



UNIONE EUROPEA



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: B39I1800090009
“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

Oggetto: Avviso Pubblico per l’acquisizione di servizi in co-branding prot. n. 0007169-U-2018 del 23.04.2018 approvato con Determinazione del Direttore Generale di Pugliapromozione 11.04.2018, n. 154 – Verifica delle offerte di servizi - Secondo elenco fornitori di servizi in co-branding annualità 2019.

VERBALE del giorno

Il giorno 23.09.2019, alle ore 09:30, negli uffici dell’Aret Pugliapromozione, PAD. 172 della Fiera del Levante di Bari, sono presenti il D.E.C., il R.U.P. e un segretario verbalizzante, per procedere a verificare le proposte pervenute ai sensi dell’art. 8 dell’Avviso in oggetto, a seguito della scadenza dei termini relativi alla formazione del primo elenco di fornitori, relativo all’annualità 2019.

Si prende atto che sono pervenute n. 32 istanze entro il termine stabilito (13 settembre 2019) secondo le modalità previste dall’avviso pubblico (art. 9).

Si precisa che è stata effettuata una verifica tecnica sul funzionamento della casella di posta comunicazione@viaggiareinpuglia.it (acquisita con prot. n. 0015744-E-2019 del 19.09.2019) che ha escluso anomalie o malfunzionamenti.

Si prende, altresì, atto della mail inviata dalla ditta City Traveler Group, acquisita con prot. 0016128-E-2019 del 20.09.2019, a comprova della mancata ricezione della proposta all’indirizzo comunicazione@viaggiareinpuglia.it entro il termine suddetto.

L’Agenzia prosegue prendendo atto delle proposte pervenute come di seguito elencate:

PROPONENTE	NOME EVENTO	DATA EVENTO	LUOGO	AMBITO D’INTERVENTO	PROTOCOLLO DI ACQUISIZIONE
1 Sinext di Giovanni Pizzolante	FOODEXP LONDON	6 NOVEMBRE 2019	LONDRA	ARTE E CULTURA, MODA E ARTGIANATO	0012506-E-2019 del 26.08.2019
2 Associazione culturale in progress	MISS PROGRESS INTERNATIONAL - DONNE PER IL PROGRESSO	2 e 29 settembre 1-2 e 4 ottobre (finale) 2019	MARUGGIO TARANTO SAN GIORGIO IONICO ALBEROBELLO MARTINA FRANCA ORIA CAROSINO	SPETTACOLO AL VIVO E CINEMA, ARTE E CULTURA	0012568-E-2019 DEL 27.08.2019
3 ASD puglia sailing team	PARTECIPAZIONE A COMPETIZIONI NAZIONALI DI VELA CLASSE J24: CAMPIONATO COPPA ITALIA A OLBIA	8-11 novembre 2019	OLBIA (SARDEGNA)	SPORT	Terza nuova proposta con prot. n. 0012757-E-2019 del 30.08.2019 Che ha



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

						sostituito la prima: 0012617-E-2019 DEL 27.08.2019 E la seconda errata corregge: 0012689-E-2019 del 29.08.2019
4	Solutiongroups srl	PIAZZA PUGLIA A "LA BARCOLANA"	5- 13 ottobre 2019	TRIESTE	ARTE E CULTURA, SPORT	0012635-E-2019 del 28.08.2019
5	Associazione culturale Strumenti e figure	Sagra delle sagre - Puglia culture	14-15 settembre 2019	Lucera (FG)	ARTE E CULTURA	0012826-E-2019 del 02.09.2019
6	Taking off srl	Shimano Steps Italian Bike Test	26-27 ottobre 2019	Castel del Monte Andria (BT)	SPORT	0013095-E-2019 del 05.09.2019
7	A.P.D. Medaglie d'oro	Memorial Pietro Mennea - Preview Universal Youth Cup	27 ottobre 2019	BARLETTA	SPORT	0013111-E-2019 del 05.09.2019
8	Quantum srls	Sirio Academy Open Day	?	c/o Villa Diana Lizzanello (Le)	ARTE E CULTURA	0013547-E-2019 del 10.09.2019
9	Murialdomani srl Imp. Soc	15^ edizione Festa dell'Uva - Il Summariello di Puglia	19.10.2019	Accadia (Fg)	ARTE E CULTURA	0013552-E-2019 del 10.09.2019
10	Zerobarriere s.c.s.	CUS barizerobarriere - Grand Final Italian Paratriathlon Series - Trofeo Cus Triathlon 2019	12-13.10.2019	BARI c/o Lido pane e pomodoro	SPETTACOLO AL VIVO E CINEMA, ARTE E CULTURA	0013727-E-2019 del 11.09.2019
11	Good Time Tour LTD	Apulia is the land of the sun, fairy trullas and magical traditions	Settembre o ottobre o novembre	San Pietroburgo (Russia)	SPETTACOLO DAL VIVO E CINEMA, ARTE E CULTURA	0013802-E-2019 del 11.09.2019
12	Boisdale LTD	Puglia Week at Boisdale promoting the food and wine of Puglia and Puglia as a travel destination	7-12.10.2019	Londra at Canary Wharf Cabot Square	SPETTACOLO DAL VIVO E CINEMA, ARTE E CULTURA	0013866-E-2019 del 11.09.2019 e integrazione 0014049-E-2019 del 12.09.2019
13	Associazione Culturale Res Extensa	Giovinazzo Vola – Le radici della rosa	19-20.10.2019	Giovinazzo (Ba)	SPETTACOLO DAL VIVO	0013867-E-2019 del 11.09.2019
14	Image.com – ditta individuale	Un po' di pazienza - vita di Andrea Pazienza	23.11.2019	San Severo (fg) c/o Teatro Comunale	SPETTACOLO DAL VIVO E CINEMA	0014051-E-2019 del 12.09.2019
15	Polo Comitato FISE Puglia	Apulia Polo Gala 2019	12-13.10.2019	Roma Polo club Via dei Campi sportivi 43	SPORT	0014054-e-2019 DEL 12.09.2019
16	The Hub Bari srl	Giri di pensiero	25,26, 31.10.2019 e 1, 2, 6, 7.11.2019	Bari c/o spazio Murat piazza del Ferrarese	ARTE E CULTURA, MODA E ARTIGIANATO	0014080-E-2019 DEL 12.09.2019

2



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

17	AIS PUGLIA	Alla scoperta del Nero di Troia, vitigno nobile di Puglia i produttori incontrano i wine lovers - Apulien Wein Day	8.11.2019	Eataly Monaco	ARTE E CULTURA	0014181-E-2019 del 12.09.2019 e integrazione 0014324-E-2019 del 13.09.2019
18	Fondazione G. Feltrinelli - FGF Servizi Società benefit srl	I Dialoghi di Trani a Milano	15.10.2019	Milano c/o Fondazione Feltrinelli	ARTE E CULTURA	0014182-E-2019 del 12.09.2019
19	I Like Puglia srl	Il cotto e il crudo	3-6.10.2019	Milano c/o Teatro Manzoni	SPETTACOLO DAL VIVO, ARTE E CULTURA	0014295-E-2019 DEL 13.09.2019
20	Associazione sulla rotta della sicurezza	Sunrazor 01 Speed Record	21-24.10.2019	Taranto	SPORT	0014299-E-2019 del 13.09.2019
21	Cime srl	World Press Photo Exhibition Torino 2019	20-27.10.2019	Torino	ARTE E CULTURA	0014301-E-2019 DEL 13.09.2019
22	Associazione culturale Acuto	19^ edizione Bacco nelle gnostre	due giorni a novembre 2019	Torino c/o ex borsa valori	ARTE E CULTURA	0014311-E-2019 del 13.09.2019
23	ASD Otré Triathlon Team	Oceanman	5-6.10.2019	Polignano a mare (Ba)	SPORT	0014325-E-2019 del 13.09.2019
24	Ecf Italia srl	NaTOUREn-G	30.10.2019	Canosa di Puglia (BT) c/o Centro studi e ricerche Sergio Fontana	ARTE E CULTURA	0014334-E-2019 del 13.09.2019
25	Comitato Provinciale Fidal Lecce	WMMRC 2019 - campionato mondiale master di corsa in montagna	27-29.09.2019	Gagliano del Capo e Santa Maria di Leuca	SPORT	0014335-E-2019 del 13.09.2019
26	365 Giorni in Puglia Srls	Performance Day - Gargano	7.11.2019	Foresta Umbra (Fg)	ARTE E CULTURA	0014348-E-2019 del 13.09.2019
27	Associazione i borghi più belli d'Italia	7^ CONFERENZA DE I "BORGHI più belli del Mediterraneo" - Costruire in bellezza	17-20.10.2019	Cisternino (Br) c/o Cineteatro Paolo Grassi e Biblioteca comunale	ARTE E CULTURA	0014600-E-2019 del 16.09.2019
28	Associazione Musico Culturale Aulos (Associazione senza fini di lucro)	15° Concorso Internazionale di Clarinetto "Saverio Mercadante" - "Rassegna di Concerti 2019"	17-20.10.2019 e 3.11.2019 (Noci); 24.10.2019 a Monaco-Germania; 31.10.2019 a Pechino-Cina	Noci (Bari) c/o Sala Convegni dell'Hotel Punto Verde e Chiostro delle Clarisse Central Conservatory of Music, Pechino (Cina) - Musikschule Grünwald,	SPETTACOLO DAL VIVO E CINEMA	0014601-E-2019 del 16.09.2019

3



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



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: B39I1800090009
“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

				Richard Strauss Saal-München (Germania)		
29	Comunica Creative Company srls	Buona la puglia - Maddalena via del gusto	16, 30, 31.10.2019	MILANO c/o Pescaria; Manfredonia	ARTE E CULTURA	0014602-E-2019 del 16.09.2019
30	Polifonic srl	Festival Polifonic	1 giorno. Due appuntamenti distinti	New York c/o gallery Soho, Kadenspace-Manatthan; Resolute Warehouse Brooklyn	ARTE E CULTURA	0014604-E-2019 del 16.09.2019
31	D-HUB Studios srl	La Puglia in negativo...è positiva - Ciak si gira	30-31.10.2019	Università degli Studi Link Campus University Roma	ARTE E CULTURA	0014605-E-2019 del 16.09.2019
32	Cultour srl	COAST -Contemporary Art for Sustainable Tourism	25-27.10.2019 - Polignano a mare 1-3.11.2019-Torino e Venezia	Località – Polignano a mare o Sede 1 – Exchiesetta, via Porto 66 o Sede 2 – Fly Calaporto, vico Calaporto 13 > Torino (Artissima – Fiera d’Arte) o Sede – Differenti location > Venezia (58ma Biennale Arte) o Sede – Palazzo Cavanis, Dorsoduro 920	ARTE E CULTURA	0014607-E-2019 del 16.09.2019
33	City Traveler Group Omni Lifestyle Solutions Limited - Shangai	11th Annual Traveler Award	30.10.2019	Ritz Carlton Hotel (TBA) Shanghai, China		0014608-E-2019 del 16.09.2019



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

Per la proposta sub 33) si rileva la ricezione oltre i termini previsti dall’avviso pubblico, oltre che non conformità alle modalità di partecipazione previste. La prova di mancata consegna della proposta acquisita agli atti chiarisce i seguenti errori del proponente:

- a) errore materiale nella digitazione dell’indirizzo e-mail;
- b) mancata trasmissione all’indirizzo comunicazione@viaggiareinpuglia.it, come richiesto dall’art. 9 dell’avviso.

Ne consegue che la proposta sub 33) non può essere ammessa a valutazione.

Si procede, quindi, con la verifica della documentazione amministrativa relativa a n. 32 proposte correttamente pervenute. Per ciascuna si rilevano talune carenze documentali. Tuttavia, trattasi di difetti non essenziali, ossia di irregolarità sanabili entro 10 giorni dalla ricezione della comunicazione di ammissione, avvalendosi del cosiddetto “soccorso istruttorio” di cui all’art. 83, comma 9, del D. Lgs. 50/2016.

Si dà seguito, quindi, alla verifica tecnica delle proposte ammesse, esaminando dapprima quelle presentate da operatori economici che, nelle annualità 2017, 2018 e 2019, non sono stati affidatari di servizi di comunicazione in co-branding. Tanto, al fine di assicurare la massima partecipazione degli interessati, che risultino in possesso dei requisiti richiesti, nell’ambito della procedura comparativa di cui trattasi.

A seguito dell’esame espletato e in base al livello di innovatività proposto nei settori “Sport”, “Spettacolo dal vivo”, “Arte e cultura”, collegati al posizionamento e/o allo sviluppo dei corrispondenti prodotti turistici regionali, si è ritenuto opportuno **approvare** le proposte **sub6), sub12), sub19) sub20), sub25), sub27), sub 28), sub 30), sub 32)**. Diversamente, si è ritenuto di **non approvare** le proposte **sub3), sub7), sub8), sub9), sub 11), sub13), sub14), sub15), sub16), sub22), sub24), sub26), sub31)**.

Si passa ad esaminare le proposte relative ad eventi già realizzati in co-branding o presentate dagli stessi soggetti proponenti (c.d. “repetears”), tenendo conto dei seguenti aspetti:

- a) Buona riuscita delle attività in co-branding in termini di impatto del brand secondo gli obiettivi dell’avviso;
- b) Grado di innovatività della proposta;
- c) Opportunità di consolidare taluni effetti promozionali strategici.

Nello specifico, con particolare riferimento ai settori enogastronomico, sport, arte/cultura, **si approvano** le proposte **sub1), sub4), sub17), sub29)**.

Si ritiene, invece, di **non approvare** le proposte **sub2), sub5), sub10), sub18), sub21), sub23)**, in quanto l’evento proposto appare identico o simile ad altro evento già realizzato in collaborazione con l’ARET; la proposta è carente o del tutto priva di innovatività; non si



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

ravvisa l’utilità o la possibilità di un consolidamento di precedenti effetti promozionali in ragione del grado di impatto e di efficacia conseguito.

Si riporta di seguito l’esito dell’esame delle **proposte approvate (1-14)** e delle **proposte non approvate (15-32)**:

1. Proposta presentata da CP FIDAL Lecce

Approvata in quanto idonea a contribuire al consolidamento della *brand awareness* regionale nel contesto di una competizione sportiva, che si svolge in Puglia, tra atleti provenienti da n. 26 paesi del mondo. La proposta consente altresì di coniugare i valori dello sport con la promozione del patrimonio naturalistico pugliese secondo la ratio dell’avviso. L’offerta economica pari a € 24.575,00 (iva esclusa) è ridotta a € **19.725,00** (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

2. Proposta presentata da Sinext di Giovanni Pizzolante

Approvata in quanto idonea a contribuire alla qualificazione del prodotto turistico enogastronomico pugliese e ad accrescere la visibilità del *brand* Puglia ad esso associato nel contesto del mercato inglese (Londra). La proposta, in quanto presentata da un soggetto “repeater”, si presenta adeguatamente innovativa per il format prescelto, nonché per il mercato e il target di destinazione.

L’offerta economica pari a € 31.006,00 (iva esclusa) è ridotta a € **24.351,00** (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

3. Proposta presentata da Solutiongroups srl

Approvata in quanto idonea a contribuire alla qualificazione del prodotto turistico enogastronomico pugliese e ad accrescere la visibilità del *brand* Puglia ad esso associato, nel contesto di un importante evento sportivo di rilevanza nazionale e internazionale. La proposta consente altresì di coniugare i valori dello sport con la promozione del territorio regionale secondo la ratio dell’avviso.

L’offerta economica di importo pari a € 31.147,54 (iva esclusa) è ridotta a € **22.000,00** (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

4. Proposta presentata da Boisdale LTD

Approvata in quanto idonea ad accrescere la *brand awareness* regionale in un mercato rilevante e propulsivo, quale quello inglese (con particolare riferimento alla città di

6



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

Londra). La proposta consente altresì di potenziare la conoscenza del prodotto enogastronomico pugliese associato al *brand* Puglia, in occasione di un importante evento artistico, secondo la ratio dell’avviso.

L’offerta economica pari a € 30.000,00 (iva esclusa) è ridotta a € 20.000,00 (iva esclusa, non applicabile), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

5. Proposta presentata da I Like Puglia srl

Approvata in quanto idonea ad accrescere la conoscenza del territorio e della cultura popolare pugliese in una città dinamica e vivace come Milano, in occasione di uno spettacolo teatrale rappresentativo dei valori identitari e genuini che contraddistinguono la realtà regionale. La proposta è in grado di contribuire a migliorare il posizionamento della *brand awareness* e ad accrescere l’attrattività del territorio.

L’offerta economica pari a € 24.000,00 (iva esclusa) è ridotta a € 20.000,00 (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

6. Proposta presentata da Taking off srl

Approvata in quanto idonea a contribuire alla qualificazione del prodotto turistico pugliese “outdoor”, con particolare riguardo al “bike tourism”. La proposta consente, dunque, di accrescere la visibilità del *brand* Puglia associato al prodotto turistico “bike” in occasione di un evento sportivo organizzato in modo da esaltare e promuovere il patrimonio paesaggistico regionale, nonché accrescendone l’attrattività.

L’offerta economica pari a € 29.750,00 (iva esclusa) è ridotta a € 23.250,00 (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

7. Proposta presentata da AIS Puglia

Approvata in quanto idonea a contribuire allo sviluppo e alla promozione del prodotto turistico vitivinicolo ed enogastronomico pugliese, nell’ambito del mercato tedesco (Monaco di Baviera), attento al fascino e alle risorse turistiche pugliesi. La proposta presentata da un soggetto “repeater” presenta un focus dedicato al vitigno autoctono del Nero di Troia, dopo le due edizioni precedenti dedicate al vitigno del Primitivo e a quello del Negramaro.

7



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

L’offerta economica pari a € 31.090,00 (iva esclusa) è ridotta a € 15.400,00 (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

8. Proposta presentata da Associazione sulla rotta della Sicurezza

Approvata in quanto idonea a contribuire alla qualificazione turistica della città di Taranto e alla identificazione delle sue bellezze con il *brand* Puglia, in occasione di un evento culturale dedicato alla navigazione ed alla sostenibilità ambientale, con una significativa partecipazione di professionisti e studenti delle università italiane. La proposta consente di accrescere la attrattività del territorio e la *brand awareness* regionale associati ad un evento di interesse culturale, adeguatamente incentrato sulla Puglia, secondo lo spirito dell’avviso.

L’offerta economica pari a € 31.139,60 (iva esclusa) è ridotta a € 25.057,00 (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

9. Proposta presentata da Associazione i Borghi più belli d’Italia

Approvata in quanto idonea a contribuire alla qualificazione del patrimonio storico-paesaggistico, rurale e architettonico regionale, in occasione di un evento culturale dedicato al confronto attivo tra amministratori locali, studiosi e progettisti di respiro nazionale. La proposta consente di accrescere la attrattività del territorio e la *brand awareness* regionale associati ad un evento di interesse culturale, adeguatamente incentrato sulla Puglia, secondo lo spirito dell’avviso.

L’offerta economica pari a € 28.350,00 (iva esclusa) è ridotta a € 23.943,75 (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

10. Proposta presentata da Associazione Musico Culturale Aulos

Approvata in quanto idonea a potenziare la promozione e la conoscenza del *brand* Puglia, nonché l’attrattività del territorio regionale, in occasione di una competizione artistica ispirata alla tradizione musicale pugliese del XIX secolo, che coinvolge musicisti provenienti da oltre n. 40 paesi del mondo. L’evento oggetto della proposta, con tappe altresì all’estero (Monaco e Pechino), consente di associare la bellezza e la attrattività del territorio al suo patrimonio culturale artistico-musicale, secondo la ratio dell’avviso.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

L’offerta economica pari a € 21.840,00 (iva esclusa) è ridotta a € **17.520,00** (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

11. Proposta presentata da Comunica Creative Company srls

Approvata in quanto idonea a contribuire alla promozione della tradizione culinaria pugliese e alla qualificazione del prodotto turistico regionale enogastronomico in una realtà cittadina dinamica e attenta all’eccellenze dei mercati, quale Milano. La proposta consente di potenziare la *brand awareness* regionale associata al prodotto enogastronomico pugliese, fuori dalla Puglia, secondo la ratio dell’avviso.

L’offerta economica pari a € 29.400,00 (iva esclusa) è ridotta a € **23.300,00** (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione;

12. Proposta presentata da Polifonic srl

Approvata in quanto idonea a potenziare la conoscenza e l’attrattività del territorio pugliese nell’ambito del mercato target USA, in occasione di una kermesse di arte e tradizione culinaria. L’evento oggetto della proposta è reputato di interesse per la attitudine a creare un “ponte” tra artisti e turisti americani con la Puglia della Valle d’Itria, quale terra attrattiva anche perché in grado di ispirare creazioni e suggestioni artistiche. La proposta consente di potenziare la *brand awareness* regionale associata al prodotto artistico e gastronomico regionale, in un contesto internazionale, secondo la ratio dell’avviso.

L’offerta economica pari a € 32.500,00 (iva esclusa) è ridotta a € **21.600,00** (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

13. Proposta presentata da Cultour srl

Approvata in quanto idonea a contribuire a posizionare il prodotto culturale regionale in occasione di una kermesse artistica multidisciplinare che ha luogo tra la Puglia, Torino e Venezia. L’evento oggetto della proposta è incentrato sulla Puglia, veicolando altresì l’importante tema della sostenibilità ambientale in relazione alla problematica della xylella, nonché della tutela del territorio e del paesaggio. La proposta consente di accrescere la *brand awareness* regionale e di qualificare la promozione turistico-culturale della Puglia.

9



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

L’offerta economica pari a € 30.642,00(iva esclusa) è ridotta a € 25.562,00 (iva esclusa), quale importo ritenuto congruo e adeguato rispetto ai servizi proposti, a seguito di opportuna rimodulazione.

14. Proposta presentata da ASD Otré Triathlon Team

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* Puglia e non idonea a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. La proposta, presentata da un soggetto “repeater”, si presenta non sufficientemente innovativa rispetto agli obiettivi di potenziamento della *brand awareness* e della promozione del territorio a fini turistici. Pertanto, la esigenza di favorire proposte inedite, prevale sulla opportunità della ripetizione di un affidamento allo stesso.

15. Proposta presentata da Cime srl

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto non rispondente agli obiettivi di posizionamento del *brand* Puglia. La proposta, presentata da un soggetto “repeater”, è reputata non innovativa, né incisivamente incentrata sulla Puglia, nel contesto di un evento culturale che ha luogo a Torino, sub specie di esposizione fotografica di inchiesta, considerata di interesse generale per i temi trattati e i soggetti rappresentati. Pertanto, la esigenza di favorire proposte inedite e adeguatamente connesse con l’obiettivo promozionale turistico, prevale sulla opportunità della ripetizione di un affidamento allo stesso soggetto.

16. Proposta presentata da Associazione culturale In Progress

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* Puglia e non idonea a contribuire in modo innovativo all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. La proposta, presentata da un soggetto “repeater”, intende riproporre tematiche sociali la cui portata non è risultata tale da legare efficacemente i contenuti dell’evento, con gli obiettivi di promozione turistica e potenziamento della *brand awareness*; inoltre, la proposta prevede attività non pertinenti con le azioni di comunicazione, quali le visite guidate, invero tipiche degli interventi dedicati alla valorizzazione del territorio.

17. Proposta presentata da ASD Puglia Sailing Team

Non approvata, ai sensi dell’art. 2 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente all’oggetto, ai requisiti e ai presupposti dell’avviso: i servizi di comunicazione in co-branding devono essere prodotti durante eventi tali da consentire un adeguato impatto



UNIONE EUROPEA

PUGLIA
FESR-FSE
2014/2020
Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

del *brand* Puglia, per ciò coinvolgendo l’intera organizzazione degli stessi. Invero, nel caso di specie, la proposta verte sulla mera partecipazione ad una competizione velistica e non concerne l’evento nella sua interezza.

18. Proposta presentata da Associazione culturale Strumenti e Figure

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di posizionamento strategico del *brand* Puglia, in occasione di un evento culturale rivolto ad un pubblico essenzialmente locale. La proposta, presentata da un soggetto “repeater”, non è reputata innovativa e verte su un evento che non è risultato adeguato alla finalità di favorire l’incoming turistico in Puglia.

19. Proposta presentata da Zerobarriere s.c.s.

Non approvata, ai sensi dell’art. ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento e posizionamento della *brand awareness*. La proposta, presentata da un soggetto “repeater”, verte sullo stesso evento sportivo già proposto e realizzato, senza contemplare scelte innovative. Pertanto, non si ritiene utile la ripetizione dello stesso, tenuto conto degli obiettivi dell’avviso, pur riconoscendo il valore dell’evento per qualità organizzativa e finalità sociali e sportive perseguite: la esigenza di favorire proposte inedite prevale sulla opportunità della ripetizione di un affidamento allo stesso soggetto.

20. Proposta presentata da Fondazione G. Feltrinelli - FGF Servizi Società benefit srl

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* Puglia e non idonea a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. La proposta, presentata da un soggetto “repeater”, verte su un evento culturale nell’ambito del quale sono trattate tematiche che non trovano connessioni significativamente efficaci con la finalità di potenziamento della *brand awareness* e di promozione turistica della Puglia. La esigenza di favorire proposte inedite prevale sulla opportunità della ripetizione di un affidamento allo stesso soggetto.

21. Proposta presentata da Good Time Tour LTD

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di visibilità e consolidamento del *brand* turistico regionale e inidonea rispetto alla finalità di conseguire un vantaggio per l’attrattività del territorio attraverso settori diversi da quello turistico (art. 4). La proposta, infatti, seppure orientata al mercato target della Russia, non presenta elementi coerenti con la ratio dell’avviso, vertendo su un evento dai contenuti prettamente turistici e rivolto ad un pubblico *trade* e *travel*.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

22. Proposta presentata da A.P.D. Medaglie d’oro

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* turistico regionale e non idonea a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo regionale. L’evento oggetto della proposta non consente di prevedere un’adeguata diffusione del *brand* Puglia, rivolgendosi ad un pubblico prevalentemente locale; inoltre, le caratteristiche dell’evento proposto appaiono coerenti con gli interventi tipici della valorizzazione del territorio, piuttosto che con le azioni di comunicazione e promozione della Puglia come meta turistica.

23. Proposta presentata da Quantum srls

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento della *brand awareness* e inidonea a contribuire all’attuazione della strategia promozionale turistica. L’evento proposto ricade nel campo della formazione, non contemplato dall’avviso e inammissibile secondo quanto previsto dall’Azione 6.8 del POR Puglia FESR-FSE 2014-2020, su cui insistono le risorse destinate ai servizi di comunicazione in co-branding.

24. Proposta presentata da Murialdomani srl Imp. Soc.

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* turistico regionale e inidonea a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. L’evento oggetto della proposta non consente di prevedere un’adeguata diffusione del *brand* Puglia, rivolgendosi ad un pubblico spettatore prevalentemente locale; inoltre, gli obiettivi dell’evento proposto appaiono coerenti con gli interventi tipici della valorizzazione del territorio, piuttosto che con le azioni di comunicazione e promozione turistica della Puglia.

25. Proposta presentata da Associazione culturale Res Extensa

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento della *brand awareness* e inidonea a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. La proposta verte su un evento che non consente di prevedere un’adeguata diffusione del *brand* Puglia, rivolgendosi ad un pubblico spettatore essenzialmente locale: ciò non consente di generare l’effetto di un impatto significativo del *brand* Puglia né la possibilità concreta di incrementare l’incoming turistico. Inoltre, le caratteristiche dell’evento in questione appaiono coerenti con gli interventi tipici della valorizzazione del territorio, piuttosto che con le azioni di comunicazione e promozione turistica della Puglia.



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

26. Proposta presentata da Image.com – ditta individuale

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento della *brand awareness* e inadatta a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. La proposta verte su un evento che non consente di prevedere una adeguata diffusione del *brand* Puglia rivolgendosi ad un pubblico spettatore prevalentemente locale: ciò comporta che non è dato attendersi un impatto significativo del *brand* Puglia né la possibilità concreta di incrementare l’incoming turistico. Inoltre, le caratteristiche dell’evento appaiono coerenti con gli interventi tipici della valorizzazione del territorio, piuttosto che con le azioni di comunicazione e promozione della Puglia a fini turistici.

27. Proposta presentata da Polo Comitato FISE Puglia

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento della *brand awareness*. La proposta, infatti, verte sulla realizzazione di un evento sportivo assai simile ad un altro già organizzato in co-branding nell’ambito dello stesso sport (POLO). L’evento in questione non si presta a generare un impatto significativo del *brand* Puglia, rivolgendosi ad un pubblico spettatore circoscritto, senza la possibilità concreta di contribuire ad elevare il grado di posizionamento del *brand* Puglia.

28. Proposta presentata da The Hub Bari srl

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* turistico regionale e inadatta a favorire l’incoming turistico. L’evento proposto non risponde alle caratteristiche di pubblico e impatto mediatico tali da consentire un’adeguata diffusione del *brand* Puglia presso spettatori diversi dai residenti e da coloro che già conoscono il territorio. Inoltre, le caratteristiche dell’evento proposto appaiono coerenti con gli interventi tipici della valorizzazione del territorio, piuttosto che con le azioni di comunicazione e promozione turistica.

29. Proposta presentata da Associazione Culturale Acuto

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* turistico regionale e non idonea a contribuire all’attuazione della strategia di promozione e incremento dell’incoming turistico. L’evento proposto non risponde alle caratteristiche di pubblico spettatore e impatto mediatico, tali da consentire un’adeguata diffusione del *brand* Puglia presso utenti diversi dai residenti e da coloro che già conoscono il territorio. Inoltre, le caratteristiche dell’evento proposto



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

appaiono coerenti gli interventi tipici della valorizzazione del territorio, piuttosto che con le azioni di comunicazione e promozione territoriale a fini turistici.

30. Proposta presentata da ECF Italia srl

Non approvata, ai sensi dell’art. dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento della *brand awareness* e non idonea a contribuire all’attuazione della strategia di sviluppo turistico regionale. La proposta, inoltre, verte su un evento prevalentemente improntato alla promozione commerciale di prodotti para-farmaceutici, nonché caratterizzato da finalità formative che non risultano coerenti con l’Azione 6.8. del POR Puglia FESR-FSE 2014-2020.

31. Proposta presentata da 365 Giorni in Puglia srls b2b

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi dell’avviso che intende conseguire vantaggi per l’attrattività del territorio attraverso settori diversi dal turismo (art. 4). L’evento proposto è rivolto, infatti, al mercato dell’offerta turistica regionale e persegue obiettivi formativi inammissibili secondo quanto stabilito dall’Azione 6.8. del POR Puglia FESR-FSE 2014-2020, pur se apprezzabile in punto di qualità organizzativa e di crescita e sviluppo economico del territorio regionale.

32. Proposta presentata da D-HUB Studios srl

Non approvata, ai sensi dell’art. 1 dell’Avviso, in quanto reputata non rispondente agli obiettivi di consolidamento del *brand* turistico regionale. L’evento proposto non risponde alle caratteristiche descritte nell’art. 2 dell’avviso, concernenti il pubblico spettatore e l’impatto mediatico, che appaiono limitati ad un ambito locale. Pertanto, la proposta non consente di prevedere l’effetto di un’adeguata diffusione del brand Puglia e di promozione del territorio e dei suoi prodotti turistici associati al brand anzidetto.

Si ritiene conclusa la fase di valutazione delle proposte pervenute e si dà seguito alle comunicazioni, ai sensi ex art. 76 del D.Lgs 50/2016, con evidenza dell’importo finale approvato e delle rimodulazioni economiche per le proposte ammesse.

La seduta termina alle ore 13.00 e il presente verbale viene trasmesso al Direttore Generale di Pugliapromozione per la approvazione dell’istruttoria e l’adozione della determina a contrarre.

Bari, 23.09.2019



UNIONE EUROPEA



Il futuro alla portata di tutti
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: B39I1800090009

“Comunicazione digitale e brand identity (BtoC) 2018-2019”

Letto Firmato e Approvato

IL R.U.P.

avv.to Miriam Giorgio

Il DEC Ufficio Comunicazione servizi in co-branding e segretario verbalizzante
dott.ssa Claudia Nicolamarino

Il Direttore Generale ad interim

Dott. Matteo Minchillo

