



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

PROCEDURA APERTA PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI IDEAZIONE CREATIVA DI PROGETTI DI COMUNICAZIONE DELLA DESTINAZIONE TURISTICA PUGLIA PER CONTO DELL'AGENZIA REGIONALE PER IL TURISMO PUGLIAPROMOZIONE

CAPITOLATO SPECIALE DI GARA.

CIG: 48792769EC

CUP: B39E12001270009

Stazione appaltante: Agenzia Regionale del Turismo (ARET) denominata PUGLIAPROMOZIONE.

PREMESSA

L'Agenzia Regionale del Turismo (ARET), denominata PUGLIAPROMOZIONE, è lo strumento operativo delle politiche della Regione in materia di promozione dell'immagine unitaria della Puglia, fa riferimento alla programmazione regionale e opera in raccordo con gli enti locali nell'ottica dello sviluppo sostenibile e dei valori dell'accoglienza e dell'ospitalità.

1

L'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione, nell'assolvimento della propria funzione, con la presente gara intende affidare il servizio di ideazione creativa e sviluppo dei progetti di comunicazione della destinazione turistica Puglia nell'ambito del progetto "Comunicazione dei prodotti turistici regionali/Media planning e produzione materiali editoriali", cofinanziato dall'Unione Europea nell'ambito del P.O. FESR 2007/13 Azione 4.1.2. Lettera E.

Il servizio richiesto comprende:

- ideazione creativa dell'identità visiva della destinazione turistica Puglia,
- progettazione e realizzazione di campagne di comunicazione a livello nazionale ed internazionale,
- realizzazione del design per il nuovo portale turistico regionale,
- consulenza qualificata e supervisione tecnica nella strategia di comunicazione della destinazione Puglia.

I progetti oggetto della presente gara sono parte fondamentale della nuova **strategia** di marketing elaborata dall'Agenzia e basata sulle seguenti **Vision** e **Mission**:

Vision
"LIVE YOUR PUGLIA EXPERIENCE"



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

Puglia quale destinazione turistica in grado di offrire emozioni esperienziali uniche.

"La Puglia è una destinazione nella quale è possibile vivere le esperienze che si cercano e che si ricordano. Possiede i colori, i sapori, i paesaggi tipicamente mediterranei, è capace di un grande senso di accoglienza e ospitalità. È una terra al contempo "autentica" e "contemporanea", in giusto equilibrio tra tradizione e innovazione, tra storia e futuro, esperienze nuove e antiche tradizioni. È una Regione giovane e dinamica, aperta al mondo ed alle culture, che scommette sulla qualità della vita e sulla sostenibilità del proprio modo di vivere".

Mission

Promuovere l'"Esperienza Puglia" posizionandola tra le maggiori destinazioni turistiche europee per varietà e qualità dell'offerta. Attrarre flussi turistici non solo in estate ma durante tutto l'anno (destagionalizzazione).

La strategia di comunicazione dell'Agenzia quindi ha come obiettivo generale la valorizzazione del brand Puglia e delle esperienze possibili sul territorio, in un'ottica fresca e innovativa. Tale strategia sarà attuata attraverso la pianificazione di campagne di comunicazione integrate online/offline nonché il potenziamento dei canali di informazione e interazione diretta dell'Agenzia (ad esempio siti web, canali social, applicazioni mobile).

2

Tutte le attività di comunicazione dovranno ispirarsi alle tendenze emergenti nel mercato turistico nazionale ed internazionale, che vedono i canali "tradizionali" e dell'intermediazione perdere appeal a fronte di una crescita di quelli "innovativi" e diretti al consumatore finale, soprattutto alla luce delle nuove opportunità offerte dal web in termini di quantità e rapidità di accesso alle informazioni. Con l'espansione del canale internet per la comunicazione e distribuzione dei servizi turistici aumenta la capacità dei turisti di organizzare da soli il proprio viaggio e allo stesso tempo cresce l'importanza delle community, dei social network e del passaparola nell'orientamento delle scelte (ragione per la quale è volontà di PugliaPromozione investire maggiormente sul web, sull'utilizzo di new media e nuove forme di comunicazione).

Target principale sarà quindi quello del viaggiatore ovvero del turista "fai-da-te", capace di organizzare in maniera autonoma il proprio viaggio, utilizzando i nuovi canali "diretti" disponibili anche grazie alla diffusione di Internet.

La pianificazione delle campagne, ed in generale di tutte le attività di comunicazione, sarà elaborata nell'ottica della destagionalizzazione dei flussi turistici sul territorio: obiettivo importante dell'intera strategia è infatti la promozione del territorio durante tutto l'anno e



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

non solo durante il periodo estivo.

Inoltre, tutte le attività saranno orientate in due direzioni: rafforzamento, ovvero, consolidamento dei principali bacini di flussi turistici incoming, presentazione della Puglia quale brand-of-Experience a nuovi potenziali. La strategia di comunicazione turistica regionale punterà molto sulla comunicazione internazionale (mercati prioritari e potenziali): la promozione all'estero della Puglia quale territorio altamente attrattivo sia dal punto vista turistico che esperienziale è infatti una priorità nell'ottica del potenziamento dei flussi turistici fuori stagione. I mercati internazionali di interesse sono, a titolo non esaustivo: Germania, Francia, Regno Unito, Spagna, Paesi scandinavi, Olanda, Svizzera e Russia.

Tutte le attività previste influenzeranno e/o saranno integrate nelle complementari iniziative di natura promozionale ed in generale in ogni iniziativa ove la Puglia sia presente sia come brand sia come immaginario o genere tematico.

In relazione a quanto appena descritto Pugliapromozione indice la presente procedura di gara finalizzata all'individuazione di un'agenzia o un gruppo da considerare come partner di lavoro nell'elaborazione della strategia creativa di comunicazione della destinazione turistica. Ne consegue che il soggetto aggiudicatario dovrà avere al suo interno le componenti strutturali nonché le competenze strategiche, creative ed operative per progettare, sviluppare e realizzare progetti complessi ed integrati, secondo quanto dettagliato nel presente Capitolato.

3

Art. 1
OGGETTO E DURATA

Oggetto della presente procedura è l'affidamento dei servizi connessi all'elaborazione creativa ed alla consulenza tecnica in materia di comunicazione per conto dell'ARET Pugliapromozione.

Più specificatamente i servizi richiesti sono:

1. Progettazione dell'identità visiva generale della destinazione turistica Puglia;
2. Ideazione creativa, progettazione e realizzazione di campagne integrate on/off line in ambito nazionale ed internazionale (fino a n. 7 campagne);
3. Elaborazione grafica (web design) del nuovo portale turistico regionale (www.viaggiareinpuglia.it) e dei canali web e mobile affini;
4. Consulenza qualificata e supervisione tecnica relativamente alla comunicazione della destinazione turistica Puglia.

Si precisa che il servizio richiesto non comprende:

- creazione di un nuovo marchio;



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

- media strategy, pianificazione media e/o media buying.

L'appalto avrà una durata massima di due anni e comunque fino al limite massimo del 31.12.2014. Resta salvo che il servizio potrà esaurirsi anche prima di tale scadenza.

ART. 2

DIRITTI DI UTILIZZO ED ESCLUSIVA

2.1 Utilizzo di foto/immagini/illustrazioni, video e brani musicali/tracce audio

Nel caso in cui lo sviluppo dei progetti creativi oggetto del presente bando rendesse necessario l'utilizzo di foto/immagini/illustrazioni, video, brani musicali/tracce audio e/o materiali affini, questi dovranno essere originali e liberi di diritti da parte di terzi. L'Aggiudicatario dovrà quindi garantire il libero utilizzo dei materiali senza limiti temporali e territoriali. Dovrà inoltre fornire tutte le idonee licenze d'uso esclusive, la documentazione relativa all'estensione dei diritti, eventuali credits, liberatorie nel caso di materiale in cui siano presenti beni e/o persone e ogni altra documentazione richiesta dalla legge in materia. Resta salva in ogni caso l'assenza di qualunque responsabilità dell'Amministrazione in merito al pregiudizio recato a diritti di terzi di qualsivoglia natura.

2.2 Diritto di esclusiva.

Pugliapromozione avrà il **diritto d'uso esclusivo** e senza condizione di tutti gli elaborati prodotti durante il periodo contrattuale e rientranti nell'ambito dei servizi oggetto di gara. Il Committente avrà quindi libera e completa disponibilità del materiale.

L'Aggiudicatario dovrà garantire che tutto il materiale creativo prodotto in sede di gara e durante il periodo contrattuale è originale, pienamente disponibile e tale da non dar luogo, né in Italia né all'estero a contestazioni per plagio, imitazione o contraffazione da parte di terzi sul piano del diritto e dell'autodisciplina pubblicitaria.

In ogni caso l'Aggiudicatario si impegnerà a tenere la Committenza sollevata ed indenne da ogni pretesa che, in Italia o all'estero, venisse eventualmente avanzata nei confronti della stessa Committenza da chiunque e a qualsiasi titolo in relazione alla diffusione del materiale realizzato, anche se approvato dal Committente.

Si precisa che a conclusione del contratto, l'aggiudicatario si impegna a fornire, in via esclusiva, a Pugliapromozione l'intero archivio delle produzioni creative (foto, immagini, audio, video, copy,...) su supporto hardware, completo di file di progetto aperti e file definitivi non modificabili.

Tale materiale deve essere accompagnato da liberatoria sull'utilizzo esclusivo organizzato in cartelle, data, campagna e mezzo utilizzato.

Si evidenzia, infine, che Pugliapromozione diventa proprietaria esclusiva e unico utilizzatore del materiale oggetto del presente contratto, e che l'aggiudicatario o terzi, non potranno vantare alcun diritto sullo sfruttamento e utilizzo di esso.

ART. 3



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

All'Aggiudicatario è richiesta l'ideazione creativa di progetti di comunicazione ovvero ideazione dell'identità visiva generale della destinazione turistica Puglia, progettazione e sviluppo di **campagne di comunicazione** (numero massimo 7 campagne), coerenti con la strategia generale di Pugliapromozione sopra richiamata e con i brief di volta in volta da questa prodotti, progettazione grafica del nuovo **portale turistico regionale** (e degli strumenti web e mobile affini), e una **consulenza generale** al Committente in tema di comunicazione dei prodotti turistici.

Si specifica che Pugliapromozione intende sviluppare una comunicazione coerente e integrata su diversi canali di comunicazione online e offline. Ne consegue che la progettazione delle campagne e del web design del portale dovrà essere realizzata nell'ambito di un progetto di comunicazione unico nel quale sia riconoscibile la destinazione anche attraverso una continuità grafica. Le campagne e il sito web, pertanto, pur nella differenziazione dei messaggi (ad es: headline, copy, visual), potranno anche risultare quali declinazioni di un'unica creatività complessiva della comunicazione della destinazione e dei prodotti turistici regionali.

Ciascun progetto di comunicazione richiesto, potrà essere orientato alla promozione di:

- A. uno più **territori** della Puglia (cfr. "Prodotti dell'offerta pugliese" su www.agenziaPugliapromozione.it):
- Gargano e Daunia;
 - Bari e la costa;
 - Magna Grecia, Murgia e Gravine;
 - Puglia Imperiale;
 - Salento;
 - Valle d'Itria e Murgia dei Trulli;
 - Località e Comuni specifici della Puglia;
- B. uno o più **prodotti** dell'offerta turistica regionale (cfr. "Prodotti dell'offerta pugliese" su www.agenziaPugliapromozione.it):
- Arte e cultura;
 - Business;
 - Enogastronomia;
 - Eventi e intrattenimento;
 - Mare;
 - Natura, sport e benessere;
 - Tradizione e spiritualità;



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

- C. uno o più prodotti turistici intesi come **"esperienze di viaggio"** e dunque orientati alla promozione della Puglia quale destinazione ideale per uno o più relativi segmenti di domanda/bisogni della domanda, a titolo esemplificativo:

Assistere a spettacoli, festival ed eventi; Backpackers e viaggi low budget; Benessere e cura di se stessi; Celebrazioni; Congressi e grandi eventi; Cura della salute; Long-staying; Lusso ed esclusività; Pratica sportiva; Relax e fuga dal mondo; Ricerca dell'autentico (sapori, persone, ambiente, tradizioni, prodotti); Ricerca dell'avventura; Scoperta dell'arte, della storia e della cultura; Shopping; Spiritualità e devozione; Svago e divertimento; Transito e short break; Turismo LGBT friendly; Vacanze con bambini; Vacanze di persone anziane; Viaggi d'affari; Viaggi di nozze; Viaggi di persone con disabilità; Viaggi incentive; Viaggi organizzati all-inclusive; Viaggi sostenibili e a contatto con la natura; Viaggi di un gruppo di amici.

- D. al **matching** tra i succitati punti A, B e C ovvero a obiettivi promozionali, collegati ad una precisa esigenza di posizionamento, anche temporale o presso target precisi. A titolo puramente esemplificativo:

- Promozione della città di Lecce quale destinazione del turismo dell'arte e della cultura;
- Promozione della Puglia quale destinazione del turismo degli eventi e dell'intrattenimento, in particolare per target giovanili alla ricerca di svago e divertimento, tutto l'anno;
- Promozione del Gargano quale destinazione del turismo balneare e della natura, in particolare per le famiglie con bambini che cercano esperienza di relax estivo;
- Promozione della Puglia quale destinazione per chi cerca esperienze di viaggio sostenibili ed a contatto con la natura, alla ricerca dell'autentico (sapori, persone, ambiente, tradizioni, prodotti);
- Promozione della Città di Taranto, quale destinazione del turismo di "Scoperta dell'arte, della storia e della cultura" (città della Magna Grecia), di "Ricerca dell'autentico" (I riti della settimana santa);
- Etc.

Il progetto finale atteso è, pertanto, la traduzione, in termini creativi e grafici, della strategia di comunicazione di Pugliapromozione, coerente con gli obiettivi di posizionamento generali e di volta in volta scelti, nonché coerente con l'esigenza di mantenere una riconoscibilità grafica attraverso elementi di continuità in tutte le azioni di comunicazione (le diverse campagne, il nuovo portale turistico, etc).

Il Committente, infatti, non ritenendo opportuna ed efficace la progettazione di una creatività generalista e dai contenuti indefiniti, ritiene di voler individuare una strategia comunicativa generale che sia duttile ed adattabile ai differenti messaggi che essa dovrà veicolare. Tali messaggi, preventivati nel numero massimo di sette campagne per il periodo contrattuale,



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

corrisponderanno pertanto ad altrettante campagne di comunicazione (concept diversi) che l'Aggiudicatario produrrà sotto il profilo della ideazione creativa, dello sviluppo sui media individuati e della finalizzazione e produzione ove previsto.

SI PRECISA CHE PUGLIAPROMOZIONE GARANTISCE L'AFFIDAMENTO DEI SEGUENTI SERVIZI:

- servizio di ideazione dell'identità visiva generale della destinazione turistica Puglia;
- servizio di elaborazione grafica (web design) del nuovo portale turistico regionale;
- servizio di consulenza qualificata e supervisione tecnica.

Per quanto attiene al servizio di ideazione, progettazione e realizzazione di sette campagne integrate on/off line in ambito nazionale e internazionale, questa amministrazione garantisce l'esecuzione di almeno una delle predette campagne.

3.1 SERVIZIO DI IDEAZIONE DELL'IDENTITÀ VISIVA GENERALE DELLA DESTINAZIONE TURISTICA PUGLIA

Costituisce oggetto del servizio da aggiudicare in base al presente avviso *la progettazione dell'identità visiva generale della destinazione turistica Puglia*, nei termini specificati in questo articolo.

a) Progettazione dell'identità visiva

Per progettazione dell'identità visiva si intende l'identificazione e la costruzione di un "set" di elementi grafici e cromatici caratterizzanti, da utilizzare in tutti gli strumenti di comunicazione della destinazione turistica Puglia. Tale progettazione non potrà prescindere dall'attuale marchio:



b) Produzione di un manuale d'uso

Si richiede la progettazione e produzione di un **Manuale d'uso** degli elementi grafici e di comunicazione identificati come caratterizzanti per l'identità visiva della destinazione turistica Puglia. L'Aggiudicatario della presente gara dovrà quindi realizzare e fornire al Committente:



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

- n. 1 documento esplicativo di quanto sopra indicato, completo di tutti gli elementi grafici coordinati (ad esempio linee guida del sistema di identità, indicazioni del sistema dei colori, della/e font usate, iconografia, usi ed applicazioni corrette ed errate);
- n. 1 set completo degli elementi grafici, nel formato adeguato per la realizzazione di tutti gli esecutivi e i materiali di comunicazione.

Si precisa che tale documento dovrà fornire a Pugliapromozione anche le linee guida per la declinazione corretta della creatività in altri ambiti affini alla campagna approvata. In particolare si richiede l'inserimento di linee guida relative all'adattamento della creatività in allestimenti fieristici e/o in occasione di eventi in cui la destinazione Puglia sarà presente.

c) Shooting fotografico

Si richiede la realizzazione di almeno uno *shooting fotografico* che abbia come oggetto la destinazione turistica Puglia. Gli scatti potranno avere come oggetto il territorio, eventuali protagonisti e/o scenari territoriali con protagonisti (esperienze). I file selezionati da Pugliapromozione (con la supervisione del Committente), nel numero minimo di almeno n. 50, diventeranno parte del patrimonio fotografico di Pugliapromozione, la quale ne avrà il diritto d'uso esclusivo e potrà utilizzarli anche in materiali diversi rispetto a quanto contenuto nel presente bando di gara. Si precisa quindi che i suddetti file fotografici dovranno essere consegnati a Pugliapromozione in formato ad alta risoluzione.

8

Questo servizio dovrà essere organizzato e gestito dall'Aggiudicatario con la supervisione di Pugliapromozione. A titolo esemplificativo ma non esaustivo l'Aggiudicatario dovrà occuparsi di: scelta delle location, organizzazione e gestione dell'eventuale casting, compenso degli eventuali protagonisti/testimonial scelti per gli scatti, produzione e postproduzione. Pertanto, nella elaborazione della offerta economica, l'Aggiudicatario dovrà considerare anche i costi derivanti da questa attività.

3.2 SERVIZIO DI IDEAZIONE CREATIVA, PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE INTEGRATE ON/OFF LINE IN AMBITO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

Costituisce oggetto del servizio da aggiudicare in base al presente avviso *la ideazione, progettazione e realizzazione di campagne di comunicazione*, nei termini specificati in questo articolo.

a) Ideazione e progettazione delle campagne di comunicazione

Per ideazione e progettazione di campagne di comunicazione si intende la progettazione del **concept** (in totale, fino a sette diversi concept) e il conseguente sviluppo creativo di questo su tutti i mezzi e i canali selezionati dal Committente e che saranno di volta in volta dettagliati in ogni brief (ad esempio stampa, ooh, radio, web).



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

L'output finale di ogni campagna dovrà contenere: n. 1 documento esplicativo del concept scelto e degli elementi grafici principali, nonché la declinazione della campagna su tutti i materiali individuati dal Committente in fase di brief. Di conseguenza, con riferimento ad ogni singola campagna, le declinazioni richieste potranno essere:

- n. 2 annunci stampa (orizzontale/verticale);
- n. 2 manifesti/poster (orizzontale/verticale);
- n. 2 storyboard per video (60" e 1'30");
- n. 2 script radio (per spot 15" e 30");
- n. 3 storyboard per banner web (box/leaderboard/skyscraper);
- n. 2 adattamenti layout profili social ufficiali (Facebook e Twitter);
- n. 1 landing page;
- n. 1 adattamento per stand fieristico di 400 mq (su progettazione consegnata da Pugliapromozione).

Resta inteso che le declinazioni saranno strettamente collegate al Media Mix individuato per ogni campagna (ad esempio in caso di campagna OOH e web non sarà richiesta la declinazione radio).

Si ribadisce che le campagne dovranno avere una continuità grafica (colori, font, tecnica e strategia generale di comunicazione), pur nella differenziazione dei messaggi e nella tipologia dei mezzi selezionati. Il coordinamento grafico e l'integrazione visiva tra le campagne da produrre servirà a rendere riconoscibile la comunicazione della destinazione Puglia, anche se rivolta a target diversi ed anche se finalizzata a diffondere messaggi diversi.

9

Declinazione delle campagne per i mercati esteri

Si precisa che le campagne proposte dovranno essere modificate e/o direttamente progettate in base ai target esteri definiti di volta in volta dal Committente (ad esempio: copy scritti direttamente in lingua straniera e visual eventualmente adattati ai diversi mercati). Questo perché i mercati esteri rappresentano un punto chiave della nuova strategia di Pugliapromozione ed è molto importante elaborare progetti creativi ad hoc per i mercati individuati.

La traduzione dei contenuti della campagna sarà a cura e carico dell'Aggiudicatario che dovrà quindi garantirne la correttezza grammaticale/stilistica/concettuale in base alla lingua e ai mercati individuati.

L'Aggiudicatario dovrà quindi garantire il servizio di traduzione delle campagne attraverso esperti madrelingua in almeno le seguenti lingue: inglese, francese, tedesco, spagnolo.

b) Finalizzazione e produzione dei materiali



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

La finalizzazione degli esecutivi, nonché la produzione dei materiali **stampa e video** sarà a carico e cura del Committente, che svolgerà il lavoro con la supervisione tecnica dell'Aggiudicatario.

La produzione degli spot radio e la produzione dei materiali web (ed eventualmente *mobile*) sarà a cura e carico dell'Aggiudicatario che dovrà quindi occuparsi di tutto il processo di lavoro dalla progettazione alla produzione dei file finali (sempre con la supervisione del Committente).

La produzione completa di n. 2 **spot radio** (15" e 30") è richiesta per ogni campagna in cui sarà previsto l'utilizzo del mezzo radio. Il numero massimo di spot da produrre sarà quindi:

- n. 7 spot da 15"
- n. 7 spot da 30".

La produzione dei materiali **web** dovrà prevedere per ogni campagna:

- produzione banner nei formati previsti nel Media Plan di volta in volta approvato: fino a n. 10 formati standard (n. 10 formati swf e n. 10 gif), fino a n. 5 formati speciali, fino a n. 2 formati video, fino a n. 5 formati per DEM e/o newsletter;
- declinazione dei banner secondo le specifiche tecniche fornite dal Committente (in base alle concessionarie inserite nel Media Plan e comunque non oltre n. 5 declinazioni per formato);
- progettazione e produzione di n. 1 landing page
- adattamento design pagine attive sui principali social network: fino a n. 3 adattamenti per Facebook, fino a n. 3 per Twitter, fino a n. 3 per YouTube.

10

c) Advertising test

Si ritiene compresa nel servizio richiesto l'organizzazione di almeno n. 1 **focus group** per ogni campagna progettata (n. 7 *focus group* totali). Tale richiesta è legata alla volontà del Committente di sottoporre a test ("*advertising test*") ciascuna campagna di comunicazione prima dell'effettiva approvazione finale.

Il gruppo di test, organizzato a cura ed onere dell'Aggiudicatario, dovrà essere composto da un numero congruo di persone, appartenenti al target indicato dal Committente in fase di briefing. Attraverso la metodologia concordata e messa in atto dall'Aggiudicatario, il test dovrà servire a selezionare tra almeno n. 2 diversi messaggi/soluzioni creative, a testarne il gradimento, l'efficacia e il ricordo della campagna.

d) Indicazioni operative

L'Aggiudicatario dovrà fornire a Pugliapromozione tutti gli elaborati connessi alla creatività della campagna ed alle sue declinazioni sui vari strumenti richiesti in formato pdf a bassa e alta risoluzione ed in formato sorgente, dunque aperti, modificabili e lavorabili in modo da consentire al Committente di poter procedere all'utilizzo degli elaborati, alla finalizzazione dei



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E



Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo



Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

layout e degli adattamenti e dunque alla produzione di esecutivi per la realizzazione e la produzione diretta degli strumenti di comunicazione.

La progettazione creativa dei materiali delle campagne dovrà sempre prevedere:

- l'utilizzo del marchio "PUGLIA":



- la presenza del marchio dell'Unione Europea, del marchio della Regione Puglia e del marchio di Pugliapromozione:



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2007 - 2013
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E



Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo



Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

- l'indicazione del sito web ufficiale www.viaggiareinpuglia.it e di eventuali altri siti (ad esempio www.pugliaevents.it)

Inoltre, ove possibile, i materiali dovranno contenere il riferimento a uno o più canali social ufficiali ed attivi nella modalità più adeguata al tipo di mezzo (ad esempio inserimento solo dei loghi dei canali attivi, inserimento dei link, ecc.)

Tutti i marchi sopra citati potranno essere richiesti, in formato vettoriale, ai fini della elaborazione della proposta tecnica, all'indirizzo email: comunicazione@viaggiareinpuglia.it

3.3) SERVIZIO DI ELABORAZIONE GRAFICA (WEB DESIGN) DEL NUOVO PORTALE TURISTICO REGIONALE



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

Costituisce oggetto del servizio da aggiudicare in base al presente avviso *la ideazione ed elaborazione grafica del nuovo portale turistico regionale*, nei termini specificati qui di seguito.

a) La riprogettazione del portale www.viaggiareinpuglia.it

Il servizio richiesto prevede il web design del portale turistico regionale www.viaggiareinpuglia.it e l'attività di copywriting per le parti statiche del portale (ad esempio pagina di presentazione della destinazione, delle aree territoriali, etc).

Si precisa che **non** è richiesta la progettazione dell'architettura dei contenuti, dell'organizzazione delle informazioni nonché la realizzazione finale del sito internet. Sarà cura del Committente fornire all'Aggiudicatario il documento finale sulla riprogettazione dell'architettura del sito web nonché sull'organizzazione delle informazioni in pagina.

Il progetto di web design dovrà essere coerente con gli elementi di continuità grafica richiamati nel presente Capitolato e dovrà comprendere più precisamente:

- ideazione e progettazione complessiva del layout grafico della home page e delle pagine interne;
- attività di copy legata agli elementi strutturali del portale (parte statica);
- produzione di tutti i file esecutivi e pronti per il montaggio sull'architettura software, secondo le indicazioni fornite da Pugliapromozione o da Innovapuglia (la società in house alla Regione Puglia, che si occuperà dello sviluppo del sito web). Si richiedono in particolare prototipi HTML funzionanti e conformi alla progettazione grafica richiesta al primo punto, comprensivi di fogli di stile CSS, oggetti grafici (immagini, icone, ecc.), eventuali componenti dinamiche in javascript basate sui più diffusi framework.

Inoltre il servizio richiesto dovrà prevedere:

- progettazione degli elementi grafici delle pagine ufficiali sui canali social gestiti da Pugliapromozione;
- progettazione grafica dei layout per la versione mobile del portale e di due applicazioni mobile;
- coordinamento e supervisione dell'adattamento grafico del sito internet www.pugliaxp.it;
- coordinamento e supervisione dell'adattamento grafico del sito internet www.pugliaevents.it (con fornitura di indicazioni grafiche al web designer che si occuperà del restyling del sito, tali da rendere il portale il più possibile integrato all'interno dello stesso sistema di comunicazione online della Puglia).

b) Alcuni elementi del nuovo portale turistico regionale

Pugliapromozione e Innovapuglia intendono sviluppare un nuovo portale turistico regionale che costituirà l'evoluzione dell'attuale [viaggiareinpuglia.it](http://www.viaggiareinpuglia.it), quale strumento centrale del marketing turistico territoriale. Il nuovo portale da una parte anticiperà l'esperienza del



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

viaggio e dall'altro fornirà al turista servizi utili per l'organizzazione e per la fruizione del territorio.

Tale lavoro di sviluppo è incentrato sui seguenti aspetti:

- riorganizzazione dei contenuti utilizzando i prodotti/target della strategia Pugliapromozione, valutando la profilazione degli utenti e migliorando la fruizione e la navigazione, per prodotti/temi, a seconda del profilo o tramite mappa;
- implementazione dei contenuti e integrazione con il materiale multimediale (in parte già disponibile sul portale);
- integrazione nel portale dei profili social ufficiali;
- sviluppo del blog per ricevere e accorpare racconti di viaggio (IN) e sviluppo di un contact center specifico per rispondere alle domande degli utenti (OUT);
- implementazione delle funzionalità collegate alla geolocalizzazione (da potenziare nella versione mobile);
- implementazione di un configuratore di itinerari/trip planner.

L'obiettivo strategico del nuovo portale turistico, da perseguire sia attraverso la architettura web (non di competenza dell'Aggiudicatario) che attraverso la linea di comunicazione (visual e copy) è **permettere una navigazione "basata sull'esperienza ricercata"**, molto profilata sull'utente (cosa posso fare, cosa mi può piacere di più, qual è la proposta più vicina ai miei sogni), interattiva, ricca di servizi, facile e intuitiva.

13

Inoltre, ai fini di una visione più completa sulle attività in corso dell'Agenzia, si segnala che è stato appena pubblicato il sito istituzionale di Pugliapromozione ovvero il *Destination Management System* (www.agenziaPugliapromozione.it). Il nuovo sistema, tra le altre funzionalità, permette a tutti gli operatori turistici di caricare contenuti visibili direttamente sul portale (UGC) e inoltre propone la riorganizzazione completa dei contenuti relativi all'offerta turistica, anticipando la logica di navigazione che seguirà il nuovo portale turistico regionale: bisogni della domanda, dei target e dunque del singolo viaggiatore.

3.4) SERVIZIO DI CONSULENZA QUALIFICATA E SUPERVISIONE TECNICA

L'Aggiudicatario della presente gara dovrà rendere il servizio di **consulenza qualificata e assistenza tecnica** per il periodo di un anno a partire dalla data di sottoscrizione del contratto.

Tale servizio consiste nell'assistere Pugliapromozione, quale partner a 360° sulla definizione dei contenuti e dei messaggi e dunque della tecnica del comunicare.

Più specificatamente, nel corso del primo anno di attività, l'Aggiudicatario dovrà fornire assistenza tecnica qualificata per almeno 3 diverse attività relative alla comunicazione, che potranno riguardare (a titolo esemplificativo e non esaustivo):



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

1 - Riadattamento di progetti grafici già esistenti, attraverso:

- una riunione di lavoro (briefing);
- un documento di output (che dovrà contenere indicazioni operative ed elaborazioni grafiche);
- una ulteriore riunione di lavoro (presentazione dell'output);
- modifiche al documento finale di output;

2 - Organizzazione del gruppo di lavoro (staff) di Pugliapromozione e delle strutture regionali coinvolte nella realizzazione delle azioni di comunicazione (redazioni dei portali, redazioni canali social, grafici, staff di comunicazione e media strategy), attraverso:

- una riunione di lavoro (briefing);
- un documento di output (che dovrà contenere indicazioni operative, modelli ed istruzioni organizzative);
- una ulteriore riunione di lavoro (presentazione dell'output e formazione relativa);

3 - Supervisione ad altro eventuale shooting si rendesse necessario durante il periodo contrattuale e fosse realizzato direttamente da Pugliapromozione o attraverso altri fornitori;

4 - Supervisione alla fase di adattamento della creatività ed alla realizzazione degli strumenti di comunicazione, che riguardi almeno 20 diversi output delle campagne (tra annunci stampa, spot radio, spot video, banner web, esecutivi di stampa, allestimenti, merchandising, etc) e che comporti (a titolo esemplificativo e non esaustivo):

- fornire al Committente indicazioni operative (ad es: scelta dei materiali, dei formati più idonei, modalità di produzione, etc);
- apportare correzioni/modifiche al file grafico;
- interfacciarsi con l'Agenzia o con il fornitore incaricato per fornire indicazioni circa modifiche e correzioni o modalità operative e tecniche di produzione.

L'Aggiudicatario dovrà erogare almeno tre tra i servizi sopra indicati. La scelta di quale servizio attivare sarà effettuata dal Committente durante il primo anno del periodo contrattuale. L'Aggiudicatario ed il Committente potranno concordare eventualmente altre tipologie di attività diverse ed ulteriori rispetto a quelle sopra indicate, fermo restando il limite delle tre attività quale obbligo dell'Aggiudicatario.

ART. 4

MODALITA' DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO

Tutte le attività connesse al servizio richiesto saranno realizzate dall'Aggiudicatario con la supervisione del Committente.



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

Si prevede quindi l'organizzazione di una serie di riunioni di lavoro tra le parti alle quali parteciperanno i rappresentanti/responsabili dei settori interessati (almeno n. 6 riunioni in un anno e comunque in base alle necessità di lavoro relative ad ogni singolo progetto).

Tutte le riunioni si terranno di regola presso la sede del Committente, a Bari, ovvero attraverso collegamento telematico (videoconferenza). Le date delle riunioni di lavoro saranno comunicate dal Committente all'Aggiudicatario. Di ogni riunione di lavoro verrà redatto, a cura dell'Aggiudicatario un verbale nel quale saranno elencate le attività che dovranno essere svolte e presentate alle successive riunioni, l'aggiornamento sullo stato dei lavori e sugli eventuali prodotti condivisi e approvati.

La presentazione dei singoli progetti creativi dovrà avvenire in sede di riunione di lavoro. L'Aggiudicatario sarà tenuto ad apportare agli elaborati le eventuali modifiche o nuove elaborazioni che la Committenza dovesse richiedere, senza che questo possa comportare alcuna maggiorazione dei costi.

Tutte le comunicazioni relative alla esecuzione dei servizi dovranno avvenire esclusivamente attraverso email, all'indirizzo del Responsabile della esecuzione indicato dal Committente.

L'Aggiudicatario dovrà indicare un Responsabile delle attività, che sarà unico referente per la Committenza per la esecuzione dei servizi.

ART. 5
RISERVE

Pugliapromozione si riserva, in ogni caso, la possibilità di non procedere ad aggiudicazione se nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto contrattuale, ovvero per sopravvenuta e diversa esigenza dell'Amministrazione o mancata attivazione del progetto, in conformità a quanto previsto dall'articolo 81, comma 3, del D. Lgs. n.163/2006. **In tal caso le ditte partecipanti alla gara non potranno vantare alcun diritto nei confronti di Pugliapromozione, né per danno emergente, né per lucro cessante.**

Pugliapromozione si riserva la facoltà di anticipare la stipula del contratto e la relativa esecuzione, in caso di necessità ed urgenza per l'attivazione del servizio in questione.

ART. 6
GRUPPO DI LAVORO

L'Aggiudicatario dovrà in considerazione della natura dell'attività oggetto del presente capitolato, mettere a disposizione di Pugliapromozione un gruppo di lavoro composto almeno dalle seguenti professionalità.

L'Aggiudicatario dovrà garantire (specificandolo nella offerta tecnica ed economica) un gruppo di lavoro, con la seguente composizione minima:

a) n.1 **art director**, con una esperienza professionale di almeno 5 anni nel ruolo, dirigendo progetti di comunicazione complessi e campagne di comunicazione;



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

- b) n.1 **copywriter** con una esperienza professionale di almeno 5 anni nel ruolo, in progetti di comunicazione complessi e campagne di comunicazione;
- c) n.1 **account manager**, con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo, in progetti di comunicazione complessi e campagne di comunicazione;
- d) n.1 **graphic designer**, con almeno 3 anni di esperienza nel ruolo, in progetti di comunicazione complessi e campagne di comunicazione;
- e) n. 1 **web designer**, con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo, in progettazione grafica di siti web complessi e strumenti web.

Il gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno presentarsi nel corso dello svolgimento delle attività. L'Aggiudicatario dovrà inoltre garantire il servizio di traduzione delle campagne attraverso esperti madrelingua in almeno le seguenti lingue: inglese, francese, tedesco, spagnolo.

Se, durante lo svolgimento del servizio, l'Aggiudicatario dovesse avere la necessità di sostituire i componenti che prestano la propria opera, sarà necessario formulare specifica e motivata comunicazione all'Agenzia, indicando il nominativo ed i curriculum vitae dei componenti che si intende proporre in sostituzione a quelli indicati in sede di offerta. Tale sostituzione deve essere preventivamente valutata ed autorizzata dalla Committente.

Nel caso in cui l'offerta provenga da un raggruppamento di soggetti, la composizione del gruppo di lavoro dovrà indicare l'appartenenza di ciascun componente rispetto ai soggetti costituenti il raggruppamento.

Sono a carico dell'Aggiudicatario, intendendosi remunerati con il corrispettivo contrattuale di cui alla presente procedura di gara, tutti gli oneri ed i rischi connessi relativi alla prestazione delle attività oggetto dell'affidamento, nonché ogni altra attività si rendesse necessaria per la prestazione degli stessi, o comunque, opportuna per un corretto e completo adempimento delle obbligazioni previste, ivi compresi quelli relativi ad eventuali spese di trasporto, di viaggio e di missione per il personale addetto alla esecuzione contrattuale.

L'Aggiudicatario è unico responsabile nei confronti del personale impiegato e dei terzi nell'espletamento del Servizio. Esso è obbligato ad osservare la normativa vigente a tutela dei lavoratori, sotto ogni profilo, anche quello previdenziale e della sicurezza.

L'Aggiudicatario ha l'obbligo di garantire i lavoratori per le ipotesi di infortunio di qualsiasi genere che possano verificarsi nello svolgimento anche di quella parte di attività dagli stessi prestata direttamente all'interno dei locali del committente, manlevando quest'ultima da ogni eventuale richiesta di risarcimento.

L'Aggiudicatario ha l'obbligo di osservare, oltre che il presente Capitolato, ogni altra norma di legge, decreto e regolamento, vigenti od emanati in corso d'opera in tema di assicurazioni sociali ed è tenuto al rispetto di tutte le normative relative alle assicurazioni sociali del



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

personale addetto ed alla corresponsione dei relativi contributi, esonerando di conseguenza il Committente da ogni e qualsiasi responsabilità civile in merito.

ART. 7

ONERI ED OBBLIGHI DELL'AGGIUDICATARIO

L'Aggiudicatario è responsabile per ogni parte, nessuna esclusa o riservata, **dell'espletamento dei servizi** di cui innanzi per tutta la durata contrattuale.

L'Aggiudicatario dovrà assicurare la **buona esecuzione** dei servizi, con salvezza del diritto dell'Amministrazione al risarcimento dei danni, anche di immagine, che dovessero essergli arrecati.

Nell'esecuzione del contratto, l'Aggiudicatario sarà tenuto a curare scrupolosamente che i messaggi contenuti nelle campagne pubblicitarie siano conformi a tutte le leggi in Italia e negli ulteriori paesi ove è diretta la comunicazione, nonché a quelle del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria.

L'Aggiudicatario non potrà rifiutarsi di dare immediata esecuzione alle disposizioni del Committente che riguardino il modo di esecuzione dei servizi facendo salva la facoltà di esprimere le proprie motivate riserve.

L'Aggiudicatario dovrà garantire il massimo livello di organizzazione e gestione.

L'Aggiudicatario si impegna, inoltre, ad osservare tutte le leggi, i decreti, i regolamenti, il presente capitolato speciale, in genere, tutte le prescrizioni della P.A.

17

Oltre a quanto stabilito in precedenza sono a totale carico dell'Aggiudicatario, senza dar luogo ad alcun compenso aggiuntivo a nessun titolo, i seguenti oneri ed obblighi:

- tutte le spese sostenute per la partecipazione alla presente gara;
- tutte le spese di bollo inerenti agli atti occorrenti per la fornitura del Servizio dal giorno della notifica dell'aggiudicazione della stessa e per tutta la sua durata;
- la ripetizione di quei servizi oggetto del contratto che a giudizio del Committente non risultassero eseguiti a regola d'arte;
- l'obbligo di segnalare per iscritto immediatamente al Committente ogni circostanza o difficoltà relativa alla realizzazione di quanto previsto;
- l'obbligo di riservatezza per tutte le informazioni, concetti, idee, procedimenti, metodi e/o dati tecnici di cui il personale utilizzato dall'Aggiudicatario verrà a conoscenza nello svolgimento del servizio che devono essere considerati riservati e coperti da segreto. In tal senso l'Aggiudicatario si obbliga ad adottare con i propri dipendenti e consulenti tutte le cautele necessarie a tutelare la riservatezza di tali informazioni e/o documentazione;
- l'obbligo di attenersi strettamente al Regolamento Comunitario vigente in tema di informazione e pubblicità degli interventi dei Fondi Strutturali (Reg. (CE) 1828/2006, pubblicato sulla G.U.U.E. L 371 del 27/12/2006, e successive modificazioni ed integrazioni).



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

L'Aggiudicatario, inoltre, si obbliga a consentire gli opportuni controlli ed ispezioni sulle attività svolte nel contesto del servizio prestato da parte dei funzionari dell'Agenzia o dei funzionari delle autorità regionali e comunitarie.

Art. 8
RESPONSABILITÀ CIVILE E PENALE

L'Aggiudicatario è ritenuto responsabile di qualunque danno alle persone e alle cose appartenenti alla Amministrazione appaltante, ai propri dipendenti ed ai terzi e, quindi, l'Amministrazione appaltante si intende sempre sollevata da qualsiasi responsabilità verso i dipendenti ed i terzi per qualunque infortunio o danneggiamento che possa verificarsi durante l'esecuzione dei servizi, tanto se dipendente da violazione alle norme di legge o di capitolato, quanto da insufficiente prudenza, diligenza e previdenza dell'Aggiudicatario. L'Aggiudicatario deve, perciò, adottare, di propria iniziativa, tutti i provvedimenti ed accorgimenti necessari ed utilizzare diligentemente tutte le opportune precauzioni.

Art. 9
COMPENSO E PAGAMENTI

A titolo corrispettivo per le prestazioni fornite sono riconosciuti al fornitore i compensi come derivanti dall'offerta economica presentata in sede di gara.

Si precisa, altresì, che questa amministrazione garantisce l'esecuzione e il pagamento dei seguenti servizi meglio specificati dal capitolato d'appalto:

- servizio di ideazione dell'identità visiva generale della destinazione turistica Puglia;
- servizio di elaborazione grafica (web design) del nuovo portale turistico regionale;
- servizio di consulenza qualificata e supervisione tecnica.

Per quanto attiene al servizio di ideazione, progettazione e realizzazione di sette campagne integrate on/off line in ambito nazionale e internazionale, questa amministrazione garantisce l'esecuzione di almeno una delle predette.

Pertanto nell'offerta economica si richiede il prezzo unitario.

Pugliapromozione, si riserva di variare in aumento e/o in diminuzione le quantità presuntive indicate a seconda dei reali fabbisogni.

I corrispettivi dovuti sono quelli indicati nell'offerta economica e saranno determinati a proprio rischio dal fornitore in base ai propri calcoli, alle proprie indagini ed alle proprie stime.

Al riguardo, si precisa che i prezzi offerti s'intendono comprensivi di tutte le attività di comunque connesse alla erogazione dei servizi ed alla fornitura dei beni di cui al presente capitolato.

Costi della sicurezza pari a euro 0,00 (zero/00). L'attività non comporta rischi di interferenze trattandosi di mera fornitura (art. 26 comma 5 del D.lgs 81/2008 e successive integrazioni e modificazioni e determinazione n. 3 del 05/03/2008 Sicurezza nell'esecuzione degli appalti



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

relativi a servizi e forniture dell'Autorità di Vigilanza sui contratti pubblici di lavoro, servizi e forniture).

Nel caso in cui venga attivata una convenzione CONSIP, ai sensi dell'art. 26 della legge 23/12/1999 n. 488 e s.m.i., che preveda prezzi CONSIP più bassi rispetto a quelli offerti dalla ditta che risulta provvisoriamente aggiudicataria, è facoltà di questa Amministrazione richiedere alla stessa di adeguare i prezzi offerti in gara a quelli CONSIP.

Si precisa, tuttavia che trattandosi di intervento finanziato nell'ambito P.O. FESR Puglia 2007/2013, i pagamenti sono subordinati all'effettiva e materiale erogazione a Pugliapromozione delle corrispondenti somme da parte della Regione Puglia, Ente finanziatore dell'intervento.

Pertanto, ogni mandato di pagamento in favore dell'assuntore sarà emesso non appena la Regione Puglia avrà provveduto all'accredito delle suddette somme.

Pugliapromozione resta esonerata da qualsiasi responsabilità derivante da eventuali ritardi nell'accredito dei fondi, per cause non ad essa imputabili. Tale clausola si intende automaticamente accettata dalle imprese con la partecipazione alla gara.

Nel caso di revoca del finanziamento da parte della Regione Puglia, l'Aggiudicatario non potrà avere nulla a pretendere, né gli saranno riconosciuti indennizzi o risarcimenti, oltre ai servizi ed alle forniture effettivamente realizzate fino alla data della revoca.

Il pagamento del corrispettivo, è disposto, da parte di Pugliapromozione successivamente al ricevimento di regolare fattura.

Le fatture potranno essere emesse dall'aggiudicatario, su base trimestrale, previa acquisizione da parte del Responsabile dell'esecuzione del "visto" di regolare esecuzione dei servizi resi. Tale dichiarazione va obbligatoriamente allegata alla presentazione della fattura, quale condizione di liquidabilità della stessa.

In conformità delle disposizioni dell'art. 3 della legge 136/2010, e ai fini dell'immediata tracciabilità dei pagamenti, il pagamento delle prestazioni avverrà da parte Pugliapromozione su di un conto dedicato anche non in via esclusiva all'oggetto della presente gara, che dovrà essere opportunamente comunicato.

Le fatture dovranno riportare il numero CIG, il numero CUP e la dicitura "Iniziativa finanziata con fondi europei".

Le fatture devono essere intestata a ARET Pugliapromozione - P.zza Aldo Moro, 33/a - Bari (c.f. 93402500727). In caso di mancato rispetto a quanto sopra stabilito, non saranno riconosciuti eventuali interessi moratori.

In caso di ritardo nei pagamenti, il tasso di interesse potrà essere quello di cui alla direttiva europea (BCE + margine del 7%) e non come prevede il D. lgs. 231/2002 (Tasso BCE + 7 punti percentuali).

Nel caso di incompleta o erronea documentazione da parte dell'Aggiudicatario, i termini si intendono sospesi fino all'integrazione e completamento della stessa.

Il pagamento dei corrispettivi viene effettuato, di norma, entro e non oltre 30 giorni dalla data



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

di ricevimento della fattura e previa comunicazione da parte del responsabile dell'esecuzione di visto favorevole. Si precisa che la fatturazione deve essere posticipata rispetto all'erogazione dei servizi oggetto del presente capitolato di appalto.

Art. 10
INVARIABILITÀ DEL CORRISPETTIVO

Il corrispettivo offerto in sede di gara non può subire variazioni per tutto il periodo contrattuale, salvo il verificarsi di quanto indicato negli articoli seguenti.

Art. 11
VARIAZIONE DELL'ENTITÀ DEI SERVIZI DA FORNIRE

Sono ammesse varianti in corso d'opera proposte dell'Aggiudicatario, purché scaturenti da motivazioni di carattere tecnico-organizzativo e conformi ai seguenti requisiti minimi:

- abbiano contenuto aggiuntivo, migliorativo e non riduttivo rispetto all'offerta.

Le prestazioni da fornire potranno essere aumentate, ridotte o sospese da parte di Pugliapromozione, per eventuali ulteriori esigenze, fino alla concorrenza di un quinto dell'importo complessivo netto contrattuale, ferme restando le condizioni di aggiudicazione, senza che l'Aggiudicatario possa sollevare eccezioni e/o pretendere indennità aggiuntive.

Pugliapromozione si riserva la facoltà di apportare ai servizi appaltati le variazioni che riterrà più opportune, che non comportino modifiche sostanziali alle azioni del progetto.

Eventuali modifiche dei costi conseguenti alle variazioni apportate saranno determinate sulla base dei costi elementari contenuti nell'offerta ovvero, in mancanza, con riferimento a tariffari nazionali specificamente applicabili ed, in subordine, con riferimento a preventivi comparativi dei costi medesimi.

Art. 12
PROROGHE E SOSPENSIONE DELLE ATTIVITÀ

Qualora durante l'esecuzione della prestazione, vengano avanzate motivate richieste di proroga da parte dell'Aggiudicatario, queste potranno essere concesse, con apposito provvedimento di Pugliapromozione e su conforme parere dell'amministrazione regionale. Per le sospensioni non spetterà all'Aggiudicatario alcun compenso od indennizzo. La durata della sospensione non sarà calcolata nel computo del termine fissato per l'ultimazione dell'erogazione dei servizi.

Art. 13
CONFORMITÀ

Tutto quanto forma oggetto del servizio in appalto deve rispettare gli standard di qualità e sicurezza prescritti nelle norme nazionali e comunitarie vigenti.



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

Ai sensi dell'art. 312 del DPR 207/2010, le prestazioni contrattuali sono soggette a verifica di conformità, al fine di accertarne la regolare esecuzione, rispetto alle condizioni ed ai termini stabiliti nel presente capitolato d'appalto.

Successivamente all'emissione del certificato di verifica di conformità definitivo, si procede al pagamento delle fatture, regolarmente quietanzate.

L'Amministrazione nomina responsabile dell'esecuzione del servizio il dott. Alfredo de Liguori, può procedere alla verifica ispettiva anche a campione, al fine di accertare la piena e corretta esecuzione delle prestazioni contrattuali rese dall'aggiudicatario a favore di Pugliapromozione.

Art. 14

CESSIONE DEL CONTRATTO

E' vietata la cessione anche parziale del contratto.

Art. 15

SUBAPPALTO

Il subappalto è ammesso nel rispetto dell'art. 118 del DLgs 163/06 e s.m.i. e secondo le disposizioni di cui alla SEZIONE XIV, previa autorizzazione di Pugliapromozione, con i seguenti limiti:

- potrà essere effettuato nella misura massima del 30% dell'importo netto contrattuale, a norma dell'art. 141, comma 1, del D.P.R. 554/99 e s.m.i. e dell'art. 118, comma 2, del DLgs 163/06 e s.m.i.;

In sede di offerta, di cui al p.to 24) dell'Istanza di partecipazione, il concorrente deve indicare le parti dell'opera che verranno subappaltati.

Art. 16

RISCHI

Pugliapromozione è estranea ai rapporti dell'Aggiudicatario con i terzi e non risponde per i danni contrattuali ed extra contrattuali casualmente riconducibili all'attività del medesimo.

Perciò, l'Aggiudicatario terrà indenne Pugliapromozione nel modo più ampio e senza eccezioni o riserve da ogni diritto, pretesa, molestia che terzi dovessero avanzare per obbligazioni casualmente riconducibili all'attività dell'Aggiudicatario medesimo.

Nel caso in cui a Pugliapromozione fosse richiesto da terzi il pagamento di somme casualmente riconducibili all'attività dell'Aggiudicatario, questi sarà tenuto a pagare direttamente e, comunque, a rimborsare a Pugliapromozione, a prima richiesta e senza poter opporre eccezioni di alcun tipo, quanto la stessa fosse eventualmente costretta a pagare, con facoltà per quest'ultima di rivalersi sui crediti vantati dall'Aggiudicatario o, se insufficienti, sul deposito cauzionale prestato.



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

L'Aggiudicatario assicura di tenere indenne Pugliapromozione anche nel caso di eventuali pretese di terzi relative a violazioni delle leggi sul diritto d'autore e sulla proprietà intellettuale in generale.

Art. 17
RISOLUZIONE

Pugliapromozione si riserva la facoltà di risolvere il contratto ai sensi degli articoli 1453 e seguenti del Codice Civile, al verificarsi di adempimenti inesatti o parziali, previa diffida ad adempiere.

Pugliapromozione si riserva, altresì, la facoltà di risolvere il contratto, avvalendosi della clausola risolutiva espressa di cui all'art. 1456 del Codice Civile, nei seguenti casi:

- gravi e/o ripetute violazioni agli obblighi contrattuali non eliminate in seguito a diffida formale da parte di Pugliapromozione;
- arbitrario abbandono o sospensione non dipendente da cause di forza maggiore, di tutti o parte dei servizi oggetto del contratto, da parte dell'affidatario;
- cessazione o fallimento dell'affidatario.

Pugliapromozione si riserva, inoltre, di risolvere il contratto, qualora accerti incapacità dell'Aggiudicatario nell'espletare i servizi, evidente negligenza nell'eseguirli o difformità rispetto a quanto previsto nell'offerta tecnica. In tal caso Pugliapromozione si riserva la facoltà, oltre che di agire per ottenere il risarcimento dei danni subiti, anche di operare l'eventuale esecuzione in danno del contratto, al fine di raggiungere il completamento della fornitura di servizi oggetto dell'appalto. Resta sempre salvo il diritto di Pugliapromozione di richiedere il risarcimento dei danni subiti.

Qualora si verificassero ipotesi di grave inadempimento in pendenza della stipulazione del contratto, Pugliapromozione procederà alla revoca dell'aggiudicazione incamerando la cauzione provvisoria prestata e facendo salva la richiesta di risarcimento dei maggiori danni.

Art. 18
RECESSO

Pugliapromozione si riserva la facoltà di recedere dal contratto, ai sensi dell'art. 1671 del Codice Civile, in qualunque tempo e fino al termine del servizio.

Tale facoltà verrà esercitata per iscritto mediante l'invio di apposita comunicazione a mezzo di raccomandata con avviso di ricevimento, almeno 15 giorni prima della data del recesso.

In tal caso, Pugliapromozione si obbliga a pagare all'Aggiudicatario un'indennità corrispondente a quanto segue:

- prestazioni già eseguite dallo stesso al momento in cui viene comunicato l'atto di recesso, così come attestate dal verbale di verifica redatto da Pugliapromozione;
- eventuali spese già sostenute dall'Aggiudicatario, opportunamente documentate e riconosciute.



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

Art. 19

FORO COMPETENTE

Per eventuali controversie che dovessero sorgere per effetto del presente appalto, il foro è quello di Bari, territorialmente competente per sede della stazione appaltante; a tal fine l'Aggiudicatario, per effetto della partecipazione al presente appalto, elegge domicilio speciale presso la segreteria della stazione appaltante.

Art. 20

RINVII

Il presente appalto è disciplinato:

1. dal contratto;
2. dalle clausole contenute nel presente capitolato speciale e nel disciplinare di gara
3. dalle norme del codice civile, in quanto applicabili e non espressamente derogate dalle parti;
4. da ogni altra norma dell'ordinamento a carattere imperativo e non derogabile.

Art. 21

INFORMATIVA PER IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

In ottemperanza delle disposizioni del D.Lgs. 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali", si precisa che:

- la raccolta dei dati è finalizzata esclusivamente alla scelta del contraente;
- il trattamento dei dati è effettuato con modalità manuale e/o informatizzata;
- il conferimento dei dati è obbligatorio. L'eventuale rifiuto comporterà la non considerazione dell'offerta e conseguentemente l'impossibilità di aggiudicazione della fornitura;
- i dati acquisiti potranno essere comunicati a soggetti pubblici per adempimenti di legge, indagini di mercato e a soggetti privati in caso di contenzioso;
- i diritti spettanti all'interessato sono quelli previsti dall'art. 7 del D.Lgs. 196/2003;
- il titolare e responsabile dei dati è Pugliapromozione.

Il trattamento dei dati verrà effettuato in modo da garantire la sicurezza e la riservatezza e potrà essere attuato mediante strumenti manuali, informatici e telematici idonei a trattarli nel rispetto delle regole di sicurezza previste dalla legge e/o dei regolamenti interni.

Di norma, i dati forniti dai concorrenti e dall'Aggiudicatario non rientrano tra i dati classificabili come "sensibili" ai sensi dell'art.4, co 1, lett. d) ed e) del Dlgs 196/2003.

I dati potranno essere comunicati:

- Al personale di Pugliapromozione che cura i procedimenti di gara;
- Ai membri della commissione aggiudicatrice nominata all'uopo per lo svolgimento della gara;
- Alle commissioni di collaudo, ove previste;
- All'Assessorato al Turismo relativamente ai dati forniti dal concorrente aggiudicatario;



Unione Europea
PO FESR PUGLIA 2012 - 2015
Asse IV Linea 4.1. Azione 4.1.2. Attività E

Regione Puglia
Assessorato al Turismo
Servizio Turismo

Pugliapromozione
Agenzia Regionale del Turismo

PROGRAMMA TRIENNALE DI PROMOZIONE TURISTICA 2012 - 2015
Area di Intervento 2 "COMUNICAZIONE DEI PRODOTTI TURISTICI REGIONALI"
Azione 4.1.2 "Media planning e produzione di materiali editoriali"

- Ad altri concorrenti che facciano richiesta ai documenti di gara nei limiti consentiti dalla legge 7 agosto 1990, n.241 e dall'art.13 del Dlgs 163/2006;
Le informazioni che possono essere trattate sono quelle espressamente previste dalla normativa comunitaria, nazionale e regionale specifica, nonché dall'atto aziendale.
Vengono diffusi solo i dati relativi alla graduatoria finale di aggiudicazione, attraverso la pubblicazione della relativa delibera all'albo dell'Ente.
Con riferimento al Dlgs n. 163/2006 (codice in materia di protezione dei dati personali) Pugliapromozione, in qualità di titolare del trattamento dei dati, designa l'Aggiudicatario quale responsabile esterno del trattamento dei dati personali strettamente inerenti allo svolgimento dei servizi di cui al presente capitolato, la quale accetta tale nomina e si impegna conseguentemente ad operare in ottemperanza alle relative disposizioni normative indicate dal predetto Dlgs e dalle sue eventuali successive modifiche ed integrazioni nonché alle disposizioni emanate da Pugliapromozione in tema di sicurezza e tutela della riservatezza.
Si possono esercitare i diritti, di cui all'art. 7, presentando istanza al Responsabile del trattamento, di Pugliapromozione.

Bari, 28.01.2013

IL DIRETTORE GENERALE
Dott. Giancarlo Piccirillo
f.to