

Determina n. 43 del 31/07/2020

Oggetto: Impegno di spesa per incarico a RCS (€ 37.210,00 ofi), Cairo Communication (€ 5.490,00 ofi + € 48.800,00 ofi) , Manzoni (36.600,00 ofi) , Mediamond (€ 17.080,00 + € 10.980,00 ofi) Sole24H (€ 14.640,00 ofi), Hearst(€ 12.200,00 ofi) , Wide (€ 12.200,00 ofi), IOL (€12.200,00 ofi) , e-borgh.com (€ 6.100,00 ofi), TTG Travel Experience (€ 9.760,00 ofi), Open.online (€ 14.640,00 ofi), Lonely Planet Italia (€ 34.160,00), Officine Tech (€ 42.700,00 ofi), Radio RAI (€ 30.500,00 ofi), Ydee Comunicazione (€ 28.060,00 ofi) relativi alla seconda tranche del piano di comunicazione #RipartiTurismo.

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

- i rapporti tra VisitPiemonte e Regione Piemonte sono disciplinati dalla Convenzione quadro Rep. 131 del 21.6.2017 e successiva integrazione Rep. n. 89 del 22/02/2019;
- ai sensi dell'art. n. 14.3. dello Statuto di DMO Piemonte srl (denominata VisitPiemonte), in data 19 febbraio 2020 è stato approvato dall'assemblea dei soci il "Piano di attività e budget 2020";
- la Regione Piemonte precedentemente con DGR. 5-1001 del 14/02/2020 ha autorizzato il "Piano di attività e budget 2020";
- i rapporti tra VisitPiemonte e Regione Piemonte sono disciplinati dalla Convenzione quadro Rep. 131 del 21.6.2017 e successiva integrazione Rep. n. 89 del 22/02/2019;
- ai sensi dell'art. n. 14.3. dello Statuto di VisitPiemonte in data 19 febbraio 2020 è stato approvato dall'assemblea dei soci il "Piano di attività e budget 2020";
- la Regione Piemonte precedentemente con DGR. 5-1001 del 14/02/2020 ha autorizzato il "Piano di attività e budget 2020";
- Regione Piemonte ha deciso di avviare un percorso di rilancio del settore turistico piemontese (#Ripartiturismo) che, oltre ad altre misure specifiche a sostegno degli operatori della filiera, prevede anche una campagna di comunicazione a livello nazionale e internazionale.
- a tal fine, ad aprile 2020 è stato avviato il Tavolo di Coordinamento regionale e affidato il coordinamento del gruppo di lavoro n. 3 "Comunicazione e Marketing" a VisitPiemonte per il rilancio turistico della destinazione Piemonte, in collaborazione con le ATL territoriali e la Regione stessa;
- Le linee-guida della campagna individuate all'interno del gruppo di lavoro 3 di cui sopra prevedono di valorizzare l'intero territorio piemontese come destinazione turistica, con focus sulle proposte adatte all'attuale situazione post-emergenziale e alle future evoluzioni di medio termine;

- in data 06/05/2020 è stato comunicato a VisitPiemonte l'assegnazione (con Determina Regionale n. 86 del 05/05/2020) della somma di euro 550.908,50 (IVA esente art. 10 DPR 633/72) relativa al secondo trimestre 2020, per le spese riguardanti le attività istituzionali, approvate nel corso dell'assemblea del 19 febbraio 2020;
- una parte di tale campagna potrà essere inserita nel "Piano di attività e budget 2020", nella quota parte economica di spesa non utilizzato a seguito dell'emergenza CoVid-19;
- in base quanto a quanto illustrato, VisitPiemonte ha predisposto un piano di comunicazione integrata, online e off line, che richiede lo studio e realizzazione della creatività per la campagna a sostegno della ripresa turistica del Piemonte. Le linee guida della comunicazione prevedono che sia una "campagna ombrello" multi-soggetto, caratterizzata da una "call-to-action" con l'invito a scoprire un Piemonte poco noto e sorprendente: basata sui temi portanti dell'offerta piemontese e trasversale su tutto il territorio;
- a seguito di una procedura di gara su MePa l'agenzia Ydee di Roberta Ayassot è stata selezionata e si è aggiudicata la realizzazione della creatività per la campagna di comunicazione #RipartiTurismo;
- di conseguenza, VisitPiemonte ha proceduto e alla pianificazione dei mezzi on e off line sui quali diffondere la campagna di comunicazione, attraverso le concessionarie individuate in base alla coerenza delle rispettive audience (per fasce socio-demografiche e geografiche) con i pubblici di potenziali visitatori di interesse della Regione;
- la pianificazione mezzi è stata condivisa con l'Assessorato Cultura, Turismo e Commercio
- la procedura di assegnazione degli incarichi è avvenuta in parte attraverso trattative dirette sul sistema MePa (ove le concessionarie sono presenti) e in parte tramite trattativa diretta;

Qui a seguire sono indicate le Concessionarie pubblicitarie e la pianificazione definita:

- **RCS Pubblicità** per la realizzazione di:
 - n. 1 Junior Page su Corriere della Sera;
 - n. 1 Half Page su Corriere.it
 - n. 2 pagina adv tabellare su "Io Donna";
 - n. 2 pagine adv tabellare su "Sportweek";
 - n. 1 pagina adv tabellare su "Oggi";
 - n. 1 pagina adv tabellare su "7";
 per complessivi € 37.210,00 0% Iva;
- **Cairo Communication** per la realizzazione di:
 - n. 1 pagina ADV sul mensile "Bell'Italia";

- n. 1 pagina ADV sul settimanale "F";
per complessivi € 5.490,00 ofi;
- prima tranche degli spot televisivi della durata di un minuto in onda su "La 7" pari a €48.800,00 ofi;
- **Manzoni Advertising** per la realizzazione di:
 - n. 2 pagina tabellare su "La Stampa" ed. nazionale;
 - n. 2 pagina tabellare su "La Repubblica";
 - n. 1 pagina tabellare su "D La Repubblica";
 per complessivi € 36.600,00 ofi;
- **Gruppo Mediamond** per la realizzazione di:
 - n.4 contenuti in sponsorizzazione speciale con Zingarate.com, accompagnati da 1 native post e 2 photo social post;
 per complessivi € 17.080,00 ofi;
- su **Radio Monte Carlo**
 - n.2 settimane di campagna con spot da 15 secondi per un totale di 84 spot;
 - n.1 settimana di citazioni con Beatrice Sala;
 per complessivi € 10.980,00 ofi.
- **Gruppo Il Sole 24Ore** per la realizzazione di:
 - n. 1 settimana di campagna su Radio 24;
 - n. 1 tabellare su "How to Spend It";
 per complessivi € 14.640,00 ofi.
- **Gruppo Hearst** per la realizzazione di:
 - 2 pagine tabellari ADV su magazine ELLE;
 per complessivi € 12.200,00 ofi.
- **Circuito Wide** per la realizzazione di:
 - distribuzione presso il circuito delle edicole affiliate WIDE del Nord e Centro Italia di manifesti e di cartoline brandizzati con la campagna RipartiTurismo per 3 settimane (località individuate nelle città di Aosta, Genova, Savona, Monza, Bergamo, Brescia, Varese, Como, Pavia, Cremona, Firenze Massa Carrara, Bologna, Piacenza, Verona, Padova, Roma)
 per complessivi € 12.200,00 ofi.
- **Gruppo IOL -Italia On Line** per la realizzazione di:
 - 3 articoli sul portale "Si Viaggia" con campagna ADV per 3 settimane, in concomitanza con la pubblicazione degli articoli brandizzati in *full domination* per complessivi € 12.200,00 ofi.

- **Portale E-borghi.com** per la realizzazione di:
 - n. 2 servizi editoriali sulla rivista E-Borghi Travel;
 - n. 6 pagine pubblicitarie sulla rivista E-Borghi Travel;
 - n.3 Articoli su e-borghi.com;
 - n. 1 Banner per 3 mesi presente in tutte le pagine dei borghi, dei POI e degli articoli associati al Piemonte articoli associati al Piemonte;
 per complessivi € 6.100,00 ofi
- **Gruppo TTG** per la realizzazione di:
 - N. 2 Video Banner su circuito TTG Travel Experience;
 - N. 2 banner mobile su circuito TTG Travel Experience;
 - N. 7 banner posizione nel TTG REPORT, la newsletter quotidiana dell'agenzia di stampa di TTG Italia;
 - N. 2 Super banner Sito TTG ITALIA www.ttgitalia.com;
 - N. 1 Invio DEM a 54mila professionisti del turismo e a 40mila professionisti italiani del settore meeting ed eventi (articoli brandizzati full domination);
 per complessivi € 9.760,00 ofi.
- **Portale Open.online** per la realizzazione di:
 - promozione del Piemonte su piattaforma in rubrica Croassroad attraverso video e articoli con posizionamento in Home Page per 6 mesi (durata della partnership). I contenuti prodotti saranno raccolti in una sezione creata ad hoc e veicolati anche sui canali social di Open;
 per complessivi € 14.640,00 ofi.
- **Lonely Planet Italia** per la realizzazione di:
 - un concorso fotografico su Instagram incentrato sui temi della campagna #RipartiTurismo accompagnato da attività di animazione in collaborazione con l'influencer Federica Piersimoni. Promozione del concorso con un invio DEM a 80.000 utenti attivi, display ADV su sito Lonely Planet Italia con banner (500.000 impression garantite) e 2 Social Pack (1 post FB, 1 TW, 1 post Instagram, 6 IGStories.
 - Realizzazione di un educational tour di tre giorni sul territorio piemontese (ospite Federica Piersimoni) volto alla promozione del concorso a premi;
 per complessivi € 34.160,00 ofi.
- **Officine Tech per la pianificazione della una campagna pubblicitaria digitale internazionale** sui mercati prioritari per il Piemonte: Francia, Germania, Paesi Bassi, Regno

- Unito, Scandinavia (Danimarca e Svezia). Tramite la pubblicazione di banner in “programmatic advertising” con la garanzia dei seguenti click:
 - Programmatic e Native ADV sui mercati esteri sopra citati, con l’obiettivo di 25.000 click, rispettivamente sulla prima e seconda tipologia di erogazione per un totale di 50.000 click;
 - Digital Audio Advertising con 125.000 listen garantiti nelle regioni francesi Rhone-Alpes e Provence-Alpes-Côte d’Azur;
 per complessivi €42.700,00 ofi
- **Radio RAI** per la realizzazione di:
 - campagna spot di 15” su Radio1, Radio2, Radio3, di due settimane, sul palinsesto “Cultura,” “Intrattenimento”, News” e “Isoradio Viaggiare informati” per complessivi 56 passaggi pari a € 30.500,00 ofi.
- **Agenzia Ydee** per la realizzazione di tutti gli adattamenti grafici, nelle varie declinazioni, per il piano media programmato per complessivi € 28.060,00 ofi.

Il Direttore Generale pertanto, alla luce di quanto sopra esposto

DETERMINA

di impegnare le somme qui a seguire (come meglio esplicitate in precedenza) ai seguenti soggetti:

- RCS (€ 37.210,00 ofi);
- Cairo Communication (€ 5.490,00 ofi + € 48.800,00 ofi);
- Manzoni (36.600,00 ofi);
- Mediamond (€ 17.080,00 + € 10.980,00 ofi);
- Sole24H (€ 14.640,00 ofi);
- Hearst (€ 12.200,00 ofi);
- Wide (€ 12.200,00 ofi);
- IOL (€12.200,00 ofi);
- e-borgh.com (€ 6.100,00 ofi);
- TTG Travel Experience (€ 9.760,00 ofi);
- Open.online (€ 14.640,00 ofi);
- Lonely Planet Italia (€ 34.160,00);
- Officine Tech (€ 42.700,00 ofi);

- Radio RAI (€ 30.500,00 ofi);
- Ydee Comunicazione (€ 28.060,00 ofi).

per la copertura dei costi relativi alle spese della seconda tranche della campagna #RipartiTurismo.
Tale somma dovrà trovare capienza nel bilancio 2020.

Il Direttore Generale
Dott.sa Luisa Piazza

Per presa visione
L'Amministratore Unico
Avv. Mariagrazia Pellerino