



ATTO DIRIGENZIALE

Codifica adempimenti L.R. 15/08 (trasparenza)	
Ufficio istruttore	<input checked="" type="checkbox"/> Sezione Turismo e Internazionalizzazione
Tipo materia	<input checked="" type="checkbox"/> POC PUGLIA <input type="checkbox"/> PO FESR 2007-2013 <input type="checkbox"/> PO FESR-FSE 2014-2020 <input type="checkbox"/> Altro
Privacy	<input type="checkbox"/> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO
Pubblicazione integrale	<input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

**N. 160 del 18/10/2021
del Registro delle Determinazioni**

Codice CIFRA: 056/DIR/2021/00160

Oggetto: POC Puglia 2014 - 2020. Asse VI – Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche – D.G.R. n. 1305/2019; DGR - Area Interna Sud Salento. Destinazione Turistica Sud Salento”. Approvazione del progetto esecutivo e dello schema di Disciplina regolante i rapporti tra Regione Puglia e il Comune di Tiggiano, accertamento di entrata e impegno di spesa.

Il Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione

- Visti gli articoli 4 e 5 della L.R. n. 7/97;
- Vista la Deliberazione G.R. n. 3261 del 28/7/98 avente ad oggetto “Separazione delle attività di direzione politica da quelle di gestione amministrativa. Direttiva alle strutture organizzative regionali”;
- Visti gli artt. 4 e 16 del D. Lgs. 165/01
- Visto l'art. 32 della legge 18 giugno 2009, n. 69, che prevede l'obbligo di sostituire la pubblicazione tradizionale all'Albo ufficiale con la pubblicazione di documenti digitali sui siti informatici;
- Visto l'art. 18 del Dlgs 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali" in merito ai Principi applicabili ai trattamenti effettuati dai soggetti pubblici;
- Vista la D.G.R. 1518 del 31.07.2015, di adozione del modello organizzativo denominato “Modello ambidestro per l’innovazione della macchina amministrativa regionale - MAIA” – approvazione atto di alta organizzazione;
- Visto il D.P.G.R. n. 443 del 31.07.2015 pubblicato sul BURP n. 109 del 3.08.2015;
- Vista la D.G.R. n. 1974 del 7 dicembre 2020 “Approvazione Atto di Alta Organizzazione. Modello Organizzativo “MAIA 2.0”
- Visto il D.P.G.R. n. 22 del 22.1.2021 avente ad oggetto “Adozione Atto di Alta Organizzazione. Modello Organizzativo " MAIA 2.0”;
- Vista la DGR n. 1576 del 30.9.2021 di conferimento dell’incarico di direzione della Sezione Turismo e Internazionalizzazione;
- Visto l’atto dirigenziale n. 16 del 31.3.2017 di conferimento dell’incarico di Dirigente del Servizio Promozione e marketing territoriale della Sezione Turismo e Internazionalizzazione da ultimo prorogato



SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

con atto dirigenziale del Direttore del Dipartimento Risorse Finanziarie e Strumentali, Personale e Organizzazione n. 7 del 1.9.2021;

- Vista la Determinazione del Dirigente della Sezione Programmazione unitaria n. 110 del 10.11.2017, come modificata dalla d.d. n. 425 del 22.11.2018, che ha previsto l'articolazione delle Azioni del Programma in Sub-Azioni, tra cui la Sub-Azione 6.8.c;
- Vista la DGR n. 1712 del 22.11.2016 che ha definito il sistema di coordinamento delle responsabilità delle Azioni del Programma individuando, coerentemente con quanto definito nel DPGR n. 304 del 20 maggio 2016, i Responsabili di Policy del Programma;
- Vista la DGR n. 970 del 13.6.2017 che definisce la governance per l'organizzazione e l'attuazione del Programma Operativo FESR-FSE 2014-2020;
- Vista la Determinazione dirigenziale n. 39 del 21.6.2017, con la quale il Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria ha adottato il documento descrittivo del Sistema di Gestione e Controllo del POR Puglia 2014-2020 (SIGECO) redatto ai sensi degli articoli 72, 73 e 74 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, come da ultimo modificato e integrato con Determinazione Dirigenziale n. 164 del 8.10.2020;
- Visto il Programma Operativo FESR FSE 2014-2020 della Regione Puglia approvato da ultimo con Decisione di esecuzione C(2018) 7150 del 23.10.2018 che modifica la precedente Decisione C(2015) 5854 del 13.8.2015, così come modificata dalla Decisione C(2017) 2351 e 6239;
- Vista la Delibera n. 2029 del 15.11.2018 con cui la Giunta Regionale ha preso atto della Decisione di esecuzione della Commissione Europea n. 7150 del 23.10.2018 che modifica la Decisione n. 5854 del V
- Visto il DPR del 5 febbraio 2018, n. 22 - Regolamento recante i criteri sull'ammissibilità delle spese per i programmi cofinanziati dai Fondi strutturali di investimento europei (SIE) per il periodo di programmazione 2014/2020;
- Vista la Legge Regionale n. 35 del 30 dicembre 2020 "Disposizioni per la formazione del bilancio di previsione 2021 e bilancio pluriennale 2021-2023 della Regione Puglia - Legge di stabilità regionale 2021";
- Vista la Legge Regionale n. 36 del 30 dicembre 2020 " Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2021 e pluriennale 2021-2023 della Regione Puglia";
- Vista la DGR n. 71 del 18 gennaio 2021 di approvazione del Documento Tecnico di Accompagnamento e del Bilancio Gestionale Finanziario 2021-2023.

In Bari, presso la sede della Sezione Turismo e Internazionalizzazione, sulla base della istruttoria espletata dal funzionario responsabile per la programmazione e gestione amministrativa di interventi di infrastrutturazione in materia turistica, Mariaelena Schiraldi, dal Responsabile di sub-azione 6.8.c, Mariangela Sciannimanico, e dal Dirigente del Servizio Promozione e Marketing territoriale, Vito Ferrante il dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione Patrizio Giannone riceve dagli stessi la seguente relazione.

In base al combinato disposto degli artt. 4 della l.r. n. 28/1978 "Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese" e 3 della l.r. n. 1/2002 "Norme di prima applicazione dell'art. 5 della l. 29.3.2001, n. 135 riguardanti il riordino del sistema turistico pugliese", la Giunta regionale approva con cadenza triennale le direttive generali e il piano regionale di promozione turistica nel quale sono indicati gli obiettivi dell'intervento regionale sui diversi mercati della domanda in Italia e all'estero nonché le risorse comunitarie, statali e regionali che si prevede di destinare alla promozione regionale e alla promozione locale; l'attuazione di detto programma avviene mediante piani per singole annualità, approvati dalla Giunta regionale su proposta dell'Assessore competente.

Con **DGR n. 191 del 14.2.2017**, la Giunta regionale ha deliberato di approvare:



**REGIONE
PUGLIA**

**DIPARTIMENTO TURISMO, ECONOMIA DELLA CULTURA E
VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO**

SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

- il Piano Strategico Regionale del Turismo 2016/2025 denominato "Puglia 365" con i suoi allegati "Schede azioni" e "Business plan";
- il "Piano Annuale e Triennale" di Attuazione degli interventi da realizzare a valere sulle risorse dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020 con l'allegato Quadro Economico;

Con **D.G.R. n. 2186/2016** la Regione Puglia ha preso atto dell'istruttoria predisposta dal Comitato Nazionale Aree interne, riconoscendo quali aree interne regionali le tre aree del Sud Salento, dell'Alta Murgia e del Gargano oggetto dell'istruttoria svolta dal Comitato Nazionale. Con la medesima deliberazione, si è previsto nell'ambito del POR Puglia FESR FSE 2014-2020, una dotazione pari a 9 Milioni di euro da destinare alle tre aree quale quota regionale di partecipazione alla Strategia Nazionale per le Aree Interne, di cui € 3.000.000 destinati all'Area Sud Salento;

Con **D.G.R. n. 1627/2017** la Regione Puglia, aderendo alla Strategia nazionale per le Aree Interne (SNAI), ha individuato l'Area del Sud Salente come seconda area candidata alla SNAI;

A seguito della suddetta designazione, l'Area del Sud Salento ha svolto il percorso di pianificazione territoriale, definito a livello nazionale e coordinato dal Comitato Nazionale Aree interne secondo le seguenti scadenze:

- approvazione della bozza di Strategia a maggio 2017;
- approvazione del Preliminare di strategia a giugno 2018 nel quale è stata focalizzata l'idea guida e sono state individuate le priorità di intervento;
- approfondimenti svolti sia sul territorio con le comunità dell'Area e sia in sedi istituzionali con le strutture regionali interessate dalla Strategia per la definizione degli interventi finanziati con le risorse nazionali;
- predisposizione della Strategia definitiva e relativa approvazione avvenuta a maggio 2019.

Al fine della predisposizione della Strategia l'Area interna ha svolto un approfondimento dei tre ambiti prioritari anticipati nel Preliminare che rappresentano al contempo gli elementi più critici, ma anche più strategici dell'area: identità/paesaggio, mobilità/assetto urbano, **turismo**/sviluppo locale. Il piano finanziario ammonta a 6.7 Meuro, di cui 3, 7 Meuro derivanti da risorse della Legge di Stabilità e 3 meuro assegnati con DGR 2186/2016, a valere sul POR Puglia.

Le risorse del POR sono state indirizzate ai temi dell'identità/paesaggio, turismo/sviluppo locale e capacità amministrativa rafforzata. Nell'ambito dell'Azione "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento"- Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" è stato individuato un progetto che persegue l'obiettivo di sostenere la "Destinazione Turistica Sud Salento", per sperimentare una delle azioni previste dal Piano regionale del Turismo, la Destination Management Organization (DMO), al fine di dotare il territorio di un presidio pubblico-privato in grado di programmare e coordinare in modo unitario le politiche turistiche territoriali per indirizzare e gestire i percorsi di qualità necessari. Al progetto è assicurata una dotazione finanziaria pari ad € 1.000.000,00.

Con **nota prot. DPCOE 2261 del 22 maggio 2019** il Comitato nazionale ha approvato la Strategia dell'Area Interna Sud Salento;

Con **D.G.R. n. 1305 del 16.07.2019**, pubblicata sul BURP n. 92 del 12-08-2019, si è provveduto a prendere atto della Strategia d'Area, si è approvata la proposta di utilizzo progettuale dei 3 milioni di euro a valere sul POR nelle tre aree di intervento indicate, assicurando le risorse del POR a valere sulle azioni in cui si articolano le proposte progettuali presentate dall'Area interna, nel rispetto degli adempimenti previsti dal regolamento 1303/2013.

CONSIDERATO CHE:

Con **Delibera n. 782/2020** la Giunta Regionale ha dato mandato all'Autorità di Gestione di procedere alla riprogrammazione del POR FESR FSE 2014/2020 al fine di consentire il finanziamento della manovra anticrisi per



**REGIONE
PUGLIA**

**DIPARTIMENTO TURISMO, ECONOMIA DELLA CULTURA E
VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO**

SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

fronteggiare gli effetti economico-sociali della pandemia da COVID 19 e, contestualmente, alla variazione del tasso di cofinanziamento comunitario nel limite previsto dall'art 120 del Regolamento (UE) n. 1303/2013, aderendo al Piano di Azione e Coesione (PAC) di cui alla Delibera CIPE 10/2015 nonché in coerenza con l'art. n. 242 del Decreto Legge n. 34 del 19 maggio 2020 recante "Misure urgenti in materia di salute, sostegno al lavoro e all'economia, nonché di politiche sociali connesse all'emergenza epidemiologica da COVID-19;

Con **Deliberazione n. 1034 del 2 luglio 2020** la Giunta regionale ha approvato la proposta di Programma Operativo Complementare (POC) Puglia 2014-2020 elaborata a seguito della riprogrammazione del POR approvato con Decisione q 2020)4719 del 8/7/2020, e confermato la stessa articolazione organizzativa del POR, nonché le stesse responsabilità di azione come definite nella DGR n. 833/2016.

Successivamente, nella seduta del CIPE (ora CIPESS) del 28 luglio 2020, la suddetta proposta di POC è stata approvata con Delibera n. 47 pubblicata sulla Gazzetta ufficiale n. 234 del 21/09/2020, rendendo così esecutivo il POC Puglia;

Con **Deliberazione n. 591 del 12.4.2021** la Giunta regionale ha apportato la variazione al bilancio di previsione bilancio 2021 e pluriennale 2021-2023 al fine di stanziare complessivi € 8.000.000,00 a valere sul POC Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 e destinati agli interventi da realizzare negli esercizi 2021-2022 di seguito indicati:

- Schede Azioni progettuali relative all'annualità 2022 del Piano strategico del Turismo - Puglia 365 a cura dell'Agenzia Regionale del Turismo Pugliapromozione;
- Avvisi a titolarità regionale Infopoint e Ospitalità;
- ***Progetto Destinazione Turistica Sud Salento nell'ambito dell'Area interna Sud Salento.***

La medesima D.G.R. ha disposto, inoltre, che il Dirigente pro tempore della Sezione Turismo e Internazionalizzazione, in qualità di Responsabile dell'Azione 6.8 del POC Puglia 2014-2020, proceda ad adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di spesa, la cui titolarità è del Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria.

Pertanto:

Prendendo atto delle schede tecniche di intervento, parte integrante dell'APQ dell'Area Interna Sud Salento approvato in data 15 Maggio 2020 e sottoscritto nel successivo mese di Luglio, in data 30.07.2020, con nota prot. AOO_056-3214 la Sezione chiedeva al Comune di Tiggiano, ente capofila dell'Area Interna, di trasmettere una progettazione di dettaglio coerente con gli obiettivi e i criteri di selezione del POR Puglia FESR-FSE 2014-2020 nonché con i contenuti delle schede tecniche allegate alla strategia, ai fini dell'istruttoria propedeutica all'ammissione a finanziamento del predetto progetto.

A seguito di interlocuzioni avvenute per le vie brevi tra i referenti istituzionali e i tecnici dell'Ente, in data 15.12.2020, l'allora Sezione Turismo evidenziava ai referenti della Sezione Programmazione Unitaria una serie di punti e criticità progettuali da dover riesaminare.

Facendo seguito ad ulteriori interlocuzioni avvenute per le vie brevi in data 26 gennaio 2021 e, successivamente, via mail in data 05 e 20 Maggio tra i referenti istituzionali e i tecnici dell'Ente, finalizzate alla condivisione di revisioni progettuali per la definizione di contenuti maggiormente coerenti con gli obiettivi e i criteri di selezione del POR Puglia FESR-FSE 2014-2020, in data 22 giugno 2021, è stata trasmessa informalmente la bozza del progetto di fattibilità tecnico economica.

La Sezione regionale ha preso atto di quanto trasmesso ed ha richiesto in data 15 luglio 2021 un ulteriore aggiornamento, ritenendolo funzionale ad una più efficace realizzazione degli obiettivi dell'intervento.



SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

Pertanto, alla luce delle ultime indicazioni, con nota pec prot. n. 4389 del 22.09.2021, acquisita in ingresso agli atti della Sezione Turismo e Internazionalizzazione al prot. n. AOO_056-3469 del 14/10/2021, il Comune di Tiggiano, in qualità di Ente capofila, ha trasmesso il progetto esecutivo relativo all’Azione “Promozione e valorizzazione dell’offerta turistica Sud Salento”, revisionato alla luce delle ultime interlocuzioni con gli uffici regionali. Il progetto è risultato coerente e in linea con gli obiettivi e i contenuti programmatici dell’Azione 6.8 “Riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche” del POR Puglia 2014-2020.

RILEVATO CHE

con la Deliberazione n. 591 del 12.4.2021 la Giunta ha provveduto ad imputare la somma di € 8.000.0000,00 ai seguenti capitoli di spesa, di cui euro 1 milione destinato all’intervento dal titolo “*Destinazione Turistica Sud Salento*”:

CRA	Capitolo di spesa	Declaratoria	Missione Programma Titolo	Codice identificativo delle transazioni riguardanti le risorse dell’UE	Codifica Piano dei conti finanziario
62.06	U0702006	POC 2014-2020. PARTE FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTIPER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONITURISTICHE. CONTRIBUTIAGLIINVESTIMENTIA AMMINISTRAZIONILocali. DELIBERA CIPE 47/2020 - QUOTA STATO	7.2.2	4	U.2.03.01.02
	U0702007	POC 2014-2020. PARTE FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTIPER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONITURISTICHE. CONTRIBUTIAGLIINVESTIMENTIA AMMINISTRAZIONILocali. DELIBERA CIPE 47/2020 - QUOTA REGIONE	7.2.2	3	U.2.03.01.02

Con **DGR n. 959 del 16.6.2021** la Giunta ha anticipato al 2021 il cronoprogramma finanziario di una parte delle risorse già stanziare con DGR n. 591 del 12.4.2021

TUTTO CIÒ PREMESSO

con il presente provvedimento si propone:

1. di approvare il progetto esecutivo e relativo cronoprogramma “Promozione e valorizzazione dell’offerta turistica Sud Salento” presentato dal Comune di Tiggiano, ente capofila dell’Area Interna, da realizzare a valere sulle risorse dell’Azione 6.8 del POC Puglia 2014-2020 stanziare con DGR n. 591/2021 (Allegato 1);
2. di approvare lo schema di disciplinare regolante i rapporti tra Regione Puglia e Comune per la realizzazione del progetto “Promozione e valorizzazione dell’offerta turistica Sud Salento”, allegato al presente provvedimento per farne parte integrante (Allegato 2);
3. di provvedere alla registrazione dell’obbligazione giuridicamente perfezionata in entrata per la somma complessiva di € 700.000,00 secondo il cronoprogramma di cui agli adempimenti contabili di € giusta DGR n. 591 del 12.4.2021;



SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

4. di provvedere all'impegno di spesa di complessivi € 1.000.000,00 sui capitoli U0702006 e U0702007 con imputazione nei modi e nei termini indicati nella sezione adempimenti contabili.

**VERIFICA AI SENSI DEL DLgs 196/03 E DEL REGOLAMENTO UE 2016/679
Garanzie alla riservatezza**

La pubblicazione all'Albo o sul sito istituzionale, salve le garanzie previste dalla legge 241/1990 in tema di accesso ai documenti amministrativi, avviene nel rispetto della tutela della riservatezza dei cittadini secondo quanto disposto dal Regolamento UE n. 679/2016 in materia di protezione dei dati personali, nonché dal D.Lgs. 196/2003 e ss.mm.ii., ed ai sensi del vigente Regolamento regionale 5/2006 per il trattamento dei dati sensibili e giudiziari, in quanto applicabile. Ai fini della pubblicità legale, il presente provvedimento è stato redatto in modo da evitare la diffusione di dati personali identificativi non necessari ovvero il riferimento a dati sensibili; qualora tali dati fossero indispensabili per l'adozione dell'atto essi sono trasferiti in documenti separati, esplicitamente richiamati.

ADEMPIMENTI CONTABILI AI SENSI DEL D. LGS 118/2011 e ss. mm ii.

Bilancio: vincolato e autonomo

Esercizio finanziario: 2021 –L. R. n. 35 del 30 dicembre 2020; L. R. n. 36 del 30 dicembre 2020; DGR n. 71 del 18 gennaio 2021

CRA 62.06

62 Dipartimento Sviluppo economico, Innovazione, Istruzione, Formazione e Lavoro

06 Sezione Programmazione unitaria

ENTRATA

Si dispone la registrazione dell'obbligazione giuridicamente perfezionata in entrata per la somma complessiva di **€ 700.000,00** - giusta DGR n. 591 del 12.4.2021 ai sensi del principio contabile di cui all'Allegato 4/2, par. 3.6, lett. c) "contributi a rendicontazione" del D. lgs n. 118/2011, con imputazione secondo il cronoprogramma così come segue:

Capitolo di entrata	Descrizione capitolo	Codifica da Piano dei Conti Finanziario	Debitore	Competenza e.f. 2021	Competenza e.f. 2022	Competenza e.f. 2023
E4032430	TRASFERIMENTI IN C/CAPITALE PER IL POC PUGLIA 2014-2020 – PARTE FESR. DELIBERA CIPE N. 47/2020	E.4.02.01.01.001	Stato-Ministero dell'Economia e delle Finanze	€ 178.500,00	€ 355.250,00	€ 166.250,00

Codice UE: 1

Titolo giuridico che supporta il credito: POC Puglia FESR FSE 2014-2020 approvato con Delibera CIPE n. 47 del 28 luglio 2020.

Causale dell'accertamento: trasferimento per POC Puglia FESR FSE 2014-2020 approvato con Delibera CIPE n. 47 del 28 luglio 2020.

SPESA

**SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE****SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE**

Viene effettuata la registrazione dell'obbligazione giuridica perfezionata sul bilancio regionale della complessiva somma di € 1.000.000,00 giusta DGR n. 591 del 12.4.2021 per la copertura delle spese relative al progetto "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento", così come di seguito indicato:

CRA	Capitolo	Declaratoria	Missione Programma Titolo	Codice identificativo delle transazioni riguardanti le risorse dell'UE	Codifica Piano dei conti finanziario	E.F. 2021	E.F. 2022	E.F. 2023
62.06	U0702006	POC 2014-2020. PARTE FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. DELIBERA CIPE 47/2020 - QUOTA STATO	7.2.2	4	U.2.03.01.02.003	€ 178.500,00	€ 355.250,00	€ 166.250,00
62.06	U0702007	POC 2014-2020. PARTE FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. DELIBERA CIPE 47/2020 - QUOTA REGIONE	7.2.2	3	U.2.03.01.02.003	€ 76.500,00	€ 152.250,00	€ 71.250,00
Totale						€ 255.000,00	€ 507.500,00	€ 237.500,00

Programma di cui al punto 1 lett. i) dell'All.7 al D. lgs. 118/2011: 1 Sviluppo e Valorizzazione del Turismo

MISSIONE 07

PROGRAMMA:02

TITOLO 2

CODIFICA PIANO DEI CONTI FINANZIARIO DI CUI AL D.LGS. 118/2011 e s.m.i: U.2.03.01.02.003 Contributi agli investimenti ai Comuni.

Causale: POC Puglia 2014-2020.- DGR n. 591 del 12.4.2021 Area interna Sud Salento: spese per l'attuazione del progetto "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento" di cui alla DGR n. 1305/2019;

CUP: generato a cura del Comune;

CIG: sarà generato a cura del Comune in relazione a ciascuna procedura ad evidenza pubblica da adottarsi;

Creditore: Comune di Tiggiano; CF 81002430759; PEC info.comune.tiggiano@pec.rupar.puglia.it



**REGIONE
PUGLIA**

**DIPARTIMENTO TURISMO, ECONOMIA DELLA CULTURA E
VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO**

SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

Esigibilità finanziaria dell'intera somma: 2021, 2022 e 2023

(a seguito di presentazione di stati di avanzamento lavori e delle rendicontazioni di spesa da parte del soggetto ammesso a finanziamento sarà valutata l'effettiva esigibilità in sede di riaccertamento residui).

OBO: 2.4.4

Dichiarazioni e/o attestazioni:

- Esiste disponibilità finanziaria sui capitoli di spesa innanzi indicati;
- L'accertamento in entrata e l'impegno di spesa sono conformi a quanto stabilito dal d. lgs. 118/2011 e ss.mm.ii;
- Le somme da accertare e impegnare con il presente provvedimento sono state stanziare con DGR n. 591 del 12.4.2021 sul capitolo di entrata E4032430 e sui capitoli di spesa U0702006 e U0702007;
- Le relative iscrizioni trovano copertura negli accertamenti innanzi indicati;
- Si attesta che l'importo pari a € 1.000.000,00 corrisponde ad obbligazione giuridica perfezionata avente creditore certo individuato nel Comune di Tiggiano e risulta esigibile nel corso dell'esercizio finanziario 2021, 2022 e 2023 (a seguito di presentazione delle rendicontazioni di spesa da parte del soggetto ammesso a finanziamento sarà valutata l'effettiva esigibilità in sede di riaccertamento residui).
- Si attesta che l'operazione contabile proposta assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica vigenti e gli equilibri di bilancio di cui al D.lgs. 118/2011 e ss.mm.ii;
- Si attesta l'adempimento degli obblighi di cui agli artt. 26 e 27 del d.lgs. 14.3.2013, n. 33 con la pubblicazione del presente atto.

Visto di attestazione disponibilità finanziaria

Il Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione

Salvatore Patrizio Giannone

IL DIRIGENTE DELLA SEZIONE

Sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate, nonché letta la proposta formulata dal Funzionario Istruttore PO, dal Responsabile di SubAzione 6.8.c e dal Dirigente del Servizio Promozione e Marketing territoriale;

Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento dal Funzionario Istruttore PO, dal Responsabile di SubAzione 6.8.c e dal Dirigente del Servizio Promozione e Marketing territoriale;

Richiamato, in particolare, il disposto dell'art. 6 della legge regionale 4 febbraio 1997, n. 7, in materia di modalità di esercizio della funzione dirigenziale,

DETERMINA

Per quanto espresso in premessa e che qui si intende integralmente riportato:

1. di approvare il progetto esecutivo e relativo cronoprogramma "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento" presentato dal Comune di Tiggiano, ente capofila dell'Area Interna, da realizzare a valere sulle risorse dell'Azione 6.8 del POC Puglia 2014-2020 già stanziare con DGR n. 591/2021 (Allegato 1);



**REGIONE
PUGLIA**

**DIPARTIMENTO TURISMO, ECONOMIA DELLA CULTURA E
VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO**

SEZIONE TURISMO E INTERNAZIONALIZZAZIONE

SERVIZIO PROMOZIONE E MARKETING TERRITORIALE

2. di approvare lo schema di disciplinare regolante i rapporti tra Regione Puglia e Comune per la realizzazione del progetto "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento", allegato al presente provvedimento per farne parte integrante (Allegato 2);
3. di provvedere alla registrazione dell'obbligazione giuridicamente perfezionata in entrata per la somma di € 700.000,00 giusta DGR n. 591 del 12.4.2021 secondo il crono programma di cui agli adempimenti contabili;
4. di provvedere all'impegno di spesa di complessivi € 1.000.000,00 sui capitoli U0702006 e U0702007 con imputazione nei modi e nei termini indicati nella sezione adempimenti contabili;
5. di individuare il Rup nella persona della dott. Vito Ferrante, Dirigente del Servizio Promozione e Marketing territoriale della Sezione Turismo e Internazionalizzazione;
6. di dare atto che il presente atto diventa esecutivo con l'apposizione del visto di regolarità contabile da parte della Sezione Bilancio e Ragioneria.

Il presente provvedimento, composto da n. 37 pagine di cui n. 9 di atto e n. 28 di allegato:

- sarà notificato al Soggetto Beneficiario Comune di Tiggiano all'indirizzo pec info.comune.tiggiano@pec.rupar.puglia.it
- sarà pubblicato sul Burp e sul portale regionale del Turismo;
- sarà pubblicato nel sito ufficiale della Regione Puglia: www.regione.puglia.it, sezione Amministrazione trasparente - provvedimenti dirigenti, ai sensi della L.R. 15/2008 e nella sezione Pubblicità legale – Albo provvisorio della Regione Puglia ai sensi del comma 3 art.20 D.P.G.R. n.443/2015 in relazione all'obbligo di pubblicazione degli atti esecutivi per un periodo pari a 10 giorni;
- sarà trasmesso alla Sezione Bilancio e Ragioneria.

Il Dirigente della Sezione Turismo e Internazionalizzazione

Salvatore Patrizio Giannone

I sottoscritti attestano che il procedimento istruttorio è stato espletato nel rispetto della vigente normativa regionale, statale e comunitaria e che il presente schema di provvedimento, dagli stessi predisposto ai fini dell'adozione dell'atto finale da parte del Dirigente della Sezione, è conforme alle risultanze istruttorie.

Il Funzionario PO

**Programmazione e gestione amministrativa di interventi
di infrastrutturazione in materia turistica**

Mariaelena Schiraldi

Il Responsabile di Subazione 6.8.c

Mariangela Sciannimanico

Il Dirigente del Servizio Promozione e Marketing territoriale

Vito Ferrante

Progetto esecutivo TURISMO

**Promozione e valorizzazione offerta turistica
Sud Salento**

STRATEGIA AREE INTERNE SUD SALENTO



Regione Puglia



Strategia
Aree Interne

Area Interna Sud Salento

Regione Puglia

Sommario

1	Premessa.....	3
2	Area Sud Salento	3
3	Obiettivo generale.....	5
4	Attività e workpackage	6
4.1	- WP 1 COORDINAMENTO TECNICO OPERATIVO	6
4.2	- WP2 INTEGRAZIONE TURISTICA E SVILUPPO PIANO DI MARKETING.....	7
4.3	WP3 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	9
4.4	WP 4 ATTIVITA' DI INCOMING	10
4.5	WP5 STRUMENTI E PROMOZIONE TERRITORIALE	12
5	Modalità esecutive	15
5.1	Staff di progetto	15
6	Quadro finanziario.....	17
7	Cronoprogramma attività.....	19

1 PREMESSA

Il progetto esecutivo “Promozione e valorizzazione dell’offerta turistica Sud Salento” è uno degli interventi della Strategia dell’Area Interna Sud Salento. L’Area Interna Sud Salento è stata designata seconda Area Interna della Puglia con DGR n. 1627 del 17/10/2017 a seguito di un percorso intrapreso tra i Comuni dell’Area che, diretti dal Comune di Tiggiano, quale capofila, si sono impegnati, attraverso la sottoscrizione di una Convenzione (ex art.30), ad avviare le attività necessarie e funzionali alla predisposizione della “Strategia Aree Interne Sud Salento”.

In data 22 maggio 2019 (nota n. DPCOE-2261) il Comitato nazionale Aree Interne ha comunicato idoneità dell’Area e a maggio 2020 è stato sottoscritto l’Accordo di Programma Quadro tra l’Agenzia per la Coesione Territoriale, il Ministero dell’Istruzione, il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, l’Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro, il Ministero delle politiche Agricole Alimentari e Forestali, Il Ministero della Salute, la Regione Puglia e il Comune di quest’ultimo quale soggetto capofila dell’Area Interna Sud Salento.

L’Accordo è finalizzato al raggiungimento degli obiettivi della strategia d’area Regione Puglia “Area Interna Sud Salento” mediante l’attuazione degli impegni e degli interventi sinteticamente descritti in 10 Schede progetto allegati all’Accordo. L’obiettivo generale della Strategia del Sud Salento è rafforzare la capacità competitiva dell’area rafforzando i servizi e supportando le politiche di sviluppo locale.

La copertura finanziaria degli interventi di cui al presente Accordo ammonta ad € 6.740.000 ed è assicurata per € 3.740.000 dalla Legge di Stabilità e per € 3.000.000 dal POR FESR-FSE della Regione Puglia (adottato dalla Commissione europea con decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015, e ss.mm.ii) Tra questi interventi è previsto il presente progetto, di cui questo documento ne costituisce il piano esecutivo. L’intervento è coerente con il POR-FESR azione 6.8 per favorire il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche attraverso la valorizzazione integrata di risorse e competenze territoriali. Si pone all’interno degli obiettivi del Piano Strategico del Turismo regionale 2016/2025.

2 AREA SUD SALENTO

L’area interna Sud Salento comprende 18 Comuni dell’estrema pendice a sud della Provincia di Lecce e della Regione Puglia, che si estendono su una superficie totale di 468 kmq. I 18 Comuni del Sud Salento si dividono in 14 Comuni dell’Area di progetto e 4 Comuni dell’Area Strategia.

Si tratta di un territorio che si affaccia sulla costa bagnato sia dal mar Adriatico che dal mar Jonio ad Ovest, arrivando ad un totale di 55 km lineari di costa. Il territorio interno è connotato dalla presenza delle “serre”, piccole dorsali collinari che attraversano la penisola salentina nella sua parte meridionale, da nord-ovest a sud-est. I centri abitati dell’area hanno altitudini comprese tra 120 e 150 m slm. Tale aspetto, unito alla vicinanza al mare, rende il territorio ricco di punti panoramici e d’interesse paesaggistico. Il territorio presenta un sistema insediativo costituito da un reticolo di piccoli centri contigui e poco popolosi, con diverse frazioni interne e “marine” sulla costa, legati ad una centralità di servizi ad Alessano (scuole e commercio) e in parte Gagliano del Capo (servizi poliambulatoriali), ma soprattutto dipendente dai centri di Tricase e Casarano (scuole, ospedale, uffici pubblici).

L’area è sostanzialmente un territorio rurale, prevalentemente coltivato con oliveto a maglia larga, poche volte intervallato da macchia mediterranea e arbusti, con seminativo o colture permanenti nei pressi soprattutto dei centri abitati, dove si trovano anche frutteti poco estesi ed orti. Le aree a pascolo sono concentrate solo verso le serre adriatiche e nelle immediate retrovie delle aree

marine. Il tessuto rurale presenta un reticolo stradale storico, per ampi tratti ancora intatto; sono diffuse e pregiate le forme architettoniche rurali come le masserie, le chiese rupestri, i ripari in pietra a secco, i tratturi, le torri costiere intessute dentro un groviglio di muretti a secco e macchia mediterranea.

Il 10% del territorio è interessato dal Parco Naturale Regionale Litorale di Ugento e nel Parco Costa Otranto - Santa Maria di Leuca e Bosco di Tricase, da 9 Siti appartenenti alla Rete Natura 2000, con 18 habitat riconosciuti, con una superficie forestale del 25% dei territori comunali.

La costa adriatica geomorfologicamente è costituita da una falesia alta e spesso a precipizio sul mare, mentre la costa jonica, le serre degradano dolcemente dall'entroterra verso il mare con lunghi tratti sabbiosi e con la presenza di importanti cordoni dunosi.

Questi elementi insediativi rendono il contesto locale identitario: un territorio rurale che si affaccia sulla costa sia adriatica sia ionica con forte vocazione e potenzialità turistica.

L'area interna si divide in 14 comuni dell'Area Progetto, che racchiude i beneficiari della Strategia aree interne e nel quale si realizzano gli interventi e in 4 comuni dell'Area Strategia, che completano il perimetro di tutti i comuni associati all'area interna Sud Salento.

Turismo

Nel 2017 sono stati registrati più di 1 milione 250 mila pernottamenti in strutture ricettive ufficiali il 15% del totale provinciale con una permanenza media di 6 gg. Il tasso di ricettività ogni mille abitanti è pari a 111 %.

L'analisi qualitativa di settore evidenzia una preponderante domanda "balneare", con una progressiva integrazione all'offerta territoriale.

La parte pubblica risente di una cultura pre-turistica. Il sistema locale stenta a dotarsi di una strategia coerente e manca di un coordinamento dei diversi attori pubblici e privati utilizzatori di risorse pubbliche indirizzate al settore.

Il settore turistico è meno sviluppato rispetto ad altre aree salentine. La domanda turistica è di tipo balneare, con elevati picchi stagionali. Nel 2015, sono stati registrati 287.319 pernottamenti in strutture ricettive ufficiali, generati prevalentemente da residenti in Italia. Il tasso di ricettività ogni mille abitanti è pari a 111, più basso rispetto alle aree interne nazionali (166) e regionali (162). Gli arrivi turistici nell'area di studio rappresentano il 15% del totale provinciale. C'è una netta predominanza di turisti italiani rispetto agli stranieri. Con uno sguardo alle presenze, i turisti in quest'area rimangono più a lungo. La permanenza media è la più alta rispetto alle principali mete turistiche della Provincia e alla media provinciale. Molto marcato rimane comunque il fenomeno della stagionalità, che si rileva sia in termini di numero di turisti che in termini di permanenza media. Il territorio presenta un'offerta che lo rende diverso e complementare al prodotto regionale, facendo percepire valori di autenticità e unicità, dovuti allo specifico paesaggistico-costiero, dei circuiti costieri, dei borghi, delle attività enogastronomiche e artigianale, dell'organizzazione del prodotto balneare e del sistema dell'offerta dei servizi di ospitalità con la presenza di grandi strutture, e la diffusione di piccole attività a gestione familiare B&B, agriturismi, piccole residenze. In questi anni l'attività della Regione ha consentito di sviluppare attrattori complementari al turismo balneare: siti culturali e naturalistici, cammini storico-religiosi, percorsi costieri, valorizzazione dei borghi, eventi, attività agricole e artigiane di tradizione, disseminati sul territorio. Queste attività rappresentano la cultura del territorio, e costituiscono l'asse su cui agire per un prodotto organizzato per la "bassa stagione". Gli infopoint, il Gal, i Parchi, rappresentano i punti di riferimento organizzati del sistema turistico locale. La promozione di quest'area richiede la collaborazione tra enti, ma anche l'implementazione di politiche comuni degli attrattori culturali e naturali con gli operatori privati in un'ottica di sistema.

Principali aspetti che vengono affrontate dal progetto

Qualificazione e valorizzazione dell'offerta turistica, l'innalzamento della qualità e la differenziazione dei servizi connessi alla fruizione, l'accessibilità e le informazioni sugli attrattori turistici, la definizione di percorsi tematici, e la programmazione degli eventi. Rete tecnologica di support e l'integrazione delle risorse pubbliche e private.

3 OBIETTIVO GENERALE

L'obiettivo generale è lo sviluppo di un prodotto turistico unitario, promuoverlo e qualificarlo per favorire azioni d'integrazione tra i servizi offerti dagli operatori che agiscono all'interno della filiera turistica locale e l'azione pubblica volta a valorizzare le eccellenze locali e ad incoraggiare un'azione promozionale d'innovazione trasversale tra pubblico e privato. Nel medio e lungo periodo l'obiettivo della Strategia si prefigge di dare continuità alle politiche regionali per il recupero di importanti comparti dei borghi a forte valenza storico culturale, degli insediamenti turistici costieri e delle emergenze ambientali, per incrementare la qualità dell'offerta.

Per il raggiungimento di questo obiettivo con l'attuazione di questo progetto ci si pone i seguenti obiettivi specifici:

OS1 – sviluppare ed attuare una strategia di marketing e di comunicazione attraverso lo studio dell'immagine turistica del territorio, sulla base dell'individuazione delle principali leve motivazionali e di un idoneo mix di strumenti di comunicazione: tradizionali e social media.

OS2 - Promuovere la collaborazione tra enti (Comuni, info-point, Gal, Sac, Ente Parco), in un'ottica di sistema per l'implementazione di politiche comuni di governo per la qualificazione dell'attività di accoglienza e informazione

OS3 - produzione di contenuti e strumenti on e off line attraverso il potenziamento dei canali di informazione, interazione e vendita a cui accedono i turisti privilegiando tecniche di promozione segmentate e targettizzate.

4 ATTIVITÀ E WORKPACKAGE

Il progetto si compone da tre macro-attività principali (workpackage) a loro volta suddivise in n. 19 azioni, secondo il seguente schema.

WORK PACKAGE	AZIONI
WP 1 COORDINAMENTO TECNICO OPERATIVO	Azione 1.1 Raccordo con la Strategia, con l'assemblea dei Sindaci e Coordinamento operativo
	Azione 1.2 Gestione amministrativa e monitoraggio
WP2 INTEGRAZIONE TURISTICA E SVILUPPO PIANO DI MARKETING	Azione 2.1 Piano di comunicazione integrato
	Azione 2.2 Definizione immagine coordinata e brand identity
	Azione 2.3 Definizione di un piano editoriale dei contenuti e degli itinerari turistici
	Azione 2.4 Creazione di una rete di operatori locali
WP3 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	Azione 3.1 Attività di animazione on-site
	Azione 3.2 Materiali promozionali
	Azione 3.3 Campagne social
	Azione 3.4 campagne media tradizionalisti
WP 4 ATTIVITA' DI INCOMING	Azione 4.1 Educational
	Azione 4.2 business to business
WP5 STRUMENTI E PROMOZIONE TERRITORIALE	Azione 5.1 Realizzazione Portale web
	Azione 5.2 Gestione e animazione del portale
	Azione 5.3 Survey analysis/customer service
WP 6 – PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E NATURALE DEL SUD SALENTO	Azione 6.1 - eventi enogastronomici
	Azione 6.2 eventi culturali e Festival
	Azione 6.3 nuovo evento

4.1 - WP 1 COORDINAMENTO TECNICO OPERATIVO

L'obiettivo di questo WP è quello di coordinare le attività a livello sovraordinato e a garantire la corretta gestione quotidiana del progetto nell'attuazione dei diversi WP e delle singole attività e di adottare qualsiasi misura per raggiungere gli obiettivi del progetto e il rispetto del cronoprogramma. Il RUP di progetto è in capo all'Unione Comuni Terre di Leuca, che sarà responsabile del coordinamento operativo dell'intero progetto.

Azione 1.1 Raccordo con la Strategia, con l'assemblea dei Sindaci e Coordinamento operativo

L'azione prevede il raccordo con tutti gli altri progetti che compongono la Strategia Area Interna Sud Salento e la gestione del progetto.

Il raccordo viene garantito attraverso la figura di Assistenza tecnica della Strategia e tra questa e l'Assemblea di Sindaci e gli Enti sovraordinati e regionali.

La gestione del progetto, il coordinamento di tutte le attività, l'organizzazione e pianificazione delle singole azioni e delle sinergie che si potranno attivare fra di loro, l'esecuzione e il controllo sulla corretta attuazione delle singole attività e il raggiungimento dei risultati attesi, nonché l'attività di comunicazione e animazione (interna ed esterna al team di progetto) verso i diversi gruppi di stakeholder verrà garantito dal RUP dell'Unione dei Comuni.

Figure e ruoli di riferimento

Il **RUP** di progetto è in capo all'Unione Comuni Terre di Leuca; l'**Assistenza tecnica** della strategia Sud Salento garantisce il raccordo con l'Assemblea dei Sindaci e le strutture sovraordinate regionali e assicurerà la coerenza con le linee di finanziamento attuali e future e il raccordo con il coordinamento operativo del presente progetto;

Il coordinamento operativo viene svolto a due binari: coordinamento tecnico e gestione amministrativa e finanziaria.

L'Unione di Comuni individuerà un **Coordinatore Tecnico** (consulente esterno), un Esperto Senior nel Settore turismo e gestione dei progetti di valorizzazione e qualificazione dell'offerta turistica territoriale. Tale figura partecipa al tavolo tecnico come riferimento operativo dell'attuazione del progetto e avrà in particolare il compito di:

- Gestione quotidiana del Progetto: pianificazione, verifica, riesame e validazione dei prodotti realizzati.
- Gestione delle eventuali modifiche e varianti di Progetto.
- Controllo del rispetto del cronoprogramma.
- Gestione della comunicazione esterna, in particolare con le aziende e tutti gli altri attori coinvolti a vario titolo nel progetto.
- Coordinare e controllare la corretta attuazione di tutte le attività tecniche previste nel WP 2, 3, 4 e 5.
- Coordinare le attività di comunicazione tradizionali ed online.
- Animare ed organizzare incontri ed eventi di promozione del progetto e delle attività previste.
- Supportare le aziende del territorio per la promozione dei prodotti turistici identificati e nella ricerca dei mercati di promozione.
- Individuare gli itinerari e formalizzare gli accordi con le strutture ricettive e gli operatori locali coinvolti, al fine di recepire prezzi, disponibilità, condizioni di prenotazione ecc.
- Predisporre tutte le procedure necessarie all'attuazione delle singole azioni di progetto in linea con quanto disposto dalle misure attuative del POR Fesr Puglia, definizione dei capitoli tecnici e supporto alle procedure amministrative e di rendicontazione.

Tutte le attività prevedono la realizzazione di riunioni di coordinamento, redazioni di piani di attività, eventuali piano di modifica o correzione, gestione della rendicontazione delle attività; realizzazione di conferenze stampa e la redazione di comunicati stampa.

Il coordinatore tecnico si rapporterà con l'Assistenza tecnica della Strategia, i referenti della gestione amministrativa di questo progetto (Azione 1.2) e supporterà il RUP per il coordinamento e la verifica della corretta attuazione delle singole attività e per il raggiungimento dei risultati.

Azione 1.2 Gestione amministrativa e monitoraggio

La gestione amministrativa prevede il monitoraggio e il controllo dell'avanzamento della spesa e la rendicontazione e tali attività verranno gestite dall'Unione di Comuni e coordinata dall'Assistenza tecnica della Strategia. Sarà individuata una figura esterna a supporto dello Staff dell'Unione dei Comuni e del RUP, questa sarà il riferimento operativo per tutti gli aspetti procedurali di liquidazione delle spese.

4.2 - WP2 INTEGRAZIONE TURISTICA E SVILUPPO PIANO DI MARKETING

Questo WP ha lo scopo di sviluppare ed attuare una strategia di marketing integrata e di comunicazione per la promozione del territorio Sud Salento, attraverso la definizione di un piano di comunicazione, lo studio dell'immagine turistica del territorio, sulla base dell'individuazione delle principali leve motivazionali e di un idoneo mix di strumenti di comunicazione: tradizionali e social media. L'immagine coordinata una volta definita sarà condivisa per la sua valutazione con gli uffici regionali del Turismo.

Le diverse attività di questo WP sono contestuali, in termini temporali la definizione della brand identity e dell'immagine coordinata sarà propedeutica alle altre attività previste.

Il carattere fondamentale della strategia sarà l'equilibrio tra il marketing on line e quello off line dove tutti i canali di interazione con il mercato saranno mobilitati e gestiti nell'ottica di *Destination CRM (Customer Relationship Management)*. Tale piano sarà quindi orientato alla individuazione di linee strategiche e strumenti che tengano conto dei nuovi e fondamentali indirizzi di mercato, a partire dall'uso delle nuove tecnologie e dei nuovi canali di distribuzione e di social marketing.

Azione 2.1 Piano di comunicazione integrato

Questa attività prevede la redazione di un piano marketing. Sulla base della ricerca e delle analisi delle necessità e delle potenzialità del territorio e partendo dalla ricognizione di quanto già realizzato, verrà definito un piano innovativo di marketing che integri l'offerta del territorio e gli strumenti disponibili. Il piano dovrà definire la strategia di comunicazione, gli obiettivi specifici in relazione alle porzioni di mercato da raggiungere, verranno individuati quindi i target di riferimento, le attività e gli strumenti da mettere in campo. Il piano è coordinato con l'attività formativa prevista nella Strategia Sud Salento nel progetto "Crescita della qualità delle prestazioni della Pubblica Amministrazione" ed in particolare dovrà contare con le attività di aggiornamento formativo degli operatori del turismo.

La redazione del piano prevede: analisi del contesto di marketing turistico generale; benchmarking delle politiche di destination marketing; definizione dei target, identificazione dei mercati primari e secondari, identificazione dei potenziali partnership (on line / off line) turistiche e non turistiche; individuazione delle principali azioni di promozione on line ed off line e dei prodotti promozionali (editoriali, web editoriali, gadget, ecc.); definizione degli indicatori di performance.

Azione 2.2 Definizione immagine coordinata e brand identity

L'immagine coordinata è la modalità con la quale il progetto si presenta al pubblico e ai target di riferimento; comprende tutti gli aspetti comunicativi ed è quindi una specie di carta d'identità del territorio. Tutti gli elementi comunicativi dovranno essere coerenti l'uno con l'altro attraverso colori, caratteri tipografici, impaginazione loghi, sia nella documentazione interna che nella comunicazione verso l'esterno.

Logo, carta intestata, biglietti da visita, piattaforma multimediale, campagne pubblicitarie, parlano della stessa strategia promozionale e devono mantenere la coerenza dell'immagine e farne trasparire l'identità.

La costruzione di immagine coordinata, o *brand identity*, permetterà di comunicare la propria *value proposition* e, soprattutto, aumentare la *brand awareness* (conoscenza) tra i target turistici già fidelizzati e quelli futuri.

L'azione prevede nello specifico:

- Sviluppo della Brand Identity del progetto, definizione del manuale d'immagine coordinata, progettazione e realizzazione del manuale d'uso ovvero un documento che specifica l'utilizzo dell'immagine nella comunicazione interna ed esterna con informazioni, indicazioni e norme per la corretta applicazione ed utilizzo del marchio/brand. Contenuti fondamentali da prevedere: l'uso del marchio, le diverse versioni, le proporzioni, la posizione, gli usi scorretti, i

colori, le scelte tipografiche, lo sviluppo della modulistica e le applicazioni agli strumenti di comunicazione e ai vari format grafici.

- Studio e progettazione della Corporate Identity del progetto, elaborazione e sviluppo di una serie di elementi tangibili e intangibili che caratterizzano il territorio, i suoi valori e le sue peculiarità che portano alla sua riconoscibilità sul mercato.
- Il sistema grafico-visivo elaborato, sarà applicato ai seguenti strumenti di comunicazione: carta intestata, buste (Busta americana con e senza finestra), lettera template, biglietto da visita, badge/tessere di riconoscimento personale interno, coordinato Social Network (Es.: immagine di profilo e copertina per Facebook), coordinato E-mail e Newsletter; progettazione grafica di locandina e manifesto, brochure, cartoline, depliant e gadget.

Azione 2.3 Definizione di un piano editoriale dei contenuti e degli itinerari turistici

L'attività è suddivisa in diversi step:

- analisi del brand;
- identificazione del target;
- identificazione degli obiettivi da ottenere;
- messaggi da promuovere;
- quali strumenti utilizzare: piattaforme web; social e prodotti editoriali cartacei;
- social media policy;
- Monitoraggio dei risultati.

Un aspetto fondamentale da rimarcare nell'attuazione del progetto è la condivisione di obiettivi comuni, ad esempio la promozione di un evento di un messaggio deve coinvolgere tutti i Comuni dell'Area interna e non solo il Comune dove ha sede l'evento, la rete delle diverse amministrazioni locali deve condividere, promuovere e sostenere l'evento come se fosse il proprio, in questo modo l'intera Area Interna Sud Salento sarà percepita come un territorio coeso.

Sulla base dei contenuti sarà possibile progettare e realizzare almeno **n. 5 itinerari integrati** culturali, paesaggistici ed enogastronomici (costa, borghi, cammini, percorsi marittimi, aree protette, archeologia, terme, enogastronomia, eventi), specificamente destinati a turismi differenziati per la conoscenza del patrimonio del territorio e della sua cultura materiale.

Gli itinerari dovranno essere descritti dettagliatamente: i luoghi, il tema guida dell'itinerario, i tempi (week end o settimane) e il programma di viaggio (visite, escursioni o altri servizi inclusi, ivi compresa la presenza di accompagnatori e guide turistiche). Verranno redatti coinvolgendo attivamente gli operatori locali. Gli itinerari saranno redatti in italiano ed in inglese.

Azione 2.4 Creazione di una rete di operatori locali

Definizione e sottoscrizione di un contratto di rete fra gli operatori turistici del Sud Salento che rispondono ai criteri di qualità richiesti e che siano disponibili a offrire ospitalità e/o produzione e commercializzazione di prodotti locali (enogastronomici, artigianali, ecc) per integrare l'offerta degli itinerari stessi e delle peculiarità del territorio. A seguito della sottoscrizione di un accordo/convenzione saranno organizzati e realizzazione dei workshop per le imprese sui temi del turismo in collaborazione con organizzazioni/enti/professionisti qualificati nel settore, al fine di animare e rendere la rete coesa. Tali attività dovranno prevedere almeno n.3 giornate suddivise in contenuti di carattere informativo generale e contenuti pratici (a titolo esemplificativo comunicazione social, posizionamento, ecc.).

4.3 WP3 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Sulla base del piano di marketing e del piano editoriale definito nel WP2 verrà realizzata un'ampia campagna di comunicazione tradizionale, web, social media marketing e customer service con la realizzazione di materiale editoriale informativo sia tradizionale sia online.

Le principali attività sono di seguito descritte.

Azione 3.1 Attività di animazione on-site

Realizzazione di attività culturali e/o artistiche ambientate nei locali stessi degli Info-Point turistici o negli spazi immediatamente attigui con l'obiettivo di coprire tutti i comuni dell'Area Interna.

Azione 3.2 Materiali promozionali

Produzione di materiale iconografico (n. 5 album tematici ognuno composto da almeno 30 foto ad alta definizione) e video (n. 3 video clip; n. 5 video tematici).

Produzione di materiale promozionale e informativo (2 tipologie di depliant; n. 2 tipologia di brochure; 5 miniguide degli itinerari; mappe del territorio).

Produzione di gadget con l'immagine identificativa Sud Salento, verranno realizzati specifici gadget, tra i quali magliette, cappellini, shopper, pen drive, boracce, ecc.

Distribuzione dei materiali nei principali punti d'interesse turistico: infopoint, pro loco, centri culturali (musei ecc), strutture ricettive e operatori coinvolti. Saranno inoltre distribuiti nel corso degli eventi di promozione dell'area.

Azione 3.3 Campagne social

Sviluppo di azioni di social advertising e marketing dei motori di ricerca.

Azione 3.4 campagne media tradizionalisti

Realizzazione di campagne di comunicazione sui media tradizionali, attraverso redazionali su riviste di settore, redazionali su media nazionali (ad esempio radio, emittenti televisive ecc.)

Organizzazione di mailing list ed elaborazione e lancio di comunicati stampa in occasione di specifiche attività promozionali.

4.4 WP 4 ATTIVITA' DI INCOMING

Con tale WP si intende favorire la presenza del territorio e della sua offerta turistica in eventi dedicati al turismo di rilievo nazionale e internazionale negli anni 2021-2022, creando occasioni di incontro tra imprenditori del Sud Salento e buyers finalizzati a promuovere accordi commerciali.

Due azioni compongono questo WP.

Azione 4.1 Educational tour Salento

Organizzazione di n. 2 viaggi conoscitivi sul territorio per giornalisti, blogger, opinion leader, influencer italiani e stranieri. Le visite sul territorio del Sud Salento saranno realizzate prevedendo gruppi di 10 persone tra giornalisti redattori, autori, blogger/influencer, Troupe televisive, radiofoniche e cinematografiche, Buyer, Tour operator e Agenti di viaggio anche attraverso attività esperienziali innovative per il turismo storico culturale.

Ogni educational tour avrà durata di 3 giorni. Gli ospiti saranno accompagnati nella visita degli itinerari realizzati (cfr. wp 2) da una guida turistica abilitata e dal referente tecnico operativo dell'Unione dei Comuni. L'ospitalità è organizzata presso le strutture convenzionate ed in particolare quelle tipiche del territorio. Nel corso dell'educational, gli ospiti potranno svolgere attività esperienziali di gruppo (almeno una attività esperienziale per ognuno dei giorni di permanenza). Le attività varieranno a seconda degli itinerari e della tipologia di ospiti (operatori, blogger, giornalisti).

Azione 4.2 business to business.

Saranno organizzati e realizzati interventi di promozione nei mercati (business to business) diretti ad affinare e selezionare le forme di promozione turistica ed attivare l'incontro domanda-offerta. Sarà sostenuta la partecipazione ad attività quali workshop, B2B, organizzazione e/o partecipazione

a manifestazioni e borse fieristiche, iniziative settoriali di livello nazionale ed internazionale in **eventi fuori salone**.

Realizzazione di n. 5 interventi di promozione business to business del Sud Salento attraverso la partecipazione a fiere e borse del turismo, workshop BtoB a livello nazionale od internazionale diretti ad attivare l'incontro domanda-offerta.

La partecipazione alle Fiere e Borse del Turismo, di seguito specificate, prevede la presenza all'interno degli spazi già veicolati da Puglia Promozione per le attività di promozione relative alla Regione Puglia. **In accordo con l'Agenzia del turismo regionale, quindi, saranno organizzati e gestiti spazi ed eventi "Fuori salone" destinati al Sud Salento, in primis gli incontri BtoB per gli operatori del territorio.** Il fine è quello di promuovere in maniera più diretta e mirata la proposta turistica Sud Salento e di incontrare addetti ai lavori: giornalisti, blogger, opinion leader, fotografi del settore turistico che possano venire a conoscenza del territorio e delle sue caratteristiche.

Gli eventi fuori salone potranno essere:

- Cooking show all'interno di una struttura ristorativa selezionata con degustazione dei prodotti tipici del territorio utilizzati durante la dimostrazione.
- Proiezione di video accompagnata da un racconto da parte di 'cantastorie' del Sud Salento che sappia unire la parte narrativa del racconto con le immagini proiettate
- Cena spettacolo in un ristorante della città, dove insieme alla degustazione di prodotti e piatti tipici del territorio, viene raccontato ogni piatto e ogni prodotto nella sua storia e tradizione locale, dando così una descrizione dell'identità dell'area del Sud Salento.
- Mostra fotografica
- Presentazione del portale e delle APP di visitazione e guida del Sud Salento e degli itinerari proposti.

Nel corso degli eventi BtoB verranno proposti agli operatori gli itinerari turistici (cfr.WP 2) che saranno veicolati attraverso materiale cartaceo e multimediale. Inoltre sarà agevolata la partecipazione agli eventi BtoB degli operatori privati del territorio ed in particolare di coloro che offrono un'offerta integrata, attraverso servizi messi a loro disposizione (a titolo esemplificativo: stand, servizi di interpretariato, trasporto materiali, logistica in loco ecc). Le iniziative saranno incentrate sul rafforzamento del Sud Salento nei mercati attuali ed obiettivo. Gli eventi BtoB, in Italia e all'estero, a cui si intende partecipare sono i seguenti:

TTG RIMINI

TTG Travel Experience è il principale marketplace del turismo B2B in Italia ed è una manifestazione fieristica di riferimento per la promozione del turismo mondiale in Italia e per la commercializzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo, una manifestazione totalmente b2b che permette alle imprese del settore di incontrare le più qualificate aziende che intermediano il prodotto turistico nazionale e internazionale.

La partecipazione del Sud Salento è un'opportunità per l'intero sistema turistico locale che, per la prima volta, sarà presente in questa vetrina. Nello specifico, operatori turistici dell'area verranno invitati e supportati alla partecipazione, proponendo loro anche un percorso di formazione e di preparazione all'evento, così da giungere all'appuntamento riminese nel modo di consapevole e efficace possibile, favorire il business e le opportunità di networking tra chi realizza il prodotto e chi lo distribuisce in Italia e all'estero.

ITB – INTERNATIONAL TOURISM BORSE, BERLINO

E' un mercato del nord Europa. Nel settore turistico, l'ITB di Berlino è senza dubbio una delle più importanti manifestazioni nel contesto europeo che da anni ospita espositori, operatori del settore e semplici visitatori provenienti da tutto il mondo: destinazioni, tour operator, sistemi di

prenotazione on line, figure professionali e vettori di ogni genere. In Europa, è certamente l'evento di settore che stabilisce e intercetta i trend turistici delle successive stagioni ed al suo interno contempla le più variegate forme di turismo, di massa e di nicchia. Un appuntamento da non perdere quindi, se si vuol essere presenti sul mercato turistico europeo, e se è interessati a capire come si muovono le dinamiche dei flussi turistici.

Inoltre, l'ITB è un importantissimo punto di incontro tra domanda e offerta turistica e rappresenta, per gli operatori del settore, un'occasione per stabilire contatti, instaurare relazioni e presentare i propri prodotti.

L'edizione del 2018 (mese di marzo) ha registrato numeri molto positivi, confermando le potenzialità di matching e di visibilità del Salone berlinese: oltre 180.000 visitatori tra cui 108.000 operatori dal mondo del turismo e 10.000 espositori da 180 paesi. Inoltre, il convegno Market Trends & Innovations offre un'eccellente opportunità di analisi delle tendenze del mercato internazionale grazie anche alla presenza di tutti gli anelli della catena, tra cui i Tour Operator, i motori di prenotazione online, le destinazioni, compagnie aeree e alberghi fino agli operatori di auto noleggio. La ITB offre aree mercati e tendenze specializzati tra cui: Travel Technology, ITB Trends & Events con Young Travel, ECOtourism und Experience Adventure, Cruises, Turismo e Cultura, e il mondo dell'editoria specializzata nel settore viaggi e turismo all' ITB-Buchwelt.

IMEX, FRANCOFORTE

La Imex è la fiera più importante per meeting e viaggi incentivo in Germania. Imex si rivolge a organizzatori di eventi, aziende, viaggi di lavoro, marketing e presenta nuove idee e numerose conferenze e seminari informativi.

WORLD TRAVEL MARKET LONDRA (WTM)

La World Travel Market si tiene ogni anno a Londra. La manifestazione dura quattro giorni ed è considerato un must per il settore turistico. Durante il World Travel Market vengono presentate numerose destinazioni e altri aspetti del settore turistico davanti ad un pubblico specializzato di professionisti in Italia e nel mondo. Si tratta di una opportunità unica per l'intera industria del turismo di incontrarsi e confrontarsi sulle proprie esperienze. Per i partecipanti al WTM, la manifestazione rappresenta un vantaggio competitivo e la possibilità di essere continuamente aggiornato con le ultime notizie sullo sviluppo del settore

Evento BtoB – New York – da individuare

4.5 WP5 STRUMENTI E PROMOZIONE TERRITORIALE

Questo WP prevede la realizzazione e pubblicazione di un nuovo portale turistico Sud Salento e la gestione sia degli aspetti tecnologici che dei contenuti. Le attività saranno svolte in stretta coerenza con i contenuti del piano di marketing di cui al WP2 e tenendo conto del portale turistico regionale. Inoltre, il portale si porrà come obiettivo l'interoperabilità con il sistema pubblico di informazione ed accoglienza e con le attività di promo-commercializzazione dei soggetti privati.

Azione 5.1 Realizzazione Portale web

Progettazione e realizzazione di un portale web "Sud Salento", in cinque lingue (integrato con il portale turistico regionale), dove i Comuni del Sud Salento possano riconoscersi; definizione di una web application, adattata alla fruibilità con dispositivi mobili, attraverso la quale sarà possibile selezionare gli itinerari, scaricarne le mappe e i tracciati GPS, scoprire tutti punti di interesse (culturali, etnografici, naturali, le produzioni enogastronomiche, ...) presenti sul percorso e nei pressi dello stesso; la stessa applicazione renderà visionabili tutti i servizi turistici disponibili

(pernottamento, ristorazione, intrattenimento per i bambini, eventi, manifestazioni, visite guidate...) e le relative schede informative. La mappa del tracciato sarà interattiva e l'utente potrà organizzare autonomamente il proprio viaggio.

E' prevista anche l'attività di organizzazione dei contenuti, in linea con quanto definito nel WP2, redazione dei testi specifici da adattare agli spazi della piattaforma.

L'azione prevede la progettazione esecutiva tecnico-funzionale del portale e della web-application per tematismi, itinerari ecc. Lo sviluppo e realizzazione del progetto, il test e il collaudo nonché la messa in produzione e la pubblicazione. La gestione tecnologica prevede la manutenzione del sistema ovvero la conduzione tecnica ed applicativa per 5 anni. In particolare è prevista la gestione dei sistemi, dell'infrastruttura di comunicazione, la manutenzione dei sistemi HW e SW di base e d'ambiente, la manutenzione e aggiornamento dei componenti software sviluppati, l'assistenza applicativa. Sarà garantito inoltre l'aggiornamento e il mantenimento dei contenuti.

Azione 5.2 Gestione e animazione del portale

Una volta pubblicato il portale, questo sarà gestito sia per mantenere la funzionalità sia per promuovere i contenuti e dell'offerta turistica identificata. Saranno promosse delle campagne di indicizzazione su Google attraverso i seguenti strumenti:

SEO - Indicizzazione organica non a pagamento

SEM – Indicizzazione a pagamento con campagne pubblicitarie su Google ADS

Campagna social. Attività di animazione attraverso i canali social: Facebook, Instagram, Youtube, Pinterest, Linkedin, Twitter, you tube, ecc. Questo tipo di intervento risponde alle tendenze emergenti nel mercato turistico che vedono, da un lato, la crescita impetuosa dei processi di acquisto one-to-one e dei canali di vendita innovativi e diretti anche alla luce delle maggiori opportunità offerte dalle nuove tecnologie informatiche, dall'altro, l'affermarsi di nuove forme di comunicazione che permettono di aumentare la visibilità e la conoscenza della destinazione turistica attraverso i social-media.

Web marketing. Realizzazione di n. 5 campagne mirate su web. L'attività promozionale qui descritta è parallela per metodologie e sinergica al WP2. Questo intervento si avvale in parte dei contenuti definiti nel WP2, ma si realizza con strumenti e target complementari all'attività WP3

A regime la gestione della piattaforma e l'animazione on – line verrà svolta dal personale dei Comuni e dell'Unione dei Comuni appositamente formati con l'intervento previsto progetto della formazione della Pubblica amministrazione PA1.

Azione 5.3 Survey analysis/customer service.

Rilevamento informatizzato dei dati sull'affluenza e sull'indice di gradimento.

WP 6 – PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E NATURALE DEL SUD SALENTO

Questo WP prevede di rafforzare gli eventi più rilevanti del territorio al fine di renderli forti attrattori (a titolo esemplificativo: eventi del teatro, eventi espositivi d'arte, festival e rassegne di spettacolo dal vivo in location di particolare interesse storico, architettonico, naturalistico e paesaggistico). L'iniziativa si appoggerà ad eventi a differenti tematismi (culturali, enogastronomici, ecc) in parte già presenti sul territorio dell'Area Interna e in parte completamente nuovi da inventare.

Azione 6.1 - eventi enogastronomici

Gli eventi enogastronomici sono finalizzati a recuperare la dimensione tradizionale, sociale e culturale dell'enogastronomia del Sud Salento. Nell'area interna Sud Salento ci sono diverse località dove si svolgono eventi/vetrina delle produzioni locali, della cucina tipica e saranno location per

eventi dedicati nello specifico all'enogastronomia, per sottolineare le caratteristiche organolettiche delle produzioni locali, la salubrità dei cibi, i simboli della cultura rurale insiti nel cibo coinvolgendo un pubblico esperto.

Il WP si propone dunque di promuovere la conoscenza dei giacimenti eno-gastronomici materiali (prodotti e produzioni tipiche e di qualità - DOC, DOP e IGT) ed immateriali (tradizioni culinarie, cultura del cibo, cultura del gusto). Il cibo, infatti, sarà inteso come chiave di accesso e occasione di scoperta del territorio. Attraverso laboratori del gusto, sarà valorizzata inoltre l'esperienza della convivialità, ma anche la conoscenza e la scoperta delle produzioni, delle tradizioni e delle loro identità locali veicolate tramite il cibo, la biodiversità agroalimentare e le diversità culturali.

Nello specifico, si intendono realizzare 10 eventi enogastronomici destinati a circa 50 persone tra cui buyers o stakeholder afferenti ai diversi settori produttivi e culturali, stampa specializzata nei diversi settori interessati e consumatori finali.

La location sarà allestita con un desk principale per gli oratori che presenteranno il prodotto enogastronomico a cui l'evento è dedicato, uno schermo per proiezione, postazioni di assaggio articolate su tavoli e sedie e necessarie per le degustazioni (tovaglioli, sale, pepe, pane, sotto piatti, recipienti per il vino in eccesso) cartelline contenenti una copia stampata della scheda di ciascun prodotto in assaggio, fogli bianchi, penne, breve scheda delle aziende fornitrici del prodotto e numeri di contatto.

La fase della presentazione e degustazione sarà poi seguita da una fase operativa di workshop (ad esempio laboratori della pasta fresca, laboratori sulle erbe spontanee: riconoscimento, pulizia e impiego in cucina delle stesse, laboratori sul pane, etc) guidati da esperti.

Seguirà, infine, un pranzo o una cena guidata. Offerta di menù tipici e tradizionali accompagnati da commentatori (gastronomi, sommelier, cuochi regionali) che illustreranno le caratteristiche, preparazione e storia del piatto proposto.

Azione 6.2 eventi culturali e Festival

Ampliare e rafforzare l'offerta degli eventi culturali e i Festival già esistenti nell'area Sud Salento con l'obiettivo di dare continuità e sistematicità all'offerta culturale e di intrattenimento, e di migliorare la conoscenza del brand Sud Salento. Sicuramente uno degli eventi più importanti nel panorama nazionale è il Festival del cinema del reale che si svolge nell'area di progetto.

Questa azione vuole integrare l'evento con attività ed esperienze, che mirano a valorizzare le specificità del patrimonio culturale, rurale e naturalistico del territorio (ad esempio: laboratori dell'artigianato tipico, di musica e balli tradizionali, di scoperta delle tradizioni culturali popolari attività esperienziali culturali innovative in scenari che valorizzino la location storiche (centri storici, castelli, etc.) e naturalistiche (boschi, parchi, etc.).

Azione 6.3 nuovo evento

Questa specifica azione intende realizzare un nuovo evento che funga da forte attrattore e da traino per il territorio. In particolare si intende realizzare ogni anno un FESTIVAL ITINERANTE che promuova i valori culturali, archeologici e naturali dell'area del Sud Salento come meta autentica e sostenibile, attraverso un nutrito cartellone di eventi naturalistici, enogastronomici e culturali: itinerari a piedi, in bici, a cavallo, attività outdoor ma anche attraverso workshop, seminari, laboratori, mostre, concerti, documentari, libri e degustazioni. Attraverso tantissimi eventi – mostre, iniziative in piazza, convegni e concorsi, visite guidate e itinerari in bicicletta, degustazioni a Km 0, spettacoli – il festival mira a promuovere una nuova idea del turismo, più etico e rispettoso dell'ambiente e di chi ci vive. L'evento sarà itinerante sul territorio del Sud Salento e interesserà diversi comuni dell'area. La programmazione di tale festival sarà concordata con il tavolo di Programmazione (Cfr WP1).

5 MODALITÀ ESECUTIVE

Per l'acquisizione dei servizi e per l'esecuzione delle attività si procederà nel rispetto dei principi normativi vigenti e delle norme del Codice dei Contratti Pubblici (D. Lgs. 50/2016 e ss. mm. ii.) mediante:

procedure ad evidenza pubblica sopra soglia ai sensi degli art. 60-61-62 del D. Lgs. 50/2016

procedure negoziate sotto-soglia ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. b) del D. Lgs. 50/2016

affidamenti diretti ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. 50/2016

affidamenti diretti ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b) del D. Lgs. 50/2016

accordi pubblici ex art. 15 della Legge n. 241/90 e dell'art. 5, comma 6, del D. Lgs. 50/2016 in caso di collaborazione con soggetti pubblici

Tutti gli avvisi e i bandi relativi al progetto saranno pubblicati su Burp, urp comunica oltre che sul sito dell'Unione dei Comuni.

5.1 Staff di progetto

Lo staff necessario per supportare l'operatività del progetto sarà costituito da personale dell'Unione dei Comuni e da consulenti esterni che si occuperanno della realizzazione delle attività descritte.

Il costo rendicontabile del personale dipendente verrà contabilizzato, considerando il salario lordo del dipendente, entro i limiti contrattuali di riferimento (Contratto, CCNL, eventuali accordi aziendali più favorevoli) e gli altri eventuali compensi lordi, comprensivo dei contributi sociali a carico del lavoratore e del datore di lavoro.

Più in dettaglio, i costi di personale interno sono comprensivi di tutti gli oneri diretti e indiretti a carico sia del lavoratore sia del datore di lavoro:

- costi diretti, ovvero gli elementi che caratterizzano il rapporto di lavoro in maniera stabile e ricorrente (es. lo stipendio-base ed eventuali integrazioni più favorevoli, eventuale contingenza, scatti di anzianità);
- costi indiretti, ovvero, assenze per malattia, ferie, riposi aggiuntivi per festività soppresse, festività infrasettimanali, riposi aggiuntivi per riduzione di orario di lavoro, tredicesima e quattordicesima (ove previste dal CCNL);

Il personale individuato per la realizzazione delle attività descritte, in possesso delle competenze richieste, verrà assegnato al progetto mediante disposizione di servizio ed il costo complessivo di tutti gli oneri diretti ed indiretti a carico sia del lavoratore che del datore di lavoro verrà imputata quota parte a carico del progetto.

Annualità 2021

Descrizione	Tipologia	unità	Numero giornate	Costo giornaliero	Totale
Direzione - RUP	Consulente	1	20	€ 280	€ 5.600,00
Coordinatore attività	Consulente	1	100	€ 180	€ 18.000,00
Gestione amministrativa	Consulente	1	24	€ 245	€ 5.880,00
TOT.					€ 29.480,00

Annualità 2022

Descrizione	Tipologia	unità	Numero giornate	Costo giornaliero	Totale
Direzione - RUP	Consulente	1	40	€ 280	€ 11.200,00
Coordinatore attività	Consulente	1	190	€ 180	€ 34.200,00

Gestione amministrativa	Consulente	1	40	€ 245	€ 9.800,00
TOT.					€ 55.200,00

Annualità 2023

Descrizione	Tipologia	unità	Numero giornate	Costo giornaliero	Totale
Direzione - RUP	Consulente	1	40	€ 280	€ 11.200,00
Coordinatore attività	Consulente	1	190	€ 180	€ 34.200,00
Gestione amministrativa	Consulente	1	40	€ 245	€ 9.800,00
TOT.					€ 55.200,00

6 QUADRO FINANZIARIO

Work Package Azioni	Descrizione di costo	Nr.	Unità di misura	Costo unitario	Totale
WP1	COORDINAMENTO TECNICO OPERATIVO				
1.1 Raccordo e coordinamento operativo	Staff Unione Comune (RUP)	100	gg. di lavoro	€ 280	€ 28.000,00
1.1 Coordinamento operativo	Consulente esterno	480	gg. di lavoro	€ 180	€ 86.400,00
1.2 - Gestione amministrativa e monitoraggio	Consulente esterno	104	gg. di lavoro	€ 245	€ 25.480,00
TOT.					€ 139.880,00
WP2	INTEGRAZIONE TURISTICA E SVILUPPO PIANO DI MARKETING				
2.1 Piano di comunicazione integrato	piano di comunicazione integrato	1	a corpo	€ 36.000	€ 36.000
2.2 Definizione immagine coordinata e brand identity	Brand identity, Manuale uso e definizione immagine coordinata	1	a corpo	€ 18.000	€ 18.000
2.3 Definizione di un piano editoriale dei contenuti e degli itinerari turistici	Consulente esterno Coordinatore tecnico	-	-	-	-
2.4 Creazione di una rete di operatori locali e animazione territoriale	Staff GAL	104	gg. di lavoro	€ 142	€ 14.768
<i>Di cui</i>	<i>Workshop informatici</i>	3	n.	€ 3000	€ 9.000
TOT.					€ 77.768
WP3	ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE				
3.1 Attività di animazione on-site	animazione on-site: 14 eventi	14	a evento	€ 4.000	€ 56.000
3.2 Materiali promozionali	n. 3 videoclip + n. 5 video tematici + n. 5 album fotografici tematici; materiale promozionale: n. 2 depliant e n. 1 brochure; 5 miniguide; mappa del territorio; gadget personalizzati	1	a corpo	-	€ 120.000
3.3 Campagne social	Campagne su Facebook, Instagramm, you tube , ecc Web marketing	40	n. sponsoriz. n. campagne	€ 600	€ 24.000
3.4 Campagne media tradizionali	n. 2 campagne pubblicitarie/anno: redazionali, pubblicità, radio, tv, ecc.	2	n. campagne	€ 15.000	€ 30.000
TOT.					€ 230.000
WP 4	ATTIVITA' DI INCOMING				
4.1 Educational tour Salento		3		€ 11.350	€ 34.050
<i>di cui</i>	<i>navetta</i>	1	n.	€ 2.000	€ 2.000
<i>di cui</i>	<i>Viaggio per</i>	10	n. biglietti	€ 350	€ 3.500
<i>di cui</i>	<i>Alloggio</i>	30	n. pernotti	€ 60	€ 1.800
<i>di cui</i>	<i>vitto</i>	60	n. pasti	€ 30	€ 1.800
<i>di cui</i>	<i>Guida Turistica</i>	3	n. giorni	€ 150	€ 450
<i>di cui</i>	<i>attività esperenziali</i>	3	n. laboratori	€ 600	€ 1.800
4.2 business to business (eventi fuori salone)		5	n. BtoB	€ 30.390,00	€ 151.950,00

Work Package Azioni	Descrizione di costo	Nr.	Unità di misura	Costo unitario	Totale
<i>di cui noleggio e allestimento area espositiva</i>		-	-	-	-
<i>di cui fuori salone</i>	<i>costi per realizzazione attività fuori salone (fitto sala, cooking show, cena spettacolo ecc)</i>	2	<i>n. fuori salone</i>	€ 12.500,00	€ 25.000,00
<i>di cui alloggio</i>	<i>alloggio per n. 4 giorni per n. 5 persone (2 operatori gal e 2 cuochi)</i>	20	<i>n. singoli pernotti</i>	€ 100,00	€ 2.000,00
<i>di cui viaggio</i>	<i>viaggio per n. 5 persone (2 op GAL + 2 cuochi)</i>	5	<i>n. biglietti</i>	€ 350,00	€ 1.750,00
<i>di cui vitto</i>	<i>vitto per n. 5 operatori GAL</i>	10	<i>n. pasti</i>	€ 24,00	€ 240,00
<i>di cui spedizione</i>	<i>costo per spedizione materiali informativi e prodotti</i>	1	<i>n.</i>	€ 400,00	€ 400,00
<i>di cui interpretariato</i>	<i>costo per n. 1 interprete /traduttore (costo giornaliero)</i>	4	<i>n. giorni</i>	€ 250,00	€ 1.000,00
TOT.					€ 186.000
WP5	STRUMENTI E PROMOZIONE TERRITORIALE				
5.1 Realizzazione Portale web	Realizzazione di un nuovo portale Sud Salento	1	a corpo	€ 190.757	€ 190.757
5.2 Gestione e animazione del portale					
di cui	Gestione tecnologica	1	a corpo	€ 30.000	€ 30.000
di cui	Animazione	2	anni	€ 15.000	€ 30.000
5.3 Survey analysis/customer service	survey analysis	1	a corpo	€ 15.000	€ 15.000
TOT.					€ 265.757
WP 6	PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE E NATURALE DEL SUD SALENTO				
6.1 eventi enogastronomici		3	n. eventi	€ 9.900,00	€ 29.700,00
<i>di cui acquisto prodotti per la degustazione</i>	Prodotti tipici locali	1	<i>a corpo</i>	€ 1.000,00	€ 1.000,00
<i>di cui acquisto materiali per la degustazione</i>	piatti/bicchieri usa e getta, tovaglioli, alzatine	1	<i>a corpo</i>	€ 450,00	€ 450,00
<i>di cui pranzo cena guidata (costo per prodotti)</i>	costo per prodotti per cena	50	<i>n. coperti</i>	€ 35,00	€ 1.750,00
<i>di cui cuochi ed esperti</i>	Cuoco e personale di servizio	1	<i>a corpo</i>	€ 3.000,00	€ 3.000,00
<i>di cui materiali per workshop</i>		1	<i>a corpo</i>	€ 700,00	€ 700,00
<i>di cui eventuale vitto e alloggio ospiti/stakeholder</i>		8	<i>n. partecipanti</i>	€ 250	€ 2.000,00
<i>Di cui spettacolo folcloristico</i>				€ 1.000	€ 1.000
6.2 eventi culturali e Festival		1		€ 20.895	€ 20.895
6.3 nuovo evento		1		€ 50.000	€ 50.000
TOT.					€ 99.495,00
TOTALE GENERALE					€ 1.000.000

7 CRONOPROGRAMMA ATTIVITÀ

WP	Azioni	2021		2022				2023			
		III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
WP 1	Azione 1.1 Raccordo con la Strategia, con l'assemblea dei Sindaci e Coordinamento operativo										
	Azione 1.3 Gestione amministrativa e monitoraggio										
WP 2	Azione 2.1 Piano di comunicazione integrato										
	Azione 2.2 Definizione immagine coordinata e brand identity										
	Azione 2.3 Definizione di un piano editoriale dei contenuti e degli itinerari turistici										
	Azione 2.4 Creazione di una rete di operatori locali										
WP 3	Azione 3.1 Attività di animazione on-site										
	Azione 3.2 Materiali promozionali										
	Azione 3.3 Campagne social										
	Azione 3.4 campagne media tradizionalisti										
WP 4	Azione 4.1 Educational										
	Azione 4.2 business to business										
WP 5	Azione 5.1 Realizzazione Portale web										
	Azione 5.2 Gestione e animazione del portale										
	Azione 5.3 Survey analysis/customer service										
WP 6	Azione 6.1 - eventi enogastronomici										
	Azione 6.2 eventi culturali e Festival										
	Azione 6.3 nuovo evento										



POC PUGLIA FESR FSE 2014/2020
Asse VI – Azione 6.8

DISCIPLINARE REGOLANTE I RAPPORTI

TRA

REGIONE PUGLIA

E

COMUNE DI TIGGIANO

PER LA REALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO

“Promozione e valorizzazione dell’offerta turistica Sud Salento”

Strategia dell’Area Interna Sud Salento D.G.R. n. 1305 del 16.07.2019
Azione “Promozione e valorizzazione dell’offerta turistica Sud Salento”

CUP _____



DISCIPLINARE REGOLANTE I RAPPORTI

TRA

la Regione Puglia, in questo atto rappresentata dal Dirigente pro tempore della Sezione Turismo (di seguito anche solo "Regione");

E

il Comune di Tiggiano in questo atto rappresentato dal Rappresentate Legale (di seguito anche solo "Beneficiario");

Art. 1 – Oggetto del Disciplinare

1. I rapporti tra la Regione Puglia e il Comune DI Tiggiano, Soggetto beneficiario del contributo finanziario per l'importo massimo di € 1.000.000,00 a valere sul P.O.C. Puglia FESR FSE 2014 – 2020 (di seguito Programma), Asse VI - Azione 6.8 - per la realizzazione dell'intervento "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento", nell'ambito dell'attuazione della Strategia di Area Interna , sono regolamentati secondo quanto riportato nei successivi articoli per la realizzazione dell'intervento richiamato in premessa.

Art. 2 – Primi adempimenti del Soggetto beneficiario

2. Il Soggetto beneficiario, entro il termine di 10 (dieci) giorni dalla notifica della determinazione dirigenziale di impegno di spesa e approvazione dell'intervento si obbliga ad inviare alla Regione a mezzo pec all'indirizzo servizioturismo@pec.rupar.puglia.it:
 - a) il presente disciplinare debitamente sottoscritto per accettazione, con firma digitale, da parte del legale rappresentante del Soggetto beneficiario;
 - b) il provvedimento di nomina del Responsabile Unico del Procedimento, ai sensi della L. 241/90 e dell'art. 31 D.Lgs 50/2016 e ss.mm.ii., *"con atto formale del soggetto responsabile dell'unità organizzativa, che deve essere di livello apicale, tra i dipendenti di ruolo addetti all'unità medesima, dotati del necessario livello di inquadramento giuridico in relazione alla struttura della pubblica amministrazione e di competenze professionali adeguate in relazione ai compiti per cui è nominato"*. Ogni eventuale successiva variazione del R.U.P. deve essere comunicata alla Regione entro i successivi 10 (dieci) giorni dalla stessa variazione;
 - c) la comunicazione di avvenuta iscrizione del R.U.P. sulla piattaforma MIRWEB 2014-2020, al fine di consentire alla Regione l'assegnazione del **codice identificativo MIR** che dovrà essere utilizzato dal Soggetto beneficiario in tutte le comunicazioni;
 - d) ogni successiva variazione del R.U.P. deve essere comunicata alla Regione entro i successivi 10 (dieci) giorni dalla stessa variazione.

Art. 3 – Obblighi del Soggetto beneficiario

1. Il Soggetto beneficiario dichiara di possedere la capacità amministrativa, finanziaria e operativa per dare attuazione, nei tempi previsti, all'intervento oggetto del presente disciplinare e, a tal fine, si obbliga a:
 - a. rispettare, nelle diverse fasi di attuazione dell'intervento, la normativa comunitaria, nazionale e regionale vigente in materia di appalti pubblici con particolare riferimento alle disposizioni in materia di servizi e



forniture, nonché quella civilistica e fiscale;

- b. rispettare le disposizioni di cui agli artt. 61 e 65 Reg. (UE) n. 13030/2013 in materia di progetti generatori di entrate, qualora applicabili;
 - c. garantire il rispetto degli obblighi di comunicazione e informazione, come previsto dal Reg. (UE) n. 1303/2013 (Allegato XII, punto 2.2) e dal Reg. (UE) n. 821/2014 (artt. 4-5, Allegato II);
 - d. rispettare le disposizioni comunitarie e nazionali vigenti in materia di contabilità separata o di adeguata codificazione contabile per tutte le transazioni relative all'intervento oggetto del presente Disciplinare;
 - e. iscrivere l'intervento finanziato al sistema CUP (Codice Unico di Progetto) e riportare il CUP generato in tutti gli atti amministrativi del soggetto beneficiario (atti dirigenziali, corrispondenza, atti di gara, ecc.) e in tutti gli strumenti di pagamento (mandati di pagamento, bonifici, ecc);
 - f. generare il codice CIG (codice identificativo di gara) in relazione alle procedure ad evidenza pubblica attivate: esso dovrà essere riportato in tutti gli atti amministrativi del soggetto beneficiario (atti dirigenziali, corrispondenza, atti di gara, ecc.) e in tutti gli strumenti di pagamento;
 - g. garantire l'emissione, in caso di cofinanziamento dell'intervento con una pluralità di fonti finanziarie, di documenti di spesa distinti ovvero la chiara imputazione della quota di spesa corrispondente a ciascuna fonte finanziaria;
 - h. applicare e rispettare le disposizioni di cui alla L.R. 26.10.2006, n. 28 in materia di contrasto al lavoro non regolare, nonché le disposizioni dei CCNL, anche attraverso specifiche previsioni inserite nei bandi di gara per l'affidamento di attività a terzi;
 - i. applicare e rispettare, in quanto pertinenti, le disposizioni di cui alla Legge regionale 20.6.2008, n. 15 in materia di trasparenza dell'azione amministrativa;
 - j. provvedere alla comunicazione delle informazioni, all'aggiornamento degli indicatori e alla rendicontazione delle spese mediante registrazione delle stesse sul sistema di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale MIRWEB e Easycheck, reso disponibile dalla Regione;
 - k. anticipare, ad avvenuto completamento dell'intervento, la quota residua del 10% del contributo finanziario definitivo di cui al successivo art. 5, corrispondente all'eventuale quota di saldo che la Regione erogherà a seguito dell'avvenuta approvazione della/e verifica/he di conformità e dell'omologazione della spesa complessiva sostenuta per l'intervento;
 - l. presentare, in occasione dell'invio formale della richiesta di erogazione del finanziamento concesso attraverso il sistema MIRWEB, i documenti previsti;
 - m. conservare e rendere disponibile la documentazione relativa all'operazione ammessa a contributo, la documentazione completa relativa ad ogni affidamento attivato per la realizzazione dell'intervento, tutti i giustificativi di spesa nonché consentire le verifiche in loco a favore delle autorità di controllo regionali, nazionali e comunitarie, per due anni a decorrere dal 31 dicembre successivo alla presentazione dei conti nei quali sono incluse le spese finali dell'intervento completato, salvo diversa indicazione in corso d'opera da parte della Regione;
 - n. rispettare i termini di conclusione dell'intervento indicati nel cronoprogramma così come riportato nel progetto esecutivo approvato (paragrafo 7 "Cronoprogramma");
2. Il soggetto beneficiario è tenuto a realizzare l'intervento così come approvato, nel rispetto delle procedure normativamente previste e assolvendo agli obblighi di pubblicità previsti dalla normativa



comunitaria attraverso la caratterizzazione con i loghi dell'Unione Europea e l'indicazione del "POC Puglia FESR FSE 2014-2020, ASSE VI - Azione 6.8 nonché con i loghi della Regione Puglia e della Repubblica Italiana. La mancata caratterizzazione di tutti gli output dell'intervento con i loghi della comunicazione istituzionale e le diciture obbligatorie costituisce causa di non ammissibilità delle spese.

Art. 4 – Cronoprogramma dell'intervento

1. Il Soggetto beneficiario si impegna al rispetto del cronoprogramma delle attività così come riportato nel progetto esecutivo approvato (paragrafo 7 "Cronoprogramma").
2. Nel caso di mancato rispetto dei termini di conclusione dell'intervento così come indicati nel cronoprogramma, la Regione si riserva la facoltà di revocare il contributo finanziario concesso.

Art. 5 – Contributo finanziario definitivo

1. La Regione provvede all'emissione dell'atto di concessione del contributo finanziario nella misura dell'importo definitivamente rideterminato a conclusione dell'intervento, al netto delle somme rivenienti dalle economie conseguite a seguito dell'espletamento di tutte le procedure di affidamento.

Art. 6 – Spese ammissibili

1. L'ammontare del contributo finanziario definitivamente concesso costituisce l'importo massimo a disposizione del Soggetto beneficiario.
2. Le spese ammissibili a contribuzione finanziaria sono quelle definite dal Reg. (UE) n. 1303/2013, dalla normativa nazionale di riferimento (Decreto del Presidente della Repubblica 5 febbraio 2018, n. 22) e dalle norme specifiche relative al fondo FESR di cui al Reg. (UE) n. 1301/2013.

Sono ammissibili le spese effettuate a partire dalla data di presentazione della richiesta di modifica del POR FESR 2014 – 2020 del 27 luglio 2018, In particolare, sono ammissibili le seguenti categorie di spesa:

- **servizi e forniture vari connessi con la progettazione, la realizzazione e la distribuzione di strumenti di comunicazione e promo-commercializzazione connessi alla realizzazione delle azioni e iniziative specifiche di promozione (redazionali, materiali promozionali, campagne social, campagne media, format multimediali);**
- **servizi e forniture vari connessi con la progettazione esecutiva e l'organizzazione di iniziative specifiche di promozione turistica:**
 - organizzazione di educational/press/blog tour:
 - A. TRANSFER INTERNI**
 - transfer da/ per Aeroporto, stazione ferroviaria, stazione autobus, porto;
 - B. VITTO E ALLOGGIO**
 - B.1. pranzo;
 - B.2. cena;
 - B.3. alloggio e prima colazione,



Saranno riconoscibili le spese relative al pranzo, cena, alloggio e prima colazione anche per figure ausiliarie quali autista, guida o accompagnatore turistico e interprete, purché strettamente attinenti alle attività dell'intervento e per i giorni di effettiva attivazione della prestazione lavorativa.

C. TOUR

C1. Mezzi di trasporto per educational (es. nolo pulmino, bici, ecc);

C2. Guida o accompagnatore turistico (abilitato),

C3. Interprete (laddove necessario e per la sola durata dell'educational);

C4. Biglietti d'ingresso per musei, gallerie, monumenti, mostre, parchi e altri attrattori turistici;

D. TRASPORTO DA/PER LA PUGLIA

- spese di trasporto da e per i territori della Regione Puglia (biglietti aerei/biglietti ferroviari/biglietti autobus/biglietti navali).
 - realizzazione e gestione di un sistema unico di prenotazione di servizi e attività esperienziali;
 - organizzazione di eventi enogastronomici, festival itineranti, eventi fieristici di particolare rilevanza nazionale ed internazionale, borse, road show (noleggio area espositiva, allestimenti, arredi, hostess, interpreti, cooking show, degustazioni, spettacoli, concerti, ecc);
 - organizzazione convegni, workshop e seminari;
- **servizi connessi alla predisposizione, coordinamento, realizzazione e monitoraggio dell'intervento, con particolare riferimento alle seguenti categoria di spesa:**
- costi di personale interno ed esterno addetto alle attività di coordinamento, alla realizzazione e monitoraggio degli interventi;
 - costi di viaggio e spese di trasferta in Italia e all'estero del personale addetto alle attività, secondo quanto stabilito dal D.P.G.R. n. 631 del 6/06/2011;
 - costi di sviluppo e acquisti di programmi software e strumenti di aggiornamento specialistici connessi alle azioni da intraprendere;
 - costi di noleggio o leasing di hardware e di attrezzature di lavoro specialistiche;
 - costi sostenuti per la gestione delle attività previste, da rendicontare (compresi i costi di acquisto di materiale di consumo, le spese generali, costi di telecomunicazione e di connettività alla rete internet, ovvero le spese telefoniche).

3. Le spese ammissibili sono giustificate da fatture quietanzate o da documenti contabili di valore probatorio equivalente.

4. Non sono ammissibili spese relative a beni o servizi rispetto ai quali il Soggetto beneficiario abbia già fruito di una misura di sostegno finanziario regionale nazionale o comunitario. A tale proposito, al fine del rispetto del divieto di cumulo di finanziamenti e per evitare un doppio finanziamento delle medesime spese imputabili a un bene o servizio, tutti gli originali della documentazione contabile di spesa (mandati e fatture) devono contenere la dicitura o, in alternativa, devono essere annullati mediante l'apposizione di un timbro che riporti la denominazione "CUP..... Documento contabile finanziato a valere sul POCUGLIA FESR-FSE 2014-2020 ASSE VI- Azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" ammesso per l'intero importo o per l'importo di €....." (specificare importo).



5. Restano escluse dall'ammissibilità a contribuzione le spese per ammende, penali e controversie legali, nonché i maggiori oneri derivanti dalla risoluzione delle controversie sorte con i soggetti aggiudicatari, compresi gli accordi bonari e gli interessi per ritardati pagamenti.
6. L'imposta sul valore aggiunto (IVA) è una spesa ammissibile solo se non recuperabile, ai sensi della normativa nazionale di riferimento, e se attestata dalla ricevuta del modello F24 - Enti pubblici e imputata sulla piattaforma MIRWEB al Soggetto destinatario "Agenzia delle Entrate".
7. Per tutte le spese non specificate nel presente articolo o per la migliore specificazione di quelle indicate, si fa rinvio alle disposizioni di cui al Reg. (UE) n. 1303/2013.
8. Le spese sostenute dal Soggetto beneficiario e valutate quali non ammissibili ai sensi della normativa vigente e del presente Disciplinare rimangono a carico del Soggetto beneficiario.

Art. 7 – Modalità di erogazione del contributo

1. L'erogazione del finanziamento concesso avverrà con le seguenti modalità:
 - a) prima erogazione pari al 15% a titolo di prima anticipazione dell'importo del contributo di cui all'art. 1, a seguito della sottoscrizione del presente Disciplinare tra la Regione Puglia e il Soggetto beneficiario. Al fine di ottenere l'anticipazione, il Beneficiario deve presentare:
 - domanda di prima anticipazione attraverso il sistema informativo MIRWEB e a mezzo pec all'indirizzo servizioturismo@pec.rupar.puglia.it;
 - dichiarazione di avvio delle attività;
 - b) 3 erogazioni pari al 25%, fino al 90% dell'importo del contributo di cui all'art. 1, a seguito dei seguenti adempimenti da parte del RUP, attraverso il sistema informativo MIRWEB e Easycheck:
 - rendicontazione delle spese ammissibili, sostenute e debitamente documentate per l'intervento finanziato, per un importo pari almeno all'80% dell'ultima erogazione della Regione in aggiunta al 100% delle eventuali precedenti erogazioni;
 - presentazione di domanda di pagamento;
 - aggiornamento dei valori degli indicatori di realizzazione;
 - conferma delle informazioni relative al monitoraggio di cui all'art. 8 ;
 - documentazione completa relativa ad ogni affidamento attivato per la realizzazione dell'intervento.
 - c) eventuale erogazione finale della quota a saldo del contributo finanziario definitivamente concesso di cui all'art. 5, a seguito dei seguenti adempimenti da parte del RUP, attraverso il sistema informativo MIRWEB e Easycheck:
 - presentazione del provvedimento di omologazione della spesa complessiva sostenuta per l'intervento;
 - presentazione di domanda di saldo, in presenza di rendicontazione delle spese ammissibili, sostenute e debitamente documentate per l'intervento finanziato, per un importo pari al 100% dell'importo effettivamente sostenuto e ritenuto ammissibile;
 - presentazione degli atti di approvazione delle verifiche di conformità relativamente a tutti i servizi/forniture affidati e appaltati;
 - documentazione amministrativa completa relativa ad ogni procedura di affidamento attivata per la realizzazione dell'intervento;
 - inserimento delle date definitive relative al monitoraggio procedurale;
 - inserimento dei valori a conclusione degli indicatori di realizzazione.



Le erogazioni, salvo la prima, restano subordinate alla rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate secondo la normativa vigente

Art. 8 – Rendicontazione e monitoraggio

1. La Regione Puglia riconoscerà al Soggetto beneficiario le spese ritenute ammissibili previa verifica della documentazione di rendicontazione presentata tramite il sistema MIRWEB e Easycheck.
2. Le rendicontazioni dovranno pervenire a mezzo pec a: servizioturismo@pec.rupar.puglia.it e, contestualmente, tramite sistema MIRWEB e Easycheck.
3. La Regione verificherà il rendiconto trasmesso e, all'esito, comunicherà l'importo di spesa ammissibile e liquidabile.
4. Il Soggetto beneficiario è tenuto, mediante il sistema informativo MIRWEB e Easycheck, a:
 - rendicontare le spese sostenute;
 - aggiornare i valori degli indicatori di realizzazione;
 - presentare la documentazione di cui all'art. 7, salvo diverse successive e specifiche disposizioni della Regione.
5. In assenza di avanzamento della spesa da documentare il Soggetto beneficiario deve comunicare la circostanza illustrandone le motivazioni.
6. La trasmissione dei dati e della documentazione relativi al monitoraggio, per via telematica e su supporto cartaceo/elettronico, costituiscono condizione necessaria per l'erogazione da parte della Regione delle quote del contributo finanziario, così come definite dal precedente art. 7. Per quanto concerne il funzionamento del sistema MIRWEB e Easycheck si rinvia al manuale operativo MIRWEB disponibile on line <https://mirweb.regione.puglia.it> nonché al Manuale Easycheck per le stazioni appaltanti.

Art. 9 – Variazioni all'intervento

1. Non sono consentite variazioni sostanziali alle finalità, agli obiettivi ed ai contenuti essenziali dell'intervento.
2. Le variazioni non sostanziali dalla proposta dovranno preventivamente essere concordate tra le parti ed autorizzate.
3. Si intendono per variazioni non sostanziali:
 - modifiche al cronoprogramma delle singole attività;
 - modifiche al quadro finanziario di cui al paragrafo 6 del Progetto esecutivo nella misura non superiore al 20% dell'importo riferito a ciascun WP (Work Package), purché le singole attività, rientranti in ciascun WP (work Package), non vengano modificate nella natura, né negli obiettivi.
4. È consentito effettuare spostamenti di somme tra gli importi delle singole voci del quadro finanziario di cui al paragrafo 6 del Progetto esecutivo, che sono ricomprese all'interno di ciascun WP, purché le singole attività indicate nei sottogruppi (es. 1.1, 1.2, ecc.) non vengano modificate nella natura, né negli obiettivi; tali variazioni devono essere comunque preventivamente **comunicate** alla Sezione Turismo, con evidenza della relativa entità.



Art. 10 - Controlli e verifiche

1. La Regione Puglia si riserva il diritto di esercitare, in ogni tempo e con le modalità che riterrà opportune, verifiche e controlli sull'avanzamento fisico e finanziario dell'intervento da realizzare.
Tali verifiche non sollevano, in ogni caso, il Soggetto beneficiario dalla piena ed esclusiva responsabilità della regolare e perfetta realizzazione dell'intervento.
2. La Regione Puglia rimane estranea ad ogni rapporto comunque nascente con terzi in dipendenza della realizzazione dell'intervento. Le verifiche effettuate riguardano esclusivamente i rapporti che intercorrono con il Soggetto beneficiario.
3. Come già indicato all'art. 3, il Soggetto beneficiario è impegnato a conservare e rendere disponibile la documentazione relativa all'operazione ammessa a contributo finanziario, ivi compresi tutti i giustificativi di spesa annullati così come indicato all'art. 6, nonché a consentire le verifiche in loco in favore delle autorità di controllo regionali, nazionali e comunitarie per almeno tre anni successivi alla chiusura procedurale del Programma.
4. In sede di controllo da parte della struttura di gestione, dell'Autorità di Audit, della Commissione Europea, della Corte dei Conti Europea o di altri organismi di controllo interni o esterni all'Amministrazione regionale, nel caso di accertamento del mancato pieno rispetto delle disposizioni normative di livello comunitario, nazionale e regionale, anche se non penalmente rilevanti, la Regione potrà procedere, a seconda dell'impatto finanziario dell'irregolarità accertata, alla revoca parziale o totale del finanziamento concesso nonché al recupero delle eventuali somme già erogate.

Art. 11 – Disponibilità dei dati

1. I dati relativi all'attuazione dell'intervento, così come riportati nel sistema informatico di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale, saranno resi disponibili per gli organi istituzionali deputati al monitoraggio e al controllo.
2. Il Soggetto beneficiario si impegna a comunicare detta circostanza ai soggetti aggiudicatari.
3. I dati generali relativi all'operazione ammessa a contribuzione finanziaria e al relativo stato di avanzamento saranno resi disponibili al pubblico, ai sensi dell'art. 115 par. 2 del Reg (UE) n. 1303/2013.

Art. 12 – Revoca della contribuzione finanziaria

1. Alla Regione è riservato il potere di revocare il contributo finanziario concesso nel caso in cui il Soggetto beneficiario incorra in violazioni o negligenze in ordine alle condizioni di cui al presente Disciplinare, a leggi, regolamenti e disposizioni amministrative vigenti nonché alle norme di buona amministrazione.
2. Potrà costituire motivo di revoca il mancato rispetto dei termini temporali di cui al cronoprogramma delle attività così come riportato nel Progetto esecutivo approvato (paragrafo 7 "Cronoprogramma").
3. Potrà costituire altresì motivo di revoca il mancato aggiornamento dei dati relativi all'intervento finanziato nel sistema di monitoraggio da parte del Soggetto beneficiario.



4. La Regione potrà esercitare il potere di revoca ove, per imperizia o altro comportamento, il Soggetto beneficiario comprometta la tempestiva esecuzione e/o buona riuscita dell'intervento;
5. In caso di revoca il Soggetto beneficiario è obbligato a restituire alla Regione le somme da quest'ultima erogate, maggiorate degli eventuali interessi legali, restando a totale carico del medesimo Soggetto beneficiario tutti gli oneri relativi all'intervento.
6. In caso di revoca parziale riferita alla parte di finanziamento di cui alle spese accertate non ammissibili, le stesse resteranno a totale carico del Soggetto beneficiario.

Art. 13 - Durata ed efficacia

1. Il presente Disciplinare ha durata a decorrere dalla data di sottoscrizione fino al 31 dicembre 2023.
2. Qualora vi siano attività in avanzata fase di realizzazione ma non concluse alla data di cui al precedente comma, le stesse potranno essere prorogate, previo assenso delle parti, per il tempo necessario alla loro conclusione, e comunque entro e non oltre il termine comunicato dall'Autorità di Gestione per l'ammissibilità della spesa al fine di consentire il raggiungimento degli obiettivi previsti dal Disciplinare.

Art. 14– Richiamo generale alle norme vigenti e alle disposizioni comunitarie

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Disciplinare, si richiamano tutte le norme di legge vigenti in materia, nonché le disposizioni impartite dall'Unione Europea.

Art. 15 – Foro competente

1. Per qualsivoglia controversia che dovesse originarsi dall'interpretazione o nell'esecuzione del presente atto, le parti concordano che il foro competente sia quello di Bari.

Bari, _____

Per il Soggetto Beneficiario

il Legale Rappresentante o il RUP delegato

firma digitale _____

Per la Regione Puglia

il Dirigente della Sezione Turismo

POC Puglia FESR-FSE 2014-2020 - Azione 6.8

Azione "Promozione e valorizzazione dell'offerta turistica Sud Salento"

Dott. Salvatore Patrizio Giannone

firma digitale _____