

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 739 del 09 giugno 2020

Approvazione realizzazione di un Piano di comunicazione per la promozione turistica ed agroalimentare della Regione del Veneto. Attuazione del Piano Turistico Annuale e del Programma Promozionale del Settore Primario per l'anno 2020. DD.G.R. n. 124/2020 e n. 122/2020. Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11. Legge regionale n. 16/1980 e ss.mm. e ii.

[Programmi e progetti (comunitari, nazionali e regionali)]

Note per la trasparenza:

Con il presente provvedimento si approva la realizzazione di un Piano di comunicazione finalizzato alla promozione turistica integrata nel mercato nazionale ed estero. Le attività di supporto tecnico/organizzativo e tutte le altre attività connesse per la realizzazione del Piano sono affidate a Veneto Innovazione S.p.A.. Spesa prevista: € 1.550.000,00.

L'Assessore Federico Caner riferisce quanto segue.

Con deliberazione n. 124 del 3 febbraio 2020, la Giunta regionale, sulla base di quanto disposto dall'art. 7 della Legge regionale 14 giugno 2013 n. 11 "Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto" formulato in coerenza alle linee strategiche individuate dal Programma regionale per il Turismo approvato dal Consiglio Regionale con deliberazione n. 19 del 29/01/2019, e a seguito del parere favorevole espresso dalla competente Commissione consiliare, ha approvato il PTA - Piano Turistico Annuale per l'anno 2020 relativamente alle iniziative promo-commerciali in Italia e all'estero.

Il PTA stabilisce che la Giunta regionale, nell'ambito del budget complessivo di spesa individuato, e nel rispetto delle azioni definite dal Piano stesso, provveda con proprie deliberazioni a definire le condizioni di operatività, gli ambiti di azione nonché le risorse finanziarie specificatamente destinate alle singole azioni di promozione e valorizzazione turistica.

Nell'ambito dell'Azione 2.2 "Attività di supporto alla promozione dell'offerta turistica" del PTA sono individuate azioni a carattere trasversale non destinate a specifiche aree di mercato, dirette prevalentemente verso il turista, sia a livello locale, che nazionale/internazionale, interessando in modo generale tutta l'offerta turistica del Veneto.

L'emergenza sanitaria mondiale conseguente alla diffusione del COVID - 19 ha drasticamente cambiato gli scenari di riferimento. Le misure adottate già dallo scorso mese di marzo, al fine di contrastare e contenere l'emergenza epidemiologica e consistenti nella limitazione alla mobilità personale nonché nel distanziamento sociale, hanno fortemente influenzato l'industria dei viaggi e del turismo. Mentre prima le attività di comunicazione e promozione dell'offerta turistica erano volte a informare il mercato sulle caratteristiche del prodotto orientando il consumatore all'acquisto, ora l'obiettivo principale è attuare un'efficace valorizzazione degli elementi identitari del territorio regionale, evidenziando che le nostre destinazioni turistiche sono inserite in un contesto territoriale che ha saputo affrontare con la massima efficacia la situazione di emergenza sanitaria, affinché il turista riprenda con fiducia la voglia di viaggiare e di trascorrere le proprie vacanze in serenità.

Considerato che i nostri competitors, al fine di recuperare almeno in parte le enormi perdite del settore, investiranno importanti risorse nella comunicazione, si rende necessario predisporre un'adeguata campagna promozionale che consenta una collocazione mediatica utile per mantenere alta l'attenzione nei confronti dell'offerta turistica veneta, con una trasmissione efficace del messaggio che è possibile tornare a rivivere nella massima sicurezza le esperienze di vacanza immersi nella cultura e nella natura che le destinazioni venete offrono insieme all'alto livello dell'accoglienza proprie di una Regione che ha fatto del turismo una delle principali risorse.

La campagna di comunicazione, in prosecuzione con l'attività di promozione avviata nel corso dello scorso anno, dovrà mantenere un forte collegamento con il brand " Veneto The Land of Venice" ma allo stesso tempo dovrà essere rimodulata ponendo maggiore attenzione al "sentiment" del turista e ad un attento monitoraggio dell'evoluzione dei movimenti dei turisti. In una prima fase la promozione sarà rivolta al turismo nazionale con particolare riferimento a quello proveniente dalle Regioni limitrofe, e successivamente a quello proveniente dall'estero evidenziando come l'offerta turistica del Veneto possa essere molto ampia e capace di rispondere a diverse esigenze. La situazione di emergenza sanitaria collegata alla diffusione del COVID - 19 ha accelerato una tendenza già in atto orientata verso un turismo sempre più sostenibile.

Conseguentemente, anche il materiale promozionale, specialmente quello utilizzabile attraverso i social e i media, dovrà essere in parte rivisto in quanto si dovranno privilegiare strumenti multimediali che nel valorizzare l'unicità delle nostre destinazioni siano in grado di presentare un'offerta turistica innovativa. A supporto della campagna promozionale, sarà pertanto opportuno ricorrere all'influencer marketing in grado di influenzare in modo rilevante le opinioni e gli atteggiamenti anche del pubblico più giovane.

Con il presente provvedimento si propone pertanto di avviare un Piano di comunicazione per la promozione turistica della Regione del Veneto, finalizzato, in continuità con il Piano approvato con DGR 1845 del 2019, ad evidenziare gli elementi maggiormente identificativi della nostra Regione mediante strumenti di comunicazione incisivi, capaci di suscitare l'attenzione della domanda turistica.

Il nuovo Piano di comunicazione, in linea con quanto indicato nel Programma Promozionale del settore Primario per l'anno 2020, approvato con DGR n. 122 del 3 febbraio 2020, dovrà prevedere altresì la realizzazione di iniziative di comunicazione e informazione finalizzate alla conoscenza delle produzioni agroalimentari tipiche e di qualità del Veneto da parte dei consumatori finali. Infatti, tra i principali fattori di attrazione per il turismo in Veneto, vi sono l'enogastronomia e le produzioni tipiche che rendono indispensabile l'attuazione di attività di promozione integrata che unisca le eccellenze dell'agroalimentare alla valorizzazione turistica del territorio.

Considerato che anche il settore agroalimentare, in particolare quello legato al turismo come l'enogastronomia, è stato duramente colpito dall'emergenza sanitaria, si rileva necessario attivare specifiche iniziative di promozione entro e fuori i confini regionali, in ambito nazionale e all'estero, per la valorizzazione dei marchi che rappresentano l'unicità dei prodotti e del territorio regionale.

Per l'attuazione delle attività sopra descritte, in considerazione degli obiettivi della citata programmazione regionale in relazione all'importanza che il settore del turismo e quello del turismo enogastronomico assumono per l'economia del Veneto, è stato individuato un budget di spesa di € 1.550.000,00 (IVA compresa).

Il Piano di comunicazione che sarà gestito dalla competente Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, dovrà rispondere a precisi criteri di riparto, nel rispetto delle percentuali indicate da AGCOM, salvo eventuali successive modifiche legislative, e sarà destinato per non meno del 50% su media stampa (quotidiani e riviste) e per non meno del 15% su emittenza televisiva e radiofonica locale con riferimento esclusivamente alle spese per acquisto di spazi pubblicitari.

Considerato che la realizzazione e la gestione operativa del predetto Piano di comunicazione presuppongono una profonda conoscenza delle logiche del mercato di riferimento, nonché di competenze e professionalità non tutte univocamente rinvenibili all'interno delle strutture regionali e che richiede il coordinamento di una vasta platea di operatori del sistema turistico veneto, ma anche il costante affiancamento ai diversi uffici regionali, si propone di affidare, con il coordinamento della citata Direzione e come avvenuto per il precedente piano, il supporto tecnico/organizzativo e la realizzazione delle attività collegate alla Società Veneto Innovazione S.p.A.

A tal riguardo si informa che, ai sensi dell'articolo 5, comma 1, del Codice dei contratti pubblici è possibile procedere all'affidamento diretto a Veneto Innovazione S.p.A. in quanto, dal 31 ottobre 2019, la Società è iscritta nell'Elenco delle amministrazioni aggiudicatrici e degli enti aggiudicatori che operano mediante affidamenti diretti nei confronti di proprie società in house secondo gli adempimenti art. 192 del D.lgs n. 50/2016 e come tale opera in affidamento diretto del socio.

In tal senso è necessario precisare che Veneto Innovazione S.p.A. è società in house della Regione del Veneto, istituita con legge regionale del 6 settembre 1988 n. 45 i cui ambiti operativi sono stati ampliati con legge regionale 30 dicembre 2016, n. 30 "Collegato alla legge di stabilità regionale 2017", potendo ora svolgere attività di promozione del sistema economico del Veneto, in tutti i suoi aspetti economico - produttivi, curandone la diffusione e l'informazione e favorendo l'attivazione di sinergie.

Si fa presente, inoltre, che Veneto Innovazione S.p.A. è società a partecipazione regionale totalitaria e che lo statuto societario esclude la possibilità che privati, ovvero imprese private, partecipino alla compagine societaria. Si precisa, altresì, che le previsioni contenute nello Statuto sociale configurano l'esistenza di un controllo da parte della Regione sulla Società assimilabile a quello esercitato nei confronti dei propri servizi e che essa svolge un'attività prevalentemente rivolta alla Regione del Veneto.

Ai fini dell'assolvimento di quanto previsto dall'articolo 3, comma 2, della legge regionale 24 dicembre 2013, n. 39 e dal Decreto Legislativo n. 50 del 18 aprile 2016, in materia di in house providing, in particolare l'articolo 192, si precisa che per l'attività da svolgersi, Veneto Innovazione S.p.A. non richiederà alcun mark up (ricarica) commerciale. Inoltre, sulla base della documentazione acquisita agli atti e dal confronto effettuato dalla Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione sul prospetto delle tariffe, e sui costi generali standard di Veneto Innovazione S.p.A. per attività di project manager, sia esso senior, ordinario o assistant, necessaria per la realizzazione delle attività da affidare, la citata Direzione ne ha attestato la

congruità che appare in linea con le tariffe medie di mercato.

Si ritiene quindi che, rispetto ai possibili concorrenti, l'affidamento possa essere considerato senz'altro economicamente vantaggioso oltre che giustificato dalle specifiche competenze interne di Veneto Innovazione S.p.A., dalla capacità della società di organizzare e coordinare servizi ad alto valore aggiunto e in quanto la capitalizzazione avvenuta negli anni del know how maturato risulta essere un asset intangibile e importante per la tipologia e la specificità delle azioni previste dal piano di comunicazione in argomento.

Si fa presente infine che per le attività e i servizi non svolti direttamente dalla Società affidataria, e in relazione alle procedure di affidamento di servizi/forniture dalla medesima autonomamente gestite, la stessa, in quanto Società partecipata pubblica, dovrà attenersi alla normativa statale vigente sugli appalti di servizi e forniture di cui al Codice degli Appalti - Decreto Legislativo n. 50 del 18 aprile 2016 e ss.mm.ii.

Con il presente provvedimento si propone pertanto di affidare a Veneto Innovazione S.p.A., mediante la sottoscrizione di una Convenzione, l'attività di supporto tecnico/organizzativo e tutte le altre attività connesse per la predisposizione e realizzazione del Piano di comunicazione per la promozione turistica ed agroalimentare della Regione del Veneto, secondo lo schema di cui all'Allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento. La società dovrà presentare un progetto esecutivo di dettaglio con l'individuazione delle modalità di realizzazione del Piano di Comunicazione che dovrà concludersi entro il 30 giugno 2021.

Il coordinamento tecnico amministrativo sarà in capo alla Direzione Promozione Economica ed Internazionalizzazione.

L'importo a carico della Regione del Veneto da riconoscere alla società Veneto Innovazione S.p.A. per l'affidamento della predetta attività di supporto tecnico/organizzativo e delle altre attività connesse per la realizzazione di un Piano di comunicazione ammonta a complessivi € 1.550.000,00 (IVA compresa) come di seguito ripartito:

- € 150.000,00 per la realizzazione di prodotti multimediali in grado di rappresentare le bellezze del Veneto in sintonia con l'esigenza attuale di promuovere il turismo accessibile e sicuro;
- € 1.300.000,00 per l'acquisizione di spazi pubblicitari e gestione dei contratti di pubblicità con i media/stampa italiani ed europei specializzati in viaggi/vacanza e tempo libero, compresa la collaborazione con influencer/blogger;
- € 100.000,00 per attività di supporto e assistenza tecnica.

In ordine all'aspetto finanziario si determina in € 1.550.000,00 l'importo massimo delle obbligazioni di spesa derivanti dall'adozione del presente provvedimento, alla cui assunzione provvederà con propri atti il Direttore della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, entro il corrente esercizio, disponendo la copertura finanziaria a carico dei fondi stanziati, per un importo di € 750.000,00 sul capitolo 101891 "Iniziativa per la promozione e valorizzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici (art. 19, c. 2, lett. e, l.r. 14/06/2013, n.11)" e per € 800.000,00 sul capitolo 30020 "Iniziativa regionali per la promozione economico - fieristica del settore primario (L.R. 14/03/1980, n.16)" del bilancio di previsione 2020-2022.

Si ritiene che la spesa di € 1.300.000,00 concernente la tipologia "pubblicità", di cui si prevede l'impegno con il presente atto, non sia soggetta alle limitazioni di cui alla L.R. n. 1/2011, in quanto prevista nel Piano Turistico Annuale 2020 approvato con DGR n. 124 del 3 febbraio 2020 e nel Programma Promozionale del settore Primario per l'anno 2020, approvato con DGR n. 122 del 3 marzo 2020.

Si propone, infine, di incaricare il Direttore della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione della gestione tecnica, amministrativa e finanziaria dei procedimenti derivanti dall'adozione della presente deliberazione, ivi compresa la sottoscrizione della citata Convenzione che regolerà i rapporti fra la Regione del Veneto e Veneto Innovazione S.p.A.

Il relatore conclude la propria relazione e propone all'approvazione della Giunta regionale il seguente provvedimento.

LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, il quale dà atto che la struttura competente ha attestato, con i visti rilasciati a corredo del presente atto, l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale e regionale, e che successivamente alla definizione di detta istruttoria non sono pervenute osservazioni in grado di pregiudicare l'approvazione del presente atto;

VISTA la legge regionale 14 giugno 2013, n. 11 "Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto" e ss.mm.ii.;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 124 del 2 febbraio 2020 di adozione del Piano Turistico Annuale - PTA 2020 - relativamente alle iniziative a carattere promo - commerciale in Italia e all'estero;

VISTA la legge regionale 14 marzo 1980 n. 16 "Disciplina delle manifestazioni fieristiche e iniziative regionali di promozione economica" e ss.mm.ii.;

VISTA la deliberazione della Giunta Regionale n. 122 del 03/02/2020 "Approvazione del Programma Promozionale del Settore Primario per l'anno 2020. Legge regionale 14 marzo 1980, n. 16 e successive modifiche";

VISTO l'art. 192 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 "Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2014/23/CE e 2014/24/CE e 2014/25/UE";

VISTO il D.Lgs. n. 33/2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni" e ss.mm.ii.;

VISTA la legge regionale 29 novembre 2001, n. 39 "Ordinamento del bilancio e della contabilità della Regione" e ss.mm.ii.;

VISTO il decreto legislativo 23 giugno 2011, n. 118 "Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 5 maggio 2009, n. 42" e ss.mm.ii.;

VISTA la legge regionale 25 novembre 2019, n. 46 con cui è stato approvato il bilancio di previsione 2020-2022;

VISTO l'articolo 2, comma 2, della legge regionale n. 54 del 31 dicembre 2012;

DATO ATTO che il Direttore di Area ha attestato che il Vicedirettore di Area, nominato con D.G.R. n. 1406 del 29/08/2017, ha espresso, in relazione al presente atto, il proprio nulla osta senza rilievi, agli atti dell'Area medesima

delibera

1. di considerare le premesse e l'**Allegato A** parti integranti e sostanziali del presente provvedimento;
2. di approvare la realizzazione un Piano di comunicazione finalizzato alla promozione turistica ed agroalimentare della Regione del Veneto nel mercato nazionale ed estero per un importo complessivo di € 1.550.000,00 (IVA compresa) per l'attuazione di quanto di seguito descritto e ripartito:
 - € 150.000,00 per la realizzazione di prodotti multimediali in grado di rappresentare le bellezze del Veneto in sintonia con l'esigenza attuale di promuovere il turismo accessibile e sicuro;
 - € 1.300.000,00 per l'acquisizione di spazi pubblicitari e gestione dei contratti di pubblicità con i media/stampa italiani ed europei specializzati in viaggi/vacanza e tempo libero, compresa la collaborazione con influencer/blogger;
 - € 100.000,00 per attività di supporto e assistenza tecnica;
3. di affidare a Veneto Innovazione S.p.A, ai sensi dell'articolo 192 del D.lgs n. 50 del 18 aprile 2016 l'attività di supporto tecnico/organizzativo e tutte le altre attività connesse per la realizzazione del Piano di comunicazione di cui al punto 2. per l'importo complessivo di € 1.550.000,00 (IVA compresa);
4. di approvare, ai fini della realizzazione del Piano in argomento, lo schema di Convenzione per la definizione dei reciproci rapporti tra la Regione del Veneto e Veneto Innovazione S.p.A., di cui all'**Allegato A**, incaricando il Direttore della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione della sottoscrizione della stessa e autorizzandolo ad apportarvi le eventuali modifiche non sostanziali che si rendessero necessarie, e che, a pena di nullità, verrà sottoscritta in forma digitale secondo le disposizioni di cui al Decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82;
5. di dare atto che per le attività e i servizi non svolti direttamente dalla Società affidataria, e in relazione alle procedure di affidamento di servizi/forniture dalla medesima autonomamente gestite, la stessa dovrà attenersi alla normativa statale vigente sugli appalti di servizi e forniture di cui al Decreto Legislativo n. 50 del 18 aprile 2016 e ss.mm.ii.;
6. di determinare in € 1.550.000,00 (IVA compresa) l'importo massimo delle obbligazioni di spesa alla cui assunzione provvederà con propri atti il Direttore della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, entro il corrente esercizio, disponendo la copertura finanziaria a carico dei fondi stanziati sul bilancio di previsione 2020 - 2022;
 - per la quota di € 750.000,00 sul capitolo 101891 "Iniziative per la promozione e valorizzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici (art. 19, c. 2, lett. e, l.r. 14/06/2013, n.11)";
 - per la quota di € 800.000,00 sul capitolo 30020 "Iniziative regionali per promozione economico - fieristica del settore primario (L.R. 14/03/1980, n.16)";

7. di dare atto che la Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, a cui sono stati assegnati i capitoli di cui al precedente punto 6., ha attestato che i medesimi presentano sufficiente disponibilità;
8. di dare atto che la spesa di € 1.300.000,00 rientrante nella tipologia "per pubblicità" di cui si prevede l'impegno con il presente atto, non è soggetta alle limitazioni di cui alla L.R. n. 1/2011 per le motivazioni esposte in premessa da considerarsi parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
9. di dare atto che la rimanente spesa di € 250.000,00 di cui si prevede l'impegno con il presente atto non rientra nelle tipologie soggette a limitazioni ai sensi della legge regionale n. 1/2011;
10. di incaricare il Direttore della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione della gestione tecnica, finanziaria ed amministrativa dei procedimenti derivanti dall'adozione della presente deliberazione;
11. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto a pubblicazione ai sensi dell'articolo 23 del Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33;
12. di pubblicare il presente atto nel Bollettino Ufficiale della Regione.