DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 1845 del 06 dicembre 2019

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 2019. DD.G.R. n. 400/2019 e n. 194/2019. Legge regionale 14 giugno 2013 n. 11. Legge regionale n. 16/1980 e successive modifiche e integrazioni.

[Turismo]

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: € 1.220.000,00.

L'Assessore Federico Caner riferisce quanto segue.

Con deliberazione n. 400 del 2 aprile 2019, 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 2019 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.

Con l'Azione 2 "Attività di supporto alla promozione dell'offerta turistica" sono previste 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.

Essendo la promozione l'insieme delle attività volte a comunicare al mercato, nazionale ed estero, le caratteristiche del prodotto, orientando il consumatore all'acquisto, la comunicazione è uno degli elementi fondamentali del marketing mix, ed il turismo non sfugge a questa logica in quanto prodotto industriale al pari di tutti gli altri.

La comunicazione del prodotto "Turismo Veneto" sui mercati nazionali e internazionali con la declinazione del nuovo logo "Veneto, The Land of Venice", sfruttando in primis i vantaggi offerti dal brand "Venezia", consente un'efficace valorizzazione degli elementi identitari della nostra Regione con un maggiore impatto internazionale.

Tutto ciò va supportato da un'ampia campagna pubblicitaria che renda il logo "Veneto, The Land of Venice", conosciuto e riconoscibile a livello nazionale ed internazionale, anche in considerazione della crescente attività di comunicazione e di azioni di marketing realizzate dai nostri competitors e della necessità di mantenere alta l'attenzione nei confronti dell'offerta turistica veneta sia nei mercati consolidati sia nei nuovi mercati quali l'est Europa e la Cina.

Con il presente provvedimento si propone quindi, in continuità con il Piano di comunicazione per la promozione turistica della Regione del Veneto, approvato con DGR n. 858 del 19.06.2019, di attivare un nuovo Piano di comunicazione finalizzato, in particolare, alla promozione delle proposte di nuovi "tematismi" (es. turismo all'aria aperta, turismo "esperienziale", itinerari enogastronomici, cammini storici, siti Unesco, itinerari culturali ecc.), i quali, grazie alle numerose iniziative finanziate mediante l'utilizzo dei fondi del POR FESR 2014-2020, hanno ampiamente valorizzato in termini qualitativi e quantitativi la loro offerta turistica.

Va peraltro considerata l'importanza strategica del turismo di prossimità, cioè quello che raggiunge le località turistiche nelle giornate dei weekend dell'intera stagione estiva ed invernale e che incide in modo sostanziale nelle attività economiche, commerciali, di divertimento e di ristorazione, nonché del turismo domestico, che in questa ultima stagione estiva è mancato quasi completamente e la cui crisi ha fatto comprendere ancora più, di quanto già non si conoscesse, come esso vada ad

integrare l'attività ricettiva e a generare economia nelle singole destinazioni turistiche specialmente balneari e di montagna.

In tale ottica quindi un ruolo fondamentale potrà essere svolto dalle attività di comunicazione locali per la promozione del turismo di prossimità (veneto e delle regioni contermini).

Il nuovo Piano di comunicazione, in linea con quanto indicato nel Programma Promozionale del settore Primario per l'anno 2019, approvato con DGR n. 194 del 22 febbraio 2019 prevede 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.

Anche nel settore agroalimentare vi sono diversi marchi che rappresentano l'unicità dei prodotti e del territorio nel quale sono realizzati e per i quali è necessario attivare iniziative di promozione entro e fuori i confini regionali, in ambito sia nazionale che estero.

Il Piano di comunicazione, del quale con il presente provvedimento si propone l'attuazione è quindi finalizzato:

- ad incrementare la conoscenza e la notorietà delle destinazioni, degli ambiti tematici e dei prodotti turistici, al fine di fornire elementi utili al consumatore/cliente/acquirente/turista per orientarlo nella scelta informandolo sulle innumerevoli opportunità a disposizione;
- alla promozione dell'immagine turistica del Veneto attraverso attività di comunicazione istituzionale (mezzi televisivi, carta stampata, social, siti web) con riferimento al logo "Veneto, the Land of Venice";
- ad incrementare la conoscenza dei marchi riconosciuti a livello europeo di qualità e del marchio regionale Qualità Verificata.

Viene pure prevista la realizzazione di nuovo materiale informativo con l'utilizzo del materiale costituente l'archivio fotografico e multimediale dell'offerta turistica veneta, di cui alla DGR n. 1888 del 10/12/2018.

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, la Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione ha valutato congrua e in linea con i costi di mercato la spesa di € 1.220.000,00 (IVA compresa).

Il Piano di comunicazione 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 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, 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, in data 15 febbraio 2018, è avvenuta la presentazione dell'istanza per la sua iscrizione nell'Elenco delle società in house. Tale domanda di iscrizione, come previsto al punto 5.3 della Delibera ANAC n. 951 del 20 settembre 2017 "[...] consente alle amministrazioni aggiudicatrici e agli enti aggiudicatori di effettuare, sotto la propria responsabilità, affidamenti diretti dei contratti all'organismo in house, così come prescritto dall'art. 5, comma 1, del Codice dei contratti pubblici".

Si precisa che Veneto Innovazione S.p.A. è società in house providing 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 essa 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 lo statuto societario esclude la possibilità che privati o 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 della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione - nonché del confronto effettuato 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.

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 e dovrà concludersi entro il 30 giugno 2021.

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 € 1.220.000,00 (IVA compresa) come di seguito ripartito:

- € 40.000,00 per la realizzazione delle pagine promozionali da veicolare attraverso i media in linea con la progettualità già approvata;
- € 40.000,00 per la creazione di circa 50 file waypoint e/o tracce GPS in formato .kml e .gpx. per mountain bike, road bike, alte vie dolomitiche, i cammini, il turismo equestre e le strade del vino e dei prodotti tipici a completamento degli attuali percorsi che serviranno a popolare la nuova App turistica del Veneto;
- € 940.000,00 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;
- € 100.000,00 per la ristampa anche in più lingue del materiale esistente e realizzazione di nuovo materiale promozionale video e cartaceo;
- € 100.000,00 per attività di supporto e assistenza tecnica.

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

Si ritiene che la spesa di € 940.000,00 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 2019 approvato con DGR n. 400 del 2 aprile 2019 e nel Programma Promozionale del settore Primario per l'anno 2019, approvato con DGR n. 194 del 22 febbraio 2019.

In ordine all'aspetto finanziario si determina in € 1.220.000,00 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 € 490.000,00 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 € 730.000,00 sul capitolo 103203/U "Finanziamento di iniziative di promozione e valorizzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici - acquisto di beni e servizi (art. 32, c. 2, lett. f bis, L.r. 27/04/2015, n. 6)" del bilancio di previsione 2019-2021.

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 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. 400 del 2 aprile 2019 di approvazione del PTA - Piano Turistico Annuale per l'anno 2019;

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. 194 del 22/02/2019 "Adozione 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" e ss.mm.ii.;

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 n. 45 del 21 dicembre 2018 con cui è stato approvato il bilancio di previsione 2019 - 2021;

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 € 1.220.000,00 (IVA compresa) per l'attuazione di quanto di seguito descritto e ripartito:

- € 40.000,00 per la realizzazione delle pagine promozionali da veicolare attraverso i media in linea con la progettualità già approvata;
- € 40.000,00 per la creazione di circa 50 file waypoint e/o tracce GPS in formato .kml e .gpx. per mountain bike, road bike, alte vie dolomitiche, i cammini, il turismo equestre e le strade del vino e dei prodotti tipici a completamento degli attuali percorsi che serviranno a popolare la nuova App turistica del Veneto;
- € 940.000,00 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;
- € 100.000,00 per la realizzazione di nuovo materiale promozionale video e cartaceo;
- € 100.000,00 per attività di supporto e assistenza tecnica;

3. di approvare, ai fini della realizzazione del progetto indicato al punto 2, 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**;

4. di incaricare il Direttore della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione alla sottoscrizione della Convenzione di cui al precedente punto 3., 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 € 1.220.000,00 (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 2019 - 2021:

- per la quota di € 490.000,00 sul capitolo 101891/U "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)";
- per la quota di € 730.000,00 sul capitolo 103203/U "Finanziamento iniziative di promozione e valorizzazione del turismo veneto e dei prodotti turistici - acquisto beni e servizi - (art.32, C.2, lett.F bis, L.R. 27/04/2015 n.6)";

7. di dare atto che la Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, a cui sono stati assegnati i capitoli di cui al punto precedente, ha attestato che i medesimi presentano sufficiente disponibilità;

8. di dare atto che la spesa di € 940.000,00 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 € 280.000,00 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.