culturali, dei cittadini pugliesi, nonché degli stessi dipendenti dell'Agenzia Pugliapromozione.

Le attività da realizzare riguarderanno il Sito istituzionale dell'ARET, la piattaforma BuyPuglia e il sito di promozione turistica weareinpuglia.it, che acquisirà gli sviluppi dei lavori sui Prodotti turistici.

Sarà perfezionata l'adesione all'accordo-quadro stipulato dalla centrale di committenza nazionale CONSIP ex art. 54 del D.Lgs. n. 50/2016 (Codice dei Contratti Pubblici).



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

02. CUSTOMER PROFYLING Il valore dei dati e dei contenuti

▪ RILEVAZIONE E ANALISI DEI DATI NON STATISTICI

Proseguendo nel solco degli interventi strategici “di ascolto” avviati nel 2017, si intende continuare a monitorare il *sentiment* (i.e. percezione della Puglia come meta turistica) mediante l’attivazione di una piattaforma di ascolto e analisi della rete e dei canali social.

Si darà seguito ad 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 o previa richiesta di preventivi. Ove ricorrano presupposti e condizioni di esclusività dettate da titolarità di marchi e/o brevetti e/o dashboard etc, sarà possibile avviare altresì procedure negoziate senza bando ai sensi dell’art. 63, comma 2), lettera b), n. 3, del D.Lgs. n. 50/2016.

▪ CONTENT MANAGEMENT

Le attività consisteranno nel fornire supporto tecnico redazionale e gestione dei contenuti con riferimento all’intero ciclo di vita degli stessi, supportandone l’editing, l’aggiornamento o la nuova formulazione, nonché l’ottimizzazione (SEO/SEM). A tal fine sarà perfezionata l’adesione all’accordo-quadro stipulato dalla centrale di committenza nazionale CONSIP ex art. 54 del D.Lgs. n. 50/2016 (Codice dei Contratti Pubblici).

03. STUDI E RICERCHE Supporto alle decisioni strategiche

▪ INDAGINI, STUDI E APPROFONDIMENTI

Il monitoraggio quantitativo dei flussi relativi alla movimentazione turistica non è sufficiente per un’efficace analisi del fenomeno turistico pugliese. La pianificazione del comparto necessita di approfondimenti ad hoc finalizzati ad analizzare sia l’offerta (in termini di attrazioni ma anche di servizi annessi), sia le caratteristiche della domanda e le dinamiche di acquisto del prodotto Puglia. Nel corso del 2018 le indagini si focalizzeranno su:

- **Indagine sul turismo sommerso.** A distanza di due anni dal precedente monitoraggio l’Agenzia torna a misurare la consistenza dei flussi sommersi e non dichiarati, con particolare attenzione alla movimentazione che viene accolta da AirBnB. Un aggiornamento su questi dati ci permette anche di comprendere il reale carico turistico delle nostre destinazioni, spesso sottostimato, e quindi individuare eventuali azioni correttive per limitare gli impatti e orientare in un’ottica di sostenibilità lo sviluppo turistico della Regione Puglia. Lo studio è stato commissionato alla *New Mercury Tourism Consulting* che da anni utilizza il proprio *modello Gio.ne* (che si fonda sull’analisi dei dati della raccolta dei rifiuti solidi urbani e delle vendite dei giornali, integrati con altre fonti come l’Indagine campionaria sui movimenti alle frontiere e l’Indagine campionaria sui viaggi e le vacanze degli italiani) per la stima dei flussi turistici sommersi e non dichiarati.
- **Monitoraggio quali quantitativo delle attività di Pugliapromozione.** L’Osservatorio attiverà un potenziamento del sistema di monitoraggio non solo quantitativo ma anche qualitativo sulle attività finanziate e realizzate. Questo al fine di comprendere meglio quali siano le dinamiche di rete e di prodotto presenti sul territorio e partire da quelle già esistenti, supportarne lo sviluppo a



livello regionale. Strumenti come la rappresentazione e georeferenziazione su mappa di tutte le attività proposte e dei relativi flussi permetteranno una puntuale analisi delle attività finalizzata anche a offrire spunti per eventuali modifiche e azioni migliorative.

- **Turismo della memoria** Sempre più turisti sono mossi dal desiderio di visitare i luoghi della propria storia individuale o della Storia collettiva. Molti di questi sono semplicemente turisti culturali, altri sono invece alla ricerca di simboli di autoidentificazione in luoghi che conservano la memoria del loro passato; in questi casi si parla di turisti della memoria. Per la Puglia favorire lo sviluppo del "turismo della memoria" significa promuovere l'incoming di flussi turistici esteri costituiti anche da visitatori di origini pugliesi e, in particolare, discendenti dei pugliesi emigrati nel mondo, che vengono in Puglia con l'intento di scoprire le proprie origini e la propria storia familiare e conoscere o rivedere i propri luoghi di origine. La ricerca vuole approfondire la domanda potenziale esistente e quindi individuare elementi strategici grazie ai quali poter strutturare un'offerta adeguata a tale target.
- **Altri approfondimenti e azioni di ricerca.** Oltre alle indagini sopra descritte si attiveranno:
 - incontri con il partenariato al fine di far emergere i bisogni conoscitivi e le necessità di approfondimento degli operatori della filiera turistica pugliese. I fabbisogni emersi saranno poi presi in carico dalle Università pugliesi che avvieranno ricerche ad hoc. Un'occasione per approfondire specifici temi e attivare sinergie tra Imprese e Università per lo sviluppo e l'innovazione del comparto.
 - Specifiche attività di ricerca finalizzate ad analizzare temi e aspetti rilevanti per le strategie di comunicazione e promozione della destinazione Puglia.

▪ **ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E 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.

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.4 RISULTATI ED EFFETTI IN TERMINI DI EFFICIENZA ED EFFICACIA

Mediante le attività di progetto, l'Agenzia Pugliapromozione intende valorizzare i risultati delle analisi e le ricerche realizzate da/con l'Osservatorio del turismo in una strategia digitale di *tourist experience* efficace e riconosciuta a più livelli:



- specialistico con il partenariato, le Università, gli attori pubblici e privati della filiera turistica;
- generalista nei confronti dei cittadini e i turisti, oramai da considerare viaggi-attori.

Sarà possibile sostenere le sezioni Promozione, Comunicazione, Valorizzazione con progetti specifici digitali veloci e 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.

L’analisi dei **dati real-time** provenienti dal web e dal territorio contribuirà a migliorare e pianificare le decisioni turistiche insieme agli amministratori e agli operatori turistici, in un’ottica di *accountability* autorevole e pubblicamente riconosciuta.

L’attività dell’Ufficio Osservatorio, in collaborazione con il Partenariato, rappresenta l’avvio di una nuova “modalità” di lavoro che vedrà sempre più integrato il settore pubblico con quello privato e che sarà alla base dell’organizzazione del nuovo Osservatorio Turistico Regionale, in fase di definizione.

Si perseguirà una collaborazione efficace ed efficiente con l’Assessorato Turismo e Cultura sui progetti tecnologici sviluppati con Innova Puglia, la società in house della Regione Puglia per l’ICT, per la definizione dei fabbisogni della filiera turistica regionale e la scrittura dei capitolati tecnici, anche in relazione al progetto evolutivo di **SIRTur**, “Ecosistema digitale del Turismo”, a valere su PugliaLogin (PO Fesr - OT2), che vedrà convergere le piattaforme viaggiareinpuglia.it, pugliaevents.it, agenziapugliapromozione.it, pugliaxp.it, puglia365.it costitutive del SIRTur verso un **nuovo sistema interoperabile**, integrato da un lato con la comunicazione e la promozione tradizionali (media, eventi e co-marketing), dall’altro con i social media e con i nuovi strumenti della valorizzazione e dell’accoglienza.

Si punterà a ridurre in maniera incrementale il *digital divide*, in modo da rafforzare le strategie di **qualificazione della promozione digitale**, mediante l’interoperabilità dei dati e l’integrazione digitale coordinata dall’Agenzia Pugliapromozione; e in modo da contribuire ad attuare l’Area di Innovazione su “Comunità digitali, creative ed inclusive” prevista dalla Smart Puglia 2020 per la Puglia.

L’integrazione e il coinvolgimento consapevole con la filiera turistica potenzieranno le competenze e la visibilità dell’ecosistema turistico per poter mirare 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 digitalmente, mediante la verifica delle loro attività di interazione con l’ARET in merito a Punti d’interesse, itinerari, attività ed eventi del territorio;
- numero di turisti iscritti agli strumenti della Puglia turistica (trip planner MyPuglia, PugliaXP, app Visit Puglia).



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.

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.

In particolare sono stati individuati un funzionario di categoria D con contratto di lavoro dipendente a tempo indeterminato (costo lordo euro 32.937,56) con relativa alta professionalità (costo lordo euro 19.695,31) e funzionari a tempo determinato di cui due funzionari di categoria C e due funzionari di categoria D (costo lordo euro 133.949,19). Il costo totale complessivo del personale impiegato è di euro **186.582,06**.

PROGETTO INNOVAZIONE	2019
	TOTALI INCLUSO ONERI
B) PERSONALE DIPENDENTE T.I. GEN-DIC 2019 (1 funzionario di cat. D)	32.937,56
C) POSIZIONI ORGANIZZATIVE AP-PO ANNO 2019 (1 funzionario di cat. D)	19.695,31
C) PERSONALE A T.D. (CONCORSO 2018) GEN-DIC 2019 (2 funzionari di cat. D)	69.729,90
D) PERSONALE A T.D. (CONCORSO 2018) GEN-DIC 2019 (2	64.219,28



funzionari di cat. C)	
TOTALE	186.582,06

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 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 31.12.2018 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 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.

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 ANNUALITA' 2019

	Descrizione	BUDGET iva inclusa
1	Risorse umane	€ 186.582,06
	A) PERSONALE DIPENDENTE T.I. GEN-DIC 2019 (1 funzionario di cat. D)	32.937,56
	B) POSIZIONI ORGANIZZATIVE AP-PO ANNO 2019 (1 funzionario di cat. D)	19.695,32
	C) PERSONALE A T.D. (CONCORSO 2018) GEN-DIC 2019 (2 funzionari di cat. D)	69.729,90
	D) PERSONALE A T.D. (CONCORSO 2018) GEN-DIC 2019 (2 funzionari di cat. C)	64.219,28
2	E_TOURISM – innovazione e digitalizzazione del comparto turistico	€ 130.000,00
02.01	CO-PRODUZIONE DIGITALE	€ 0,00
02.02	ANALISI, PROGETTAZIONE, SVILUPPO E MONITORAGGIO DEGLI STRUMENTI DI GOVERNANCE DIGITALE	€ 130.000,00
	Strumenti e servizi di promozione e management dell'agenzia per il piano strategico (ALMAVIVA/INDRA accordo CONSIP)	
3	CUSTOMER PROFYLING – il valore dei dati	€ 230.000,00
03.01	ACQUISIZIONE DATI DAL TERRITORIO	€ 0,00
-	-	-
03.02	RILEVAZIONE E ANALISI DEI DATI NON STATISTICI	€ 0,00
	piattaforma di ascolto e analisi dei canali social	
03.03	CONTENT MANAGEMENT	€ 230.000,00
	SEO, Analytics e produzione contenuti per la comunicazione B2C e B2B (ALMAVIVA/INDRA accordo CONSIP)	
4	STUDI E RICERCHE	€ 320.000,00
04.01	INDAGINI, STUDI E APPROFONDIMENTI	€ 250.000,00
	Turismo della memoria	
	Supporto analisi dati e analisi sommerso (New Mercury Toursim Consulting)	
	(approfondimenti da definire anche con Università e Partenariato)	
04.02	ANALISI INTEGRATA E DIVULGAZIONE DEI RISULTATI	€ 0,00



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

04.03	ORGANIZZAZIONE DI EVENTI E COINVOLGIMENTO TERRITORIALE	€ 70.000,00
	Partecipazione a BTO	
	Forum	
5	Rimborsi	€ 14.000,00
05.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo
		€ 880.582,06

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.