

Determina n. 77 del 16/12/2020

Oggetto: Impegno di spesa per incarico a: RCS circuito locale pari a € 12.267,10 (o.f.i), Manzoni pari a € 20.264,20 (o.f.i), Rivetti 18.300,00 (o.f.i), Circuito Ansa pari a € 9.760,00 (o.f.i), Circuito locale Netweek pari a € 12.200,00 (o.f.i), Circuito locale OPQ pari a € 12.200,00 (o.f.i), GRP TV pari a € 4.880,00 (o.f.i), Circuito affissioni IGP DECAUX pari a € 29.597,20 (o.f.i), Stoà comunicazione pari a € 6.100,00 (o.f.i) e € 8.662,00 (o.f.i), relativi alla prima tranche del piano di comunicazione a sostegno della campagna del Settore Commercio #IoAcquistolocale.

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";
- in data 06/05/2020 è stato comunicato a VisitPiemonte l'assegnazione (con Determina Regionale n. 33 del 206/02/2020) 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;
- la Regione Piemonte, Assessorato Cultura, Turismo e Commercio e la sua Direzione, alla luce della nuova crisi pandemica, che ha comprovato e importanti ripercussioni negative sulle attività commerciali e sulla connessa attività turistica della regione, intende avviare una campagna di sostegno e sensibilizzazione che riporti l'attenzione dei cittadini sull'importanza del tessuto commerciale di prossimità, non solo dal punto di vista dell'economia diffusa, ma anche come luogo di relazioni, socialità, leva essenziale per garantire lo sviluppo di comunità coese, oltre che leva di attrattività del territorio piemontese per chi abita in città, borghi, paesi e per chi li visita. Si ritiene infatti, che una campagna così finalizzata, risulti essere parte integrante di una più ampia attività di promozione turistica e di valorizzazione del territorio a sostegno della vitalità commerciale e sociale del territorio.
- considerato la disponibilità di un importo pari a 150.000,00, oltre IVA, su indicazione della Regione Piemonte, contestualmente, si concorda di destinare i fondi residui alla

- realizzazione di una campagna a sostegno del commercio di vicinato, da realizzarsi attraverso la sua società in house VisitPiemonte;
- con determinazione n. 280 del 25.11.2020, la Direzione Cultura, Turismo e Commercio di Regione Piemonte, ha provveduto ad impegnare a favore di VisitPiemonte, l'ulteriore somma di euro 1.606.817,00 (IVA esente art. 10 DPR 633/72) a copertura delle spese per le attività relative al secondo semestre 2020 definite istituzionali - nella convenzione rep. 131 del 21.6.2017 e s.m.i. stipulata tra la Regione Piemonte e VisitPiemonte e dalla DGR n. 3 – 2122 del 20.10.2020 - del Piano e del Budget rimodulati 2020 della società stessa in accordo con il socio Regione Piemonte;
- la campagna, a carattere di urgenza, ha richiesto l'immediata individuazione di un'agenzia di comunicazione per lo studio e la realizzazione di un visual di campagna multi-soggetto e relativi testi (headline, bodycopy, claim) che ha visto il 26 novembre l'aggiudicazione dell'incarico, con l'offerta economicamente più vantaggiosa, attraverso l'avvio di una procedura negoziata di acquisto tramite MePA, dell'agenzia di Comunicazione STOA';
- in base quanto a quanto sopra illustrato, VisitPiemonte ha predisposto la prima tranche di pianificazione, rivolta al pubblico piemontese, sui media locali (quotidiani, agenzia ANSA, radio e TV), sui social media e sul circuito di affissioni della città di Torino, in parte attraverso trattative dirette sul sistema MePa (ove le concessionarie sono presenti) e in parte tramite trattativa diretta. Qui a seguire la programmazione definita:

- RCS Pubblicità circuito locale per la realizzazione di:

- n. 8 Uscite in formato ½ pagina sul "Corriere della Sera" di Torino nel mese di dicembre e gennaio;
- n. 2 settimane su circuito Corriere.it con due formati banner veicolati su circuito RCS con 350.000 impression garantite;

per complessivi € 12.267,10 (o.f.i).

- Manzoni Advertising circuito locale per la realizzazione di:

- n. 8 Uscite formato ¼ di pagina su "La Stampa" di Torino, prima tranche sul mese di dicembre e gennaio;
- n. 2 settimane di spot radio su circuito Piemonte, emittenti Torino e Valle d'Aosta, per un totale di 120 passaggi da 20' nel mese di gennaio;

per complessivi € 20.264,20 (o.f.i).

- Rivetti pubblicità per la realizzazione di:

- n. 7 Uscite formato ¼ di pagina su Repubblica di Torino, nel dicembre e gennaio;
- n.1 Uscita formato pagina intera sull'Album in uscita il 15 dicembre "Il Piemonte che verrà" in uscita con il quotidiano Repubblica ed. locale;

per complessivi € 18.300,00 (o.f.i).

-Circuito Publi In - Netweek per la realizzazione di:

- N. 3 uscite formato ¼ di pagina sui periodici del gruppo Netweek per il mese di gennaio;

per complessivi € 9.760,00 (o.f.i).

-Circuito OPQ per la realizzazione di:

- N. 3 uscite formato ¼ di pagina sui periodici del gruppo OPQ per il mese di gennaio;

per complessivi € 12.200,00 (o.f.i).

-Circuito ANSA locale per la realizzazione di:

- N. 1 campagna banner su ANSA Piemonte per un totale di 825.000 impression erogate dal 12 gennaio al 12 febbraio con link di puntamento alla landing page di campagna;

per complessivi € 6.650,00 (o.f.i).

- GRP TV per la realizzazione di:

- Nr. 60 giorni di campagna pubblicitaria con spot di 30" con 6 passaggi al giorno sul canale 13 e il canale 114 nel mese di gennaio e febbraio;
- Nr. 4 interviste istituzionali da realizzarsi nel periodo di campagna, come approfondimenti del tema trattato;

per complessivi € 4.880,00 (o.f.i).

- IGP DECAUX Rivetti per la realizzazione di:

- N. 2 settimane di affissioni nella città di Torino su circuito Mupi per il mese di dicembre;
- N. 2 settimane di affissioni nella città di Torino su circuito Senior nella prima settimana di gennaio;

per complessivi € 29.597,20 (o.f.i).

- Agenzia Stoà comunicazione, società vincitrice della trattativa su MePA per la realizzazione della creatività e relative declinazioni della campagna, per la realizzazione di:

- Integrazione di adattamenti grafici previsti per la pianificazione media degli 8 soggetti di campagna;

per complessivi € 6.100,00 (o.f.i).

- N. 1 spot radio da 30", valevole per tutta le emittenti, N. 2 pillole per i social media e pianificazione della campagna social adv sui canali Facebook e Instagram di VisitPiemonte;

per complessivi € 8.662,00 (o.f.i).

Il Direttore Generale alla luce di quanto esposto,

DETERMINA

di impegnare le somme, sopra esplicitate, e qui indicate a:

- RCS pubblicità circuito locale € 12.267,10 (o.f.i);
- Manzoni Advertising circuito locale € 20.264,20 (o.f.i);
- Rivetti pubblicità € 18.300,00 (o.f.i);
- Circuito Ansa € 8.113,00 (o.f.i);
- Circuito locale Netweek € 9.760,00 (o.f.i);
- Circuito locale OPQ € 9.760,00 (o.f.i);
- GRP TV € 4.880,00 (o.f.i);
- Circuito affissioni IGP DECAUX € 29.597,20 (o.f.i)
- Stoà comunicazione € 6.100,00 (o.f.i.) e € 8.662,00 (o.f.i.).

Tale somma dovrà trovare capienza nel bilancio 2020.

Il Direttore Generale
Dott.sa Luisa Piazza

Per presa visione
L'Amministratore Unico
Avv. Mariagrazia Pellerino