

Codice DB1808

D.D. 29 novembre 2010, n. 1290

L.R. 75/1996 - Azioni di comunicazione e immagine - spesa Euro 37.604,31 (cap. 140699/2010).

Dato atto che, ai sensi dell'art. 3 della L.R. 22 ottobre 1996, n. 75, il "Piano annuale tecnico di indirizzo e coordinamento delle attività di promozione, informazione e accoglienza turistica per l'anno 2010", approvato con D.G.R. n. 28-12478 del 08/03/2010 e successivo aggiornamento operato con D.G.R. n. 7-601 del 15-9-2010 prevede, tra le attività rivolte al consolidamento e valorizzazione dell'immagine turistica, al fine di dare visibilità al territorio piemontese, la realizzazione di azioni e di interventi di comunicazione e immagine anche mediante l'attivazione di interventi promo-pubblicitari, attraverso media, siti web, riviste, guide e cataloghi che per la loro autorevolezza e diffusione svolgano un'efficace funzione promozionale nei confronti della domanda turistica;

considerato il quadro congiunturale attuale che sta provocando ricadute negative anche nel settore turistico, con segnali di contrazione della domanda, evidenti fin dal 2009, risulta opportuno considerare maggiormente il ruolo che la promozione del territorio su riviste, guide, siti web ed emittenti televisive può svolgere per contrastare l'effetto congiunturale, limitarne gli effetti negativi e sviluppare una maggiore conoscenza delle proposte turistiche regionali in Italia e all'estero;

l'opportunità di svolgere le attività di comunicazione di cui sopra, per quanto concerne la campagna promozionale turistica che la Regione intende sviluppare a sostegno della stagione invernale e quale anticipazione del grande evento "Torino 2011", ci viene proposta da alcune società di indubbio prestigio che operano da anni nel settore:

A) Per la promozione della campagna invernale, le proposte pervenute al Settore scrivente riguardano:

- riviste di settore (montagna- sci- turismo);
- siti internet

A seguito di un confronto delle offerte presentate sono state selezionate le testate e i siti il cui costo (costo medio per pagina), in relazione alla diffusione del mezzo (numero copie/contatti) e durata della promozione, è risultato il più favorevole e quindi congruo;

le testate selezionate per la promozione della campagna invernale sono specificate all'allegato 1, parte integrante della presente determinazione. A fianco di ciascuna sono evidenziate: le attività, i prezzi e la miglior offerta riservata alla Regione Piemonte.

Il prezzo complessivo per l'attività sopra descritta inclusa la creatività ammonta a € 38.000,00 (IVA al 20% esclusa).

B) In vista del grande evento "150° anniversario dell'Unità d'Italia" in programma a Torino (prima capitale d'Italia) nel corso del 2011, al fine di promuovere la Regione in Italia e all'estero, si è ritenuto opportuno valutare le offerte relative a spazi su guide turistiche ed enogastronomiche che si accingono alla stampa delle edizioni 2011 e testate web enogastronomiche.

Dal confronto delle offerte presentate sono state selezionate le testate (stampa e web) il cui costo (costo medio per pagina), in relazione alla diffusione del mezzo (numero copie/contatti) e durata della promozione, è risultato il più favorevole e quindi congruo;

l'elenco delle testate e dei siti selezionati per la promozione turistica ed enogastronomica del Piemonte, anche in vista del grande evento 2011, sono specificati all'allegato 2, parte integrante della presente determinazione. A fianco di ciascuna sono evidenziate: la tipologia di promozione, i prezzi e la miglior offerta riservata alla Regione Piemonte.

Il prezzo complessivo per l'attività sopra descritta inclusa la creatività del banner ammonta a € 14.964,00 (IVA al 20% esclusa).

C) Viste le offerte pervenute da emittenti televisive, locali e nazionali, relative alla realizzazione di programmi televisivi dedicati alle peculiarità territoriali, si è ritenuto di privilegiare le offerte di trasmissioni televisive che garantivano oltre alla realizzazione di programmi volti a promuovere la montagna invernale e l'enogastronomia piemontese anche orari di trasmissione di maggior ascolto, tendenti a privilegiare la fascia di spettatori adulti che con maggior probabilità potrà essere interessata a tradurre il messaggio pubblicitario in una effettiva fruizione dell'offerta turistica regionale piemontese;

le emittenti selezionate per la realizzazione e trasmissione dei programmi televisivi di cui sopra sono specificate nell'allegato 3, parte integrante della presente determinazione. Per ogni promozione sono indicate le società incaricate, le emittenti televisive sulle quali andrà in onda il programma, gli orari dei programmi stessi (ove già definiti) o fascia oraria, ascolti previsti e spesa.

Il prezzo complessivo per l'attività sopra descritta inclusa la creatività ammonta a € 14.000,00 (IVA al 20% esclusa).

Verificata la congruità dei costi sopra esposti con riferimento alla descritta tipologia di mezzi di comunicazione considerati;

dato atto che ognuna delle offerte di cui sopra, specificate negli allegati 1 e 2, sono comprese nella soglia di € 20.000,00 e che, ai sensi dell'art. 125 comma 11, del D.lgs 163/2006 è possibile procedere con affidamento diretto e inoltre, per le offerte di cui all'allegato 3, l'art. 19 del D.lgs. 163/2006 stabilisce la "non applicabilità" del decreto stesso per la produzione e trasmissione di programmi da parte di emittenti radiotelevisive;

Stante quanto sopra descritto:

vista la nota del 27/01/2010 e s.m.i., del Direttore responsabile della Direzione Cultura Turismo e Sport con la quale ha comunicato di autorizzare il Dirigente del Settore Promozione Turistica a esercitare i poteri di spesa nell'ambito delle risorse assegnate dalla Giunta regionale, limitatamente alle UPB di competenza del Settore Promozione Turistica;

vista la l.r. 01 giugno 2010, n. 14 "Legge finanziaria per l'anno 2010";

vista la l.r. 01 giugno 2010, n. 15 "Bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010 e bilancio pluriennale per gli anni finanziari 2010-2012";

vista la l.r. 03 agosto 2010, n. 18 “Assestamento al bilancio di previsione per l’anno finanziario 2010 e disposizioni finanziarie”;

vista la D.G.R. n. 19 – 201 del 21/06/2010 “Bilancio di previsione per l’anno 2010. Parziale assegnazione delle risorse finanziarie”;

nell’ambito delle risorse assegnate dalla Giunta regionale con D.G.R. n. 1 – 589 del 09/09/2010 “Articolo 7, legge regionale 11 aprile 2001, n. 7 - Programma Operativo per l'anno 2010 - parte I e II: approvazione degli obiettivi ed assegnazione delle relative risorse finanziarie”;

riconosciuta la valenza promozionale delle iniziative sopra descritte, che hanno l’obiettivo di incrementare la domanda turistica, verso il territorio piemontese, ritenuti i media sopra generalizzati veicoli idonei a promuovere le peculiarità territoriali, enogastronomiche, sportive e quant’altro il territorio piemontese è in grado di offrire;

accertato che:

la spesa complessiva per l’intera campagna promozionale ammonta, al netto dello sconto offerto da tutte le Società anche in sostituzione della cauzione fidejussoria (come dichiarato dalle Società medesime), a € 66.964,00 IVA esclusa (lo sconto complessivamente applicato sul valore della campagna, pari a € 102.175,00 IVA esclusa è di € 35211,00);

ritenuto, per le ragioni sopra espresse, che i costi delle singole acquisizioni promo – pubblicitarie, nonché delle produzioni televisive risultano congrui.

Considerato, inoltre, che la campagna promozionale in argomento comprende attività variamente distribuite nell’arco temporale compreso tra dicembre 2010 e aprile 2011, si ritiene di ripartire il costo complessivo della medesima di € 80.356,80 nella misura di € 37.604,31 a valere sull’esercizio di Bilancio 2010 (cap. 140699 – UPB 18081) e la restante quota pari a € 42.752,49 sull’esercizio di Bilancio 2011 (cap. 140699 - UPB 18081) provvedendo all’impegno di quest’ultima con successivo atto amministrativo, fatta salva la possibilità di utilizzare risorse aggiuntive che si rendessero disponibili a seguito dell’aggiornamento del Programma Operativo 2010 con conseguente incremento dell’assegnazione sul cap. 140699/2010;

Ritenuto pertanto di impegnare sul cap. 140699/2010 - UPB DB18081 (ass. n. 100273) del Bilancio di previsione per l’esercizio finanziario 2010 che ne presenta la disponibilità, la somma di € 37.604,31 (IVA al 20% inclusa) – corrispondente alla prima quota di cui sopra - da utilizzarsi per le finalità precedentemente indicate e di stipulare appositi contratti con le Società specificate negli allegati 1, 2 e 3, ai sensi dell’art. 11 comma 13 del D.Lgs. 163/2006 e art. 33, comma 2 lettera c) della l.r. 8/84. Gli importi indicati nei singoli contratti saranno liquidati alle Società incaricate ad avvenuta realizzazione delle attività di promozione, previo ricevimento dei giustificativi o delle relazioni sull’andamento della campagna e ricevimento delle rispettive fatture.

tutto ciò premesso

IL DIRIGENTE

vista la Legge n. 241/1990 “Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi” e la Legge regionale n. 7/2005 "Nuove disposizioni in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi”;

visto il D.Lgs. n. 165/2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche" (e s.m.i.) (artt. 4 "Indirizzo politico-amministrativo. Funzioni e responsabilità", 14 "Indirizzo politico-amministrativo" e 16 "Funzioni dei dirigenti di uffici dirigenziali generali");

vista la legge statutaria n. 1 del 4 marzo 2005 "Statuto della Regione Piemonte", Titolo VI (Organizzazione e personale), Capo I (Personale regionale), artt. 95 (Indirizzo politico-amministrativo. Funzioni e responsabilità) e 96 (Ruolo organico del personale regionale);

vista la Legge regionale 28 luglio 2008, n. 23 "Disciplina dell'organizzazione degli uffici regionali e disposizioni concernenti la dirigenza ed il personale", art. 17 ;

vista la l.r. 22 ottobre 1996, n. 75 "Organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte" successivamente modificata ed integrata con la l.r. n. 19 del 06.03.2000;

vista la l.r. 11 aprile 2001, n. 7 "Ordinamento contabile della Regione Piemonte";

visto il regolamento regionale 5 dicembre 2001 n. 18/R "Regolamento regionale di contabilità (art. 4 legge regionale 7/2001)", art. 23 "Assunzione degli impegni di spesa";

visto il D.Lgs 163/2006 "Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE", art. 125, commi 1 e 11 e art. 253, comma 22;

visto l'art. 19 comma 1 lettera b) del D.Lgs. 163/2006 "relativo alla non applicabilità del predetto codice "..... non si applica ai contratti pubblici aventi per oggetto l'acquisto, lo sviluppo la produzione o coproduzione di programmi destinati alla trasmissione da parte di emittenti radiotelevisive....."

vista la D.G.R. n. 5 – 8039 del 21/01/2008 "Approvazione del Manuale operativo relativo alla gestione della spesa";

vista la l.r. 23 gennaio 1984, n. 8 e s.m.i così come esplicitata dalla circolare prot. n. 17131/5 del 29 dicembre 2006 "Applicabilità del Titolo II della L.R. 8/84 (dei contratti);

visto l'art. 33, comma 2, lett. c), l.r. 8 del 23 gennaio 1984 "Norme concernenti l'amministrazione dei beni e l'attività contrattuale della Regione";

vista la legge 136/2010 "Piano straordinario contro le mafie, nonche' delega al Governo in materia di normativa antimafia."art. 3 "tracciabilità dei flussi finanziari";

visto il D.lgs. 8 giugno 2001, n. 231 "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'articolo 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300"

atteso tutti i presupposti di fatto narrati in premessa,

determina

di incaricare, per le motivazioni e alle condizioni indicate in premessa, nell'ambito delle azioni di comunicazione e immagine:

- ai sensi dell'art. 125, commi 1 e 11, del D.Lgs. 163/2006 per un importo complessivo di € 63.556,80 (IVA 20% inclusa) le Società (testate editoriali) elencate negli allegati 1 e 2, che costituiscono parte integrante della presente determinazione, nei quali sono specificati, oltre ai soggetti incaricati, le caratteristiche tecniche dell'attività promo-pubblicitaria e rispettivi costi;

- ai sensi dell'art. 19, comma 1 lettera b) del D.Lgs 163/2006 per un importo complessivo di € 16.800,00 (IVA 20% inclusa) le Società (emittenti televisive) specificate nell'allegato 3, parte integrante della presente determinazione, nel quale sono indicati, oltre ai soggetti incaricati, le caratteristiche tecniche della produzione televisiva e i rispettivi costi;

- di ripartire il costo complessivo della campagna promozionale in argomento, pari a € 80.356,80 (IVA al 20% inclusa) nella misura di € 37.604,31 a valere sull'esercizio di Bilancio 2010 (cap. 140699 – UPB 18081) mentre per la restante quota, pari a € 42.752,49, si provvederà con successivo atto amministrativo sull'esercizio di Bilancio 2011 (cap. 140699 UPB 18081), fatta salva la possibilità di utilizzare risorse aggiuntive che si rendessero disponibili a seguito dell'aggiornamento del Programma Operativo 2010 con conseguente incremento dell'assegnazione sul cap. 140699/2010 ;

di impegnare, pertanto, la somma pari a € 37.604,31 sul cap. 140699/2010 – UPB DB 18081 (asseg. n. 100273) - che ne presenta la disponibilità - a favore delle Società di cui agli allegati 1, 2 e 3 ;

di stipulare appositi contratti per ciascun beneficiario elencato negli allegati 1, 2 e 3, la cui bozza (allegato 4) è parte integrante della presente determinazione, ai sensi dell'art. 11, comma 13 del D.Lgs. 163/2006 e art. 33, comma 2 lettera c) della l.r. 8/84,

di liquidare alle Società incaricate della promozione la somma specificata nei suddetti allegati (1, 2 e 3) a fianco di ogni attività, al ricevimento delle fatture e dei giustificativi, secondo quanto stabilito nei rispettivi contratti.

La presente determinazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 16 del DPGR n. 8/R del 20/07/2002 “Ordinamento e disciplina dell'attività del Bollettino della Regione Piemonte”.

Avverso la presente determinazione è ammessa proposizione di ricorso giurisdizionale nei tempi e nei termini previsti dalla normativa vigente in materia.

Il Dirigente
Marzia Baracchino

Allegato

Campagna Invernale 2010/2011

n.	Società Editrice	Tipologia di Promozione	Mercato	Periodo di promozione	Costo (IVA inclusa)
1	Editoriale Domus S.p.A. – Via Mazzocchi, 1/3 – 20089 Rozzano (MI) (omissis) Cod. Forn. 14796	Acquisto spazio promo-pubblicitaria sulla rivista “Meridiani montagne” – allegato “Speciale Neve”	Italia	Dicembre 2010	€5.400,00
		Una pagina redazionale su sito web: www.quattroruote.it		Dal 01/12/2010 al 31/03/2011	
2	Mondadori S.p.a. – Via Bianca di Savoia, 12 – 20122 Milano (omissis) Cod. Forn. 70968	Acquisto spazi promo-redazionali 2 pagine su rivista “Panorama travel Winter”	Italia	Dicembre 2010	€9.600,00
3	Mulatero Editore s.a.s. di Enrico Marta & C. – Via Palestro, 67 – 10015 Ivrea (TO) (omissis) Cod. Forn. 139733	Acquisto spazi promo-redazionali (4 pagine – 2 uscite totale 8) pagine su rivista “Race-Ski magazine”	Italia	Dicembre 2010 Febbraio 2011	€12.000,00
4	Edizioni D’Argenzio s.r.l. – Via Mauro Macchi, 42 – 20123 Milano (omissis) Cod. Forn. 221660	Acquisto spazi promo-redazionali (5 pagine) su rivista “Week end in auto”	Italia	Dicembre 2010	€3.000,00
5	GIVI s.r.l. – Via S. Gregorio, 6 – 20124 Milano (omissis) Cod. Forn. 215553	Acquisto spazi promo-redazionali su rivista “Guida viaggi”	Italia	Dicembre 2010 Febbraio 2011	€3.600,00
6	Oxamedia s.r.l. - Via dell’Industria, 38 – 37012 Bussolengo – Verona (omissis) Cod. forn. 220201	Videobanner su oltre 50 siti selezionati all'interno del net Google, in base al target dell'audience, (famiglie, single, giovani)	Italia Olanda UK	Dal 01/12/ al 22/12 - 2010 e dal 15 al 30/01/2011	€12.000,00
				TOTALE	€45.600,00

Campagna su Guide e Web

n.	Società Editrice	Tipologia di Promozione	Mercato	Periodo di promozione	Costo (IVA inclusa)
1	Progetto s.r.l. Concessionaria di Pubblicità Via Grazioli, 67 – 38122 Trento (cod. ben. 68835)	Guida “Agriturismo e vacanze in campagna”	Italia	Ed.2011	€1.404,00
2	SEAP – Via Volvera 6 – 10141 Torino (omissis) Cod. forn. 144489	Guida “Nuovo Atlante Stradale d’Italia & Guida Michelin Italia” 1 pagina promozionale	Italia	Ed. 2011	€2.280,00
3	Politalia s.r.l. Via Felice Casati n. 17 20124 Milano (omissis) Cod. Forn. 14865	Guida “I Borghi più belli d’Italia” 2 pagine promozionali	Italia	Ed. 2011	€3.292,80
4	Mediamix S.r.l. Via Mameli, 72 61100 Pesaro (omissis) Cod. Forn. 221641	Guida geografica “Italia” in lingua tedesca - 50.000 copie per distribuzione ad opera dell’Enit. 1 pagina di pubbliredazionale + box a fianco della mappa stradale (tot. 2 pagine)	Germania	Uscita in occasione di ITB/Berlino Febbraio/settembre 2011	€3.780,00
5	Comunica s.r.l. – Via Roberto Ardigò, 13/b 15121 Alessandria (omissis) Cod. forn. 45973	-“Guida Critica & Golosa al Piemonte, Valle d’Aosta e Liguria” 6 pagine promozionali	Italia	Ed. 2011	€4.200,00
		- “Papillon” 2 pagine per 2 uscite		Numeri di: dicembre 2010 aprile 2011	
6	Gold Guest Italia s.r.l. - Corso Galileo Ferraris 138 – 10129 – Torino (omissis) Cod. forn. 136924	Banner a rotazione sul sito web: www.turismodelgusto.com	Italia	da 01/12/2010 a 31/12/2011	€3.000,00
		TOTALE			€17.956,80

Produzione televisive turistico-promozionali

n.	Emittenti TV	Tipologia di Promozione	Luogo di promozione	Periodo di promozione	Costo (IVA inclusa)
1	Quarta Rete S.p.a. unipersonale - Via Regaldi, 7 - 10154 Torino (omissis) Cod. forn. 13362	Realizzazione e messa in onda nei giorni e negli orari di maggior ascolto di 4 puntate da 30 minuti ciascuna. Montaggio di due puntate riassuntive delle 4 puntate originali e messa in onda per ulteriori 14 puntate.	Piemonte, Lombardia centro orientale	Totale 18 puntate programmate nei giorni: sabato ore 20:00 domenica ore 12:30 lunedì ore 21:15 dal 27/11/2010 al 03/01/2011	€3.840,00
2	Tekla s.r.l. – Corso Svizzera, 185 bis – 10148 Torino (omissis) Cod. forn. 221661	Realizzazione programma televisivo “ Una finestra sul borgo – Alla scoperta del made in Piemonte ” 40 puntate, messa in onda un giorno a settimana in orario serale.	Italia	Totale 40 puntate da gennaio ad aprile 2011	€12.960,00
TOTALE					€16.800,00