

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 30 novembre 2006 - Deliberazione N. 1973 - Area Generale di Coordinamento N. 13 - Sviluppo Attività Settore Terziario - **Ideazione, progettazione e realizzazione della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico Campania e della filiera termale.**

Premesso che:

- la Regione Campania, tra i suoi fini istituzionali, ha il compito promuovere l'immagine turistica sui mercati nazionali e internazionali, valorizzando le risorse e le caratteristiche dei diversi ambiti territoriali;
- nonostante "l'appeal" di alcune destinazioni (grandi attrattori archeologici, isole del Golfo di Napoli, Penisola Sorrentino-Amalfitana), in Campania si registrano tuttora:
 - un numero di arrivi e di presenze turistiche non adeguato alle potenzialità, in termini di attrattiva turistica;
 - una forte disomogeneità tra le aree costiere più note e le zone interne meno famose;
- negli ultimi anni, il settore ha risentito fortemente dell'inasprimento della competizione sul mercato turistico e dell'aumento dell'instabilità economica e politica a livello internazionale;
- i recenti accadimenti legati alla criminalità stanno contribuendo, fortemente, a determinare una percezione negativa dell'immagine turistica della Regione

Rilevato che:

- la misura 4.7 del POR Campania 2000-2006 prevede interventi per la promozione dell'immagine e la riconoscibilità del "prodotto Campania" e del sistema di offerta turistica regionale nell'opinione pubblica e tra i potenziali clienti nazionali e internazionali, anche mediante operazioni finalizzate a promuovere l'immagine della Campania e delle sue risorse, naturali e culturali;
- le "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", approvate con Deliberazione di Giunta n. 3337 del 12.07.2002, hanno individuato, tra gli altri, i seguenti obiettivi: l'ampliamento della domanda turistica, l'incremento dei flussi provenienti dall'estero, la destagionalizzazione dei flussi turistici, l'aumento della permanenza media dei turisti, la creazione di offerte integrate comprendenti più prodotti turistici, la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate;
 - in attuazione della misura 4.7 del POR Campania 2000-2006 e al fine di contribuire al perseguimento degli obiettivi sopra indicati, la Regione Campania ha aggiudicato, con D.D. 330 del 28/10/2004, in esito a procedura ad evidenza pubblica, l'appalto concorso avente ad oggetto "l'Ideazione, Realizzazione e Gestione della Campagna di Comunicazione e di Servizi di Direct e Trade Marketing per la Promozione Turistica della Regione Campania";
 - nell'ambito di tale appalto sono state avviate nel 2004, e proseguite nel 2005-2006 tra l'altro, le seguenti attività:
 1. l'identificazione di un marchio ombrello relativo al "prodotto turistico Campania" comprensivo di logo, pay off e relativo manuale d'uso;
 2. una campagna di comunicazione volta alla valorizzazione del "prodotto turistico Campania" in Italia e all'estero;
 3. la realizzazione di un sistema integrato di documentazione turistica della Campania comprendente la guida generale informativa, le guide di filiera e le mappe dei differenti sistemi locali di offerta, nonché un manuale per tour operator e agenti di viaggio;
 4. la costituzione di una banca di immagini della Campania;
 5. la gestione di vari servizi di direct e trade marketing;
 6. la realizzazione del servizio Infoturismo numero verde 800223366;
 7. molteplici azioni mirate alla integrazione delle informazioni contenute nel portale www.turismoregionecampania.it;
 8. la raccolta e sistematizzazione di dati riguardanti utenti attuali e potenziali, operatori del settore e la creazione di un database unitario (suddiviso tra trade e consumer);

Constatato che:

- il contratto di appalto rep. n. 13677 del 07/04/2005 avente ad oggetto "*l'Ideazione, Realizzazione e Gestione della Campagna di Comunicazione e di Servizi di Direct e Trade Marketing per la Promozione Turistica della Regione Campania*" avrà termine in data 31 dicembre 2006;

Atteso che:

- con D.G.R.C. 698 del 14/05/2004 è stato approvato il Progetto Integrato "Filiera Termale", la cui idea forza fa riferimento alla promozione delle terme campane come luoghi di turismo, benessere e cultura;

- con successiva D.G.R.C. n. 1775 del 10/11/2006, nell'ambito Progetto Integrato "Filiera Termale", è stato approvato l'intervento a titolarità regionale "Campagna di marketing della filiera termale", a valere sulla misura 4.7 del POR Campania 2000-2006, avente ad oggetto, tra l'altro, attività volte alla promozione specifica dell'immagine dell'intera area territoriale del PI Filiera Termale, sui mercati nazionali ed internazionali;

Considerato che

- le azioni di comunicazione e promozione avviate hanno consentito un "approccio" del turismo in una logica imprenditoriale mediante l'adozione di strumenti di marketing mirati e integrati al fine di indirizzare i diversi prodotti turistici ai singoli target di riferimento,
- i dati relativi al primo semestre 2006 attestano una crescita dei flussi turistici, facendo emergere in chiave positiva gli effetti delle azioni di comunicazione e promozione del "prodotto turistico Campania" poste in essere;
- i risultati ottenuti, attraverso l'azione sistematica volta alla promozione delle risorse turistiche campane, confermano la validità delle scelte strategiche adottate e incoraggiano a proseguire le attività già intraprese per consolidare la conoscenza del brand turistico della Regione e promuovere l'offerta turistica regionale;
- la promozione di un'immagine turistica della Campania, sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale, costituisce un obiettivo prioritario rispondente all'interesse pubblico alla cui cura è preposta la Regione;
- in coerenza con una visione del turismo campano inteso come unico sistema, le azioni di comunicazione e promozione debbano essere integrate con quelle rivolte alla promozione dell'offerta turistica termale già programmate;
- gli obiettivi da realizzare per la più ampia visibilità del territorio regionale nel suo complesso, risultando indispensabili per il rafforzamento dell'immagine turistica e per il consolidamento dei risultati già ottenuti a seguito delle azioni intraprese, vanno perseguiti con continuità;

Ritenuto, necessario, alla luce di tutto quanto sopra esposto:

- A) avviare una gara con procedura aperta, ai sensi dell'art. 55 del D.lgs. 163/06 e s.m.i., per l'affidamento, per il periodo 2007-2008, dell'ideazione, progettazione e realizzazione:
- A) della campagna di comunicazione e dei servizi di direct e trade marketing per la promozione del "prodotto turistico Campania", con un budget pari a € 14.000.000,00 IVA esclusa;
 - B) della campagna di comunicazione e delle azioni di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale, coordinata e coerente con la campagna di cui alla lettera A), con un budget pari a € 3.680.000,00 IVA esclusa;
- B) che i servizi e le attività da affidare debbano perseguire i seguenti obiettivi:
- a) consolidare l'immagine turistica del prodotto Campania nei confronti dei tradizionali mercati (Italia, Gran Bretagna, USA, Germania, Francia, Spagna) e promuoverla verso i nuovi mercati (Giappone, Russia);
 - b) consolidare la posizione di leadership delle destinazioni "storiche" regionali nei confronti dei tradizionali mercati di riferimento (Italia, Gran Bretagna, USA, Germania, Francia, Spagna) e rafforzarne la promozione nei confronti dei nuovi mercati (Giappone, Russia);
 - c) sostenere la crescita e lo sviluppo dei sistemi locali di offerta turistica ancora poco noti, ma provvisti di risorse coerenti con le tendenze attuali e prevedibili della domanda nazionale e internazionale;
 - d) intensificare la promozione nei confronti dei bacini caratterizzati da un alto livello di spesa media pro-capite e contraddistinti da una sostenuta crescita dei flussi di outgoing negli ultimi anni (Giappone, Russia e USA);
 - e) aumentare la quota di mercato nei confronti di Paesi "a potenziale crescita della domanda" verso la Campania e già generatori di consistenti flussi turistici internazionali (Spagna e Francia);
 - f) contribuire a colmare il differenziale degli arrivi e delle presenze turistiche, sia in riferimento alle stagioni (destagionalizzazione), sia in riferimento alle aree territoriali, anche in un'ottica di turismo sostenibile;
 - g) promuovere lo sviluppo della domanda turistica termale, con azioni rivolte a "consumers" che, pur non rappresentando il target tradizionale dei fruitori dell'offerta turistica termale, risultino interessati al messaggio di benessere e benessere che si va affermando in questi ultimi anni;
- C) indicare le principali attività da affidare:
- per quanto riguarda "l'ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania":
-

a.1 l'ideazione, progettazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione:

- strategia di comunicazione complessiva, volta a connotare l'offerta turistica campana rispetto alle offerte turistiche concorrenti;
- soluzioni creative, volte a valorizzare le peculiarità del territorio in termini di accoglienza, ospitalità e qualità dell'offerta;
- piano di comunicazione che preveda azioni distinte in funzione dei Paesi target;
- adeguamento dello spot televisivo già prodotto dalla Regione;
- materiali di base;
- sviluppo di soluzioni creativo-esecutive di allestimento degli info-point;
- soluzioni innovative di nuove formule di comunicazione/promozione televisiva e radiofonica;
- campagna di sensibilizzazione e informazione sul tema dell'accoglienza destinata ai residenti della Regione, alle scuole e alle Università;
- green marketing e/o social marketing, per il miglioramento e il rafforzamento dell'immagine della Campania nell'ambito del sociale;
- costituzione dell'osservatorio della comunicazione turistica;

a.2 l'ideazione, realizzazione e gestione dei servizi di direct e trade marketing:

- aggiornamento della banca dati del trade e dei consumer;
- familiarization trip;
- press tour;
- educational tour;
- supporto alla partecipazione della Regione a borse e fiere turistiche;
- newsletter al trade e ai consumer;
- spedizione, su richiesta, di guide e materiale editoriale turistico;
- comunicazioni brevi (best clients) tramite sms, mms, ecc.;
- forme moderne di promozione below the line;
- formulazioni di progetti di fidelizzazione;
- organizzazione workshop;

a.3 attività editoriali:

- aggiornamento e ristampa del materiale informativo turistico;
- produzione di un kit "Campania Fam Trip";
- esecuzione e distribuzione del materiale editoriale;

a.4 attività di supporto:

- soluzioni volte ad ottimizzare l'integrazione tra la campagna e le altre azioni di comunicazione con le attività di promozione propria del portale del turismo;
- gestione del servizio Infoturismo Regione Campania;
- istituzione di un "ufficio relazioni esterne e marketing operativo";
- integrazione della banca immagini;
- proposte di partnership e co-marketing;

per quanto riguarda "l'ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di azioni di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale":

- ideazione della campagna di comunicazione complessiva e dei servizi di direct e trade marketing volti a connotare specificamente l'offerta termale campana rispetto alle offerte concorrenti;
- piano media e materiale di base;
- proposte e soluzioni innovative relativamente alle nuove formule di comunicazione;
- ideazione, realizzazione e gestione degli "Eventi editoriali";
- realizzazione del "Club del Benessere";
- realizzazione di " Promotional show";
- quality brand;

D) consentire la partecipazione alla procedura di gara a soggetti, anche in ATI, con adeguata capacità economica e finanziaria e capacità tecnica professionale nei termini di quanto indicato nel decreto legislativo 163/2006;

- E) individuare quale criterio di aggiudicazione quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa, con attribuzione all'offerta tecnica di un punteggio pari a 70/100 ed a quella economica un punteggio pari a 30/100;
- F) tener conto, in ordine alla valutazione dell'offerta tecnica, almeno:
- della qualità ed efficacia della strategia, in termini di metodologia ed articolazione del progetto complessivo;
 - della qualità e creatività della campagna di comunicazione.
 - della metodologia ed articolazione delle attività proposte in ordine agli interventi di direct e trade marketing; e della loro integrazione con il piano strategico complessivo
 - della organizzazione della struttura operativa dedicata
 - della organizzazione dei servizi di supporto
- G) prevedere la costituzione di una apposita Commissione giudicatrice secondo i criteri di cui all'art. 84 del decreto legislativo 163/2006;
- H) demandare ad una apposita Commissione composta da cinque esperti in materia il monitoraggio delle attività oggetto dell'appalto;
- I) definire, ai sensi dell'art. 6 del Disciplinare regionale per l'acquisizione di beni e servizi nell'ambito delle misure del POR Campania 2000-2006", il seguente quadro economico complessivo dell'intervento, dando atto che le spese relative all'acquisizione di consulenze e apporti professionali specialistici per le commissioni vanno imputate alla misura 7.1:

A) spese generali (spese per redazione atti di gara, pubblicazione bando e avvisi, commissione giudicatrice, commissione di monitoraggio, ecc.)	€ 200.000,00
B) Ideazione, realizzazione e gestione di una campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione del prodotto turistico Regione "Campania"	€ 14.000.000,00 IVA esclusa
Sub B) IVA su B)	€ 2.800.000,00
C) Ideazione, realizzazione e gestione di una campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing della "Filiera Termale" di cui al progetto S018 REG REG del P.I. Filiera Termale, volta alla promozione del turismo termale e del benessere	€ 3.680.000,00 IVA esclusa
Sub C) IVA su C)	€ 736.000,00
SUB TOTALE B) + Sub B) + C) + Sub C)	€ 21.216.000,00
TOTALE	€ 21.416.000,00

- J) specificare che l'importo a base d'asta venga fissato in complessivi € 17.680.000,00 IVA esclusa e che il contratto si concluda comunque entro il 31 ottobre 2008 al fine di consentire la rendicontazione della spesa;
- K) specificare, altresì, che l'importo effettivo delle spese di cui al quadro economico sopra indicato, venga ridefinito, a consuntivo, dal Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo, nel rispetto di quanto stabilito nel disciplinare regionale per l'acquisizione di beni e servizi nell'ambito delle misure del POR Campania 2000-2006;
- L) che le spese complessive dell'intervento vengano finanziate con il POR Campania 2000-2006 misura 4.7.

Visti:

- la legge regionale n. 25 del 29/12/05 che approva il bilancio di previsione della Regione Campania per l'anno finanziario 2006 e bilancio pluriennale per il triennio 2006-2008, pubblicata sul BURC n. 69 del 30 dicembre 2005;
- la D.G.R.C. n. 31 del 18/01/06 di approvazione del bilancio gestionale per l'E.F. 2006.

PROPONE e la Giunta, in conformità, a voto unanime

DELIBERA

Per le motivazioni espresse in narrativa e che qui si intendono integralmente riportate:

- A) di dare mandato al Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo di avviare la gara a procedura aperta, ai sensi dell'art. 55, comma 5, d.lgs. 163/06, nel rispetto degli obiettivi, delle attività da affidare, dei requisiti minimi di ammissibilità, dei criteri di aggiudicazione e valutazione e del quadro economico riportati in narrativa rispettivamente ai punti B), C), D), E), F), J) che abbiansi qui per ripetuti e trascritti, per l'affidamento dell'appalto avente ad oggetto l'ideazione, la progettazione e la realizzazione:
- A) della campagna di comunicazione e i servizi di direct e trade marketing per la promozione del "prodotto turistico Campania". Budget destinato a tale attività: € 14.000.000,00 IVA esclusa;
 - B) una campagna di comunicazione e di azioni di direct e trade marketing per la promozione della filiera termale coordinata e coerente con la campagna di cui alla lettera A). Budget destinato a tale attività: 3.680.000,00 IVA esclusa
- B) di demandare ad atto monocratico del Dirigente del Settore Promozione Turismo la nomina della commissione giudicatrice e della commissione di monitoraggio di cui ai punti G) e H) della premessa;
- C) di stabilire che l'importo a base d'asta venga fissato in complessivi € 17.680.000,00, IVA esclusa;
- D) di demandare, ad apposito atto monocratico, del Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo la ridefinizione, a consuntivo, del quadro economico dell'intervento, nel rispetto di quanto stabilito nel disciplinare regionale per l'acquisizione di beni e servizi nell'ambito delle misure del POR Campania 2000-2006;
- E) di inviare per l'esecuzione alla A.G.C. Sviluppo Attività Settore Terziario - Settore Sviluppo e Promozione Turismo - al settore "Direttive CEE in materia PIM, FEOGA, FSE - Attività di Supporto all'Autorità di Gestione del POR Campania e al Dipartimento dell'Economia", al Responsabile della Mis. 4.7 del P.O.R. Campania, al BURC per quanto di rispettiva competenza.

Il Segretario
D'Elia

Il Presidente
Bassolino