

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



PROGETTO DI ATTUAZIONE
Promozione della destinazione Puglia
CUP B59D20001730009

Annualità 2020-2023

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

A. RELAZIONE TECNICA-ILLUSTRATIVA

A.1. OBIETTIVI

Il progetto PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA, così come previsto dal Piano Strategico del Turismo PUGLIA 365 (approvato con D.G.R. n.191/2017) e dalle indicazioni fornite dall'Osservatorio Turistico regionale, intende perseguire anche per le annualità 2020-2021-2022-2023 un piano di obiettivi articolato, individuando le seguenti priorità:

- rafforzare il Brand Puglia, promuovendo il sistema delle imprese turistiche, sui diversi mercati target;
- incrementare le quote di ospiti stranieri sia europei che extraeuropei provenienti, sia dal mercato intermediato che da quello non intermediato;
- supportare le imprese pugliesi nella partecipazione agli eventi internazionali di promozione turistica b2b;
- realizzare partnership con player internazionali di settore;
- orientare la promozione, organizzando la destinazione Puglia secondo prodotti turistici compatibili con le aree mercato consolidate e potenziali;
- ampliare e diversificare il portafoglio dei prodotti turistici, incentivando quelli con un più ampio margine di 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 si possono svolgere 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 2020-2021-2022-2023 saranno orientate al rafforzamento della promozione della destinazione Puglia sia nei mercati consolidati che in quelli emergenti e potenziali per raggiungere i seguenti obiettivi:

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

4

Per le annualità 2020-2021_2022 si prevede la realizzazione di **attività di promozione della destinazione Puglia**, che si svilupperanno attraverso macro tipologie di interventi, quali:

- **Iniziative di Promozione**
 - ✓ **Fiere ed eventi**
 - ✓ **Workshop business to business**
 - ✓ **BuyPuglia**
- **Progetti Speciali**
- **Ospitalità e accoglienza**

A.3.1. Iniziative di promozione

La partecipazione a fiere e workshop b2b e l’organizzazione diretta di eventi e workshop b2b è realizzata in collaborazione con il sistema delle imprese (tour operator, strutture ricettive, servizi al turismo, ecc.) attraverso la piattaforma telematica DMS-Destination Management System. La cooperazione con il brand Italia e il sistema delle Regioni si realizza attraverso la collaborazione con l’ENIT Agenzia Nazionale del Turismo.

Al fine di promuovere la partecipazione del sistema di operatori turistici pugliesi ai diversi eventi trade, si intende realizzare un programma di attività formative con focus tematici propedeutici alla partecipazione alle diverse tipologie di eventi. Le attività possono realizzarsi anche mediante tutorial. L’obiettivo è di realizzare attività formative per migliorare la qualità della partecipazione a fiere ed eventi in relazione a

specifiche tematiche, quali, a titolo di esempio: commercializzazione diretta e intermediata, gestione della web reputation, tipologia di domanda dei mercati principali e dei mercati emergenti.

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

Fiere ed eventi. Le manifestazioni fieristiche nazionali e internazionali rappresentano uno strumento per presentare l'offerta turistica ad una platea composta da operatori della domanda, media specializzati e pubblico di viaggiatori. Il programma potrà essere ridotto o integrato con ulteriori iniziative in presenza di un numero significativo di operatori pugliesi aderenti o di specifiche esigenze promozionali.

Workshop business to business. I workshop di settore sono eventi particolarmente significativi nell'ambito dell'attività di supporto alla promo-commercializzazione e prevedono la partecipazione di Pugliapromozione in collaborazione con imprese singole o associate a giornate di incontri b2b tra Seller e Buyer internazionali con agende di appuntamenti organizzate in esclusiva da specialisti di settore. La partecipazione dell'Agenzia ai workshop b2b, oltre che in supporto al sistema delle imprese, è funzionale alla costruzione del portfolio di contatti buyer. La dimensione della partecipazione dell'Agenzia agli eventi b2b è proporzionale al numero di imprese pugliesi partecipanti.

BuyPuglia - Travel Meeting.

L'evento internazionale di Business Meeting (il workshop B2B) sarà organizzato nel 2022 con un nuovo format che prevede l'opportunità per il sistema delle imprese pugliesi di presentare la propria offerta a una selezione di operatori provenienti dai principali mercati europei ed extraeuropei selezionati per prodotto. In particolare si intende realizzare eventi dedicati ai diversi prodotti turistici. I workshop B2B saranno orientati a soddisfare le esigenze dei diversi buyer provenienti sia dai mercati di riferimento per la destinazione turistica Puglia che dai mercati emergenti. Sulla base del follow up ricevuto dai partecipanti alle ultime edizioni, saranno implementate le azioni per garantire la qualità del matching attraverso una nuova piattaforma online dedicata, *BuyPuglia Matching Platform* che continuerà a funzionare tutto l'anno a prescindere dall'evento BuyPuglia, per permettere agli operatori della domanda internazionale di essere sempre aggiornati sulla destinazione Puglia ed entrare in contatto con gli operatori di settore. BuyPuglia è un evento che punta a far conoscere l'offerta turistica attraverso un'esperienza di viaggio personalizzata per prodotto dedicata ai diversi tour operator nazionali ed internazionali. Gli itinerari di visita del territorio saranno definiti nei dettagli solo dopo l'accredito e la verifica del profilo dei buyer, al fine di soddisfare al meglio le esigenze della domanda. Gli incontri B2B saranno organizzati attraverso un'agenda appuntamenti personalizzata per ciascuna impresa partecipante. L'agenda sarà definita in anticipo attraverso il sistema BuyPuglia Matching Platform, il nuovo strumento digitale creato per garantire che l'incontro e la contrattazione tra seller e buyer avvengano sulla base di un reale e reciproco interesse.

A.3.2. Progetti Speciali

I Progetti speciali comprendono la promozione del Brand Puglia attraverso la partecipazione a grandi eventi nazionali ed internazionali sia turistici che di altro genere, attraverso forme di partnership e co-marketing, una formula particolarmente efficace per aumentare la *brand awareness* della destinazione attraverso azioni di *endorsement* con manifestazioni o brand di notorietà internazionale o legati a specifiche nicchie di mercato. La realizzazione delle attività di co-marketing sarà realizzata attraverso forme di partnership con

vettori aerei, tour operator, soggetti pubblici e privati interessati a vario titolo a co-investire sulla promozione della destinazione Puglia, organizzatori di grandi eventi, operatori del settore agroalimentare dell'artigianato, grandi e piccoli editori, OTA, produzioni cinematografiche, televisive, radiofoniche e documentaristiche, produttori di video musicali, grandi aziende locali nazionali e internazionali localizzate in puglia che intendono associare il proprio brand a quello della destinazione, ecc. In 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.

Tra i progetti speciali si prevede inoltre di dare continuità alle seguenti progettualità:

CoMktg Puglia Travel Industry - Attività di comarketing con compagnie aeree, charter operator, Tour Operator e aggregazioni di operatori per la promozione della **destinazione** sui diversi mercati e per l'attrazione di nuovi investimenti nel settore.

Puglia Art & Craft - In continuità coerenza con gli obiettivi strategici di promozione btoB e btoC definiti nel Piano Strategico del Turismo, il presente progetto si pone come obiettivo di valorizzare le piccole imprese del settore dell'artigianato come strumento di destination marketing per incrementare la brand awareness della destinazione, prolungare la brand experience della destinazione, e dunque raggiungere gli obiettivi principali delle attività di promozione e comunicazione dell'Agenzia Pugliapromozione.

Online Travel Agencies - Sviluppo di progetti di promozione e comunicazione con piattaforme internazionali di booking attraverso la realizzazione di contenuti sulla destinazione Puglia da orientare secondo le indicazioni dell'osservatorio regionale.

A.3.3. Ospitalità e Accoglienza

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

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.

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

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

I risultati di progetto saranno potenziati attraverso un'azione compiuta in stretta sinergia con le attività di comunicazione e valorizzazione dell'offerta turistica di cui ai rispettivi progetti esecutivi. Tali risultati attesi

saranno misurabili o quantificabili grazie anche alle attività dell'Osservatorio di Pugliapromozione: in tal caso si rimanda al relativo progetto esecutivo.

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

A.5. GOVERNANCE DI PROGETTO E ORGANIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE

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.

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	3	12	70.000,00 €
Specifiche Responsabilità	3	12	12.000,00 €
Esperti Short List Supporto/Rendicontazione	3	8	48.000,00 €
TOTALI			130.000,00 €

A.6. REGOLAZIONE FLUSSI FINANZIARI

Il pagamento da parte della Regione dei rimborsi spettanti all'Agencia 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 delle attività, previo rilascio della dichiarazione che è stata effettuata la rendicontazione finale dell'intervento e del certificato di regolare esecuzione delle attività svolte, nonché di una relazione finale relativa all'intero progetto.

I pagamenti dei rimborsi sono disposti per il progetto dalla competente struttura dirigenziale regionale a cui devono essere inviati i rapporti tecnici di monitoraggio ed i rendiconti di spesa, intermedi e finali. In caso di sospensione delle attività è dovuto a Pugliapromozione il pagamento delle attività fino a quel momento regolarmente eseguite sulla base delle spese effettivamente sostenute e rendicontate, comunque derivanti dagli impegni assunti per l'esercizio delle attività di cui al presente progetto esecutivo. Le spese ammissibili sono esclusivamente quelle previste nella tabella B) di cui al presente progetto. Le spese non ammissibili rimangono a totale carico di Pugliapromozione.

In attuazione delle disposizioni previste dai regolamenti comunitari sulla gestione dei fondi strutturali, sarà necessario predisporre una codificazione contabile appropriata di tutti gli atti e documenti di spesa relativi alle attività progettuali, tali da consentire in ogni momento, su richiesta degli organi di controllo, la verifica della documentazione relativa alle spese effettivamente sostenute nonché dell'avanzamento fisico e finanziario dei progetti da realizzare.

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

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

A.7. ASSESTAMENTO DEL BUDGET

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

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

A causa della pandemia molti eventi sono stati riprogrammati in nuove date o trasformati in eventi virtuali, si è proceduto pertanto a una riprogrammazione delle attività e delle risorse. Sia nell'annualità 2021 (già comunicate con specifiche note) che in quella 2022 sono state aggiunte nuove attività nelle sezioni Fiere ed eventi e Workshop business to business. Le economie rivenienti dalle attività 2020-22 di Fiere ed eventi e Workshop business to business non realizzate sono state riprogrammate nell'annualità 2023 nelle rispettive sezioni.

PROGRAMMAZIONE PROGETTO PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA 2020-2021-2022-2023

ANNO	NOME EVENTO	DATA	LUOGO	importo	importi sostenuti con le entrate di progetto
FIERE ED EVENTI					
2020	TTG	14-16 OTTOBRE	RIMINI	€ 103.706,95	
	TTG Sicurezza	14-16 OTTOBRE	RIMINI	€ 3.660,00	
	WTM	9-11 NOVEMBRE	Virtuale	€ 19.398,00	9
	IBTM - International Business Travel Market World	8-10 DICEMBRE	Virtuale	€ 9.760,00	
TOTALE 2020				€ 136.524,95	
2021	ITB - BELRLIN	9-12 MARZO	VIRTUALE	€ 12.810,00	
	San Pietroburgo World Economic Forum	2-5 giugno	SAN PIETROBURGO	€ 30.500,00	
	TTG	13-15 OTTOBRE	RIMINI	€ 151.002,88	
	TTG Sicurezza	13-15 OTTOBRE	RIMINI	€ 3.780,00	
	WTM - Londra	1-3 NOVEMBRE	LONDRA	69.540,00	
	IBTM WORLD	30 NOVEMBRE- 2 DICEMBRE	BARCELLONA	€ 24.400,00	
TOTALE 2021				€ 292.032,88	
	IMTM	29-30 MARZO	Tel Aviv	€ 3.050,00	
	BTM TARANTO	2-4 MARZO	Taranto	€ 47.000,00	
2022	BIT Area	10-12 APRILE	Milano	€ 104.086,74	
	Bit Allestimenti	10-12 APRILE	Milano	€ 240.757,75	
	Bit sicurezza	10-12 APRILE	Milano	€ 3.780,00	
	TEJ TOURISM EXPO	22-25 SETTEMBRE	TOKYO	€ 32.940,00	
	TTG area	12-14 OTTOBRE	RIMINI	€ 112.442,52	
	TTG allestimenti	12-14 OTTOBRE	RIMINI	€ 113.460,00	
	TTG sicurezza	12-14 OTTOBRE	RIMINI	€ 4.000,00	

	IGLTA COVENTION	26 OTTOBRE	MILANO	€ 14.274,00	
	IGLTA materiale informativo	26 OTTOBRE	MILANO	€ 366,00	
	WTM	7- 9 NOVEMBRE	LONDRA	€ 47.580,00	
	IBTM - International Business Travel Market World	29 NOVEMBRE 1 DICEMBRE	BARCELLONA	€ 30.500,00	
	ILTM	5-8 DICEMBRE	CANNES	€ 146.400,00	
	Servizi per IBTM e ILM	DICEMBRE	BARCELLONA E CANNES	€ 26.962,00	
TOTALE 2022				€ 927.599,01	
2023	BIT AREA	12-14 FEBBRAIO	MILANO	€ 121.356,60	
	BIT ALLESTIMENTO	12-14 FEBBRAIO	MILANO	€ 258.591,20	
	BIT FOOD	12-14 FEBBRAIO	MILANO	€ 31.964,00	
	IMTM	14-15 FEBBRAIO	TEL AVIV	€ 3.050,00	
	BUYPUGLIA ALLESTIMENTO	1-3 MARZO	BARI E PUGLIA	€ 130.000,00	€ 16.961,20
	BUYPUGLIA OSPITALITA'	1-3 MARZO	BARI E PUGLIA	€ 320.000,00	
	SICUREZZA BIT + BUYPUGLIA			€ 8.000,00	
	ITB - BERLIN ENIT	7-9 MARZO	BERLIN	€ 0,00	€ 88.755,00
	DUCO ITALY	27 -31 MARZO	FIRENZE	€ 21.099,60	€ 38.900,00
	ATM DUBAI ENIT	1-4 MAGGIO	DUBAI	€ 60.000,00	
	ILTM LATIN AMERICA	9-12 MAGGIO	SAN PAOLO	€ 40.000,00	10
	IMEX ENIT	23-25 MAGGIO	FRANCOFORTE	€ 40.000,00	
	MEETING DELL'AMICIZIA	20-25 AGOSTO	RIMINI	€ 130.000,00	
	PURE LIVE EXPERIENCES	10-13 SETTEMBRE	MARRAKECH	€ 80.000,00	
	AMOUR GLOBAL WEDDING B2B	8-11 OTTOBRE	BUDAPEST	€ 50.000,00	
	TEJ TOURISM EXPO	26-29 OTTOBRE	OSAKA	€ 40.000,00	
	TTG	11-13 OTTOBRE	RIMINI	€ 300.000,00	
	TRUE	1-4 OTTOBRE	LECCE	€ 70.000,00	
	WTM ENIT	6-8 NOVEMBRE	LONDRA	€ 58.866,08	
	DO NOT DISTURB	13-17 NOVEMBRE	FASANO	€ 130.000,00	
IBTM - International Business Travel Market World ENIT	28-30 NOVEMBRE	BARCELLONA	€ 30.000,00		
ILTM WORLWIDE ENIT	4-7 DICEMBRE	CANNES	€ 130.000,00		
TOTALE 2023				€ 2.052.927,48	
WORKSHOP BUSINESS TO BUSINESS					
2020	ILTM WORLD TOUR (Asia pacific, Europe, Americas)	17 NOVEMBRE -3 DICEMBRE	CANNES	€ 38.552,00	
	WORKSHOP ENIT (Giappone, Europa, Polonia, Cina)	7 OTTOBRE - 18 DICEMBRE	VIRTUALE	€ 4.148,00	
	PURE LIVE EXPERIENCES	19-22 OTTOBRE	VIRTUALE	€ 25.000,00	
TOTALE 2020				€ 67.700,00	

2021	WORKSHOP ENIT RUSSIA MICE LUSO	3 MARZO.	VIRTUALE	€ 7.320,00	
	WORKSHOP ENIT CANADA ACTIVE	16-17 MARZO	VIRTUALE	€ 732,00	
	ETOA VIVA ITALIAN MARKET PLACE	15 APRILE.	VIRTUALE	€ 4.041,00	
	WORKSHOP ENIT NEW YORK	11-13 MAGGIO	VIRTUALE	€ 4.880,00	
	DUCO	19-23 LUGLIO	FIRENZE	77.192,62	
	Workshop ENIT Varsavia active lusso	22-22 OTTOBRE	VIRTUALE	€ 4.880,00	
	Workshop ENIT Londra	27 SETTEMBRE - 29 SETTEMBRE	LONDRA	€ 13.664,00	
	Tfest e AMOUR (Luxury&Wedding)	10-14 OTTOBRE 19-23 OTTOBRE	DUBAI + virtuale	€ 30.000,00	
	Workshop ENIT Benelux	25-26 OTTOBRE	BENELUX BRUSSELS AMSTERDAM	€ 2.196,00	
	Workshop ENIT Tokyo	27-28 OTTOBRE	Virtuale	€ 3.660,00	
	WORKSHOP ENIT STOCCOLMA	17-18 NOVEMBRE	COPENAGHEN-STOCCOLMA	€ 2.440,00	
	Workshop ENIT Ibtm Barcellona	29 NOVEMBRE 1 DICEMBRE	BARCELLONA	€ 1.098,00	
	ILTM EUROPA	5-8 DICEMBRE	CANNES	€ 164.700,00	
TOTALE 2021			€ 316.803,62		
2022	Duco antiqua	21-25 MARZO	FIRENZE	€ 40.000,00	
	PURE LIVE EXPERIENCES	11-14 SETTEMBRE	MARRAKECH	€ 46.694,11	
	TRUE	2-5 OTTOBRE	LECCE	€ 70.000,54	11
	DO NOT DISTURB	14-17 NOVEMBRE	FASANO	€ 135.000,00	
	MEET THE BEST	12-14 DICEMBRE	MATERA	€ 33.453,89	
	SETTIMANA DELLA CUCINA ITALIANA	13-18 NOVEMBRE	TEL AVIV	€ 44.226,00	
TOTALE 2022			€ 369.374,54		
PROGETTI SPECIALI					
2020	AZIMUT YATCH PARTNERSHIP			€ 60.000,00	
2021	Biennale di Venezia - Progetto Taranto			€ 80.000,00	
TOTALE				€ 140.000,00	
OSPITALITA' & ACCOGLIENZA					
2020	Attività educational			€ 152.160,23	
2022	Attività educational			€ 188.139,00	
2022	Attività educational in corso			€ 234.585,61	
TOTALE				€ 574.884,84	
ALTRE ATTIVITA'					
2022	Puglia Travel Industry Litorali			€ 10.000,00	
2022	Local gadget			€ 100.000,00	
TOTALE				€ 110.000,00	
2023	Puglia Art & Craft			€ 125.000,00	

TOTALE				€ 125.000,00	
PERSONALE					
2020	Personale Ufficio promozione			€ 69.000,00	
2021	Personale Ufficio promozione			€ 170.500,00	
2022	Personale Ufficio promozione			€ 68.000,00	
2023	Personale Ufficio promozione			€ 130.000,00	
TRASFERTE					
2020-21	Trasferte Ufficio Promozione			€ 20.000,00	
2022	Trasferte Ufficio Promozione			€ 50.773,46	
2023	Trasferte Ufficio Promozione			€ 78.300,00	
Totale progetto 2020				€ 505.385,18	
Totale progetto 2021				€ 859.336,50	
Totale progetto 2022				€ 1.948.471,62	
Totale progetto 2023				€ 2.386.227,48	
Totale progetto				€ 5.699.420,78	144.616,20