



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**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
CUP B39I18000090009**

AVVISO PUBBLICO CO-BRANDING 2018-2019
FAQ n. 3 PER OPERATORI ECONOMICI

N° FAQ	QUESITO	RISPOSTA
1	Come si tratta un evento che si svolge a cavallo con la data di termine del 10 novembre?	Ai sensi dell’art. 5 dell’avviso che disciplina il “Periodo di validità e di erogazione dei servizi – Termine di presentazione proposte”, si chiarisce quanto segue: il prezzo costituente l’offerta economica, ove approvata dall’ARET, costituisce il corrispettivo economico per i servizi di comunicazione realizzati entro i termini stabiliti nell’avviso stesso. Qualora l’evento dovesse protrarsi oltre i termini stabiliti (stessa cosa se dovesse iniziare prima), i servizi prodotti nei giorni successivi (o precedenti) resteranno a carico del proponente.
2	1. L'importo massimo di € 38.000 iva inclusa è da considerarsi finanziato al 100%? 2. Il soggetto che presenta la domanda può essere una ditta individuale che organizza attività di spettacolo 3. In caso di risposta precedente positiva, essa ha bisogno di uno storico particolare (finanziario e/o curriculare)? 4. È finanziabile un solo evento o anche più di uno? 5. Ci si può affidare ad un social media manager o ad una società di comunicazione che usufruisce dell'importo finanziato per occuparsi della comunicazione?	1. No, Pugliapromozione si riserva di rimodulare la proposta secondo i parametri fissati dall’avviso (art. 6 e art. 10). 2. Sì (art. 3), le ditte individuali possono partecipare all’avviso. 3. Sì (artt. 2-9), la storicità del proponente e dell’evento proposto, ad esempio in termini finanziari e curriculari, sono requisiti oggetto di valutazione. 4. È finanziabile un solo evento per proposta (art. 10). 5. Sì, l’importante è che non siano subappaltati i servizi di comunicazione oggetto della proposta e che il soggetto proponente attesti la titolarità di organizzatore dell’evento. Lo stesso proponente/organizzatore emetterà fattura o documento contabile per liquidazione dei servizi affidati.
3	1. Un'associazione di promozione sociale con P. IVA ma non iscritta alla Camera di Commercio ha i requisiti indicati all'Art.3 per partecipare al Bando? Nello specifico quali campi da compilare sono obbligatori per la "<u>DICHIARAZIONE REQUISITI DI IDONEITÀ FINANZIARIA</u>" in merito al "CODICE CATASTALE	1. Ai sensi dell’art. 3 dell’avviso pubblico in oggetto, possono partecipare soggetti proponenti organizzati in qualunque forma giuridica, con sede legale in Italia o all’estero. In sostituzione del certificato di iscrizione alla Camera di Commercio, si deve allegare alla domanda di partecipazione e unitamente agli altri documenti richiesti lo statuto associativo, debitamente compilato e sottoscritto. Tutti i documenti dovranno essere firmati digitalmente dal legale rappresentante. L’allegato d’idoneità finanziaria può essere sostituito dalla compilazione del DGUE come indicato nella comunicazione informativa presente nella sezione trasparenza del sito web www.agenziapugliapromozione.it



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**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
CUP B39I18000090009**

DELL’IMPRESA”.

2. Si chiede se i cosiddetti "servizi minimi" indicati nel modulo "Allegato 2. - Proposta tecnica e offerta economica" siano obbligatori od ogni proponente può scegliere quelli che secondo lui sono più funzionali alla tipologia di evento.

3. Come scegliere l'ambito più idoneo da indicare in fase di redazione della proposta?

In ogni modo, se non in possesso del codice catastale d’impresa (riferito al comune di appartenenza), si prega di non compilare il campo relativo.

2. i servizi indicati nell’Allegato 2 devono essere proposti tenendo conto della relativa funzionalità rispetto all’evento proposto, dunque non sono tutti obbligatori ma possono essere selezionati a discrezione del proponente.

3. Non forniamo chiarimenti in merito al contenuto delle proposte, né nel merito della categoria di riferimento che, si ricorda, ha valore puramente indicativo e non pregiudica l’esito della valutazione.

L'art. 3 del suddetto Bando prevede che Soggetti proponenti che possono offrire servizi di comunicazione sono gli organizzatori di eventi – ricadenti negli ambiti d’intervento individuati nell’art. 4 e considerati di interesse ai sensi degli obiettivi stabiliti nell’art. 1 organizzati in qualunque forma giuridica, con sede legale in Italia o all’estero.

4 In base a questo art. 3 può la scuola in quanto ente pubblico partecipare a questo bando?

E nel caso fosse possibile come ovviare all’impossibilità di presentare bilanci e fatturato non avendo questi dati?

Inoltre questo bando esclude la possibilità di accedere ad altre forme di sponsorizzazioni e pubblicità che in questi anni la scuola ha coltivato sul territorio?

5 1. Cosa si intende per acquisizione di servizi di comunicazione nell’ambito

Gli enti pubblici sono esclusi dalla partecipazione all’avviso pubblico in oggetto, in quanto si tratta di acquisizione di servizi di comunicazione in co-branding ex art 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. N. 50/2016, rivolto agli operatori economici.

1.Non si tratta di un finanziamento, bensì di un’acquisizione di servizi (materiali ed immateriali) e dell’instaurazione di un rapporto di carattere sinallagmatico, cioè di un contratto a



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**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
CUP B39I18000090009**

di eventi da realizzare, se la misura non finanzia la realizzazione dell’evento stesso o meglio, non predispone la copertura finanziaria per coloro che propongono l’evento e di fatto lo creano e lo dimostrano (costi di personale, costi di artisti, costi di gestione spazi, costi di ideazione e organizzazione dell’evento stesso)?

2. Secondo l’avviso pubblico all’art. 1 viene espressamente descritta la ratio secondo la quale ottenere il vantaggio in termini economici del finanziamento; in particolare si rimanda al vantaggio attrattivo che il brand Puglia acquisirebbe mediante la sponsorizzazione, attraverso i servizi di comunicazione, di eventi da realizzare. E’ naturale, a questo punto, chiedersi da chi debba essere sostenuto economicamente l’evento in fase di realizzazione.

In altre parole si chiede espressamente una delucidazione sul metodo richiesto:

es. l’associazione proponente crea a proprie spese l’evento (costi di personale, manodopera, logistica, artisti, ecc) e l’ARET finanzia unicamente l’aspetto comunicativo (materiale pubblicitario) per un proprio ritorno in termini di incoming turistico, senza finanziare l’evento (costi di organizzazione, gestione e risorse umane) che in termini di ricettività dovrà essere

prestazioni corrispettive;

2.L’evento oggetto della proposta è realizzato a prescindere dall’avviso pubblico, proprio perché la finalità di quest’ultimo non è quella di creare nuovi eventi, come nel caso di altri bandi regionali. Pertanto, l’evento proposto è inteso quale veicolo di diffusione del brand Puglia e di potenziamento della *brand awareness*. Ciò accade associando visivamente il brand Puglia alla comunicazione dell’evento proposto e risultato d’interesse per l’ARET. Il pagamento dei servizi di comunicazione approvati è un corrispettivo contrattuale.

Per vantaggio attrattivo del brand s’intende il risultato (potenziamento della *brand awareness*) che l’ARET vuole ottenere attraverso i singoli servizi realizzati durante l’evento proposto in co-branding e in coerenza con gli obiettivi strategici e di promozione contenuti nel Piano Strategico del Turismo.

Non vi è contraddizione nell’operato dell’ARET, per quanto sopra espresso, considerato che l’evento è comunque realizzato dagli organizzatori, per cui le spese di organizzazione necessarie a tal fine non possono essere a carico dell’ARET, che è interessata solo ai servizi di comunicazione del brand. Di conseguenza, non è contraddittorio che alcuni tipi di servizi non siano ammissibili, coerentemente con gli obiettivi dell’avviso, anche per motivi di rendicontazione, come accade normalmente nell’utilizzo di fondi FESR-FSE.

Lo storico dei servizi acquisiti in co-branding con l’ARET, nonché l’indicazione degli eventi proposti, è consultabile nella sezione Amministrazione trasparente del sito istituzionale www.agenziapugliapromozione.it e sul canale social istituzionale [facebook.com/puglia365](https://www.facebook.com/puglia365). Al seguente link invece potete visionare il video conclusivo degli eventi di co-branding svolti durante l’annualità 2018: <http://rpu.gl/Cobranding2018>



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**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
CUP B39I18000090009**

comunicato/pubblicizzato.
Infatti, mentre all’art. 2 si fa riferimento ai servizi di comunicazione per eventi di interesse da realizzare e caratterizzati da unicità, durata limitata nel tempo, tema oggetto di interesse strategico o comunque coerente con le strategie promozionali regionali in campo turistico culturale, presenza di pubblico spettatore diffusione mediatica, appropriato background, che necessitano tutti indistintamente di finanziamento per far fronte alle spese organizzative, l’art. 8 dell’avviso impone l’inammissibilità dei costi quali: personale, ideazione campagna di comunicazione, noleggio spazi e affitti, non giustificando in alcun modo l’art. 2, anzi contrapponendosi.
Pertanto si chiede di esprimere le finalità del bando e il target di riferimento.

1. Nel caso di un evento dal 6 all’8 Settembre 2019, si può presentare domanda di partecipazione?

Per gli eventi da svolgersi tra il giorno 01 settembre 2019 ed il giorno 24 settembre 2019, quando deve essere presentata la richiesta?

2) Se un evento è ex novo, che non ha una storia, non ha edizioni, ma pensato per quest’anno, si può presentare lo stesso domanda di partecipazione?

3) In caso di un evento svoltosi fino a 3-4 anni fa, si può riprendere?

Si chiede se il soggetto

1. Le date indicate (6 – 8 settembre 2019) si sovrappongono alle date di presentazione delle candidature (26 agosto – 13 settembre 2019).

Le altre date indicate (1-24 settembre 2019) si sovrappongono in parte alla fase di candidatura delle proposte (1-13 settembre 2019) e in parte alla fase di istruttoria e valutazione delle proposte (14-24 settembre 2019). Pertanto, in tutte le date suddette non è possibile presentare proposte di partecipazione e le uniche finestre temporali di presentazione delle proposte valide sono quelle indicate nell’art. 5 dell’avviso pubblico, come già ribadito;

2.-3. Si possono presentare proposte di eventi già svolti in passato o inediti, purché in coerenza con gli obiettivi dell’avviso pubblico, ai sensi degli artt. 1-2;

Il conto corrente dedicato deve essere comunicato attraverso il



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**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
CUP B39I18000090009**

proponente deve aprire il conto corrente dedicato, già in fase di presentazione progettuale o può aprirlo in una fase successiva (ovvero in caso di finanziamento da parte dell’ARET).

documento della tracciabilità dei flussi finanziari all’atto di presentazione della domanda. Il documento deve essere firmato digitalmente come tutti gli altri documenti richiesti.

Il c/c è **dedicato alle commesse pubbliche anche in via non esclusiva**, l’importante è che sia intestato alla ditta/associazione o al rappresentante legale della ditta che presenta la proposta nell’ambito dell’avviso pubblico.

1. La polizza assicurativa per rischi professionali è obbligatoria per le società che presentano domanda di partecipazione e deve riferirsi al valore indicato in offerta economica, garantendo la copertura delle date dell’evento proposto. La obbligatorietà definita nell’avviso pubblico è stata indicata a fine di garanzia della capacità economica e finanziaria dell’operatore economico stesso. Tuttavia, l’art. 86, comma 4, del D. lgs 50/2016 all’allegato XVII stabilisce che, di regola, la capacità economica e finanziaria dell’operatore economico può essere provata mediante una o più delle seguenti referenze:

- a) idonee dichiarazioni bancarie o, se del caso, comprovata copertura assicurativa contro i rischi professionali;
- b) presentazione dei bilanci o di estratti di bilancio, qualora la pubblicazione del bilancio sia obbligatoria in base alla legislazione del paese di stabilimento dell’operatore economico;
- c) una dichiarazione concernente il fatturato globale e, se del caso, il fatturato del settore di attività oggetto dell’appalto, al massimo per gli ultimi tre esercizi disponibili in base alla data di costituzione o all’avvio delle attività dell’operatore economico, nella misura in cui le informazioni su tali fatturati siano disponibili.

Si ribadisce quindi che la richiesta puntuale dell’ARET, in merito alla produzione di documenti come quelli suddetti, non è da considerare eccesso di zelo, ma a tutela delle parti.

2. La polizza è intestata al beneficiario della copertura assicurativa, organizzatore dell’evento.

3. La richiesta della polizza è indicata nell’allegato “Dichiarazione requisiti di idoneità finanziaria”, da presentare unitamente al resto della documentazione richiesta, come indicato nel punto 9 dell’art. 9, nonché alla lettera b dell’art. 10 dell’avviso pubblico in oggetto.

Si ribadisce inoltre che, come indicato nella comunicazione informativa allegata all’avviso pubblico, che a proprio beneficio e compilando il **DGUE** (al seguente link *on-line* <https://webgate.acceptance.ec.europa.eu/espd/filter?lang=it> oppure in allegato insieme alle Linee Guida) si può sostituire la trasmissione dei seguenti certificati richiesti:

- Autodichiarazione requisiti di idoneità morale ex art.80 del

1. A quale totale bisogna riferirsi per la stipula della polizza assicurativa (quello totale dell’avviso o della sola realizzazione dell’evento?);
2. A chi va intestata l’assicurazione?
3. Si può chiarire dove rintracciare la richiesta della polizza assicurativa in avviso e in riferimento a quale articolo?



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

**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
CUP B39I18000090009**

D.Lgs. 50/2016 (art. 9, punto 8 dell’avviso);

- Autodichiarazione volume di affari/fatturato, per la verifica requisiti di idoneità finanziaria (art. 9, punto 9 dell’avviso);
- Dichiarazione assenza conflitti di interesse aziende (art. 9, punto 10 dell’avviso);