



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

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

PUGLIA₃₆₅

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 2024/2025

CUP: I59I23001370006



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

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



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

A. RELAZIONE TECNICA ILLUSTRATIVA

A.1 OBIETTIVI

Il presente progetto deriva dall'indirizzo del **Piano Strategico Turismo Cultura 2030** e mira alla valorizzazione degli asset turistici e a un turismo attrattivo e sostenibile, che promuova la ricchezza culturale e naturale della Puglia e la partecipazione di tutti gli attori chiave, attraverso l'offerta di esperienze uniche, autentiche e memorabili.

Il 2024 si presenta come un anno importante sia per le azioni di **comunicazione sulla destinazione** che per i **prodotti turistici** della Puglia. Partendo dal rafforzamento delle logiche identitarie e di comunità, si intende promuovere per **tutto l'anno** gli ambiti e i prodotti caratterizzanti il territorio: Enogastronomia; Cultura, Spiritualità e Tradizioni; Sport Natura Benessere; Mare e Nautica; MICE e Wedding Destination. Parimenti, restano confermati gli obiettivi di **internazionalizzazione** e **destagionalizzazione** dei flussi turistici, alla luce dei risultati raggiunti nel 2023 che stimolano a un prosieguo analogamente intenso e produttivo.

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 favorisce la riscoperta di aree territoriali ancora poco esplorate. Al contempo, la **narrazione della destinazione in bassa stagione**, soprattutto grazie ai prodotti turistici, consente di raccontare una **regione accogliente** tutti i mesi.

L'obiettivo, quindi, è di realizzare nuove azioni di comunicazione per promuovere il patrimonio materiale e immateriale della Puglia, sostenere il comparto turistico locale e incentivare il match tra domanda e offerta turistica, stimolando la suggestione del viaggio con la crescita di arrivi e presenze dal target nazionale e internazionale. Tali azioni vedono il loro completamento nei primi mesi del **2025**.

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 ss.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'A.RE.T. Pugliapromozione per dare attuazione al presente progetto esecutivo ricorre alle disposizioni del nuovo codice dei contratti pubblici, D.lgs. n. 32/2023 in materia di affidamenti di servizi e forniture di beni, tenuto conto la Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio) 2014/24/UE (c.d. Direttiva



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

Appalti da ultimo modificata dal Regolamento Delegato (UE) 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;

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

Gli obiettivi sono da attuarsi secondo un raggio di azioni di comunicazione che coinvolgono operatori privati e pubblici, attraverso l'adozione di procedure pertinenti - come dettagliato sopra - alle singole azioni.

L'A.RE.T. Pugliapromozione prevede:

- Media plan e Grandi Eventi;
- Mediapartnership con Aeroporti di Puglia;
- Produzione e distribuzione di contenuti testuali e multimediali;
- Azioni di comunicazione per Cineturismo;
- Eventi e spettacoli dal vivo;

Di seguito il dettaglio delle singole voci/attività:

Media plan e Grandi eventi

Nel corso del 2023, è stato attuato un piano di comunicazione imponente per tipologia di azioni e investimento. Questo sia per fidelizzare i Paesi target già acquisiti che per incrementare la presenza del brand Puglia nei mercati emergenti.



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

Nel 2024 si intende, quindi, proseguire nel solco delle azioni già intraprese nel 2023 verso i target dei mercati consolidati per un rinforzo, verso i target dei mercati emergenti pronti a rispondere e verso i target dei mercati potenziali e sensibili.

In considerazione degli obiettivi su esposti, 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, tenendo anche conto del piano voli 2024.

I paesi target di riferimento sono:

- Estero: Unione Europea, Paesi extra UE (Regno Unito, Usa e Canada, Australia, Giappone, Brasile, Singapore);
- Italia;

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 che consentono un tracciamento dei ritorni.

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.

In ultimo, si procederà con l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo delle performance interne per favorire il processo di miglioramento continuo.

Nei primi mesi del **2025** si procederà con la chiusura delle azioni, la loro rendicontazione e il monitoraggio finale per l'analisi dell'efficacia attraverso il progetto obiettivo. Al contempo, si provvederà alla progettazione/programmazione di nuove azioni in coerenza con il 2024 e secondo la strategia del Piano del Turismo "Puglia365".

Procedura: Affidamento dei servizi ai sensi dell'art. 76, comma 2, lett. b), n.1-3 del D.Lgs n.36/2023 e ss.mm.ii.

Mediapartnership con Aeroporti di Puglia

In ottica di dialogo con gli enti del territorio e di azioni condivise per la promozione del brand, si conferma la media partnership con Aeroporti di Puglia S.p.A. per la valorizzazione della Puglia attraverso azioni di comunicazione ON site, in tutte le sedi aeroportuali pugliesi, che dialogano con le campagne realizzate da Pugliapromozione.

Nei primi mesi del **2025** si provvederà alla rendicontazione e ad analizzare i flussi turistici negli Aeroporti con la programmazione di nuove azioni di promozione del brand in coerenza con il Piano del Turismo "Puglia365".



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell'art. 7 comma 4 del D.Lgs. n. 36/2023 e dell'art. 15 della Legge n. 241/1990.

Produzione e distribuzione contenuti testuali e multimediali

Le azioni di comunicazione si fondano su contenuti ideati dall'Ufficio Comunicazione, secondo gli indirizzi strategici ricevuti, che riguardano lo storytelling della destinazione e dei prodotti turistici. La produzione di contenuti è l'azione preliminare alle attività da attuare nel 2024. Dopo la produzione, la distribuzione dei contenuti diventa l'azione successiva attraverso lo strumento del media plan, su esposto, e anche dei canali digitali dei produttori di contenuti.

Gli stessi contenuti vengono veicolati nelle azioni degli Uffici dell'A.RE.T. Pertanto, si ritiene opportuno investire nell'aggiornamento, produzione e distribuzione di nuovi contenuti per la comunicazione ON e OFF line, atteso che i contenuti digitali, a conferma dei trend e dei consumi sociali, sono diventati una principale fruizione da parte dei consumatori/turisti.

Di conseguenza, con particolare riferimento alle campagne sponsorizzate, le azioni digitali e social diventano significative nel raggiungimento degli obiettivi e nel posizionamento del brand Puglia tramite campagne digitali mirate che garantiscono un monitoraggio tangibile dei risultati raggiunti.

Anche per questa azione, si prevede l'adozione di servizi di monitoraggio quali-quantitativo delle performance interne, per favorire il processo di miglioramento continuo.

Nei primi mesi del **2025** si procederà con la chiusura delle azioni, la loro rendicontazione e il monitoraggio finale per l'analisi dell'efficacia attraverso il progetto obiettivo. Al contempo, si provvederà alla progettazione/programmazione di nuove azioni in coerenza con il 2024 e secondo la strategia del Piano del Turismo "Puglia365".

Procedura: Affidamenti ai sensi dell'art. 50 comma 1), lettera b), del D.Lgs. n. 36/2023 e ss.mm.ii. oppure Affidamenti ai sensi dall'art. 76, comma 2, lett. b), n. 1-3, del D.Lgs. n.36/2023 e ss.mm.ii.

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 intende consolidare le azioni di promozione del brand Puglia nell'ambito di progetti di Cineturismo, secondi un piano di comunicazione integrata.

Più precisamente, si intende promuovere il patrimonio materiale e immateriale della Puglia attraverso produzioni e rassegne cinematografiche a un target eterogeneo, in linea con gli obiettivi strategici e di sicura risonanza nazionale e internazionale.

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



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

Nei primi mesi del **2025** si provvederà ad analizzare le azioni attuate nel 2024 secondo il monitoraggio eseguito e si proseguirà con la progettazione/programmazione di nuove azioni di promozione del brand in coerenza con il Piano del Turismo “Puglia365”.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell’art. 7 comma 4 del D.Lgs. n. 36/2023 e dell’art. 15 della Legge n. 241/1990.

Eventi e spettacoli dal vivo

Nell’ottica del dialogo con gli enti pubblici regionali (Teatro Pubblico Pugliese, Fondazioni, Comuni, eccetera) per la promozione congiunta del territorio, si prevedono azioni di comunicazione e promozione del brand Puglia tramite eventi artistico-culturali, sostenendone la realizzazione attraverso specifici accordi di cooperazione e interventi.

Per gli eventi, si considerano gli ambiti della musica, dell’enogastronomia, delle arti e della creatività, dello sport, nonché della cultura in genere. Per la maggior parte, 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 favorire il processo di miglioramento continuo.

Nei primi mesi del **2025** si provvederà ad analizzare le azioni attuate nel 2024 secondo il monitoraggio eseguito e si proseguirà con la progettazione/programmazione di nuove azioni in coerenza con i fabbisogni culturali del territorio e con il Piano del Turismo “Puglia365”.

Procedura: Accordo di cooperazione Pubblico-Pubblico ai sensi dell’art. 7 comma 4 del D.Lgs. n. 36/2023 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 come meta di turismo responsabile e sostenibile per trascorrere soggiorni più o meno lunghi. Analogamente, per la comunicazione dei prodotti turistici si punterà a raccontarli attraverso il turismo sano e attrattivo di cui sono portatori, evidenziando le qualità delle filiere e dei comparti coinvolti, in ottica di sostegno agli operatori.

I risultati saranno monitorati internamente dall’Ufficio Comunicazione, dall’Ufficio Innovazione e anche dall’Osservatorio regionale del Turismo.



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

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

La Governance di progetto rispecchia il modello organizzativo interno di Pugliapromozione i cui funzionari sono inquadrati in base alle aree di appartenenza portando a compimento procedimenti e atti di ciascun ufficio in relazione alle specifiche attività progettuali, ferma restando la capacità tecnico-organizzativa necessaria alla realizzazione delle attività promozionali e progettuali.

Lo staff necessario per soddisfare tutte le necessità strategiche e operative del progetto sarà costituito da funzionari dell'ARET Pugliapromozione dell'area tecnica che si occuperanno della realizzazione delle attività descritte.

Il costo rendicontabile del personale dipendente sarà effettuato, 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.

La direzione amministrativa assicura rispondenza delle attività poste in essere in esecuzione del presente progetto e i contenuti di quest'ultimo; sovrintende l'esecuzione delle azioni progettuali come garante della legalità e della correttezza della fase esecutiva, nonché dei buoni comportamenti e della diligenza professionale dei dipendenti.

Nel quadro organizzativo si presenta fondamentale l'apporto delle risorse della direzione amministrativa di Pugliapromozione che cureranno le procedure di outsourcing per l'acquisizione di servizi e forniture necessari, nonché la gestione della spesa e la rendicontazione finalizzata alla certificazione della stessa per il riconoscimento da parte degli organi di controllo.

Più in dettaglio, i costi di personale interno sono comprensivi di tutti gli oneri diretti e indiretti a carico sia del lavoratore sia del datore di lavoro:

- costi diretti, cioè gli elementi che caratterizzano il rapporto di lavoro in maniera stabile e ricorrente (es. lo stipendio-base ed eventuali integrazioni più favorevoli, eventuale contingenza, scatti di anzianità);
- costi indiretti, cioè assenze per malattia, ferie, riposi aggiuntivi per festività soppresse, festività infrasettimanali, riposi aggiuntivi per riduzione di orario di lavoro, tredicesima e quattordicesima (ove previste dal CCNL), premi di produzione (se contrattualmente previsti e chiaramente calcolabili);

Il personale individuato per la realizzazione delle attività descritte, in possesso delle competenze richieste, è 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 verrà imputata nella misura del 100% a carico del progetto. Inoltre, verranno individuati meccanismi incentivanti come l'individuazione di posizioni organizzative con il compito di organizzare in maniera puntuale le attività descritte.



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

La posizione organizzativa verrà attribuita al 100% a carico del Progetto in quanto, la strutturazione della stessa è esigenza specifica dell'attuazione del progetto stesso, in assenza del quale, tale posizione non verrebbe individuata. Si specifica ulteriormente, che tale tassello si incardina in un sistema completo di applicazione del sistema della performance.

Alla luce delle novità introdotte con Dpcm in tema di "lavoro agile" a seguito di emergenza epidemiologica Covid-19 si fa presente che le attività potranno essere svolte anche in Smart Working, con l'utilizzo degli strumenti di lavoro digitali dell'ARET Pugliapromozione.

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 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



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

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:

- 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 annualità 2024/2025:



UNIONE EUROPEA



POC PUGLIA 2014/2020 | ASSE VI - AZIONE 6.8

| | 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 | | | | | 197.741,95 € |
| 1.01 | Personale interno (nr. 2 incarichi E.Q.) | | | | | 55.966,75 € |
| 1.01 | Personale interno (nr. 2 incarichi S.R.) | | | | | 17.647,20 € |
| 1.02 | Esperti Short List Supporto/Rendicontazione | | | | | 48.000,00 € |
| 1.03 | Esperto Senior Rendicontazione | | | | | 76.128,00 € |
| 2 | COMUNICAZIONE E BRAND IDENTITY 2024 | | | | | 12.331.487,98 € |
| 02.01 | Media plan e Grandi eventi | | | | | 7.862.917,98 € |
| 02.02 | Media partnership con Aeroporti di Puglia | | | | | 532.000,00 € |
| 02.03 | Produzione e distribuzione contenuti | | | | | 362.370,00 € |
| 02.04 | Azioni di comunicazione per Cineturismo | | | | | 1.060.000,00 € |
| 02.05 | Eventi e spettacoli dal vivo | | | | | 2.514.200,00 € |
| 3 | Rimborsi 2024 | | | | | 18.000,00 € |
| 03.01 | Rimborso spese per staff progetto e funzionari | A corpo | | | | 18.000,00 € |
| | | | | | TOTALE | 12.577.224,05 € |

B.1 La stima dei costi

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