UNIONE EUROPEA

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

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

Puglia 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

OGGETTO: Progetto FESR-FSE "Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia" (business to consumer) – Piano di comunicazione della destinazione Puglia per il 2018-2019 – Selezione dei fornitori di cui alla Call media plan 3/2018 approvata con Determinazione del Direttore Generale n. 229 del 22.05.2018

VERBALE

In data 09 maggio 2019 alle ore 11.00 nella sede della Direzione generale dell'Agenzia regionale del Turismo, Pugliapromozione, si riunisce il nucleo di valutazione delle proposte tecniche relative al Piano di Comunicazione internazionale della Destinazione Puglia 2018/2019. Il nucleo procede con la valutazione delle offerte, secondo i criteri indicati nella Call Media Plan 3/2018, e redige il verbale. I criteri, espressamente indicati nella call, riguardano l'oggetto e il concept, il target, il media mix e gli obiettivi di brand awareness, booking e destagionalizzazione.

Prendono parte alla riunione:

- Dott. Matteo Minchillo, Direttore generale;
- Avv. Miriam Giorgio, Responsabile unico del procedimento;
- Dott.ssa Alessandra Campanile, Funzionario istruttorio Ufficio Comunicazione e segretario verbalizzante;

Sono ammesse a valutazione le offerte regolarmente pervenute e acquisite alla data odierna, come di seguito indicato:

CAMPAGNA di comunicazione internazionale Destinazione Puglia 2018-2019

	Fornitori	Protocollo offerta
1	SK PRESS Perfect flight Magazine	0006419-E-2019 del 30.04.2019
2	Tavola Productions	0006680-E-2019 del 06.05.2019
3	Telson Servicios audiovisuales S.L.U. – Impursa S.A.U.	0006744-E-2019 del 07.05.2019

Tutte le proposte pervenute risultano rispondenti ai requisiti formali. Di seguito, il dettaglio delle singole valutazioni.

La proposta di Telson Servicios audiovisuales S.L.U. – Impursa S.A.U. (prot. n. 0006744-E-2019 del 07.05.0219) riguarda la promozione del brand Puglia nelle principali stazioni di Barcellona e Madrid. La proposta è da ritenere idonea e pertinente rispetto agli obiettivi dell'avviso, nonché aderente al concept descritto nello stesso. Segnatamente da un esame attento della proposta anzidetta, è ragionevole prevedere che la stessa contribuirà al rafforzamento della promozione del brand Puglia con effetti indiretti positivi anche sul booking. Infine, la proposta garantisce anche il pieno raggiungimento del target, in quanto intercetta un paese di destinazione quale la Spagna. Pertanto, si ritiene di ammettere l'offerta tecnica riconoscendone la congruità dei costi presentati.

La nuova proposta di Tavola Productions (prot. n.0006680-E-2019 del 06.05.2019), rimodulata come da richiesta della commissione nel verbale prot. n.0004689-U-2019 del 29.03.2019, riguarda

la promozione del brand Puglia all'interno di una puntata del noto programma della Televisione Pubblica negli Stati Uniti "Lidia's Kitchen", condotto da Lidia Bastianich.

Essa viene valutata pertinente rispetto agli obiettivi della call e ritenuta più che valida per il raggiungimento dei livelli di target, in considerazione del fatto che i servizi destinati agli U.S.A., principale paese target nel 2019, intercettano un target vasto ed eterogeneo tramite il media mix del servizio pubblico proposto. Pertanto, si ritiene di ammettere l'offerta tecnica riconoscendone la congruità dei costi presentati.

In ultimo, la proposta di SK PRESS Perfect flight Magazine riguarda la promozione del brand Puglia all'interno del Perfect flight magazine distribuito su 16 compagnie aeree che volano da Mosca. La proposta, pur se valida nel suo complesso, non è ammessa tenuto conto della valutazione di impatto e di efficacia della stessa. In primo luogo, essa si rivolge a un target di pubblico specifico in relazione all'ambito di diffusione (aerei di linea da Mosca); in secondo luogo il mercato russo è già attualmente interessato da un buon livello di interventi finalizzati alla promozione della destinazione attraverso la comunicazione del brand. Pertanto, considerati che gli obiettivi strategici dell'ARET e la limitazione delle risorse economiche disponibili imputate alla call di cui trattasi, si ritiene opportuno stabilire delle priorità di intervento. Di conseguenza, la proposta in questione non è ammessa per la scarsa efficacia che ne discenderebbe in questa precisa fase di attuazione del Piano Strategico.

La valutazione delle proposte si conclude alle ore 13.00 e si trasmettono gli atti agli uffici competenti per il perfezionamento degli affidamenti dei servizi di comunicazione.

Bari, li 09.05.2019

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

Il Direttore generale

dott. Matteo Minchillo

Il Rup

avv. Miriam Giorgio

Ufficio Comunicazione
Funzionario istruttorio e Segretario verbalizzante

dott.ssa Alessandra Campanile