



**UNIONE EUROPEA**



**POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI**

**Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"**

**POC Puglia 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 ss.mm.ii.

DGR n. 1502 del 30/10/2023

PAGE 1/1  
MERGED  
CORRECTED  
3

**PUGLIA<sub>365</sub>**

**PROGETTO DI ATTUAZIONE**

Nome progetto: ***Prodotto Turistico***

Annualità 2024/2025

CUP: I59I23001400006



**UNIONE EUROPEA**



**REGIONE PUGLIA**



**PROMOZIONE**  
Agenzia Regionale del Turismo

## **POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI**

**Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"**

### **INDICE**

---

#### **A. Relazione Tecnica-illustrativa**

- A.1. Obiettivi
- A.2. Procedure di attuazione
- A.3. Attività progettuali e modalità di 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



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

#### A. RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

##### A.1 OBIETTIVI

Il presente progetto si pone in continuità con le scelte strategiche del Piano Strategico Puglia365, tenendo conto dei cambiamenti dovuti alla crisi pandemica non ancora conclusa, all'emergenza climatico-ambientale sempre più sentita, alla crisi geopolitica in corso, dovuta dalle guerre che non accennano a terminare, e alla inevitabile e conseguente crisi economico-sociale in cui l'intero continente versa.

Ne consegue che l'economia mondiale stia in parte perdendo i suoi caratteri di globalità per sviluppare un modello di crescita più sostenibile, innovativo e tecnologicamente avanzato, maggiormente inclusivo ed equilibrato.

In tale contesto globale, la Regione Puglia ha voluto rivedere anche i contenuti della propria strategia turistica e culturale con la definizione del nuovo **Piano Strategico Turismo Cultura 2030**, che mira alla valorizzazione delle competenze e degli asset culturali/turistici che caratterizzano la destinazione Puglia, attraverso la partecipazione di tutti gli attori e gli stakeholder di settore, promuovendone la ricchezza culturale, artistica e naturale, attraverso l'offerta di esperienze uniche, autentiche, sostenibili e memorabili.

In continuità con il processo di partecipazione "Puglia3x6x5", realizzato nel corso degli anni 2022 e 2023 e degli argomenti emersi durante gli incontri territoriali e di prodotto, la Regione Puglia ha inteso definire, nel nuovo **Piano Strategico Turismo Cultura 2030**, gli ambiti e le azioni su cui orientare le strategie e gli interventi nei prossimi 10 anni.

Tra questi il "**Prodotto Turistico**", inteso come un insieme di beni e servizi che, messi a sistema, compongono un'offerta in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica, continuerà ad assumere un ruolo di particolare rilevanza per poter comunicare e promuovere una Puglia non stereotipata né generalista e allo stesso tempo sostenuta dalla qualità del lavoro e dalla professionalità degli operatori pubblici e privati pugliesi.

Il presente progetto, pertanto, si pone in continuità con quello sviluppato nel corso dell'anno 2024 ed anche per i primi mesi del 2025, partendo dal rafforzamento delle logiche identitarie e di comunità, si continuerà a lavorare sullo sviluppo dei prodotti turistici individuati dall'Agenzia Pugliapromozione (Enogastronomia; Mare e Nautica; Natura, Sport e Benessere; Wedding; Mice; Arte e Cultura), dai quali scaturiscono poi altri sottoprodotti strettamente collegati, intercettando le nuove tendenze globali e, al tempo stesso, facendo fronte alle complesse sfide del momento attuale: sostenibilità, innovazione, qualità, inclusione, formazione e governance.



UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

L'obiettivo principale sarà quello di continuare a lavorare sugli avvisi in corso (Avviso Prodotto Periodo B e Avviso Prodotto Festività Natalizie) al fine di completare le procedure di aggiudicazione, affidamento, promozione e comunicazione delle attività e di rendicontazione delle stesse, implementando ulteriormente la competitività della Regione Puglia anche rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale. Il recupero di competitività, infatti, è associato a un ampliamento e ad uno sviluppo del prodotto oltreché all'espansione della qualità e della quantità dell'occupazione nel turismo e nelle filiere collegate.

Per essere competitivi sarà necessario continuare a rendere tangibile la destinazione, facilitando la conoscenza dei prodotti turistici e delle attività previste e in corso di attuazione da parte dei soggetti beneficiari, rafforzando gli investimenti sulla qualità dei servizi e costruendo un'offerta che risulti più vicina possibile al punto di vista del turista.

In un'ottica di sistema complementare, si renderà necessario continuare a realizzare le azioni previste dai vincitori dell'Avviso Prodotto Turistico Periodo B) e Festività Natalizie, monitorarle e così proseguire con lo sviluppo dei diversi "**brand di prodotto**" riconoscibili come "**brand territoriali**" in Italia e all'estero ed in grado di rispondere alle esigenze di specifici segmenti della domanda turistica, tanto da raggiungere un target ampio e diversificato e favorire, anche, la nascita e lo sviluppo di DMO territoriali pubblico/private.

Parimenti, sarà necessario confermare gli obiettivi di **internazionalizzazione e di destagionalizzazione** dei flussi turistici oltreché di **sviluppo sostenibile ed inclusivo del territorio**, anche alla luce dei risultati raggiunti nel 2024.

Per l'obiettivo della **destagionalizzazione** si conferma la promozione dell'**undertourism**, intesa come pratica che privilegia la promozione di località meno conosciute e, per questo meno affollate, e che favorisca la riscoperta di aree territoriali ancora poco esplorate. Al contempo, la **narrazione della destinazione in bassa stagione**, soprattutto grazie allo sviluppo delle azioni previste dai beneficiari dell'Avviso Prodotto Turistico, consentirà di raccontare una **regione accogliente** tutti i mesi dell'anno.

In sintesi con lo sviluppo del "**Prodotto Turistico**" si intendono continuare a perseguire i seguenti obiettivi:

- Rendere i "**Brand di prodotto**" ormai acquisiti "**Brand territoriali**" riconoscibili in Italia e all'Estero al fine di posizionare la Puglia tra le mete più ricercate d'Italia (position branding);
- Destagionalizzare la destinazione;
- Puntare sull'internazionalizzazione, l'inclusività e lo sviluppo sostenibile del territorio;
- Potenziare il consolidamento dei prodotti turistici individuati (Enogastronomia; Mare e nautica; Natura, sport e benessere; Wedding; Mice; Arte e Cultura), sviluppando e sostenendo i settori economici di riferimento, con ricadute positive sull'occupazione (impact on employment);



UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

- Attivare processi locali virtuosi per realizzare azioni preliminari di costruzione dei Cluster di Prodotto, generando la nascita di reti di imprese e DMO pubblico/private;
- Ampliare e migliorare la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali e la Regione Puglia;
- Sostenere la nascita e la qualificazione di itinerari di fruizione ed attività esperienziali legate ai prodotti turistici, stimolando la promo-commercializzazione dell'offerta;
- Innovare e diversificare l'offerta turistica, per proporre soluzioni sempre nuove e attrattive ai viaggiatori in un mercato fortemente competitivo.

I trend del turismo nel 2024 (secondo una ricerca condotta da *Booking.com* che ha coinvolto più di 27.000 viaggiatori in 33 Paesi) hanno dimostrato che il futuro del turismo sarà caratterizzato da una maggiore attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale. I viaggi, dunque, continueranno ad essere all'insegna della flessibilità e della personalizzazione dell'esperienza turistica. I viaggiatori continueranno ad essere sempre più esigenti e attenti alle esperienze che vivranno ed alla ricerca di **prodotti turistici** che possano soddisfare le loro esigenze specifiche e che siano in linea con i loro valori e le loro convinzioni.

Sarà pertanto fondamentale continuare a lavorare con gli Avvisi sui Prodotti Turistici al fine di far emergere dai territori **"esperienze di viaggio autentiche"** e sarà poi importante comunicarle e raccontarle in modo chiaro e coinvolgente anche attraverso le tecnologie innovative.

Si svilupperà sempre più un turismo **multi-prodotto** e **pluri-prodotto**, con un'attenzione crescente verso la **sostenibilità**, la **personalizzazione** e la **comunicazione coinvolgente** delle esperienze, del patrimonio materiale e immateriale e degli attrattori culturali e naturali, 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.36/2023 (Codice dei Contratti Pubblici) e ssi.ii.mm., 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), al D.Lgs. n.117/2017 e ss.mm.ii (Codice del Terzo Settore).

L'ARE.T. Pugliapromozione per dare attuazione al presente progetto esecutivo, ricorre alle disposizioni del nuovo codice dei contratti pubblici, D.lgs. n. 36/2023 in materia di affidamenti di servizi e forniture di beni, tenuto conto della Direttiva del Parlamento Europeo e del Consiglio 2014/24/UE (c.d. Direttiva Appalti), da ultimo modificata dal Regolamento Delegato (UE)



UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

2023/2495 della Commissione del 15 novembre 2023 che modifica la direttiva 2014/24/UE per quanto riguarda le soglie degli appalti pubblici di forniture, servizi e lavori e dei concorsi di progettazione.

L'A.RE.T. applica tali disposizioni nel rispetto dei seguenti principi:

- del principio del Risultato (art. 1) da effettuarsi con la massima tempestività, mirando al miglior rapporto tra qualità e prezzo, nel rispetto dei principi di legalità, trasparenza e concorrenza;
- del principio della Fiducia (art. 2) tra dipendenti, amministratori e operatori del mercato, inteso come valorizzazione dell'iniziativa e dell'autonomia decisionale dei pubblici dipendenti, rispetto alle valutazioni e alle scelte effettuate per l'acquisizione e l'esecuzione delle prestazioni secondo il principio del risultato;
- del principio dell'Accesso al mercato (art. 3) teso ad assicurare agli operatori economici pari opportunità di partecipazione e, quindi, di accesso alle procedure ad evidenza pubblica soprattutto delle piccole medie imprese, in linea con la direttiva europea.

PAGE 1/1  
MERGEF  
CORRATI  
2

Per raggiungere gli obiettivi operativi del presente progetto esecutivo si tiene conto della combinazione dei tre principi indicati nel PIAO 2023:

- la semplificazione e reingegnerizzazione delle procedure;
- la velocizzazione dei procedimenti amministrativi;
- la digitalizzazione delle procedure.

### A.3. – ATTIVITA' PROGETTUALI

In coerenza con le azioni del Progetto esecutivo Prodotto Turistico per l'annualità 2024, le presenti azioni per i primi mesi del 2025 continueranno ad essere utili a:

- rendere i **prodotti turistici pugliesi** una **componente chiave** dell'offerta turistica regionale, diventando, per i diversi target di turisti, da mero elemento accessorio, motivazione principale di viaggio;
- implementare la competitività della Regione Puglia, in tema di prodotto turistico, rispetto alle grandi concorrenti del mercato nazionale ed internazionale.
- destagionalizzare i flussi, puntando sull'internazionalizzazione e lo sviluppo sostenibile del territorio;
- diversificare l'offerta turistica proponendo esperienze **multi-prodotto** e **pluri-prodotto**, con una attenzione crescente all'autenticità, alla sostenibilità ed al benessere psico-fisico individuale e collettivo.

In particolare, l'A.RE.T., operando su entrambi i target – turista generalista e turista che sceglie la Puglia con motivazioni specifiche (es. enogastronomia, cammini, wedding, mare, arte e cultura) – intende continuare a realizzare una serie di azioni che, correlate alle altre azioni di promozione, comunicazione, valorizzazione ed innovazione della destinazione, rafforzino l'offerta, stimolando





UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

gli operatori del territorio ad arricchire, innovare e qualificare ulteriormente il ventaglio delle esperienze turistiche offerte, stimolando la stessa promo-commercializzazione dell'offerta.

Per le motivazioni esplicitate, con il presente progetto, si ritiene fondamentale continuare a realizzare azioni che mediante lo sviluppo dei diversi "**Brand di Prodotto**", favoriscano la riconoscibilità degli stessi come "**Brand Territoriali**" in Italia e all'estero, tanto di poter parlare di Puglia come "Wedding Destination", "Sport Destination", "Terra del life style e dalle tradizioni enogastronomiche autentiche e genuine", "Terra della Blue economy" e "Terra di Cultura, Arte, Cinema, Teatro, Tradizioni".

Saranno, nuovamente, favorite azioni che facilitino la realizzazione e la mappatura di esperienze turistiche esistenti legate ai prodotti turistici individuati e che facilitino la nascita di reti di imprese e DMO pubblico/private.

Le azioni previste riguarderanno nello specifico:

1. Azioni preliminari di costruzione e valorizzazione dei Prodotti Turistici;
2. Azioni di qualificazione dell'offerta esistente legata ai Prodotti Turistici;
3. Attività di comunicazione e promozione dei Prodotto Turistici e sottoprodotti conseguenti individuati;

PAGE 11  
MERGE  
FORMAT  
2

Di seguito il dettaglio delle singole voci/attività:

#### **1) Azioni di costruzione e valorizzazione dei Prodotti Turistici**

In un mutato contesto geo-politico che genera, in ambito nazionale ed internazionale, nuovi scenari e tendenze legate al settore turistico, si ritiene opportuno continuare a valorizzazione i Prodotti Turistici riconosciuti mediante il proseguimento delle attività relative all' "**Avviso per il sostegno alla costruzione di Prodotti Turistici Territoriali**", con un focus specifico per il periodo natalizio. Tali attività che hanno consentito di sperimentare e definire nuovi modelli aggregativi, rispondendo alle nuove esigenze della domanda turistica, possono rendere i **prodotti turistici pugliesi** una **componente chiave** dell'offerta turistica regionale, rafforzando le specializzazioni turistiche della Regione Puglia, incrementandone lo storytelling e passando da una promozione generica ad una promozione di pacchetti turistici specifici.

Tale azione ha favorito la collaborazione tra soggetti pubblici e soggetti privati, ha previsto una diversificazione dell'offerta turistica territoriale, punta a migliorare la qualità dei servizi e dei prodotti offerti e consente di riconoscere come attrattori le risorse locali (mare, enogastronomia, sport, bike, cammini, la filiera del wedding, gli attrattori culturali e naturali, ecc.), rendendole fruibili ed accessibili mediante la creazione di percorsi, servizi di supporto alla visita, eventi, pacchetti turistici, anche attraverso la realizzazione di azioni di comunicazione e promozione a supporto, con il coinvolgimento di una molteplicità di attori legati alla filiera turistica (es. strutture ricettive, ristoratori, tour operator, associazioni sportive, guide turistiche, ecc.), al fine di fornire al turista di prossimità, nazionale ed internazionale un'offerta "unica", "autentica" e rispettosa di determinati standard qualitativi, aumentando la visibilità della destinazione Puglia.



UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

Le attività saranno focalizzate a seguire gli affidamenti e le procedure dell'Avviso Prodotti Turistici Periodo B e Avviso Prodotti Turistici Festività Natalizie, eseguire i rispettivi controlli su piattaforma Anac, oltreché seguire la promozione e diffusione delle attività previste dai beneficiari risultati idonei dall'esito dei due avvisi, fino ad arrivare alla fase di controllo degli output realizzati a fine attività e alla loro rendicontazione.

Sempre nei primi mesi del 2025 sarà fondamentale iniziare a predisporre le linee generali di un nuovo Avviso Prodotti Turistici visti gli ottimi risultati avuti dalle precedenti procedure al fine di rendere le procedure relative, dalla candidatura, ai controlli, agli affidamenti alla rendicontazione sempre più digitalizzati.

#### **2) Azioni di qualificazione dell'offerta esistente legata ai Prodotti Turistici**

Continuando il processo partecipato di ascolto dei territori e delle imprese ed ampliando la collaborazione tra gli operatori turistici, gli Enti locali, gli stakeholder di settore e gli Assessorati Regionali Trasporti, Formazione, Agricoltura, Sviluppo Economico e Ambiente, si intende realizzare azioni che qualifichino l'offerta esistente, sviluppino nuove competenze secondo standard riconosciuti a livello internazionale e riflettano l'autenticità e la genuinità dei territori e la qualità dei Prodotti offerti.

Tali azioni saranno finalizzate alla realizzazione di:

- mappatura delle risorse e delle esperienze turistiche esistenti e costruzione di itinerari di fruizione ed attività esperienziali, legate ai prodotti turistici (enogastronomia, cammini e itinerari culturali, bike, sport e benessere, wedding, arte e cultura, mare), che mettendo in risalto la genuinità, la qualità e l'autenticità del territorio, siano uno strumento utile per comunicare agli operatori turistici di settore ed al turista non generalista, in modo strutturato, coerente e differenziato per prodotto turistico;
- protocolli d'intesa e/o accordi di cooperazione pubblico-pubblico, volti a qualificare i diversi prodotti turistici regionali, anche attraverso la promozione e comunicazione degli stessi, definendo nuovi modelli di collaborazione capaci di individuare una nicchia di mercato competitivo. Sarà necessario proseguire con la fase di controllo e rendicontazione degli accordi pubblico-pubblico realizzati nel corso dell'anno 2024 ;
- realizzazione "Avviso Co-branding", Avviso pubblico finalizzato a dare attuazione agli interventi di promozione e comunicazione in co-branding sul prodotto turistico, in occasione di eventi di interesse strategico, a valere sulle risorse del POC. Il Progetto attuativo "Prodotto Turistico" prevede la realizzazione di "Azioni co-branding" finalizzate ad ottenere un vantaggio attrattivo per il posizionamento dei prodotti turistici e del *brand Puglia*, legato ai prodotti. La promozione del brand Puglia e dei prodotti turistici trova concreta manifestazione nell'ambito di eventi da realizzare in co-branding su temi diversi dal turismo ma ad esso indirettamente collegati: quali ad esempio cinema, arte e cultura materiale e immateriale, moda e artigianato, sport. Le stesse azioni sono anche dirette alla valorizzazione dei prodotti turistici (Enogastronomia; Cultura, Spiritualità e Tradizioni; Sport Natura Benessere; Mare e Nautica; MICE e Wedding Destination) con attuazione su territorio nazionale e internazionale, verso un pubblico eterogeneo e anche di settore. In ultimo, è prevista l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo





UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

delle performance interne, per favorirne il processo di miglioramento continuo. Procedura: Procedura negoziata con affidamenti diretti, ex art. 50, comma 1, lett. b), del D.Lgs. n. 32/2023 e ss.mm.ii.

- Creazione e attivazione di disciplinari di prodotto che prevedano standard qualitativi e quantitativi, riconosciuti a livello nazionale ed internazionale;
- Definizione di linee d'indirizzo regionali che accompagnino gli operatori, anche mediante incontri territoriali, alla nascita di DMO pubblico/private al fine di rafforzare le specializzazioni turistiche della nostra Regione;
- Realizzazione di studi di fattibilità e/o comitati scientifici che rispondano alle nuove esigenze della domanda e dei territori legati ai prodotti turistici e portino anche alla definizione di modelli innovativi e aggregativi di collaborazione pubblico - privata;
- Attivazione di momenti informativi/formativi sui prodotti turistici e sui nuovi modelli di governance operativa e sulle reti di imprese e DMO pubblico/private, intese come soggetti puramente operativi e funzionali;
- Realizzazione di cataloghi, brochure, dépliant, guide, cartine, mappe, gadget, geo-localizzazione di percorsi ciclabili e dei cammini di Puglia e/o inerenti i diversi prodotti turistici e sottoprodotti regionali individuati;
- Attività di confronto nei tavoli multidisciplinari, interdipartimentali e permanenti, relativi ai Prodotti Turistici, con il coinvolgimento ad es. degli Assessorati regionali, di Anci Puglia, degli Enti Locali, della Agenzie Regionali, delle Associazioni di Categoria, delle Università, degli ITS ad indirizzo Turistico, gli Istituti secondari superiori, dei maggiori stakeholder di riferimento, dei distretti produttivi, delle Fondazioni culturali regionali, ecc.

PAGE 1/1  
MERGED  
CONTENTS

#### **3) Azioni preliminari di comunicazione e promozione dei Prodotti Turistici e sottoprodotti conseguenti individuati**

Azioni mirate di comunicazione e promozione dei prodotti turistici volte al potenziamento dei flussi turistici attraverso un'azione operativa professionale sul piano del *prodotto-destinazione* e del *destination marketing*:

- Partecipazione a fiere settoriali, workshop, eventi congressuali da realizzarsi sul territorio regionale, nazionale ed internazionale, e rivolti ad un pubblico ed un contesto specializzato;
- Attività di controllo e rendicontazione delle partecipazioni fieristiche, workshop, ecc iniziate nel corso dell'Anno 2024
- Sponsorizzazioni ad eventi e incontri di settore regionali, nazionali ed internazionali specializzati per prodotto turistico;
- Realizzazione di Forum settoriali particolarmente rilevanti per prodotto turistico, focalizzando l'attenzione su tematiche di grande rilevanza per la nostra regione, quali lo sviluppo sostenibile, l'inclusione e l'attenzione all'ambiente.
- Matching tra operatori della domanda e dell'offerta, attraverso l'organizzazione e la partecipazione ad eventi in presenza e virtuali, BtoB di settore, eventi di networking per operatori, sulla base dei segmenti/prodotti/mercati individuati;



**UNIONE EUROPEA**



## **POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI**

### **Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"**

- Valorizzazione, coordinamento e promozione delle aree naturali protette a vario titolo giuridico, delle attività legate al mare e alla nautica, al turismo termale, con la creazione di un sotto-brand come "Puglia destinazione Natura e Benessere" e l'integrazione di una proposta turistica strutturata legata all' outdoor, al benessere, al tempo lento e al vivere bene, come parte dell'identità e dello stile di vita pugliese più autentici (*way-of-life*)

#### **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*, favorendo, altresì, lo sviluppo dei rispettivi *brand di Prodotto* e la riconoscibilità degli stessi come "brand territoriali" in Italia e all'estero.

Si intende, inoltre, continuare a realizzare processi virtuosi per favorire lo sviluppo e la qualificazione dei diversi prodotti turistici anche attraverso la sinergia tra i diversi uffici dell'Agenzia PugliaPromozione (Comunicazione, Promozione, Innovazione e Valorizzazione), essendo il prodotto turistico tema trasversale.

Tra i risultati attesi non si può non tener conto della valorizzazione delle professionalità coinvolte in un'ottica di sostegno agli operatori nei diversi settori relativi ai prodotti turistici di riferimento; della possibile creazione di reti di imprese e/o DMO pubblico/private ed infine del racconto degli stessi prodotti turistici, evidenziando le qualità delle filiere e dei comparti coinvolti, anche sulla base dell'esito del processo partecipato di sviluppo territoriale.

I risultati attesi saranno monitorati internamente dall'Ufficio Prodotto Turistico dall'Ufficio Innovazione e 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 POC Puglia FESR FSE 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 da funzionari di categoria C e D assunti a tempo indeterminato.

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.



**UNIONE EUROPEA**



## **POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI**

### **Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"**

Il personale individuato per la realizzazione delle attività descritte viene assegnato al progetto mediante disposizione di servizio e il costo complessivo di tutti gli oneri diretti e 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/elevate qualifiche 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.

Il raggiungimento degli obiettivi, a completamento delle performance ordinarie, viene anche valutato e misurato attraverso un progetto finalizzato che misura le ulteriori produttività di personale interno.

PAGE 11  
MERGED  
COMMENTS

#### **A.6. - REGOLAZIONE FLUSSI FINANZIARI**

Il pagamento da parte della Regione dei rimborsi spettanti a Pugliapromozione avverrà, ad eccezione della prima anticipazione, sulla base della presentazione della relativa richiesta accompagnata da un rapporto tecnico di monitoraggio sulle attività realizzate e dalla rendicontazione delle spese effettivamente sostenute. Nello specifico Pugliapromozione è tenuta a rendicontare le spese effettivamente sostenute tramite il sistema di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale Mirweb, nonché mediante supporto informatico.

I rimborsi avverranno con le seguenti modalità:

- Una prima anticipazione pari al 50% dell'importo finanziato per il progetto, previa approvazione del progetto attuativo;
- Una seconda erogazione pari al 40% dell'importo finanziato per il progetto, a seguito della rendicontazione di spese sostenute in misura non inferiore al 60% dell'importo della prima erogazione;
- Il saldo del restante 10%, a seguito della rendicontazione di spese sostenute in misura non inferiore al 60% dell'importo della seconda erogazione.

A completamento dell'attività, entro i termini stabiliti per la chiusura della rendicontazione finale del progetto, dovrà essere trasmessa la rendicontazione finale di spesa, accompagnata da



**UNIONE EUROPEA**



## **POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI**

### **Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"**

una dichiarazione attestante il completamento del progetto, dal certificato di regolare esecuzione delle attività svolte, nonché da una relazione finale relativa all'intero progetto. Tutte le risorse finanziarie non utilizzate ovvero quelle utilizzate per spese dichiarate inammissibili, dovranno essere restituite alla Sezione Turismo e Internazionalizzazione, così come disposto dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale.

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 dei costi 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 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:



UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

- 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.

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

Di seguito il prospetto separato per i primi mesi relativi all'**Annualità 2025**

PAGE 1/1  
MERGED  
CORRECTED  
3

	Descrizione	TOTALE SPESE con iva 2024/2025
	<b>SERVIZI</b>	
<b>1</b>	<b>Risorse umane</b>	<b>Risorse umane</b>
	Totale	<b>€ 91.362,88</b>
1.01	Posizioni Organizzative/E.Q.	€ 26.856,875
1.02	Specifiche Responsabilità	€ 16.746,005
1.03	Esperti Short List Supporto/Rendicontazione	€ 0
<b>2</b>	<b>Prodotto Turistico</b>	<b>€ 2.292.698,00</b>
02.01	Azioni preliminari di costruzione e valorizzazione dei Prodotti Turistici (Avviso per il sostegno alla costruzione di Prodotti Turistici Territoriali)	€ 1.923.000,00
02.02	Azioni di qualificazione dell'offerta esistente legata ai Prodotti Turistici	€ 194.400,00



UNIONE EUROPEA



## POC PUGLIA 2014/2020 - Asse VI

### Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche"

	(es. Mappature, Accordi Pubblico-Pubblico, Avviso Co-Branding)	
02.03	Azioni preliminari di comunicazione e promozione dei Prodotti Turistici e sottoprodotti conseguenti individuati (es. Fiere di prodotto, BtoB, Forum settoriali)	€ 175.298,00
<b>3</b>	<b>Rimborsi</b>	<b>€ 20.000,00</b>
03.01	Rimborso spese per staff progetto e funzionari	€ 20.000,00
		<b>€ 2.327.060,88</b>

PAGE 11  
MERGE  
FORMAT  
3

#### B.1 La stima dei costi

Il costo indicato per il personale è stato stimato sulla base della normativa comunitaria FSE.

Per quanto riguarda, invece, 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 PugliaPromozione. La stima può essere soggetta quindi a modifiche, in itinere, nell'ambito della stessa area di attività.