

Codice DB1808

D.D. 9 novembre 2010, n. 1218

L.R. 75/1996 - L.R. 13/2006 - DGR 28-13478 dell'8/3/2010. Affidamento di incarico a Ceipiemonte per la realizzazione del "Programma di attività di co-marketing con tour operator canadesi". Impegno di spesa di euro 78.000,00 sul cap. 140699/2010.

La legge regionale 13 marzo 2006, n. 13, ha disposto la costituzione di una società consortile per l'internazionalizzazione del sistema Piemonte, senza scopo di lucro e a prevalente partecipazione pubblica, pertanto in regime di società "in House Providing", con la finalità di razionalizzare e coordinare gli interventi in materia di internazionalizzazione dell'economia piemontese, promuovendo un processo graduale di unificazione degli organismi che vi provvedevano.

Con determinazione dirigenziale n. 234 del 29 novembre 2007 è stato approvato lo schema di "Convenzione Quadro", rep. n. 12941 del 29/11/2007, successivamente modificata con DGR n. 213 del 24/02/2010, stipulata tra la Regione Piemonte - Direzione Turismo, Commercio e Sport (ora Direzione Cultura, Turismo e Sport) – e Ceipiemonte, con la quale vengono disciplinati i rapporti tra le parti per l'affidamento di incarichi inerenti la realizzazione di progetti ed attività inerenti la valorizzazione internazionale dell'offerta turistica regionale di cui alla l.r. 75/1996, alla l.r. 13/2006, alla D.G.R. n. 96 -7622 del 26 novembre 2007 e del conseguente Protocollo d'Intesa.

Con D.G.R. n. 28-13478 dell'8/03/2010 si è approvato, ai sensi della L.R. 22 ottobre 1996, n. 75, il "Programma tecnico annuale di indirizzo e coordinamento delle attività di promozione, informazione e accoglienza turistica per l'anno 2010", aggiornato con D.G.R. n. 7-601 del 15/9/2010, che, tra le attività rivolte al consolidamento e valorizzazione dell'immagine turistica finalizzate a dare visibilità al territorio piemontese, prevede la realizzazione di azioni e di interventi di comunicazione e immagine utili a favorire la diffusione della conoscenza del territorio turistico piemontese in ambito nazionale ed estero e ad un aumento dell'incoming verso la Regione Piemonte.

CEIPIEMONTE, in ottemperanza a quanto in merito disposto dalla citata "Convenzione Quadro" e in ossequio agli strumenti di programmazione turistica regionale, ha presentato con nota prot. n. 137/AF/crf del 24 gennaio 2010, acquisita agli atti in data 29 gennaio 2010 con prot. n. 5526/DB1808, il "Programma Attività Turismo 2010" contenente le iniziative pianificate finalizzate alla comunicazione e promozione turistica del territorio piemontese e la strategia di destination marketing da realizzarsi sui mercati target di riferimento individuati a fronte di una spesa complessiva prevista in € 1.890.000,00 IVA inclusa.

La Regione Piemonte ha con nota prot. n. 4432/DB 18.08 del 3 marzo 2010 ha condiviso ed accolto il Programma di attività in questione.

In conformità con quanto previsto nella citata convenzione e nel suddetto programma di attività per l'anno 2010, il Centro estero per l'Internazionalizzazione per il Piemonte s.c.p.a., con sede in Torino - Corso Regio Parco n. 27/29 -(omissis), di seguito indicato brevemente come CEIPIEMONTE ha presentato, con nota prot. n. 1458/AF/fn del 22/10/2010, acquisita agli atti con prot. n. 34436/DB 18.08 del 25/10/2010, il programma di attività promozionale relativa al "programma di attività di co-marketing con tour operator canadesi" relativo alla stagione invernale 2010/2011.

La necessità di realizzare delle azioni ed iniziative sul mercato turistico in questione deriva dalle seguenti considerazioni.

L'Italia si colloca al sesto posto nelle preferenze dei viaggiatori canadesi a livello mondiale, mentre a livello europeo si situa in terza posizione, preceduta da Regno Unito e Francia; vanta la crescita più alta fra le prime 20 nazioni d'oltreoceano visitate dai canadesi e, grazie all'uso diffuso del web in Nord America, risulta una delle destinazioni più vendute online in Canada.

Nonostante si noti ancora una prevalenza delle destinazioni turistiche classiche, sta emergendo, recentemente, una richiesta sempre maggiore di nuovi prodotti turistici che possano soddisfare il crescente numero di viaggiatori più attenti e critici, persone che cercano autentiche esperienze di viaggio con cui arricchirsi culturalmente, fisicamente o in modo educativo.

Non secondario risulta essere l'abbinamento Italia – buon cibo. Non sorprende dunque che un fattore altamente decisivo e di primaria importanza per cui i canadesi decidono di recarsi in Italia sia il turismo enogastronomico.

Il viaggiatore canadese apprezza particolarmente la promozione di un territorio che è in grado di esprimere una tipicità e specificità legata all'ambiente naturale, all'ambiente culturale ed alle tradizioni enogastronomiche e folkloristiche.

Il Piemonte, con Torino e la cultura, la montagna e lo sport, i laghi e la loro natura e con la sua offerta variegata di prodotti tipici e di vini, può certamente essere proposta quale destinazione di notevole interesse per il turista canadese alla ricerca di unicità.

Ne deriva che, con una buona capacità di spesa e voglia di muoversi, il turista canadese è un destinatario ottimale della promozione turistica piemontese.

CEIPIEMONTE L'attività promozionale sul Canada è iniziata nel 2009, attraverso l'organizzazione del "Italy Symposium 2009" curata operativamente da CEIPIEMONTE, iniziativa consistente nella realizzazione di un . educational tour rivolto a 75 tra operatori turistici, agenti di viaggio e giornalisti.

Detta iniziativa si è svolta dal 31 Ottobre al 6 novembre 2009 e ha visto il realizzarsi di un programma che ha coinvolto alcune delle più rappresentative aree turistiche del territorio piemontese.

L'evento ha riscosso un notevole successo tra i partecipanti e ha avuto una buona visibilità sul mercato canadese grazie ai successivi numerosi articoli usciti su riviste di settore.

L'Italy Symposium si è pertanto dimostrato uno strumento molto efficace per affacciarsi ad un mercato nuovo, accrescere la popolarità tra gli operatori del settore turistico e avviare le prime relazioni con i principali tour operator canadesi.

L'attività promozionale sul mercato canadese è proseguita nel 2010 con la realizzazione di due eventi promozionali, 11 maggio Montréal e 12 maggio Toronto, finalizzati alla presentazione del Piemonte turistico, cui hanno partecipato circa 100 tra tour operator e giornalisti di settore, entrambi accolti con favore ed interesse dagli addetti ai lavori.

Per quanto sopra, si ritenuto opportuno che la Regione Piemonte continuasse ad operare sul mercato turistico canadese al fine di capitalizzare gli interventi già effettuati e consolidare la propria

presenza, e pertanto, nel quadro delle azioni promozionali previste nel Programma di attività 2010 da realizzare a cura di CEIPIEMONTE, si è ritenuto di proseguire le attività promozionali sul mercato target Canada attraverso la realizzazione di azioni che possano garantire tali esigenze.

Gli obiettivi delle attività promozionali che CEIPIEMONTE intende realizzare verso il mercato canadese, durante II° semestre 2010, sono:

- Incrementare i flussi turistici provenienti dal mercato target Canada sul territorio piemontese.
- Promuovere il Piemonte come destinazione turistica, puntando sui prodotti di maggiore interesse per i turisti canadesi, quali l'enogastronomia, le città d'arte, i laghi ed i grandi eventi.
- Consolidare il marchio Regione Piemonte attraverso massicce campagne pubblicitarie sulle maggiori riviste di settore.
- Creare opportunità di lavoro e di promozione per gli operatori turistici locali.
- Creare un'ampia visibilità mediatica ad un costo estremamente conveniente grazie alla suddivisione degli stessi con i tour operator.
- Sfruttare l'approfondita conoscenza che hanno del proprio mercato i tour operator con i quali si stanno sviluppando le attività di promozione e di comarketing attraverso CEIPIEMONTE.

Si intende perseguire gli obiettivi sopra indicati attraverso la realizzazione delle seguenti attività, specificate in dettaglio nel programma redatto da CEIPIEMONTE.

A. Piano di promozione in collaborazione con KOMPAS EXPRESS

Kompas Express realizzerà un piattaforma mediatica, diretta alla promozione del Piemonte, basata sulla pubblicazione di un magazine esclusivo e sulla creazione di un sito internet interattivo connesso al magazine; tale piattaforma sarà il mezzo con cui il tour operator promuoverà i pacchetti dedicati al Piemonte e commercializzati sul sito Piemontenow.com.

Le attività che si intendono realizzare sono le seguenti:

- A.1. Creazione di una rivista esclusiva dedicata al Piemonte da distribuire come inserto dei più noti quotidiani di Toronto.
- A.2. Realizzazione di un sito internet interattivo abbinato alla rivista.
- A.3. Campagna e-mail.
- A.4. Attività di P.R.

B. Piano di promozione in collaborazione con ALBATOURS/SUNQUEST

Il tour operator Alba tours aggiungerà 5 notti in Piemonte al proprio pacchetto, già commercializzato, dedicato all'Italia.

Il pacchetto prevede una tappa a Venezia cui si aggiungeranno 3 giorni e 2 notti a Torino, 3 giorni e 3 notti nelle Langhe per poi proseguire verso Roma con tappe in Liguria e Toscana.

Il programma comprenderà visite ai musei, arte e degustazioni delle specialità enogastronomiche.

L'itinerario sarà aggiunto mediante 8 nuove pagine nel catalogo ALBA Tours Italy 2011, la stima prevede circa 800 viaggiatori.

Le attività che si intendono realizzare sono le seguenti:

- B.1. Realizzazione di n. 8 pagine a colori dedicate al Piemonte da inserire nell'itinerario Albatours Italy Vacation Brochure.
- B.2. Distribuzione del catalogo.
- B.3. Campagna promozionale B2C.
- B.4. Campagna promozionale B2B.

C. Piano di promozione in collaborazione con ARTS & LEISURE TOURS/TRAVEL WITH FLAIR

Arts & Leisure Tours/Travel with Flair inserirà 3 pagine dedicate al Piemonte nel catalogo Art and Leisure 2011.

Le attività che si intendono realizzare sono le seguenti:

C.1. Realizzazione di n. 3 pagine a colori dedicate al Piemonte da inserire nel catalogo per agenti di viaggio Art and Leisure 2011.

C.2. Distribuzione del catalogo

Distribuzione di 12.000 copie del catalogo come inserto del magazine Travel Week destinato ad agenzie di viaggio.

C.3. Attività di P.R.

Il valore complessivo del progetto viene da CEIPIEMONTE stimato complessivamente in € 156.000,00 IVA inclusa – dettagliata nella documentazione allegata alla nota sopraccitata n. prot. 1458/AF/fn - con una ripartizione del 50% tra i soggetti interessati, pertanto € 78.000,00 suddivisa tra i succitati operatori canadesi e la restante somma pari ad € 78.000,00 a carico della Regione Piemonte.

Nel progetto viene altresì indicato che le attività in esso previste verranno realizzate nel periodo novembre 2010 – primi mesi dell'anno 2011.

Si ritiene che la spesa sostenuta risulti avere un positivo rapporto costi-benefici, poiché realizza i fini istituzionali della Regione, quali la promozione del territorio piemontese, ma soddisfa anche le esigenze dell'interesse pubblico locale in quanto la campagna promo-pubblicitaria prevista ha un effetto positivo diretto sulla notorietà del marchio Piemonte e sull'immagine della regione come destinazione turistica.

La realizzazione della promozione in collaborazione con tour operator stranieri ha numerosi vantaggi, quali il risparmio del 50% sul costo totale delle iniziative, l'associazione del marchio Piemonte a brand già conosciuti e ritenuti affidabile da parte dei potenziali turisti canadesi, la possibilità di promuovere un prodotto già commercializzato e il privilegio di avvalersi dell'esperienza lavorativa e della conoscenza approfondita dei canali selezionati da parte di importanti rappresentanti del sistema turistico canadese.

Considerato inoltre la tipologia di azioni previste, l'effetto positivo sull'immagine della Regione e le ricadute potenziali in termini di arrivi di turisti stranieri sul nostro territorio, i costi previsti appaiono adeguati.

Per quanto sopra si ritiene di accogliere il progetto in questione provvedendo ad impegnare con il presente atto la somma di € 78.000,00 sul cap. 140699/2010 – UPB DB18081 (asseg. N. 100273) con la quale CEIPIEMONTE farà fronte alle spese previste la realizzazione delle azioni indicate nel programma in questione.

Nell'esecuzione delle azioni, iniziative ed attività previste, CEIPIEMONTE dovrà operare per favorire la massima diffusione del logo della Regione Piemonte, del suo territorio e delle sue eccellenze turistiche, coordinandosi ed utilizzando, generalmente, la campagna di comunicazione turistica regionale attualmente in uso o successive che dovessero subentrare. Tale attenzione dovrà

anche essere posta per quanto attiene la produzione del materiale promo-pubblicitario e di comunicazione, compresa l'oggettistica promozionale.

Alla luce di quanto sopra:

considerato che la realizzazione del progetto e delle relative azioni risultano necessari per contribuire alla piena realizzazione delle attività della Direzione Cultura, Turismo e Sport – Settore Promozione Turistica al fine di raggiungere gli obiettivi contenuti nei documenti regionali di programmazione turistica;

ritenuto che sussistano le condizioni di cui all'art. 6 della "Convenzione Quadro", repertorio n. 12941 del 29/11/2007 per procedere all'affidamento dell'incarico CEIPIEMONTE finalizzato all'esecuzione delle azioni ed attività contenute nella sopra citata nota prot. n. 1458/AF/mg del 22/10/2010 per le quali viene indicata una spesa complessiva di € 78.000,00;

riconosciuta la valenza promozionale del progetto in questione che prevede la realizzazione di iniziative ed azioni di valorizzazione del territorio turistico piemontese e delle sue eccellenze, volte a promuovere e valorizzare il territorio turistico regionale;

dato atto che le spese previste per le singole azioni contenute nel progetto sono da ritenersi indicative e le stesse possono trovare compensazione tra loro nel rispetto della somma complessiva prevista;

considerato che CEIPIEMONTE, ai fini dell'espletamento dell'incarico ad esso affidato con il presente atto, è tenuto ad operare in coerenza e secondo quanto in merito previsto dall'art. 4 della citata Convenzione repertorio n. 12941 del 29 novembre 2007;

visto il capitolo 140699/2010 "Spese ed altri oneri per attività di promozione turistica, anche attraverso l'adesione della Regione con quote associative a enti, istituti, associazioni e comitati correlati a eventi turistico-sportivi", che risulta pertinente e che presenta la necessaria disponibilità finanziaria (assegnazione n. 100273);

preso atto che per far fronte all'incarico di cui sopra si rende necessario impegnare la somma di € 78.000,00 sul cap. 140699/2010 – UPB DB18081 (ass. 100273) a favore del Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a.;

stabilito che il pagamento della somma riconoscibile per l'attuazione del progetto sopra descritto sarà effettuata a favore del Centro Estero Internazionalizzazione Piemonte s.c.p.a. con sede in Torino, Corso Regio Parco n. 27/29 – (omissis), fino alla concorrenza del suo ammontare massimo, dietro presentazione di fatture vistate dal Dirigente del Settore competente. Tutto ciò in ossequio agli accordi convenuti tra le parti e contenute nella Convenzione precedentemente citata. Tale scadenza per il pagamento potrà essere osservata fermo restando non vi siano ritardi nella acquisizione da parte dell'Ente o nella consegna da parte di CEIPIEMONTE della necessaria documentazione amministrativa contemplata da norme entrate in vigore successivamente alla stipula della Convenzione citata;

stabilito inoltre che la somma i mediante accredito su conto corrente bancario da indicarsi nelle fatture medesime da emettersi a cura del Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a.;

dato atto che l'emissione degli atti di liquidazione da parte del Settore competente ed il conseguente pagamento delle fatture è subordinato al rispetto da parte di Ceipiemonte di quanto stabilito dalla Convenzione repertorio 12941 del 29/11/2007 in corso, con particolare riferimento alle adempienze in essa prevista all'art. 7.2, di quanto disposto con il presente atto e previo invio da parte di Ceipiemonte delle dichiarazioni, dei report e della documentazione comprovante la corretta esecuzione delle azioni e delle iniziative previste oltre che le risultanze derivanti dalla realizzazione delle stesse, in formato cartaceo e, ove necessario ai fini documentali e del miglior uso dei documenti prodotti, in formato digitale, pena la mancata liquidazione;

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. del 30 marzo 2001, n. 165 del "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche" e s.m. e i. (artt. 4 "Indirizzo politico-amministrativo. Funzioni e responsabilità", 14 "Indirizzo politico-amministrativo" e 17 "Funzioni dei dirigenti");

vista la Legge 30 luglio 2004, n. 191 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 12 luglio 2004, n. 168, recante interventi urgenti per il contenimento della spesa pubblica";

visto la legge regionale 28 luglio 2008, n. 23 "Disciplina dell'organizzazione degli uffici regionali e disposizioni concernenti la dirigenza ed il personale" (art. 17 "Attribuzioni dei dirigenti");

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 22 ottobre 1996, n. 75 e s.m. e i. "Organizzazione dell'attività di promozione, accoglienza e informazione turistica in Piemonte";

nel rispetto di quanto previsto dalla l.r. 11 aprile 2001, n. 7 "*Ordinamento contabile della Regione Piemonte*" (art. 31 - Spese, comma 2) e dal "Manuale operativo. Linee guida alle Direzioni regionali per le attività di ragioneria - lato uscite" (D.G.R. n. 5-8039 del 21.01.2008 "Approvazione del Manuale operativo relativo alla gestione spesa"), A) Fase dell'impegno di spesa, a1) Definizioni, comma 5 e comma 6, lettera c);

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";

vista la D.G.R. n. 5 - 8039 del 21.01.08 "Approvazione del Manuale operativo relativo alla gestione spesa";

Vista la legge regionale 1 giugno 2010, n. 14 "Legge finanziaria per l'anno 2010" e la legge regionale 1 giugno 2010, n. 15 "Bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010 e bilancio pluriennale per gli anni finanziari 2010-2012";

vista la legge regionale del 3 agosto 2010, n. 18 “Assestamento al bilancio di previsione per l'anno finanziario 2010 e disposizioni finanziarie”

nell'ambito delle risorse finanziarie assegnate dalla Giunta regionale con D.G.R. n.19 – 201 del 21 giugno 2010 “Bilancio di previsione per l'anno 2010. Parziale assegnazione delle risorse finanziarie”;

nell'ambito delle risorse finanziarie 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”;

vista altresì la nota del 27/01/2010 del Direttore responsabile della Direzione Cultura Turismo e Sport con la quale ha comunicato di autorizzare il Dirigente del settore Promozione Turistica ad esercitare i poteri di spesa nell'ambito delle risorse assegnate dalla Giunta regionale con la succitata deliberazione, limitatamente alle UPB di competenza del settore Promozione Turistica:

visto il D.Lgs. 163/2006 “Codici dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi, forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE”;

vista la L.R. 23 gennaio 1984, n. 8 e s.m.i., “Norme concernenti l'amministrazione dei beni e l'attività contrattuale della Regione”, così come esplicitata dalla circolare prot. n. 17131/5 del 29 dicembre 2006 “Applicabilità del Titolo II della L.R. 8/84 (dei contratti);

vista la l. n. 136 del 13 agosto 2010 “Piano straordinario contro le mafie, nonché delega al Governo in materia antimafia”;

preso atto di tutti i presupposti di fatto narrati in premessa,

determina

- di accogliere, per le motivazioni espresse in premessa, il progetto di attività presentato con nota prot. n.1458/AF/fn del 22/10/2010 dal “Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a.”- società “In House Providing” della Regione Piemonte - con sede in Torino, generalizzato in premessa, inerente la realizzazione dell'iniziativa promozionale relativa al “Programma di attività di co-marketing con tour operator canadesi” relativo alla stagione invernale 2010/2011, a fronte di una spesa massima complessiva prevista di € 78.000,00 IVA inclusa;

- di affidare al Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a., ai sensi della l.r. 13/2006 e in coerenza con quanto disposto dagli atti indicati in premessa, l'incarico per l'espletamento degli adempimenti tecnici ed operativi necessari alla realizzazione delle attività indicate nel programma di attività di cui trattasi, riconoscendo alla stessa le spese sostenute ed in esso indicate, sino all'importo massimo preventivato in € 78.000,00 (settantottomila/00);

- di dare atto che i rapporti tra la Regione Piemonte - Direzione Cultura, Turismo e Sport ed il Centro Estero Internazionalizzazione Piemonte s.c.p.a., ai fini dell'espletamento del presente incarico, sono disciplinati dalla “Convenzione Quadro”, rep. n. 12941 del 29/11/2007 e da quanto disposto con il presente atto;

- che il progetto in questione, per il quale è prevista la realizzazione di azioni da completarsi oltre la data di scadenza della Convenzione vigente tra la regione Piemonte e CEIPIEMONTE, vengano, ai sensi dell'art. 2.2 della stessa, portate a compimento anche nelle more di rinnovo di detta Convenzione;

- di impegnare a tale scopo la somma complessiva di € 78.000,00 sul cap. 140699/2010 – UPB DB 18081 - (asseg. n. 100273) del bilancio regionale per l'anno finanziario 2010, che ne presenta la disponibilità, a favore del Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a . sopra generalizzato;
- di liquidare a favore del Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a., generalizzata in premessa, le spese sostenute per la realizzazione delle attività indicate nel progetto in questione fino all'importo massimo sopra indicato di € 78.000,00 (settantottomila/00). Il pagamento avverrà entro il termine indicato nella citata convenzione stipulata tra la Regione Piemonte e CEIPIEMONTE da riportarsi nella successiva lettera di affidamento del presente incarico, fermo restando l'acquisizione da parte del Settore competente della documentazione indicata negli atti citati oltre a quella prevista dalle norme entrate in vigore in tempi successivi alla stipula e all'adozione degli stessi. Le fatture dovranno essere viste dal Dirigente del Settore competente ed il pagamento verrà effettuato su conto corrente bancario da indicarsi nelle fatture medesime da emettersi nel rispetto di quanto stabilito dalla Convenzione in corso, con particolare riferimento alle adempienze in essa prevista all'art. 7 oltre a quanto contenuto nel presente atto. La liquidazione delle fatture è inoltre subordinata all'invio da parte di CEIPIEMONTE della documentazione e delle dichiarazioni previste dalla citata Convenzione, da quanto indicato nel presente atto e da quanto in merito disposto dalle norme vigenti, riferite all'intero progetto.
- di trasmettere a CEIPIEMONTE s.c.p.a., unitamente alla lettera di affidamento dell'incarico, copia fotostatica della presente determinazione per l'assunzione da parte della stessa degli atti conseguenti.

La presente determinazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 16 del Regolamento D.P.G.R. n. 8/R del 29.07.2002 "Ordinamento e disciplina dell'attività del Bollettino Ufficiale 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