

Codice A12080

D.D. 16 giugno 2015, n. 144

Campagna di comunicazione Piemontexperience - approvazione schema di pianificazione e avvio procedure

Premesso che la Regione Piemonte ha approvato con DGR 18-1440 del 18-5-2015 “L.R. 75/96 - Accordo di programma PIEMONTE EXPO 2015: "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015" la realizzazione di una campagna di comunicazione relativa alla promozione dell'immagine e delle eccellenze del Piemonte e che all'uopo il Settore Comunicazione Istituzionale è competente per progettare e pianificare le azioni necessarie, in stretto raccordo con la struttura interassessorile Piemonte2015 e il Settore Promozione della domanda turistica, entro un budget indicativo di euro 430.000, di cui euro 230.000 a carico della struttura Piemonte2015 ed euro 200.000 a carico del Settore promozione della domanda turistica;

premesse che l'Esposizione di Milano rappresenta per il Piemonte un'imperdibile opportunità per presentare il meglio della propria offerta territoriale sia alle delegazioni internazionali sia ai visitatori di EXPO, potenziali turisti, e un'occasione unica per promuovere e far conoscere il meglio delle proprie eccellenze produttive, ambientali, culturali e turistiche della nostra regione, di cui cogliere le ricadute positive negli anni futuri;

considerato che la “campagna di comunicazione multimediale”, elencata tra le iniziative descritte in corrispondenza del punto A) “Azioni per la partecipazione del Piemonte a EXPO 2015 e per il “Fuori EXPO” della sopracitata DGR, deve essere sviluppata secondo i seguenti indirizzi forniti dalla Giunta regionale:

- essere coerente con il concept Piemontexperience, il Piemonte come esperienza da vivere, individuato dalla Regione Piemonte per posizionarsi a livello d'immagine in Padiglione Italia come sintesi di un percorso volto a far emergere, invitando a scoprirle e viverle, le specificità e i tratti distintivi tipici della regione;
- utilizzare l'Expo, il suo richiamo mediatico e i canali comunicativi per promuovere la ricchissima offerta del Piemonte sia durante l'Expo sia per il dopo Expo, a partire dalla stagione invernale;
- attrarre i visitatori che hanno programmato o stanno programmando la visita ad Expo;
- orientare i flussi turistici da Milano verso il Piemonte, sfruttando le opportunità offerte dall'evento milanese;

e pianificata selezionando i mezzi più congruenti con il target che si colloca nel segmento dello stile di viaggi e vacanze “voyager - viaggiatori di ceto medio e medio-alto, 36-60 anni, coppie o famiglie, con buona disponibilità economica ed istruzione, con interessi ampi dalle manifestazioni culturali allo sport all'enogastronomia, conoscitori dell'Italia e disposti a scoprire nuove città ed itinerari capaci di rendere il proprio viaggio un'esperienza unica, piacevole, indimenticabile”, un cluster di viaggiatori ricostruito tramite Sinottica di Eurisko la cui entità è stimata 1,5 milioni, che organizza/valuta le sue mete preferenzialmente tramite il web, la radio e le testate a tema;

considerato che i contenuti della comunicazione devono richiamare il concept della partecipazione del Piemonte ad Expo e posizionarne l'immagine come meta turistica appetibile, integrando il claim Piemontexperience con il portale di approfondimento promozionale www.regione.piemonte.it/piemontexperience e con suggestioni fotografiche e testuali che ne sottolineino l'eccellenza e la qualità culturale, ambientale e turistica;

considerato che, anche sulla scorta di una analoga pianificazione media concertata con la città di Torino per promuovere il palinsesto comune degli eventi nell'anno di expo "inpiemonteintorino", il target coerente con le esigenze della Giunta può essere credibilmente raggiunto con presenza di messaggi sui canali di comunicazione che intercettano i potenziali visitatori:

- presso gli snodi di grande passaggio, sia ordinario sia del flusso imponente di visitatori (stima 20 milioni) in Italia/a Milano per Expo, segnatamente negli aeroporti preferenzialmente dedicati al traffico turistico;
- nel centro cittadino e nei mezzi di collegamento tra le città di Torino e Milano e il sito dell'Expo;
- nei canali di scelta on line;
- nei programmi radiofonici nazionali dedicati ai viaggi;
- nelle testate turistiche, nei magazine e negli inflight dei vettori di trasporto;

ritenuto di definire, in coerenza con le due settimane di "protagonismo" del Piemonte in Expo, a fine giugno e a metà ottobre, due fasi prioritarie di campagna, raccordate da uscite tabellari sulle testate ad uscita mensile;

ritenuto di approvare lo "schema di pianificazione - Piemontexperience", allegato alla presente determinazione per farne parte integrante, come schema dinamico di riferimento, che potrà essere integrato sulla base di proposte vantaggiose per l'amministrazione purchè coerenti con i sopracitati criteri e con il budget complessivo definito;

ritenuto che, stante le necessità prospettate, i servizi necessari alla pianificazione della campagna promozionale rientrano nei limiti di valore e nelle categorie merceologiche elencate dalla D.G.R. n° 46-5034 del 28/12/02006 "Individuazione dei lavori, servizi e forniture che possono essere acquisiti in economia ai sensi degli artt. 125 e 253, comma 22, del D.Lgs. 163/2006", per l'acquisizione in economia di beni e servizi, in conformità al D.P.R. n. 207/2010 e che nella stragrande maggioranza dei casi l'acquisizione degli spazi pubblicitari prevede il ricorso a concessionari in esclusiva degli spazi stessi, per cui i fornitori dei servizi possono essere individuati anche ai sensi dell'art. 57 del D.Lgs. 163/2006;

considerato che la copertura delle spese della campagna di comunicazione avverrà, con impegni assunti con atti successivi, entro il limite di euro 430.000 euro, con risorse disponibili per euro 230.000 sul capitolo 137950/2015 e per euro 200.000 sul capitolo 140699/15 come da nota prot. 6904/A20100 del 16.06.2015 del Settore Promozione Turistica, e per il quale la Direzione Cultura e Turismo provvederà a fornire appositi impegni delegato;

attestata la regolarità amministrativa del presente atto;

IL DIRIGENTE

- Visto l'art 4 del D.Lgs n° 165/2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche" e s.m. e i.;
- Visto l'art. 17 della L.R. 28/07/2008, n° 23 "Disciplina dell'organizzazione degli uffici regionali e disposizioni concernenti la dirigenza e il personale" e s.m.e i.;
- Visto il D.Lgs. 14/03/2013, n° 33 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni" e, in particolare, l'art. 23;
- Vista la Legge n. 266/2002 "Documento unico di regolarità contributiva" e s. m. e i.;
- Visto l'art.31 (semplificazioni in materia di DURC) del D.L. 69/2013 (Disposizioni urgenti per il rilancio dell'economia), convertito con Legge n. 98/2013;
- Vista la Legge n. 136/2010 "Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in

materia di normativa antimafia”);

- Vista la Legge n. 217/2010 “conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge n. 187/2010, recante misure urgenti in materia di sicurezza”;
- Visto il D.P.R. n. 207/2010, “regolamento di esecuzione del Codice dei contratti”, ed in particolare l’art. 328 che fissa le regole di funzionamento del Mercato elettronico;
- Visto il D.lgs. n. 81/2008 ed, in particolare, l’art. 26, “Obblighi connessi ai contratti d’appalto o d’opera o di somministrazione”;
- Vista la determinazione dell’Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici n. 3 del 5 marzo 2008;
- Visto il D.lgs. n. 163/2006 “Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture, in particolare gli articoli 125 e 57”;
- Vista la legge 488/1999, art. 26 “Acquisti di beni e servizi”;
- Vista la D.G.R. n° 46-5034 del 28/12/2006 “Individuazione dei lavori, servizi e forniture che possono essere acquisiti in economia ai sensi dell’art. 125 del D.Lgs. 163/2006”;
- Visto il D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445” Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa”;
- Vista la Legge regionale n. 7/2001 “ordinamento contabile della Regione Piemonte”;
- Vista la Legge regionale 14/2014 “Norme sul procedimento amministrativo e disposizioni in materia di semplificazione”;
- Vista la Legge regionale n. 10 del 15/05/2015 “Bilancio di previsione per l’anno finanziario 2015 e Bilancio pluriennale per gli anni finanziari 2015-2017”;
- Vista la D.G.R. n. 1-1450 del 25 maggio 2015,

determina

- di approvare, per le motivazioni espresse in premessa, lo “schema di pianificazione - Piemontexperience”, allegato alla presente determinazione per farne parte integrante, come schema dinamico di riferimento, che potrà essere integrato sulla base di proposte vantaggiose per l’amministrazione purchè coerenti con i sopracitati criteri e con il budget complessivo definito;
- di dare atto che la scelta dei fornitori per lo svolgimento dei servizi necessari alla realizzazione e alla pianificazione della campagna promozionale possono essere acquisiti in economia ai sensi dell’art. 125 del D.Lgs. 163/2006, in conformità al D.P.R. n. 207/2010 e che nella stragrande maggioranza dei casi l’acquisizione degli spazi pubblicitari prevede il ricorso a concessionari in esclusiva degli spazi stessi, per cui i fornitori dei servizi possono essere individuati anche ai sensi dell’art. 57 del D.Lgs. 163/2006;
- di dare atto che gli incarichi per lo svolgimento dei servizi necessari alla realizzazione e alla pianificazione della campagna promozionale verranno affidati, secondo lo schema allegato alla presente per farne parte integrante, con successive determinazioni dirigenziali;
- di far fronte alla copertura delle spese della campagna di comunicazione, con impegni assunti con atti successivi in seguito alla puntuale individuazione dei singoli beneficiari, entro il limite di euro 430.000 euro, con risorse disponibili per euro 230.000 sul capitolo 137950/2015 e per euro 200.000 sul capitolo 140699/15 come da nota prot. 6904/A20100 del 16.06.2015 del Settore Promozione Turistica, e per il quale la Direzione Cultura e Turismo provvederà a fornire appositi impegni delegati;

-

- di dare atto che, il presente provvedimento verrà pubblicato sul B.U.R. e che, a norma dell'art. 331 del D.P.R. 207/2010 l'esito dell'affidamento verrà reso pubblico tramite avviso di post-informazione sul sito istituzionale della Regione;

Il Direttore
Dott. Luciano Conterno