



UNIONE EUROPEA



Programma operativo Regionale FESR-FSE 2014 – 2020 “Attrattori culturali, naturali e turismo”

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 e successive DGR n. 256/2018, n. 1200/2018, n. 891/2019, n. 415/2020, n. 1224/2020 e n. 554/2022

PUGLIA₃₆₅

1

PROGETTO DI ATTUAZIONE

Nome progetto: Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia (Business to consumer).

Azioni di comunicazione per la promozione di eventi

Annualità 2020-2021-2022-2023

CUP: B39D20002200009



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

P  **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 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



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

A. RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

A.1 OBIETTIVI

Il 2023 è un anno strategico per le azioni di comunicazione finalizzate a promuovere il prosieguo del Piano Strategico del Turismo “Puglia 365” sia per la destinazione che per i prodotti turistici della Puglia.

In linea con il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio, e in attuazione del su citato Piano Strategico del Turismo “Puglia 365”, l’Agenzia Pugliapromozione ha individuato una selezione di attività di comunicazione e promozione verso un target eterogeneo e settore.

L’obiettivo è di realizzare nuove azioni di comunicazione per sostenere il comparto turistico locale, incentivando il match tra domanda e offerta turistica e stimolando la suggestione del viaggio con la crescita di arrivi e presenze dal target nazionale e internazionale.

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. 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)



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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

Si precisa, in ultimo, che laddove ritenuto opportuno saranno adottate procedure digitalizzate ai fini di una esecuzione più efficace ed efficiente del Progetto in parola.

A.3. - ATTIVITA' PROGETTUALI

In prosecuzione con le attività già svolte nelle annualità precedenti, nell'anno 2023 le azioni saranno orientate a stimolare le persone/turisti a viaggiare restando immutata la vision di lungo periodo, truardata al 2025, di una permanente destagionalizzazione dei flussi, una maggiore internazionalizzazione e una valorizzazione sostenibile del territorio.

L'ARET, infatti, prevede di avviare strategie di comunicazione dirette a valorizzare sia la destinazione ma anche i temi dei prodotti turistici verso target pronti e sensibili.

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

1. Azioni di comunicazione in Co-branding;
2. Media plan e Grandi Eventi;
3. Mediapartnership con Aeroporti di Puglia;
4. Produzione e distribuzione di contenuti testuali e multimediali;
5. Azioni di comunicazione per Cineturismo;
6. Eventi e spettacoli dal vivo;

4

Di seguito il dettaglio delle singole voci:

Azioni di comunicazione in Co-branding

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. Analogamente, eventi volti alla promozione dei prodotti turistici (enogastronomia, sport e benessere, wedding, arte e cultura), da realizzarsi su territorio nazionale e internazionale, se consentito dalle disposizioni nazionali di sicurezza, e verso un pubblico generalista e specializzato.

Si prevede, in ultimo, l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo delle performance interne, per favorirne il processo di miglioramento continuo.

Procedura: Procedura negoziata con affidamenti diretti, ex art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016

Media plan e Grandi eventi

Le azioni di comunicazione della destinazione sono orientate a un potenziamento del brand Puglia soprattutto all'estero verso target dei mercati consolidati per un rinforzo del consolidamento, dei mercati emergenti e pronti a rispondere, dei mercati potenziali per il primo posizionamento del brand



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Puglia. Considerati gli obiettivi di destagionalizzazione e di internazionalizzazione, si ritiene opportuno privilegiare azioni di comunicazione più orientate a un target estero, sebbene si prevedano anche azioni prettamente verticalizzate sui temi del prodotto turistico verso il target nazionale.

La comunicazione sarà veicolata da opportuni media mix, intesi come combinazione di mezzi tradizionali e digitali, su cui veicolare le campagne di comunicazione nonché le strategie di promozione del territorio pugliese e dei prodotti turistici.

I paesi target di riferimento sono:

- Internazionale: USA e Canada, UK, Svizzera, Unione Europa, Israele, Emirati Arabi, Brasile, Giappone e Australia;
- Nazionale.

Il piano di comunicazione redatto specificamente per la Call del Media plan e Grandi Eventi prevede canali media ON e OFF line, con specifica preferenza ai media mix digitali verso i paesi target che hanno subito una crescita in termini di fruizione durante la pandemia. 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.

Si prevede, in ultimo, l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo delle performance interne per favorirne il processo miglioramento continuo.

Procedura: Affidamento dei servizi ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), n.3 del D.Lgs n.50/2016, e ss.mm.ii.

Mediapartnership con Aeroporti di Puglia

È prevista la media partnership con Aeroporti di Puglia S.p.A. per la valorizzazione della Puglia attraverso nuove azioni di comunicazione ON site nelle sedi aeroportuali pugliesi, anche alla luce dell'avvio del funzionamento dell'aerostazione di Foggia, e correlati all'evoluzione del piano voli.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 5 co. 6 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.

Produzione e distribuzione contenuti testuali e multimediali

Al fine di rafforzare la strategia e incrementare lo storytelling della Puglia, in fase di ripresa del settore turistico, si ritiene opportuno investire nell'aggiornamento, produzione e distribuzione di nuovi contenuti per la comunicazione ON e OFF line, atteso che 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. Pertanto, si prevedono anche azioni digitali e social che consentono di monitorare in modo tangibile i ritorni delle azioni stesse.

Si prevede, in ultimo, l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo delle performance interne, per favorirne il processo miglioramento continuo.

Procedura: Affidamenti ai sensi dell'art. 36 comma 2), lettera a), del D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii. oppure Affidamenti ai sensi dall'art. 63, comma 2, lett. b), n. 1., del D.Lgs. n.50/2016 e ss.mm.ii.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Azioni di comunicazione per Cineturismo

In coerenza con l'accordo di Cooperazione strategica tra Pugliapromozione e Fondazione Apulia Film Commission, attraverso attività congiunte di interesse pubblico per la valorizzazione del territorio e del patrimonio culturale regionale, si intendono rafforzare le azioni di promozione del brand Puglia quale destinazione turistica con la comunicazione integrata nell'ambito di progetti di Cineturismo.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 5 co. 6 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.

Eventi e spettacoli dal vivo

Nell'ambito della media partnership fra ARET Pugliapromozione e Teatro Pubblico Pugliese, si prevedono azioni congiunte di comunicazione e promozione per consolidare il brand Puglia tramite eventi artistico-culturali, supportando la realizzazione ai fini della valorizzazione del territorio in settori quale quello della musica, dell'enogastronomia, delle arti e della creatività, nonché della cultura in genere. In genere si tratta di grandi eventi già noti al pubblico nazionale e che diventano reale motivo di viaggio.

Si prevede, in ultimo, l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo delle performance interne, per favorirne il processo miglioramento continuo.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 5 co. 6 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.

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 consolidamento e al potenziamento del *brand Puglia*. Questo attraverso la sinergia tra le attività di Comunicazione e le attività di Promozione, Innovazione, Valorizzazione e Prodotto turistico. La destinazione sarà comunicata presentandola come alta qualità e sicurezza per trascorrere soggiorni più o meno lunghi. Altri risultati attesi sono la promozione dell'offerta turistica e il sostegno agli operatori, pubblici e privati del territorio, per la comunicazione di un turismo sano e attrattivo.

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

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 è composto da funzionari di ARET Pugliapromozione che sono già stati impegnati nella realizzazione delle attività progettuali strategiche e operative nelle annualità precedenti 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



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



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 stati 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, oltre che personale esterno da individuarsi tramite short list.

Descrizioni	Quantità	Durata (Mesi)	Costo Complessivo incluso oneri
Posizioni Organizzative	2	12	33.000,00 €
Esperto in Rendicontazione	3	12	114.192,00 €
Specifiche Responsabilità	2	12	8.200,00 €
TOTALI			155.392,00 €

A.6. - REGOLAZIONE FLUSSI FINANZIARI

L'erogazione da parte della Regione delle risorse finanziarie spettanti a Pugliapromozione avverrà, a 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, 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;



UNIONE EUROPEA



- 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 e 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 e 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 a un altro, così come qualsiasi modifica nei contenuti o obiettivi di una singola attività indicata nel sottogruppo, dovrà essere preventivamente concordata tra le parti.



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

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

Di seguito il prospetto separato 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
2	COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY					€1.664.404,47 €
02.01	Co-branding					€0,00
02.02	Media plan e Grandi eventi					€874.404,47
02.03	Media partnership con Aeroporti di Puglia					€0,00
02.04	Produzione e distribuzione contenuti					€0,00
02.05	Azioni di comunicazione per Cineturismo					€0.00
02.06	Eventi e spettacoli dal vivo					€790.000,00 €
3	Rimborsi					€5.000,00
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo				€5.000,00
					TOTALE	€1.898.104,47



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Annualità 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					€407.263,41
2	COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY					€2.801.678,28
02.01	Co-branding					€0,00
02.02	Media plan e Grandi eventi					€ 1.859.104,28
02.03	Media partnership con Aeroporti di Puglia					€366.000,00
02.04	Produzione e distribuzione contenuti					€276.574,00
02.05	Azioni di comunicazione per Cineturismo					€0,00
02.06	Eventi e spettacoli dal vivo					€300.000
3	Rimborsi					€20.000,00
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo				€20.000,00
					TOTALE	€3.228.941,69



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Annualità 2022

	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					€180.000,00
1.01	Personale Dipendente a tempo Determinato	5				€90.000,00
1.02	Esperto in rendicontazione	1				€68.000,00
1.03	Posizioni organizzative	2				€17.000,00
1.04	Specifiche responsabilità	2				€5.000,00
2	COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY					€7.465.616,41
02.01	Co-branding					€0,00
02.02	Media plan e Grandi eventi					€4.432.660,00
02.03	Media partnership con Aeroporti di Puglia					€200.000,00
02.04	Produzione e distribuzione contenuti					€685.106,76
02.05	Azioni di comunicazione per Cineturismo					€0,00
02.06	Eventi e spettacoli dal vivo					€2.147.849,65
3	Rimborsi					€19.500,00
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo				€19.500,00
					TOTALE	€7.665.116,41



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Annualità 2023

	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					€155.392,00
1.01	Personale interno					€41.200,00
1.02	Spese per unità esterne Short List					€114.192,00
2	COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY					€8.875.000,00
02.01	Co-branding					€0,00
02.02	Media plan e Grandi eventi					€5.950.000,00
02.03	Media partnership con Aeroporti di Puglia					€200.000,00
02.04	Produzione e distribuzione contenuti					€125.000,00
02.05	Azioni di comunicazione per Cineturismo					€0,00
02.06	Eventi e spettacoli dal vivo					€2.600.000,00
3	Rimborsi					€17.054,95 €
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	A corpo				€17.054,95 €
					TOTALE	€9.047.446,95

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.