

**Determina n. 080 del 23/07/2021**

**Oggetto: Impegno di spesa per la pianificazione digitale della Campagna di comunicazione Holiday Working sui mercati esteri obiettivo, attraverso RDO dirette su MePA, a: Aigo pari a € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.), a Pomilio Blum pari a € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.) e a Sojern pari a € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.).**

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

- la Regione Piemonte con DGR n. 23-2852 del 05/02/2021 ha autorizzato il "Piano di attività e budget 2021" della DMO Piemonte srl, (denominata VisitPiemonte);
- ai sensi dell'art. n. 14.3. dello Statuto societario, in data 08 febbraio 2021, è stato approvato dall'Assemblea dei Soci il "Piano di attività e budget 2021";
- in data 16/04/2021 con delibera n. 26-3127, la Giunta Regionale ha approvato il "Programma delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica per l'anno 2021" e con DGR n. 3-1822 la Giunta regionale approvava il "Programma delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica per l'anno 2021";
- con lettera del 14/05/2021 la Direzione Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte ha inviato a VisitPiemonte una comunicazione dove richiedeva, alla luce delle riduzioni del bilancio regionale e di una nuova progettualità, una rimodulazione del budget delle attività - definite nel piano attività 2021;
- la Direzione Cultura, Turismo e Commercio della Regione, con Determina n. 118 del 20/05/2021, trasmessa in data 21/05/2021 ha assegnato a VisitPiemonte la somma di € 2.701.370,00 per la realizzazione delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica per l'anno 2021 (IVA esente art. 10 DPR 633/72) secondo il piano economico rimodulato;
- i rapporti tra DMO Piemonte e Regione Piemonte sono disciplinati dalla Convenzione Quadro rep. 189 del 21 aprile 2021 (approvata con DGR n. 22-3008 del 19/03/2021), con la quale si definisce il quadro normativo di riferimento per regolare i rapporti in tema di affidamenti diretti per definire il dettaglio dei servizi, le procedure operative e le modalità di controllo e di rendicontazione dei servizi erogati da DMO medesimi;
- per l'espletamento delle attività, indicate nella Determina Dirigenziale della Regione Piemonte, si procederà all'individuazione di fornitori in base alle norme del regolamento di spesa, per gli importi inferiori alla soglia di rilevanza comunitaria, ai sensi dell'art. 36 del decreto legislativo 18

- aprile 2016, n. 50 recante disposizioni per l'attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture;
- la crisi sanitaria dovuta al Covid-19 ha imposto a tutti i settori economici una modifica dei paradigmi; il turismo è uno degli ambiti più colpiti. A causa delle misure adottate durante l'emergenza da coronavirus si sono registrati alcuni cambiamenti quali l'aumento notevole dell'utilizzo dello smart working (circa 5 milioni di persone in Italia) le diverse modalità di lavoro e abitudini di viaggio. In questo nuovo scenario la Regione Piemonte intende, grazie all'Holiday Working, individuare nuove opportunità di rilancio e crescita della filiera turistica, sostenendo le strutture ricettive piemontesi, creando nuove motivazioni di visita/permanenza in Piemonte e favorendo lo sviluppo di una nuova tipologia di accoglienza con l'intenzione di renderla una proposta stabile e non solo una strategia post Covid-19;
- VisitPiemonte, in condivisione con l'Assessorato al Turismo, Cultura e Commercio e la nuova Direzione Coordinamento Politico e Fondi Europei, Turismo e Sport, intende avviare una campagna di comunicazione per valorizzare l'intero territorio piemontese come destinazione per l'Holiday Working, con focus sulle nuove forme di soggiorno compatibili con le esigenze dei professionisti in smart working;
- per realizzare la campagna di comunicazione è stata avviata una procedura negoziata di acquisto, a invito, aggiudicata attraverso il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, tramite Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA), per l'ideazione della creatività della campagna di comunicazione integrata online e social, e relativo naming, per la promozione dell'Holiday Working in Piemonte" alla società ShowBite Srl;
- la campagna, prevista per l'Autunno, sarà declinata, nelle diverse lingue, per azioni verticali in digitale sui mercati europei di interesse Belgio, Olanda, Danimarca, Svezia, Germania, Svizzera;
- la realizzazione sarà a cura di società specializzate in promozione e comunicazione digitale sui mercati esteri, provvisti di antenne/partner nei diversi paesi di interesse, che hanno esperienza in campagne legate al mondo del turismo;
- la procedura di assegnazione degli incarichi avverrà attraverso trattative dirette sul sistema MePa.

Qui a seguire, il dettaglio della pianificazione definita e le società individuate:

- **Aigo** per la realizzazione di una campagna in programmatic, della durata di 5 settimana rivolta ad un'audience di soggetti che cercano il Piemonte, destinazioni competitor con retargeting sui "potential bookers", grazie all'implementazione della booking prediction e targeting per destinazione con la seguente pianificazione:

➤ Campagna video (da 20") con 1.142.857 Impression;

➤ Campagna display con 1.600.000 Impression;

per complessivi € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.).

- **Pomilio Blum** per la realizzazione di una campagna in programmatic, tra agosto e settembre, rivolta ad un'audience di turisti che cercano il Piemonte e destinazioni competitor per soggiorni di lunga permanenza a tema "Holiday Working" con la seguente pianificazione:

- Campagna awareness display su Google Display Network;

- Campagna traffico display su Google Display Network;

- Campagna traffico InMail su LinkedIn;

- almeno 2milioni di impression e garantite e mantenendo il CTR tra lo 0,2 e 0,3%;

per complessivi € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.).

- **Sojern** per la realizzazione di una campagna in programmatic della durata di 3 mesi rivolta ad un'audience di soggetti interessati al soggiorno lungo nell'ottica dell'Holiday Working, così strutturata:

- Campagna video (da 15"e 20") con 1.000.000 di Impression;

- Campagna native con 2.720.000 di Impression;

per complessivi € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.).

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:

➤ Aigo pari a € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.);

➤ Pomilio Blum € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.);

- Sojern € 40.000,00 (o.f.i.) - € 32.786,88 (o.f.i.);
- che tale somma dovrà trovare capienza nel bilancio 2021.

Il Direttore Generale  
Dott.sa Luisa Piazza

Per presa visione  
L'Amministratore Unico  
Avv. Mariagrazia Pellerino