



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
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 B39I18000090009

prot. n. 7339 del 27.04.2018

PIANO DI COMUNICAZIONE NAZIONALE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA

Manifestazione d’interesse all’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

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 della destinazione a cura dell’Aret Pugliapromozione.

La campagna di comunicazione ha l’obiettivo di promuovere la Puglia come destinazione turistica per sul raggio di diffusione nazionale, e dunque sul target dei cittadini italiani o di altra nazionalità che comprendono la lingua italiana.

Di seguito si specificano le indicazioni operative per la presentazione delle proposte per valutare l’acquisto di servizi di comunicazione e pubblicità, nonché le linee guida relative al media-mix e al calendario delle iniziative.

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “Destinazione Puglia 2018”

1. Oggetto e concept

La campagna di comunicazione intende promuovere la Puglia come destinazione turistica in associazione ad una serie di prodotti che valorizzano l’offerta regionale, e segnatamente ad iniziative ed eventi insistenti sul territorio



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO REGIONALE TURISTICO 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 B39I18000090009

regionale nelle annualità 2018-2019. L’evento diventa, in quest’ottica, motivo di viaggio, di scoperta e di richiamo della destinazione, nonché elemento fondamentale ed emozionale della campagna di comunicazione.

L’obiettivo è quello di associare la Puglia all’idea di territorio ricco di iniziative ed eventi, capace di valorizzare ed ampliare l’offerta artistica e culturale e, allo stesso tempo, attento alle necessità sia di svago che di crescita culturale di potenziali turisti.

La programmazione delle iniziative sarà fitta e articolata e coinvolgerà diversi settori di interesse quali enogastronomia, cultura, tradizioni, sport, natura, arte e musica. La comunicazione e promozione delle attività seguirà il calendario degli eventi.

Le iniziative riguarderanno, ad esempio, la fruizione di itinerari slow nella natura, la conoscenza del paesaggio urbano e culturale e dell’architettura rurale, dei borghi e delle produzioni agroalimentari e artigianali, attraverso la realizzazione di attività esperienziali in grado di promuovere uno stile di vita sano e gradevole. Ma saranno anche presenti manifestazioni artistiche, culturali e sportive di ampio respiro e ormai conosciute a livello mondiale.

Attraverso la campagna l’utente verrà condotto sul portale regionale di promozione turistica www.viaggiareinpuglia.it, ed in particolare sulle specifiche landing page dove reperirà le informazioni pratiche per poter fruire al meglio del territorio pugliese e delle iniziative culturali, sportive, artistiche ed enogastronomiche. Gli hashtag associati alla campagna saranno #WeAreInPuglia e #Pugliaevents, rappresentando un ulteriore strumento per generare engagement e conversione verso il portale e/o sui canali social.

2. Target

La campagna si propone di raggiungere un target di età compresa tra i 18 e i 65 anni, incline a trascorrere vacanze brevi in Italia, o comunque disposto a spostarsi in occasione di iniziative culturali, eventi o festival; si tratta dunque



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
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 B39I18000090009

di un turista potenziale che s’informa su mezzi on e off 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. Il predetto target è principalmente, ma non esclusivamente, residente in Italia, e comprende la lingua italiana.

Si possono 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 sugli eventi e le performance artistiche, aggiornato sui festival e amante delle performance 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 ad eventi ed 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 campagna dovrà incidere sulla conoscenza dell’offerta turistica al consumatore; a tal fine si ritiene efficace l’esposizione mediatica di un’immagine della Puglia come destinazione autentica e vivace sotto l’aspetto artistico/culturale, in un’ottica di complementarità rispetto all’offerta della vacanza balneare.

3. Timing

Il periodo di esposizione della campagna seguirà il calendario dei principali eventi in programma delle annualità 2018 2019, che si svolgeranno in luoghi prestabiliti diffusi sul territorio regionale. La campagna prenderà avvio nel mese di giugno e si protrarrà fino al 2019, secondo cronoprogramma da definirsi in dettaglio, per meglio stimolare la fruizione delle attività in programma da parte di un tipo di turista che non ha ancora deciso dove trascorrere le vacanze, o che è in procinto di partire e valuta soluzioni last minute se coerenti con la propria idea/domanda di vacanza.



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
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 B39I18000090009

4. Media Mix

L’investimento media sarà articolato in modo da supportare il calendario degli eventi e privilegerà la produzione di contenuti editoriali sponsorizzati, quali publiredazionali, native advertising e similari. Una parte del budget sarà inoltre destinata alla pubblicità tradizionale su mezzi on e off line. La campagna coinvolgerà mezzi specializzati in viaggi, leisure, eventi culturali, spettacolo dal vivo, arte e mostre, a livello di stampa nazionale, stampa specializzata, radio, televisione, OOH statica e dinamica. In caso di economie sul budget, si valuteranno eventuali progetti speciali e/o integrati su altri mezzi, anche con l’ausilio di influencer. Strategico sarà infine il supporto costante dell’ufficio stampa interno per il rafforzamento della parte redazionale, nonché la definizione del piano editoriale social.

5. Obiettivi

Brand awareness della Puglia come destinazione turistica, e rafforzamento dell’idea del territorio pugliese associato ad iniziative culturali e di fruizione turistica; brand Puglia come sistema degli eventi e delle attività in programmazione. Inoltre si rende noto che: Il Media Plan sarà supportato e integrato dal piano editoriale relativo ai social media ufficiali Viaggiareinpuglia, WeAreinPuglia, Puglia365, e PugliaEvents. Eventuali suggerimenti e/o progetti integrati con i canali social ufficiali saranno valutati con interesse. Il Piano di Comunicazione generale sarà supportato dall’attività di ufficio stampa a cura di Pugliapromozione. Siti web di riferimento: Portale ufficiale del turismo in Puglia www.viaggiareinpuglia.it; Portale ufficiale degli eventi in Puglia www.pugliaevents.it; Facebook Viaggiareinpuglia www.facebook.com/Weareinpuglia; Facebook Puglia www.facebook.com/PugliaEvents; Facebook Events <http://www.facebook.com/PugliaEvents>

INDICAZIONI OPERATIVE, MODALITA’ E TEMPI DI INVIO PROPOSTE



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
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 B39I18000090009

Pugliapromozione terminerà la programmazione e negoziazione media per questa campagna entro il 30 giugno 2018, data ultima per la presentazione di proposte commerciali. L’amministrazione procederà, quindi, alla valutazione e stipula dei contratti in regime di esclusività al fine di dare avvio alle attività, secondo la programmazione temporale delle diverse campagne indicate nel media mix, in coerenza con lo svolgimento degli eventi sul territorio regionale, anche prima della data di scadenza indicata ove ricorrano esigenze tecniche specifiche.

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, dovranno essere sottoscritte con firma digitale ed essere inviate esclusivamente a mezzo email all’Ufficio Comunicazione dell’Agenzia Pugliapromozione, al seguente indirizzo: media@viaggiareinpuglia.it. Attesa la necessità di predisporre – con l’accettazione da parte dell’Agenzia – un documento immutabile, in formato elettronico, ai sensi del Codice dell’Amministrazione digitale e conformemente alle disposizioni del Codice dei Contratti pubblici sulla sottoscrizione digitale dei contratti e degli atti negoziali della pubblica amministrazione, l’offerta dovrà essere sottoscritta digitalmente dal legale rappresentante o da un suo delegato, e dovrà contenere:

1. dichiarazione di esclusività per la gestione degli spazi adv, firmata dal legale rappresentante o suo delegato;
2. breve descrizione del progetto con presentazione aggiornata dei mezzi proposti (massimo 4 pagine), completa di dati specifici relativi alla diffusione/audience di riferimento;
3. periodo di visibilità con ipotesi di calendario (suscettibile ad eventuali rimodulazioni);
4. offerta economica totale, dettaglio dei servizi ed eventuale scontistica riservata, importo iva inclusa e dettaglio della percentuale applicata; in caso di ditte fornitrici aventi sede legale all’estero il soggetto proponente dovrà specificare il regime di applicazione dell’iva.
5. Specifiche tecniche relative ai servizi proposti;



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014-2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSessorato REGIONALE TURISTICO 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 B39I18000090009

6. dettaglio costo per ogni formato/mezzo e indicazione del costo/contatto per ogni mezzo proposto;
7. Comunicazione di attivazione/esistenza di conto corrente dedicato ad appalti/commesse pubbliche ai sensi dell’art. 3, comma 7 della legge n. 136/2010;

Si rende noto, altresì, che in caso di accettazione saranno richiesti i seguenti documenti:

- a) documento d’identità del legale rappresentante
- b) DGUE (come da modello fornito in fase negoziale)
- c) Registrazione alla seguente piattaforma informatica dell’ANAC:
http://www.anticorruzione.it/portal/public/classic/Servizi/ServiziOnline/_RegistrazioneProfilazioneU
- d) autodichiarazione sostitutiva iscrizione INPS/INAIL o Dichiarazione regolarità fiscale e contributiva (per imprese estere)
- e) tracciabilità dei flussi finanziari o dichiarazione sostitutiva (come da modello fornito in fase negoziale)
- f) documenti attestanti gli adempimenti in materia di sicurezza nei luoghi di lavoro
- g) autodichiarazione con indicazione di oneri sicurezza e responsabile/coordinatore sicurezza, ove previsto
- h) Dichiarazione antimafia
- i) Certificato di Iscrizione alla Camera di Commercio o certificato equivalente(per imprese estere)

La mancata trasmissione di uno solo dei documenti menzionati sarà causa risolutiva espressa di qualsiasi rapporto di collaborazione, senza nulla pretendere da parte dell’affidatario in caso di prestazioni parzialmente fornite.

CAUSE DI ESCLUSIONE

La mancanza di uno dei 7 requisiti indicati renderà la proposta non ammissibile. La proposta, pur formalmente ammissibile, non sarà accettata se non coerente con gli obiettivi strategici e i mezzi di cui al presente documento. A parità di proposte, l’Amministrazione valuterà la coerenza con gli obiettivi di cui al presente documento in rapporto a: - Diffusione del mezzo - Attinenza ai settori turismo, viaggi, beni culturali, eventi, prezzo. In caso di economie sui budget previsti, l’Aret Pugliapromozione si riserva la possibilità di valutare e approvare eventuali proposte anche



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
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 B39I18000090009

oltre la data indicata, purché coerenti con gli obiettivi e i mezzi descritti nel presente documento. 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 in coerenza con le strategie di promozione della destinazione, senza l’intermediazione di alcun media center.

Si comunica sin d’ora che le fatture emesse a valere sui servizi in oggetto, dovranno inderogabilmente essere autorizzate da certificato di conformità del servizio, ai sensi e per gli effetti dell’art. 102, comma 2, del D.lgs n. 50/2016, notificato d’Ufficio alla Vs. Spett.le ditta/agenzia al termine della prestazione, previa ricezione di tutti i giustificativi. Una volta autorizzato, il titolo di pagamento dovrà essere trasmesso a mezzo fattura digitale tramite SDI (Sistema di Interscambio) con i seguenti riferimenti:

Codice Univoco Ufficio: 8ZH8VO

Nome Ufficio di riferimento: Ufficio Comunicazione

Responsabile: Sardone Irenella

Inoltre ai sensi dell’art. 25 del Decreto Legge n.66/2014 , al fine di garantire l’effettiva tracciabilità dei pagamenti da parte delle pubbliche amministrazioni, le fatture elettroniche emesse verso le PA devono riportare:

- Il codice identificativo di gara (CIG) che verrà comunicato in sede di accettazione delle offerte;
- Il codice unico di progetto (CUP);
- La dicitura completa “Documento contabile finanziato a valere sul PO FESR FSE Puglia 2014 – 2020 – Asse VI – Azione 6.8”



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 – 2020
Asse VI – Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSessorato REGIONALE TURISTICO 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 B39I18000090009

Questa Amministrazione non potrà procedere al pagamento nemmeno parziale, sino alla ricezione, unitamente alla lettera di accettazione controfirmata digitalmente, dei giustificativi degli spazi advertising e della fattura in formato elettronico che riporti codici CIG e CUP. Le fatture emesse da ditte fornitrici aventi sede legale all’estero potranno essere emesse ed accettate in formato tradizionale cartaceo, atteso che dovranno recare i riferimenti CIG e CUP, pena il rigetto della fattura trasmessa.

Bari, 27/04/2018

Ufficio Comunicazione Pugliapromozione