



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

prot. 7340 del 27.04.2018

PIANO DI COMUNICAZIONE REGIONALE 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 ha l’obiettivo di promuovere eventi culturali ed, in generale, attività di fruizione turistica come attrattori di viaggio sul medio raggio, e dunque attraverso canali di diffusione locale e regionale.

Di seguito si specificano le indicazioni operative per la presentazione di proposte d’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 il brand Puglia in associazione ad iniziative ed eventi programmati sul territorio pugliese in riferimento alle annualità 2018-2019. L’evento diventa, in quest’ottica,



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



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

elemento portante e di richiamo del turismo all’interno della regione, ed elemento fondamentale ed emozionale della campagna di comunicazione.

L’obiettivo è quello di associare la Puglia all’idea di territorio ricco di iniziative legate a musica, spettacolo dal vivo, tradizioni, folklore, enogastronomia, ovvero ad un sistema capace di valorizzare ed ampliare l’offerta artistica e culturale, nonché 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.

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 il pubblico dell’ultimo miglio, ovvero quei cittadini, temporanei o permanenti sul territorio regionale, di età compresa tra i 18 e i 70 anni, curiosi ed abituati a spostarsi in occasione di



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

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 principalmente, ma non esclusivamente, residente in Italia, ed in particolare in Puglia e nelle regioni limitrofe.

Si possono individuare segmenti di audience ulteriori: 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 ad eventi ed 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 l’esposizione mediatica di un’immagine dell’offerta turistica moderna e vivace sotto l’aspetto artistico/culturale, in controtendenza rispetto agli stereotipi della vacanza balneare.

3. Timing

Il periodo di esposizione della campagna seguirà il calendario dei principali eventi e delle attività di valorizzazione a regia regionale, in programma per le annualità 2018-2019, che si svolgeranno in luoghi prestabiliti sul territorio regionale. La campagna prenderà avvio nel mese di maggio e si protrarrà fino alla primavera 2019, condividendo un piano dell’offerta dettagliato, per stimolare la fruizione delle attività in programma da parte del turista già in Puglia, o in procinto di partire, in modo da dare adeguata copertura e informazione sugli eventi in corso.

4. Media Mix

L’investimento media sarà articolato in modo da supportare il calendario degli eventi e delle attività di valorizzazione a regia regionale, e coinvolgerà stampa periodica e specializzata regionale, nei settori degli eventi, dei viaggi e del tempo libero, radio, web, outdoor statica e dinamica. In caso di economie sul budget, si valuteranno



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

eventuali progetti speciali e/o integrati su altri mezzi. 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 e rafforzamento della brand image del territorio pugliese associato ad iniziative culturali e di fruizione turistica; brand Puglia come sistema degli eventi e delle attività in programmazione; engagement, attraverso la condivisione di contenuti UGC. 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 Events <http://www.facebook.com/PugliaEvents.it>.

INDICAZIONI OPERATIVE, MODALITA’ E TEMPI DI INVIO PROPOSTE

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 esclusiva 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



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

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/strumenti proposti
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



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

- 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

In fase di valutazione della proposta, 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. In caso di economie sui budget previsti, l’Aret Pugliapromozione si riserva la possibilità di valutare e approvare eventuali proposte anche 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 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



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

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”

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, e dicitura obbligatoria FESR, pena il rigetto della fattura trasmessa.

Bari, 27/04/2018

Ufficio Comunicazione Pugliapromozione