

Determina n. 030 del 17/07/2019

Oggetto: “Progetto di Comunicazione 2019” - Determina di Direzione Promozione della Cultura, Turismo e Sport n. 427 del 12.7.2019– Impegno di spesa per un importo pari a € 107.360,00 (o.f.i.) - CUP n° J19E19000720002

Il Direttore Generale illustra le motivazioni che hanno condotto ad assumere la presente determina:

- ai sensi dell'art. n. 14.3 dello Statuto di DMO Piemonte s.c.r.l. - VisitPiemonte in data 20 febbraio è stato approvato dall'assemblea dei soci il “Piano di attività e budget 2019”, dove sono inserite le diverse attività progettuali da realizzare;
- l'Assessorato alla Cultura e al Turismo della Regione Piemonte ha ritenuto, ai fini dell'attuazione delle attività necessarie per la realizzazione del “Progetto di Comunicazione 2019” - di avvalersi, in relazione ai contenuti ed alle competenze sviluppate ed acquisite, di DMO Piemonte s.c.r.l. - VisitPiemonte - società in house providing della Regione Piemonte - nel rispetto dei principi e delle disposizioni comunitarie e nazionali in materia di affidamento dei servizi a mezzo di società in house;
- in data 02.07.2019 DMO Piemonte s.c.r.l. - VisitPiemonte ha presentato alla Direzione Cultura, Turismo e Sport regolare progetto esecutivo e relativo budget con congruità;
- con determinazione n. 427 del 12.7.2019, la Direzione Promozione della Cultura, del Turismo e dello Sport della Regione Piemonte ha affidato a DMO Piemonte s.c.r.l. - VisitPiemonte la realizzazione delle attività previste nel progetto esecutivo “Progetto di Comunicazione 2019”, nonché ad impegnare la somma di € 107.360,00 (esente IVA ai sensi dell'art. 10 del D.P.R. 633/1972) al fine di espletare quanto proposto e presentato;
- in data 17.07.2019 l'Amministratore Unico, con determina n. 27 ha accantonato la somma di € 107.360,00 o.f.i., a copertura dei costi del personale legati al progetto e per la realizzazione delle attività in esso contenute;
- gli impegni di spesa previsti per le attività affidate a DMO Piemonte s.c.r.l. - VisitPiemonte possono essere così sintetizzati:
 - Attività di comunicazione:
 1. individuazione di un'agenzia di comunicazione, attraverso il sistema MePA, per lo studio della creatività, con relative declinazioni online e offline, della campagna di comunicazione prevista;

2. individuazione di un'agenzia di PR e media specializzata sulle digital PR verso l'estero, attraverso il sistema MePA per la realizzazione e coordinamento di una campagna digital promozionale B2C su mercati obiettivo esteri quali: Germania, UK, Danimarca, Svezia, Olanda, Svizzera.
3. per la pianificazione di una campagna di comunicazione B2C su media stampa, radio e digital rivolta al mercato italiano sono previste trattative dirette attraverso il sistema MePA con le seguenti case editrici e concessionarie:
 - Bsidecommunication concessionaria per Il Sole 24 Ore per la realizzazione di un supplemento speciale "Scenari" a tema Arte, Cultura e Unesco (al 50% condiviso con la Città di Torino);
 - Cairo Pubblicità per la realizzazione di:
 - N. 3 pagine di articolo redazionale sul mensile nazionale di travel "In Viaggio", numero speciale dedicato al Piemonte, supportato da una campagna pubblicitaria su LA7 TV, magazine e locandine punto vendita, con inserito nel pacchetto la realizzazione di un evento promozionale di lancio, a cura dell'editore, per il lancio della pubblicazione dove il Piemonte sarà protagonista. N.3 tabellari a pagina intera sul magazine Bell'Italia, mensile nazionale a tema travel.
 - Manzoni Advertising per la realizzazione di N.1 Native con photogallery Repubblica.it, con contenuti indicizzati nei motori di ricerca;
 - RCS Pubblicità per la realizzazione di N.1 pacchetto banner su network editoriale con target "enthusiastic travel" per 2 settimane;
 - Gruppo Mediamond per la realizzazione su Radio Montecarlo di un pacchetto di attività comprendente billboard da 10" e citazioni da 30" con una puntata caratterizzata dal Piemonte con interventi effettuati in diretta dal conduttore su spunti forniti.
4. per la pianificazione di una campagna di comunicazione B2C digitale rivolta al mercato italiano si prevede la trattativa diretta con il Hearst Magazine Italia per la realizzazione di N.1 pacchetto tematizzato su portale travel con due settimane di campagna display e 2 redazionali dedicati

Il Direttore Generale pertanto, alla luce di quanto sopra esposto

DETERMINA

- di impegnare la somma di € 107.360,00 o.f.i., per la copertura dei costi relativi alle spese sopra esplicitate ai punti 1), 2), 3), e 4).
- Tale somma dovrà trovare capienza nel bilancio 2019.

Il Direttore Generale

Dott.ssa Luisa Piazza

Per presa visione

L'Amministratore Unico

Avv. Mariagrazia Pellerino