



**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**

Prot. n. 8344 del 04.06.2019

## **AVVISO PUBBLICO**

### **Manifestazione d’interesse per l’acquisizione di proposte per la fornitura di servizi di comunicazione pubblicitaria in regime di esclusività, ai sensi dell’art. 63, comma 2, lett. b), n. 3, del D. Lgs n. 50/2016 per la Campagna di Comunicazione internazionale della destinazione Puglia**

Nell’ambito del 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, e in attuazione del progetto “Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia”, si illustrano di seguito obiettivi e strategia della nuova Campagna di comunicazione internazionale della destinazione a cura dell’ARET Pugliapromozione.

Il rafforzamento del brand Puglia, a livello internazionale nazionale e regionale, è il principale messaggio da valorizzare e potenziare in coerenza con il Piano strategico del turismo “Puglia365” (D.G.R. 14 febbraio 2109, n. 197) e del PIIL Cultura (D.G.R. 19 marzo 2019, n.543) della Regione Puglia.

#### **CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “Puglia, Unexpected Italy”: concept e oggetto**

La campagna è finalizzata alla comunicazione del concept verso il viaggiatore internazionale. In questo caso si ritiene opportuno legare la Puglia al brand Italia in quanto non ancora nota su tutti i mercati esteri. Pertanto, l’obiettivo della campagna è quello di promuovere la Puglia all’estero come terra autentica e contemporanea, viva e ricca di eventi in tutti i periodi dell’anno. Una nuova meta di viaggio in Italia, lontana dalle mete solite italiane e svincolata dal turismo di massa e dagli stereotipi italiani. La Puglia, regione che caratterizza l’Italia stessa come meta inaspettata, una destinazione di viaggio in grado di creare benefici.

Il messaggio della campagna è veicolato attraverso il payoff “Puglia, Unexpected Italy”, declinato su tutti i mercati, e per ogni target / nicchia di mercato.



**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**

## **1. Target**

La comunicazione si rivolge principalmente a un pubblico di età compresa tra 18 e 80 anni, incline al viaggio di scoperta e abituato a muoversi, in gruppo o singolarmente, nei periodi lontani dai picchi stagionali, residente – non in via esaustiva – nelle capitali, nelle città e nelle relative aree metropolitane dei paesi target. La destinazione Puglia è poco nota a tale pubblico, pertanto la comunicazione deve essere orientata a informare e far conoscere la regione dalla sua geolocalizzazione alle sue categorie di prodotto.

Si possono, inoltre, individuare segmenti di audience ulteriori: una nicchia di mercato trasversale ai confini geografici, spinta da una forte motivazione, è rappresentata dal cittadino culturale, colui che è informatissimo sulla storia e la cultura delle grandi civiltà, acquista guide di viaggio in libreria ed è abituato a soddisfare i suoi interessi culturali percorrendo lunghe distanze. Altro segmento importante di mercato è quello del pubblico giovane, dei cosiddetti *millennials*, interessato a eventi e iniziative musicali e sportive di portata internazionale, dinamico negli spostamenti e attivo nell’approccio di fruizione turistica. Al pubblico in questione la Puglia è parzialmente nota come destinazione di viaggio, per cui la comunicazione dovrà incidere particolarmente sulla conoscenza dell’offerta turistica al consumatore.

Per quanto riguarda i paesi destinatari della comunicazione, sulla base dei dati relativi ai flussi turistici 2018 elaborati dall’Osservatorio turistico regionale, i paesi target della strategia internazionale sono: Usa con particolare riferimento alle città e aree metropolitane della costa Est, UK, Francia, Germania, Belgio, Olanda, Svizzera, Spagna, Russia e Cina.

## **2. Scadenza dell’Avviso Pubblico (Call)**

L’ARET Pugliapromozione terminerà la programmazione e negoziazione media per la propria campagna di comunicazione il 31.12.2019. Pertanto, le proposte potranno essere presentate entro il predetto termine.

Si precisa che tra la data di presentazione dell’offerta e l’avvio dell’esecuzione della stessa occorre rispettare il tempo minimo di sette giorni lavorativi.

È fatta salva la facoltà dell’ARET di modificare o integrare o prorogare il presente avviso, d’intesa con la Sezione Turismo della Regione Puglia, prima della scadenza attenendosi alle stesse modalità di pubblicazione.

## **3. Mezzi di comunicazione**

Le proposte devono consistere in servizi di comunicazione su media ON e OFF line, così come definiti dal piano di comunicazione approvato. Analogamente, si prendono in considerazione anche progetti di comunicazione integrata nella forma di media mix, che servono per veicolare il concept in più direzioni



**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**

contemporaneamente e a più target distinti per mezzo.

In aggiunta, si valuteranno eventuali progetti speciali e/o integrati su altri mezzi più specifici e che individuano un target più ristretto, anche con l’ausilio di influencer.

Ogni azione sarà supportata dall’Ufficio Stampa di Pugliapromozione e da opportuna evidenza sui seguenti canali on line di riferimento:

Portale ufficiale del turismo in Puglia [www.viaggiareinpuglia.it](http://www.viaggiareinpuglia.it) (per l’Italia)

Portale ufficiale del turismo in Puglia [www.weareinpuglia.it](http://www.weareinpuglia.it) (per l’estero)

Facebook WeareinPuglia [facebook.com/weareinpuglia](https://facebook.com/weareinpuglia)

Facebook PugliaEvents [facebook.com/pugliaevents](https://facebook.com/pugliaevents);

Instagram WeareinPuglia [instagram.com/weareinpuglia](https://instagram.com/weareinpuglia)

Instagram PugliaEvents [instagram.com/pugliaevents](https://instagram.com/pugliaevents)

Twitter WeareinPuglia [twitter.com/weareinpuglia](https://twitter.com/weareinpuglia)

Twitter ViaggiarePuglia [twitter.com/viaggiarepuglia](https://twitter.com/viaggiarepuglia)

You Tube ViaggiareinPuglia: [youtube.com/viaggiareinpuglia](https://youtube.com/viaggiareinpuglia)

#### **4. Ammissibilità e modalità di presentazione**

Sono ammessi a presentare le proposte i soggetti titolari di diritti esclusivi su spazi di pubblicità.

Non sono, invece, ammessi a presentare proposte gli intermediari (esempio: media center).

Si procederà alla valutazione delle proposte e stipula dei contratti al fine di dare avvio alle attività, secondo la programmazione della campagna di comunicazione, in coerenza con il periodo di realizzazione e lo svolgimento degli eventi sul territorio regionale, salvo eventuale proroga della presente Call.

Le offerte, intestate al Direttore Generale ad interim dott. Matteo Minchillo, Pugliapromozione Agenzia regionale del turismo, sede legale Bari, Piazza Aldo Moro 33/A, codice fiscale 93402500727, devono essere sottoscritte con firma autografa ed essere inviate esclusivamente a mezzo email all’Ufficio Comunicazione dell’Agenzia Pugliapromozione, al seguente indirizzo: [media@aret.regione.puglia.it](mailto:media@aret.regione.puglia.it). L’offerta deve essere sottoscritta dal Legale rappresentante o da un suo delegato, e deve contenere i seguenti elementi:

1. Descrizione della proposta:

1.a) Breve descrizione del progetto con presentazione aggiornata dei media proposti (massimo 4 pagine), completa di dati specifici relativi alla diffusione/audience di riferimento;



**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**

- 1.b) Periodo di visibilità con ipotesi di calendario (susceptibile di eventuali rimodulazioni);
- 1.c) Breve descrizione dei risultati attesi, diretti e indiretti, in coerenza con il Piano di Comunicazione della destinazione Puglia (Indicare anche una stima sui dati numerici del potenziale target raggiungibile in termini di share e/o di audience);
- 1.d) Specifiche tecniche relative ai servizi di comunicazione proposti;
2. Offerta economica:
  - 2.a) Offerta economica totale, dettaglio dei servizi ed eventuale scontistica riservata. Occorre anche specificare il regime di applicazione dell’IVA e se l’importo sia esente IVA o meno;
  - 2.b) Dettaglio costo per ogni formato/mezzo e indicazione del costo/contatto per ogni mezzo proposto;
3. Documenti amministrativi:
  - 3.a) Copia del documento di identità del Legale rappresentante o di un suo delegato;
  - 3.b) Dichiarazione di esclusività per la gestione degli spazi adv, firmata dal Legale rappresentante o di suo delegato;Si rende noto, altresì, che in caso di accettazione saranno richiesti i seguenti documenti:
  - a) Dichiarazione requisiti di ordine generale ex. Art. 80 del D.Lgs. 50/2016 (come da modello fornito in fase negoziale);
  - b) Attestazione registrazione alla seguente piattaforma informatica dell’ANAC:  
<http://www.anticorruzione.it/portal/public/classic/Servizi/ServiziOnline/RegistrazioneProfilazioneU>  
Per assistenza è possibile contattare il numero verde ANAC 800-896936 gratuito da rete fissa; da reti mobili e dall'estero il servizio risponde al +39 02 49520512, a pagamento in base al piano tariffario applicato dai diversi gestori telefonici.
  - c) Tracciabilità dei flussi finanziari, o dichiarazione sostitutiva, con la comunicazione di attivazione/esistenza di conto corrente dedicato ad appalti/commesse pubbliche ai sensi dell’art. 3, comma 7 della legge n. 136/2010 (come da modello fornito in fase negoziale);
  - d) Dichiarazione antimafia (come da modello fornito in fase negoziale).

### **3. Valutazione delle proposte**

Le proposte sono valutate dall’Ufficio di Comunicazione, previa verifica formale da parte del RUP, con riferimento al Piano di Comunicazione approvato.

Fatta salva la valutazione positiva del concept della proposta, la stessa può essere suscettibile di eventuale



**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**

richiesta di rimodulazione sia nei contenuti che nei costi per adeguarla agli obiettivi del Piano di Comunicazione.

A parità di proposte, l’Amministrazione valuta la coerenza con gli obiettivi di cui al presente documento in

rapporto alla tipologia dei media; attinenza ai settori turismo, viaggi, beni culturali, eventi; prezzo.

In nessun caso possono essere concordati appuntamenti, se non dietro eventuale esplicita richiesta di Pugliapromozione.

Si specifica che la programmazione è effettuata direttamente da Pugliapromozione che fornisce le linee guida propedeutiche all’esecuzione in coerenza con le strategie di promozione della destinazione.

#### **4. Affidamento dei servizi**

L’affidamento dei servizi avverrà ai sensi dell’art. 63, comma 2, lettera B, n.3 del D.Lgs n.50/2016, accertata la titolarità dei diritti esclusivi in capo al proponente.

Il corrispettivo della proposta è pari al prezzo offerto come approvato in sede di valutazione.

Il pagamento del corrispettivo, autorizzato dal Responsabile Unico del Procedimento, può avvenire previa verifica di conformità dei servizi resi, ai sensi e per gli effetti dell’art. 102, comma 2, del D.lgs n. 50/2016.

Le fatture emesse verso la PA devono riportare:

- Denominazione Ente: Agenzia Regionale del Turismo - Pugliapromozione
- Codice Univoco Ufficio: 8ZH8VO
- Nome dell’Ufficio: Ufficio Comunicazione
- Il codice identificativo di gara (CIG), che verrà comunicato in sede di accettazione delle offerte;
- Il codice unico di progetto (CUP): B39I18000090009;
- La dicitura completa “Documento contabile finanziato a valere sul PO FESR FSE Puglia 2014-2020 - Asse VI - Azione 6.8”

#### **5. Contestazioni**

Per qualsiasi controversia discendente dal presente avviso ha giurisdizione l’Autorità Giudiziaria del Foro di Bari.

#### **6. Trattamento dei dati personali**



**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**

Ai sensi della normativa in materia di protezione dei dati (Regolamento UE 2016/679), s'informa che il Titolare del trattamento dei dati rilasciati per la partecipazione alla presente gara è ARET Pugliapromozione nella persona del direttore generale ad interim, Matteo Minchillo. I dati personali acquisiti saranno utilizzati per le attività connesse alla partecipazione della presente procedura di gara, nel rispetto degli obblighi di legge e in esecuzione di misure contrattuali o precontrattuali.

In particolare, ai fini dell'espletamento delle procedure di gara, i dati trasmessi (compreso eventuali dati relativi a condanne penali o reati) saranno sottoposti all'esame della Commissione di gara affinché venga valutata l'ammissibilità dell'offerta presentata e dei requisiti di partecipazione; al termine della procedura i dati saranno conservati nell'archivio della Stazione Appaltante (secondo la specifica normativa di settore che disciplina la conservazione dei documenti amministrativi) e ne sarà consentito l'accesso secondo le disposizioni vigenti in materia. Fatto salvo il rispetto della normativa sul diritto di accesso, i dati personali non saranno comunicati a terzi se non in base a un obbligo di legge o in relazione alla verifica della veridicità di quanto dichiarato in sede di gara. Per maggiori informazioni sul trattamento dei dati si rinvia alla specifica informativa allegata, redatta ai sensi dell'art. 13 del Regolamento UE 2016/679.

Il Fornitore partecipante è tenuto ad assicurare la riservatezza delle informazioni, dei documenti e degli atti amministrativi, dei quali venga a conoscenza durante la partecipazione alle procedure e, successivamente, durante l'eventuale esecuzione della prestazione, impegnandosi a rispettare rigorosamente tutte le norme relative all'applicazione del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio e delle norme del D.Lgs. 196/2003 eventualmente applicabili.

Bari, 11.06.2019

**Il Direttore Generale *ad interim***

**Dott. Matteo Minchillo**