



**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. 8343 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 nazionale e regionale della destinazione Puglia anche per grandi eventi**

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 nazionale e regionale 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 2017, n. 197) e del PIIL Cultura (D.G.R. 19 marzo 2019, n.543) della Regione Puglia.

**CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “La Puglia che non ti aspetti”**

La campagna Italia è finalizzata alla promozione della Puglia come destinazione turistica rivolta al pubblico nazionale e regionale. Obiettivo è quello di raccontare la Puglia che non ti aspetti riferita ai luoghi dell’anima piuttosto che geografici dove ciò che conta è l’essere, l’esperire, il vivere, ancorando il momento al prodotto turistico, culturale ed enogastronomico. Il racconto del ritrovar sé stessi, il tempo interiore, a contatto con la natura e la bellezza. Ma anche il racconto dell’evento culturale, dell’attrazione e dell’accoglienza. La Puglia che firma un ricordo più grande di ciò che si possa immaginare.

La campagna racconta gli eventi culturali, musicali, espositivi e di spettacolo, che trasmettono il



**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**

folklore locale e, in ultimo, di tutte quelle attività sportive e di evasione offerte al turista.

Avendo negli anni accresciuto la brand awareness, il nuovo concept per il mercato italiano riguarda la Puglia che non ti aspetti. La Puglia inattesa da raccontare al turista in generale, che stupisce e accoglie in una esperienza che si rivela unica.

La comunicazione racconta anche del “grande evento” che presenta una Puglia inaspettata nella sua più grande manifestazione in termini di bellezze artistiche e naturali. La Puglia che è ispirazione del sogno di un viaggio. La Puglia che fa star bene, fa desiderare di non voler essere altrove e spinge a ritornare, superando il gap che separa la regione dai suoi competitors.

Dunque, la *reason why* è riconducibile al sentimento dell’inatteso, suscitato nel viaggiatore potenziale grazie alla correlazione di tutti i livelli di contenuti: testuali e fotografici. Il payoff, quindi, è “la Puglia che non ti aspetti” declinato sui diversi target.

In particolare, i grandi eventi sono riferiti ai settori di sport, musica, cinema, fashion style, enogastronomia, cultura e natura e sono centrali nel perseguimento degli obiettivi di cui al presente avviso in quanto capaci di veicolare l’ispirazione del viaggio creando suggestioni e interconnessioni con il territorio. I grandi eventi si contraddistinguono per la loro entità, dimensione, rilevanza mediatica che gli operatori devono soddisfare, con la dimostrazione del possesso di almeno una o più delle caratteristiche seguenti:

- a. organizzativa: importanza allestimento scenico, palchi, prestigio location;
- b. finanziaria: costo complessivo dell’evento pari almeno a € 500.000,00;
- c. pubblico/presenze/share media: almeno 1000 persone coinvolte, diffusione mediatica;
- d. soggettiva: expertise del soggetto organizzatore ed efficace capacità comunicativa del brand Puglia in Italia e all’estero.

## **1. Target**

### Target nazionale:

La campagna si propone di raggiungere un target di età compresa tra 18 e 80 anni, incline a trascorrere vacanze brevi in Italia, o comunque disposto a spostarsi in occasione di iniziative culturali, eventi o festival; si tratta dunque di un turista potenziale che s’informa su mezzi ON e OFF



**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**

line sulle destinazioni culturali, enogastronomiche e balneari, che cerca suggestioni di viaggio, e che è abituato a condividere con la sua community esperienze e contenuti sia testuali che fotografici. È un target principalmente, ma non esclusivamente, residente in Italia e comprende la lingua italiana. È possibile individuare ulteriori segmenti di target: una nicchia di mercato trasversale ai confini geografici, spinta da una forte motivazione, è rappresentata dal cittadino culturale, colui che è informatissimo sugli eventi e le performance artistiche, aggiornato sui festival e amante delle esibizioni dal vivo, e che dunque è naturalmente proteso a soddisfare i suoi interessi culturali percorrendo lunghe distanze. Altro segmento importante di mercato è quello del pubblico giovane, interessato a eventi e iniziative musicali e sportive di portata nazionale e 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 campagna dovrà incidere sulla conoscenza dell’offerta turistica al consumatore.

Target regionale:

La campagna si propone di raggiungere il pubblico dell’ultimo miglio, cioè quei cittadini, temporanei o permanenti sul territorio regionale, di età compresa tra 18 e 80 anni, curiosi e abituati a spostarsi in occasione di iniziative culturali, eventi o festival, ma al contempo a proprio agio nel condividere con le community digitali le esperienze e i contenuti di fruizione. Il predetto target è residente in Puglia e nelle regioni limitrofe.

Segmenti ulteriori di target: una nicchia di mercato trasversale è rappresentata dai nuclei familiari, con bambini e/o adolescenti al seguito. Un’altra fetta importante di mercato è costituita da un pubblico giovane, interessato a eventi e iniziative musicali e sportive. Al pubblico in questione è in ogni caso già nota la Puglia come destinazione turistica, per cui si ritiene particolarmente efficace la comunicazione di un’offerta turistica moderna e vivace sotto l’aspetto artistico e culturale, in controtendenza rispetto agli stereotipi della vacanza balneare.

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

L’ARET Pugliapromozione terminerà la programmazione e negoziazione media per la propria



**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**

campagna di comunicazione il 31.12.2019. Pertanto, le proposte potranno essere presentate entro il predetto termine.

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, anche prima della scadenza attenendosi alle stesse modalità di pubblicazione.

### **3. Mezzi di comunicazione**

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

In particolare,

- Per la comunicazione nazionale si utilizzeranno media ON e OFF line, con specifica priorità alle emittenti televisive e ai media digitali;
- Per la comunicazione regionale, ci si avvarrà di strumenti media ON e OFF line, con specifica priorità ai media mix;
- Per i grandi eventi, si utilizzeranno strumenti media ON e OFF line, con specifica priorità per le proposte che riguardino la pubblicità OOH (customizzazioni, pannelli, brandizzazione supporti nel luogo dell’evento) e media mix.

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 per il rafforzamento della parte redazionale, nonché per la definizione del piano editoriale social.

Canali on line di riferimento:

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



**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**

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.

Si precisa che l'operatore non può avviare le attività prima di sette giorni lavorativi a partire dalla presentazione dell'offerta/proposta.

##### *Modalità di presentazione offerte:*

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 digitale dal legale rappresentante o da un suo delegato 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 contenere:

1. Descrizione della proposta:



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

Per i grandi eventi, indicare: l’ambito di intervento tra arte, musica e spettacolo, enogastronomia e artigianato, sport e natura; la connessione tra evento e promozione turistica della Puglia in rapporto agli obiettivi strategici della Regione Puglia e dell’ARET in ambito turistico, con particolare riferimento all’efficacia dell’integrazione tra i servizi offerti e la capacità di impatto dell’evento stesso;

1.b) Periodo di visibilità con ipotesi di calendario (susceptibile di eventuali rimodulazioni);

Per i grandi eventi, indicare le date di svolgimento;

1.c) Breve descrizione dei risultati attesi, diretti e indiretti, dalla proposta 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;

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) Compilazione del Documento di Gara Unico Europeo effettuando l’accesso tramite SPID o attivando la carta servizi: <http://www.impresa.gov.it/intro/info/news.html>

Per info <https://www.impresainungiorno.gov.it/web/l-impresa-e-la-pa-centrale/unioncamere-dgue>

b) Attestazione avvenuta registrazione alla seguente piattaforma informatica dell’ANAC:



**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**

<http://www.anticorruzione.it/portal/public/classic/Servizi/ServiziOnline/RegistrazioneProfileUoneU>

- c) Tracciabilità dei flussi finanziari o dichiarazione sostitutiva da cui si evinca 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 dall'ARET);
- d) Dichiarazione antimafia (come da modello fornito dall'ARET).

Per i grandi eventi, ai soggetti proponenti saranno richiesti i seguenti ulteriori documenti:

1. Statuto e atto costitutivo per dimostrare di essere titolari organizzatori del grande evento;
2. Company profile per dimostrare la capacità finanziaria e la capacità gestionali (strutture, attrezzature e risorse umane) adeguate allo svolgimento del grande evento;
4. Piano della sicurezza per dimostrare il rispetto dell'ambiente, della tutela del pubblico/fruitori e dei lavoratori, con l'indicazione di eventuali misure o proposte migliorative relative alla sostenibilità ambientale.

Non possono presentare proposte gli operatori che siano già beneficiari di contributi regionali in materia di Turismo, Cultura, Spettacolo dal vivo a valere su altre procedure di evidenza pubblica.

*Costi ammissibili per i grandi eventi:*

Il corrispettivo per i servizi offerti - nell'ambito di proposte reputate idonee - non potrà superare l'importo massimo di € 500.000,00 e sarà commisurato al valore di mercato dei servizi offerti. L'ARET si riserva di rimodulare le offerte economiche.

I costi ammissibili concernono la personalizzazione con il brand Puglia dei servizi di comunicazione e di promozione ON e OFF line in occasione di grandi eventi secondo l'ideazione grafica e pubblicitaria prevista dal proponente in condivisione con il committente. Non sono ammessi costi relativi a: organizzazione strutturale dell'evento (es. palco, luci, audio); consulenti e personale; ideazione e progettazione pubblicità/comunicazione dell'evento; noleggio spazi e affitti; diritti di affissione; acquisto spazi.



**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**

## **5. Valutazione delle proposte**

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

Per i servizi di comunicazione, fatta salva la valutazione positiva del concept della proposta, la stessa potrà essere suscettibile di eventuale richiesta di rimodulazione sia nei contenuti che nei costi per adeguarla agli obiettivi del piano di comunicazione.

A parità di proposte, l'Amministrazione valuterà 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 potranno 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.

## **6. Affidamento dei servizi**

L'affidamento dei servizi in esclusiva avverrà ai sensi dell'art. 63, comma 2, lettera B, punto 3 del D.Lgs n.50/2016.

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.

Il titolo di pagamento dovrà essere trasmesso a mezzo fattura digitale tramite SDI (Sistema di Interscambio). Inoltre, ai sensi dell'art. 25 del D.L. n. 66/2014, al fine di garantire l'effettiva tracciabilità dei pagamenti da parte delle pubbliche amministrazioni, le fatture emesse verso la PA devono riportare:

Denominazione Ente: Agenzia Regionale del Turismo - Pugliapromozione

Codice Univoco Ufficio: 8ZH8VO

Nome dell'Ufficio: Ufficio Comunicazione





**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 codice identificativo di gara (CIG): *comunicato dall’ARET*

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”

La dicitura “IVA scissione dei pagamenti”, ai sensi dell’art. 1 del D.L. 24 aprile 2017 n. 50, convertito con modificazioni dalla legge 21 giugno 2017 n. 96.

Tutti i documenti dovranno essere inviati a mezzo pec esclusivamente al seguente indirizzo: [ufficiobilanciopp@pec.it](mailto:ufficiobilanciopp@pec.it)

## **7. Contestazioni**

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

## **8. Trattamento dei dati personali**

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



**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**

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**