



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

CUP B39D20002200009

AVVISO PUBBLICO CO-BRANDING 2022

FAQ PER OPERATORI ECONOMICI

aggiornamento al 21.10.2022

N° FAQ	DATA RICEZIONE	QUESITO	RISPOSTA
1	18.10.2022	La Pro Loco può partecipare anche senza P.IVA	<p>SI, una Proloco può partecipare.</p> <p>Al punto 2.2 dell'art. 2 dell'Avviso pubblico è specificato "2.2 Tra gli operatori ammessi a presentare offerta vi sono altresì le associazioni e federazioni (per es. sportive) munite di Partita Iva e/o Codice Fiscale che operano sul mercato e possano dichiarare e dimostrare la propria natura commerciale. Non sono ammessi a presentare offerta gli enti pubblici."</p>
2	19.10.2022	"L'Agenzia Pugliapromozione si riserva di chiedere integrazioni alla documentazione prodotta anche in un momento successivo al pagamento", vorremmo sapere se tra le richieste di documentazione integrativa, possa esserci la richiesta al proponente delle tracce dei pagamenti effettuati relativi alle fatture e i giustificativi di spesa approvati, prima ancora che sia avvenuto il pagamento, da parte della Regione Puglia, del corrispettivo della fattura emessa dal proponente. Questo, infatti, significherebbe di fatto la possibilità per il proponente di dover anticipare l'intero piano di spesa, e quindi	<p>Le integrazioni che si riserva di chiedere l'A.Re.T. riguardano in particolare lo stato di solvenza contributiva e fiscale dell'operatore economico.</p> <p>Per quanto riguarda la fatturazione, il fornitore è tenuto a emettere un'unica fattura per servizi di comunicazione, a fine evento. Non è tenuto ai fini della rendicontazione ad allegare giustificativi di spese relative a propri sub-fornitori.</p>



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

CUP B39D20002200009

		condizionare la sostenibilità dello stesso.	
3	20.10	La proposta deve comprendere la realizzazione di un evento compresa la scelta e definizione della sede, dell'agenda, dei contenuti e dei relatori?	<p>La proposta di servizi di comunicazione in co-branding durante la realizzazione di un evento deve comprendere la descrizione dell'evento, la presenza di eventuali relatori, ospiti, le modalità di partecipazione, i luoghi, programma attività, date, calendario di erogazione dei servizi, etc, rispondendo ai requisiti e obiettivi dell'avviso, ai sensi in particolare degli art. 1, 3, 6, 7, 8.</p> <p>In particolare, come chiarito nell'art. 8-8.4, la proposta dovrà contenere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anagrafica proponente, con l'indicazione del rappresentante legale e del referente operativo di progetto, nonché l'elenco della documentazione allegata (infra 8.5); - Soggetto Proponente (Denominazione, Ragione Sociale, Rappresentante Legale, indirizzo sede legale, recapiti, referente operativo progetto); - Titolo e data evento con riferimento agli ambiti di intervento, luogo di svolgimento; - Descrizione evento: la descrizione dell'evento deve tener conto dei macro-obiettivi di cui all'art. 6, la strategia generale dell'A.RE.T. rispetto alla Scheda Azione FSC, l'indicazione dell'attività di co-branding per la promozione del territorio,



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

CUP B39D20002200009

			<p>l'indicazione delle ricadute positive per il turismo in termini di brand e di incoming,</p> <p>il piano dettagliato delle attività e dei servizi di comunicazione, i costi dei servizi di comunicazione;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tabella di costi/servizi; - Altri servizi di comunicazione migliorativi e omaggio; - Programma dell'evento e Cronoprogramma di erogazione dei servizi previsti;
4	20.10	È possibile fare una proposta per la realizzazione di un evento non fisico ma solo digitale?	<p>La proposta dell'evento deve rispondere ai requisiti dell'avviso (vedi FAQ n.3). La tipologia dell'evento sarà valutata dal Comitato di valutazione in base alla aderenza ai macro-obiettivi di cui all'art 6 e ai requisiti generali dell'avviso.</p>
5	20.10	È possibile fare una proposta per la sola comunicazione a supporto di un evento già esistente a calendario ed organizzato da voi o altri operatori?	<p>Il proponente si intende organizzatore dell'evento e titolare di diritti esclusivi connessi, non solo curatore della parte di comunicazione (art. 2)</p>
6	20.10	Quante proposte può fare ogni singolo operatore economico?	<p>Non c'è un numero limite di proposte da presentare per ogni singolo operatore, ciò non di meno lo stesso operatore deve dimostrare la titolarità di due o più diversi eventi da organizzare.</p> <p>Il Comitato di valutazione, sulla base delle proposte pervenute, si esprimerà anche sulla opportunità di presentazione plurime da parte dello stesso titolare di eventi.</p>



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

FSC

Fondo per lo Sviluppo
e la Coesione



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

CUP B39D20002200009

7	20.10	Il bando ammette lo "sbigliettamento" nel caso prevedessimo uno show presso un teatro di Milano?	<p>Le modalità di partecipazione devono essere esplicitate chiaramente nel progetto e - laddove non espressamente vietate o reputate non ammissibili dall'avviso pubblico - saranno valutate, insieme alla altre caratteristiche dell'evento proposto, dal Comitato di valutazione che le prenderà in esame.</p> <p>A tal proposito, si evidenzia l'art 1-1.3 in merito alla rappresentazione grafica dei loghi istituzionali, che vale in relazione agli sponsor commerciali, privati, eventuali vendite/costi/premiazioni previsti nella proposta.</p>
8	20.10	Tra i macro obiettivi è segnalato la valorizzazione degli attrattori culturali e naturali. Ciò vuol dire che l'evento non può essere organizzato in un teatro fuori regione? È necessario individuare una location di forte impatto culturale?	<p>È certamente fondamentale che la proposta di evento sia aderente e coerente con i macro-obiettivi e requisiti generali dell'avviso e come da scheda di azione FSC</p> <p>E' indispensabile che l'evento contribuisca a valorizzare il territorio pugliese, anche se realizzato fuori Regione in un contenitore culturale.</p> <p>A tal riguardo si segnala, la cura che l'operatore è tenuto ad assicurare nella descrizione dell'evento circa le modalità di valorizzazione territoriale, tra cui rientra la scelta del luogo ovvero contenitore culturale con importante impatto culturale-turistico e mediatico, tenuto conto sia degli obiettivi che dei requisiti indicati nell'Avviso pubblico, nonché le modalità di pianificazione dell'evento, con particolare riguardo ai servizi di</p>



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA

FSC

Fondo per lo Sviluppo
e la Coesione



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

CUP B39D20002200009

			<p>comunicazione adottati per la promozione dello stesso. L'evento in sé e il piano di comunicazione saranno oggetto di valutazione da parte del Comitato. In ultimo, si ribadisce che gli eventi di comunicazione in co-branding possono tenersi in Puglia, in Italia e all'estero, come da premessa generale con il fine ultimo di promuovere il brand Puglia e il territorio.</p>
--	--	--	--