

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 1284 del 21 settembre 2021

Approvazione dell' integrazione al Piano di comunicazione 2021 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 2021. DD.G.R. n. 343/2021 n. 228/2021 e n. 500/2021. Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11. Legge regionale n. 16/1980 e ss.mm. e ii.

[Turismo]

Note per la trasparenza:

Con il presente provvedimento si approva l'integrazione del Piano di comunicazione 2021 già approvato con DGR n. 500/2021 finalizzato alla promozione turistica integrata nel mercato nazionale ed estero. Le attività di supporto tecnico/organizzativo e tutte le altre attività connesse alla realizzazione del Piano sono affidate a Veneto Innovazione S.p.A.. Spesa prevista: € 1.110.000,00.

L'Assessore Federico Caner riferisce quanto segue.

Con deliberazione n. 343 del 23 marzo 2021, 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 e a seguito del parere favorevole espresso dalla competente Commissione consiliare, ha approvato il PTA - Piano Turistico Annuale per l'anno 2021.

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. Dopo quasi due anni di limitazione dei movimenti, di incertezze nel futuro, l'atteggiamento del turista è cambiato. Le ultime analisi e studi hanno messo in evidenza come il turista abbia iniziato a valutare un diverso modello di fruizione della vacanza e del tempo libero, ricercando un turismo più sostenibile nella proposta e più responsabile nella gestione, legato anche ad aspetti di sicurezza e qualità del sistema sanitario della destinazione.

Nel 2020 e 2021 il turismo interno ha sostenuto il settore, portando a risultati anche migliori rispetto al 2019, soprattutto negli spazi aperti: montagna, mari, campagne, laghi, cammini, ciclabili; molto meno nelle città e negli spazi chiusi. Importante era pertanto nel 2020 e inizio 2021, far conoscere il potenziale turistico nel mercato vicino al Veneto sia nazionale che estero. Con il provvedimento n. 500/2021 la Giunta regionale ha approvato un Piano di comunicazione per la promozione turistica della Regione del Veneto da attuarsi nel 2021, finalizzato ad evidenziare gli elementi maggiormente identificativi della nostra Regione mediante strumenti di comunicazione incisivi, capaci di suscitare l'attenzione della domanda turistica proveniente dall'Italia e dall'Europa. Le attività di promozione e comunicazione dell'offerta turistica si sono rivolte soprattutto a valorizzare gli elementi identitari del territorio regionale con utilizzo di immagini di grande impatto 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.

I primi dati statistici confermano che l'attività svolta ha contribuito alla ripresa del settore durante il periodo estivo.

Ad oggi, la situazione sanitaria non è ancora risolta, ma l'aumento delle persone vaccinate, lo strumento del green pass, consentono di auspicare il ripristino di una sicura mobilità e delle ripresa degli ordinari contatti, elementi fondamentali per lo svolgimento delle attività turistiche. Si rende pertanto necessario mantenere efficaci azioni di promozione e comunicazione volte ad intercettare il desiderio di ripresa di viaggi turistici da parte dei consumatori europei ed, alla ripresa dei voli intercontinentali, extraeuropei, convogliandoli verso le nostre destinazioni. Attività necessaria anche perché il potenziale turista

ora tende a scegliere la destinazione sempre in data più vicina al periodo disponibile, con maggior attenzione ai messaggi che riceve dalla comunicazione pubblicitaria e soprattutto dal mondo digitale e dei social.

Con il presente provvedimento si propone pertanto l'integrazione del Piano di comunicazione per la promozione turistica della Regione del Veneto già approvato con D.G.R. n. 500/2021.

Considerata la necessità che il messaggio promozionale giunga ai target interessati in tempi rapidi, la prevista campagna promozionale continuerà ad avvalersi, quali testimonial, di influencer marketing in grado di influenzare in modo rilevante le opinioni e gli atteggiamenti anche del pubblico più giovane.

Come accennato sopra in questo periodo post-covid la pubblicità turistica online è una delle strategie di marketing in notevole sviluppo, considerando l'aumento dell'utilizzo degli strumenti digitali da parte della popolazione per qualsiasi attività. Attività che viene inserita nel Piano di comunicazione attraverso la gestione dei social media Visit Veneto con attività che migliorino il posizionamento sui motori di ricerca (SEO), incrementino il numero dei followers, l'engagement e la conoscenza delle proposte turistiche.

Si prevede inoltre un adeguamento del materiale promozionale e gadget da distribuire alla ripresa degli eventi in presenza previsti soprattutto nel 2022.

Anche questo Piano di comunicazione, in linea con quanto indicato nel Programma Promozionale del settore Primario per l'anno 2021, approvato con D.G.R. 228 del 2 marzo 2021, 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.

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 € 1.060.000,00 (IVA compresa).

Si fa presente che il contratto quadriennale con la Società titolare del magazzino presso il quale è conservato il materiale promozionale turistico della Regione scade il 31 dicembre 2021 e con il presente provvedimento, verificato dalla Direzione competente che non risultano spazi regionali disponibili destinabili ad uso magazzino, si conferma la necessità di mantenere la disponibilità di un magazzino per il deposito del materiale promo/pubblicitario prevedendo un importo massimo di € 50.000,00 per due annualità.

Il Piano di comunicazione che sarà gestito dalla competente Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale, dovrà rispondere a precisi criteri di riparto, nel rispetto delle percentuali indicate da AGCOM, salvo eventuali successive modifiche legislative, e sarà destinato su media stampa (quotidiano, riviste anche online) e su emittenza televisiva e radiofonica in percentuali tali da garantire una percentuale rispettivamente del 50% e 15% degli impegni complessivi dell'annualità 2021 destinati esclusivamente alle spese per acquisto di spazi pubblicitari.

L'individuazione dei media stampa e emittenti televisive e radiofoniche per l'acquisizione degli spazi pubblicitari per la pubblicazione di adv, promo-redazionali, spot pubblicitari, iniziative promo pubblicitarie avverrà previa indagine di mercato e/o richieste di preventivi. Il piano di comunicazione verrà predisposto in base alle proposte pervenute e con i seguenti criteri minimi di scelta:

- valutazione delle proposte editoriali con priorità per le proposte maggiormente rispondenti agli obiettivi di promozione turistica ed agroalimentare posti dalla pianificazione regionale e compresi nel PTA e le PPSP;
- valutazione del costo complessivo della proposta calcolato a seconda del mezzo utilizzato in base al costo/contatto in rapporto ai dati di ascolto, tiratura, numero visite, ecc.;
- valutazione del target di riferimento a cui la pubblicità si rivolge, tenuto conto della capacità di spesa, della propensione al consumo turistico e/o enogastronomico del potenziale pubblico/consumatore;
- valutazione del periodo entro il quale le trasmissioni e/o pubblicazioni e notizie in genere vengono diffuse, tenuto conto delle esigenze di promozione correlate alla stagionalità, agli eventi promozionali realizzati dalla Regione e al grado di sinergia/integrazione tra i vari temi e prodotti reclamizzati;
- il collegamento con lo storico per ragioni di continuità con le precedenti campagne promozionali;
- eventuale sinergia con le attività promozionali dei Consorzi di imprese turistiche riconosciuti e delle Organizzazioni di Gestione della destinazione, nonché dei Convention Bureau.

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 - che richiedono peraltro non solo 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 il supporto

tecnico/organizzativo e la realizzazione delle attività collegate alla Società Veneto Innovazione S.p.A., con il coordinamento della citata Direzione così come avvenuto per il precedente Piano.

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 di cui all'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 richiede alcun mark up (ricarica) commerciale. Inoltre, sulla base della documentazione acquisita agli atti e dal confronto effettuato dalla Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale 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 media 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 di 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, salvo eventuali proroghe, entro il 30 dicembre 2021.

Il coordinamento tecnico amministrativo sarà in capo alla Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale.

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 € 1.110.000,00 (IVA compresa) come di seguito ripartito:

- € 810.000,00 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
- € 200.000,00 per gestione dei social media Visit Veneto con attività che migliorino il posizionamento sui motori di ricerca (SEO), incrementino il numero dei followers, l'engagement e la conoscenza delle proposte turistiche, compresa la collaborazione con un'agenzia per la realizzazione dei contenuti e del materiale promozionale;
- € 50.000,00 per affitto magazzino e relativi servizi di picking materiale promozionale turismo;
- € 50.000,00 per attività di supporto e assistenza tecnica.

In ordine all'aspetto finanziario si determina in € 1.110.000,00 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 Marketing Territoriale, entro il corrente esercizio, disponendo la copertura finanziaria a carico dei fondi stanziati sui capitoli n. 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)" e n. 30020/U "Iniziativa regionale per promozione economico - fieristica del settore primario (L.R. 14/03/1980, n.16)" del bilancio di previsione 2021-2023.

Si propone, infine, di incaricare il Direttore della Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale

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 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. 343 del 23 marzo 2021 di adozione del Piano Turistico Annuale - PTA 2021 - relativamente alle iniziative a carattere promo - commerciale in Italia e all'estero;

VISTA la deliberazione della Giunta Regionale n. 228 del 2 marzo 2021 "Approvazione del Programma Promozionale del Settore Primario per l'anno 2021. 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 D.Lgs n. 118/2011 "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 29 dicembre 2020, n. 41 "Bilancio di previsione 2021-2023";

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

delibera

1. di approvare le premesse e l'**Allegato A** quali parti integranti e sostanziali del presente provvedimento;
2. di approvare l' integrazione del Piano di comunicazione 2021 finalizzato alla promozione turistica ed agroalimentare della Regione del Veneto nel mercato nazionale ed estero per un importo complessivo di € 1.110.000,00 (IVA compresa) per l'attuazione di quanto di seguito descritto e ripartito:
 - ◆ € 810.000,00 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;
 - ◆ € 200.000,00 per gestione dei social media Visit Veneto con attività che migliorino il posizionamento sui motori di ricerca (SEO), incrementino il numero dei followers , l'engagement e la conoscenza delle proposte turistiche, compreso l'incarico ad agenzie di comunicazione/marketing;

- ◆ € 50.000,00 per affitto magazzino e relativi servizi di picking materiale promozionale turismo;
 - ◆ € 50.000,00 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 € 1.110.000,00 (IVA compresa);
 4. di approvare, ai fini dell'integrazione 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 Marketing Territoriale della sottoscrizione della stessa e autorizzandolo ad apportare 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 € 1.110.000,00 (IVA compresa) l'importo massimo delle obbligazioni di spesa alla cui assunzione provvederà con propri atti il Direttore della Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale entro il corrente esercizio, disponendo la copertura finanziaria a carico dei fondi stanziati sul bilancio di previsione 2021 - 2023, per un importo di € 710.000,00 sul capitolo n. 101891/U "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 un importo di € 400.000,00 sul capitolo n. 30020/U "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 Marketing Territoriale a cui sono stati assegnati i capitoli di cui al precedente punto 6., ha attestato che i medesimi presentano sufficiente disponibilità;
 8. di incaricare la Direzione Promozione Economica e Marketing Territoriale dell'esecuzione del presente atto;
 9. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto a pubblicazione ai sensi dell'articolo 23 del Decreto Legislativo 14 marzo 2013, n. 33;
 10. di pubblicare il presente atto nel Bollettino Ufficiale della Regione.