



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA



SICILIA 2014-2020

## REGIONE SICILIANA

ASSESSORATO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO  
DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO

### IL DIRIGENTE GENERALE

- VISTO** lo Statuto della Regione siciliana;
- VISTA** la legge regionale 12 aprile 1967, n. 46 e successive modifiche ed integrazioni;
- VISTA** l'art. 37, c.1 del D.Lgs. 33/2013 e ss.mm.ii. che prevede gli "Obblighi di Pubblicazione Concernenti i contratti pubblici di lavori, servizi e forniture";
- VISTO** la legge regionale del 12 agosto 2014, n. 21, art.68, comma 5, "Norme in materia di trasparenza e di pubblicità dell'attività amministrativa" e ss.mm.ii.;
- VISTO** il D.P. Reg. n.12 del 14 giugno 2016, registrato alla Corte dei Conti il 16 giugno 2016, reg.1 foglio n.80, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana n.28 dell'1 luglio 2016 "Regolamento di attuazione del Titolo II della legge regionale 16 dicembre 2008, n. 19. Rimodulazione degli assetti organizzativi dei Dipartimenti regionali di cui all'articolo 49, comma 1, della legge regionale 7 maggio 2015, n. 9. Modifica del decreto del Presidente della Regione 18 gennaio 2013, n. 6 e ss.ms.is.", e il DPRS 27/06/2019 n. 12 riorganizzazione dei Dipartimenti Regionali;
- VISTA** la deliberazione n. 239 del 27 giugno 2019 di approvazione del Regolamento di attuazione del titolo II della legge regionale 16 dicembre 2008 n. 19 Rimodulazione degli assetti organizzativi dei dipartimenti regionali;
- VISTA** la rimodulazione delle funzioni e dei compiti dei Dipartimenti regionali operata dal suddetto regolamento e in particolare quella inerente all'Assessorato regionale del Turismo dello Sport e dello Spettacolo - Dipartimento del Turismo dello Sport e dello Spettacolo;
- VISTO** il D.A. n. 1203 del 9 marzo 2018 di approvazione del Contratto Individuale di lavoro della Dott.ssa Lucia Di Fatta, quale Dirigente Generale del Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, registrato alla Ragioneria Centrale Turismo al n. 698/999 del 15/03/2018, stipulato tra l'Assessore Regionale per il Turismo, lo Sport e lo Spettacolo e la Dott.ssa Lucia Di Fatta;
- VISTO** il D.A. n. 187 del 26.02.2020, registrato alla Ragioneria Centrale al n. 22/89 del 28/02/2020, con il quale è stata approvata l'integrazione al contratto individuale di lavoro della Dott.ssa Lucia Di Fatta Dirigente Generale del Dipartimento del Turismo;
- VISTO** il D.A. n. 2641 del 11.11.2020, registrato alla Ragioneria Centrale al n. 1114/2370 del 16/11/2020, con il quale è stata approvata l'ulteriore integrazione al contratto individuale di lavoro della Dott.ssa Lucia Di Fatta Dirigente Generale del Dipartimento stesso;
- VISTO** il DDG n. 2155 del 6 agosto 2019, con il quale è stato conferito l'incarico di Dirigente responsabile del Servizio 2 presso il Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo all'Arch. Ermanno Cacciatore;

- VISTO** il Regolamento (UE) n. 1301/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013, relativo al Fondo sviluppo regionale e a disposizioni specifiche concernenti l'obiettivo "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione" e che abroga il Regolamento (CE) n. 1080/2006;
- VISTO** il Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca e disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca, e che abroga il Regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio;
- VISTO** il Regolamento UE n. 288 del 25 febbraio 2014, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Unione Europea L 87 del 22 marzo 2014, che ha stabilito le modalità di applicazione del regolamento CE n. 1303/2013;
- VISTO** il Regolamento (UE) n. 2020/460 del 30 marzo 2020 del Parlamento Europeo e del Consiglio che modifica i Regolamenti (UE) n. 1301/2013, (UE) n. 1303/2013 e (UE) n. 508/2014 per quanto riguarda misure specifiche volte a mobilitare gli investimenti nei sistemi sanitari degli Stati membri e in altri settori delle loro economie in risposta all'epidemia di COVID-19;
- VISTO** il Regolamento UE n. 2020/558 del 23 aprile 2020 del Parlamento e del Consiglio che modifica i Regolamenti (UE) n. 1301/2013, (UE) n. 1303/2013 per quanto riguarda misure specifiche volte a fornire flessibilità eccezionale nell'impiego dei Fondi strutturali e di investimento europei in risposta all'epidemia di COVID-19;
- VISTO** il DDG n. 538/A5 – DRP del 15/09/2020 e Allegati – con il quale il Dirigente Generale del Dipartimento regionale della Programmazione ha adottato il Manuale d'attuazione Versione 20 settembre 2020;
- VISTO** il D.D.G. n. 3397/US3 del 29/12/2020, registrato dalla Ragioneria Centrale del Turismo al n. 1513 del 11.01.2021, con il quale è stata approvata la pista di controllo relativa alla azione 6.8.3 del PO FESR SICILIA 2014/2020 "Sostegno alla fruizione integrata alle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche" per acquisizione di beni e servizi a titolarità (Voucher servizi turistici) afferenti l'intervento di promozione turistica c.d. "See Sicily";
- CONSIDERATO** che al fine di attenuare gli effetti socio/economici causati dalla pandemia si è resa necessaria una riprogrammazione del PO FESR 2014-2020;
- VISTA** la Direttiva dell'Unione Europea 2006/123/CE;
- VISTA** la Direttiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006 "relativa ai servizi nel mercato interno";
- VISTA** la Direttiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014 sugli appalti pubblici e che abroga la direttiva 2004/18/CE
- VISTO** il Regolamento (UE) N. 651/2014 della Commissione del 17 giugno 2014 che dichiara alcune categorie di aiuti compatibili con il mercato interno in applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato;
- VISTO** il Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 Codice dei contratti pubblici;
- VISTA** la legge regionale 12 maggio 2020, n. 9 che all'art. 10 comma 12 autorizza l'Assessorato del Turismo, dello Sport e Spettacolo in considerazione del periodo di crisi derivante dall'emergenza sanitaria Covid-19, all'acquisto di pacchetti di servizi turistici, ivi compresi i ticket di ingresso a poli museali e

monumentali, da operatori e professionisti del settore, strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere, agriturismo, agenzie di viaggio e tour operator, guide turistiche iscritte negli appositi elenchi, accompagnatori turistici, cooperative e imprese turistiche da veicolare ai fini promozionali tramite card e voucher nei mesi successivi all'emergenza sanitaria”;

**VISTO** l'articolo 5, comma 2, della medesima legge regionale 12 maggio 2020, n. 9 recante “Norme di autorizzazione all'uso dei fondi extraregionali e all'attivazione di strumenti finanziari”;

**VISTA** la deliberazione della Giunta regionale n.192 del 21 maggio 2020: “Legge regionale 15 settembre 2005, n. 10, art. 3 – Programma triennale di sviluppo turistico regionale 2020/2022”;

**VISTA** la Deliberazione della Giunta Regionale della Regione Siciliana n. 246 dell'11 giugno 2020 – Legge 12 maggio 2020, n. 9 “Legge di stabilità regionale 2020-2022 – Art. 10, comma 12” – Ripresa delle attività turistiche e dell'occupazione” che ha apprezzato le iniziative concernenti l'intervento di promozione turistica denominato “See Sicily”, in conformità alla proposta di cui sopra, nonché gli atti acclusi, costituenti allegato alla medesima deliberazione;

**VISTA** la legge regionale 18 gennaio 2021, n. 1, pubblicata sul supplemento ordinario alla G.U.R.S. n. 3 (p.I) del 22.01.2021 con la quale è stato autorizzato l'esercizio provvisorio del bilancio della Regione per l'esercizio finanziario 2021;

**VISTO** l'intervento “See Sicily”, già previsto dal POA 2020, che si sviluppa mediante attività di promozione della Sicilia, volta a favorire l'incremento turistico attraverso azioni coordinate;

**TENUTO CONTO** che il suddetto intervento prevede una durata pluriennale;

**VISTA** la deliberazione della Giunta regionale n. 310 del 23 luglio 2020: “Legge regionale 12 maggio 2020, n. 9. Articolo 5, comma 2 – Riprogrammazione PO FESR Sicilia 2014/2020 e POC 2014/2020 per effetto della pandemia da COVID-19”;

**VISTA** la decisione C(2020)6492 finale del 18 settembre 2020 con la quale la Commissione Europea ha approvato la riprogrammazione PO FESR Sicilia 2014/2020 per effetto della pandemia da COVID- 19;

**PRESO ATTO** della deliberazione della Giunta regionale n. 367 del 3 settembre 2020: “Programma Operativo FESR Sicilia 2014/2020. Modifica del Documento di Programmazione Attuativa 2019-2021 e del Documento 'Requisiti di ammissibilità e criteri di selezione' a seguito della riprogrammazione per effetto della pandemia da COVID-19 ex legge regionale 12 maggio 2020, n.9”;

**VISTA** la Deliberazione della Giunta regionale n. 426 del 30 settembre 2020 “Intervento di promozione turistica 'SeeSicily' – Aggiornamento.” che apprezza l'aggiornamento del suddetto intervento;

**PRESO ATTO** che è demandato al Dipartimento di attivare ogni procedura idonea al raggiungimento degli obiettivi strategici progettuali;

**VISTO** il DDG n. 2209 del 8.10.2020 registrato dalla Ragioneria Centrale del Turismo al n.921 del 08.10.2020 con il quale è stato approvato l'intervento di promozione turistica denominato “See Sicily” unitamente al quadro economico ivi contenuto, e sono state avviate ex art. 63 del D.Lgs 50/2016 e ss.mm.ii. le procedure per la realizzazione dell'intervento di che trattasi finalizzato alla promozione del “mercato Sicilia” volto a favorire l'incremento dei flussi turistici mediante l'acquisto da parte di questo Dipartimento di servizi ad hoc (pernottamenti, guide, escursioni,..) da rendere immediatamente fruibili secondo modalità

predefinite e contestualmente ai sensi del dell'art. 31 della suddetta normativa è stato nominato il Responsabile Unico del Procedimento nella persona dell'Arch. Ermanno Cacciatore Dirigente responsabile pro-tempore del Serv.2 "Marketing ed Accoglienza" di questo Dipartimento;

**TENUTO CONTO** che il suddetto decreto dispone, altresì, che *"il Dipartimento Turismo supporterà la promozione dell'iniziativa attraverso una campagna mirata su mezzi tradizionali e su mezzi digitali, primo fra tutti il sito turistico della regione Siciliana [www.visitsicily.info](http://www.visitsicily.info) per tutta la durata dell'intervento"*; **PRESO ATTO**

che il budget relativo alla suddetta attività di promozione dell'iniziativa SeeSicily, come approvato dal DDG n. 2209 del 8.10.2020 è pari a complessivi € 4.888.810,00;

**RITENUTO** di dover dare avvio, nella fase attuale di start up del progetto, ad una campagna di comunicazione integrata online/offline per la promozione dell'intervento SeeSicily della durata di un anno, avente ad oggetto l'ideazione, la progettazione e la realizzazione dei materiali e degli strumenti di comunicazione riguardanti il progetto;

**CONSIDERATO** che l'importo stimato dall'Amministrazione per la realizzazione della suddetta attività ammonta ad € 75.000,00 oltre IVA;

**VISTO** l'art. 1, comma 2, lett. a) D.L. 76/2020 (c.d. Decreto Semplificazioni), convertito in L. 120/2020 che consente l'affidamento diretto dei servizi di valore sino ad € 75.000,00;

**RITENUTO** che sia necessario avviare una consultazione degli operatori del settore di riferimento attraverso la pubblicazione di un avviso di indagine di mercato finalizzato alla individuazione della proposta più confacente al fabbisogno di questa amministrazione e al successivo, eventuale, affidamento diretto ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a) d.l. 76/2020, convertito in l. 120/2020 del servizio in argomento ;

**CONSIDERATO** dunque che il suddetto Avviso non avvia alcuna procedura competitiva né comporta la formazione di alcuna graduatoria di merito o attribuzione di punteggi né costituisce proposta contrattuale ma ha il solo scopo di consultare il mercato di riferimento attraverso una procedura comparativa;

**CONSIDERATO** inoltre, che l'Amministrazione, indipendentemente dal numero delle proposte pervenute a seguito della suddetta indagine, potrà a suo insindacabile giudizio decidere di non dare corso ad alcun affidamento;

**RITENUTO** che, all'esito della valutazione delle proposte pervenute, laddove l'Amministrazione ritenga che una di esse sia maggiormente idonea al raggiungimento degli obiettivi prefissati, potrà procedere ad avviare una trattativa diretta con l'operatore prescelto sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePa) per addivenire all'affidamento del servizio in parola;

**RITENUTO** pertanto, di approvare in questa fase i seguenti documenti, al fine di dare avvio alla procedura per la realizzazione di una campagna di comunicazione integrata online/offline per la promozione dell'intervento SeeSicily:

- avviso di indagine di mercato finalizzato al successivo affidamento diretto ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a) D.L. 76/2020, convertito in L. 120/2020 del servizio di comunicazione integrata online/offline per il progetto SeeSicily;

- Allegato 1 – Capitolato tecnico

- Allegato 2 – Istanza di partecipazione ad indagine di mercato e presentazione di proposta con preventivo ;

**VISTA** la nota prot. n.6950 Serv. 2 del 27.01.2021 con la quale è stata avanzata, alla

Ragioneria Centrale Turismo, la richiesta di prenotazione di impegno della somma complessiva di € 75.000,00 oltre IVA a valere sul Cap. 472535 del Bilancio della Regione Siciliana, esercizio finanziario 2021, Missione 7 – Programma 1, codice piano dei conti U.1.03.02.02.004;

**VERIFICATO** che il presente provvedimento rientra tra le competenze di questo Dipartimento secondo le norme e le disposizioni vigenti e dopo aver concluso il previsto iter istruttorio che ne attesta la regolarità procedimentale sotto il profilo giuridico-amministrativo e contabile;

Tutto ciò premesso e considerato:

### **DECRETA**

**Art.1** Per le motivazioni in premessa citate ed in esecuzione dell'intervento "See Sicily" giunto DDG n.2209 del 08 ottobre 2020 sono approvati gli atti di seguito indicati, al fine di avviare la procedura di consultazione degli operatori economici del mercato di riferimento, finalizzata al successivo affidamento diretto del servizio di comunicazione integrata online/offline per la promozione dell'intervento SeeSicily:

- avviso di indagine di mercato finalizzato al successivo affidamento diretto ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a) d.l. 76/2020, convertito in l. 120/2020 del servizio di comunicazione integrata online/offline per il progetto SeeSicily;
- Allegato 1 – capitolato tecnico
- Allegato 2 – Istanza di partecipazione ad indagine di mercato e presentazione di proposta con preventivo ;

**Art.2** Per le motivazioni riportate in premessa, l'Amministrazione, individuata una proposta idonea al raggiungimento degli obiettivi prefissati, potrà procedere all'affidamento diretto del servizio di che trattasi sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePa).

**Art.3** Il presente provvedimento, verrà pubblicato sulla sezione avvisi del sito del Dipartimento del Turismo dello Sport e dello Spettacolo, ai sensi dell'art.68 della legge regionale n. 21 del 12 agosto 2014, così come modificato dall'art. 98, comma 6 della legge regionale 7 maggio 2015, n.9, nel sito internet della Regione Siciliana. Il presente provvedimento sarà, inoltre, trasmesso al referente per la pubblicazione sul portale Euroinfosicilia.

Palermo, 02.02.2021

Il Dirigente Generale  
Lucia Di Fatta

Il Dirigente del del Serv.2 n.q. di RUP  
Ermanno Cacciatore



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA



**REGIONE SICILIANA**

**Assessorato del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo**  
Via Notarbartolo,9 – 90141 Palermo  
assessorato.turismo@certmail.regione.sicilia.it

**Dipartimento regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo**

via Notarbartolo, 9 - 90141 Palermo  
tel. 091-7078093

[direzione.turismo@regione.sicilia.it](mailto:direzione.turismo@regione.sicilia.it)

Posta certificata:

[dipartimento.turismo@certmail.regione.sicilia.it](mailto:dipartimento.turismo@certmail.regione.sicilia.it)

**Programma Operativo FESR Sicilia 2014 – 2020**  
**Asse Prioritario 6 - Tutelare l'Ambiente e Promuovere l'uso Efficiente delle Risorse**  
**Azione 6.8.3 Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e**  
**alla promozione delle destinazioni turistiche**

**INTERVENTO DI PROMOZIONE TURISTICA DELLA DESTINAZIONE SICILIA, DENOMINATO “SEE SICILY”.**

**AVVISO DI INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATA AL SUCCESSIVO AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL'ART. 1, COMMA 2, LETT. A) D.L. 76/2020, CONVERTITO IN L. 120/2020 DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA ONLINE/OFFLINE PER IL PROGETTO SEESICILY – CUP: G69C21000380006 CIG:86172614BC**

**PREMESSA**

Il Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, nell'ambito delle attività istituzionali di propria competenza, ha avviato un intervento a titolarità regionale finalizzato a promuovere il comparto del turismo in Sicilia durante la fase post emergenziale da Covid 19.

L'iniziativa denominata “SEESICILY”, del valore complessivo di € 74.900.000,00, mira a promuovere la Regione come meta ideale per le vacanze attraverso l'acquisizione da parte della Regione di servizi turistici che saranno, successivamente, resi disponibili ai turisti gratuitamente, tramite voucher.



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA



Nell'ambito di tale iniziativa, approvata giusto DDG n. 2209 dell'8/10/2020, il Dipartimento intende attivare un servizio di comunicazione integrata online/offline, della durata di dodici mesi, i cui dettagli sono contenuti nel capitolato tecnico, allegato al presente avviso, cui si rinvia.

A tal fine, con il presente avviso, si intende effettuare un'indagine di mercato per il successivo eventuale affidamento diretto ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a) D.L. 76/2020, convertito in L. 120/2020, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, tempestività, correttezza, libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità, pubblicità delle fasi di affidamento del servizio e buon andamento della pubblica amministrazione di cui all'art. 30, comma 1, D. Lgs. 50/2016.

Il presente avviso, dunque, non avvia alcuna procedura competitiva tra gli operatori che manifesteranno il proprio interesse, non presuppone la formazione di una graduatoria di merito o l'attribuzione di punteggi né costituisce proposta contrattuale ma ha il solo scopo di consultare preliminarmente il mercato di riferimento, ottenendo dati ed informazioni, al fine di individuare la proposta progettuale che risulti più aderente alle esigenze dell'Amministrazione.

Individuata tale proposta, sempre che l'Amministrazione ritenga, a suo insindacabile giudizio, che tra quelle presentate ve ne sia una idonea a raggiungere gli obiettivi prefissati, l'amministrazione provvederà all'affidamento diretto del servizio sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePa).

Il presente avviso, in ogni caso, non vincola in alcun modo l'Amministrazione regionale a procedere al successivo affidamento agli operatori economici che abbiano manifestato il proprio interesse alla procedura in oggetto.

L'Amministrazione si riserva di sospendere, modificare, interrompere o annullare in qualsiasi momento, per ragioni di sua esclusiva competenza, il procedimento avviato e altresì di non dar seguito all'eventuale affidamento del servizio, senza che i soggetti manifestanti il proprio interesse possano vantare alcun diritto o pretesa di qualsivoglia natura, indennizzo o rimborso dei costi eventualmente sostenuti per la partecipazione alla presente indagine.

#### **COMMITTENTE**

Regione Siciliana - Assessorato Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo – Dipartimento del Turismo dello Sport e dello Spettacolo – Servizio 2 “Marketing e Accoglienza”, via Notarbartolo 9 - 90141 Palermo, Rup Ermanno Cacciatore

#### **1. OGGETTO DELL'AVVISO**

Il servizio che l'Amministrazione intende successivamente affidare ha ad oggetto la comunicazione integrata online/offline dell'iniziativa SEESICILY ed, in particolare, l'ideazione, la progettazione e la realizzazione dei materiali e degli strumenti di comunicazione così come individuati nel capitolato tecnico (Allegato 1).

Il servizio avrà la durata di mesi dodici ed il valore dello stesso è stimato in € 75.000,00 (oltre IVA).

#### **2. SOGGETTI CUI E' RIVOLTO L'AVVISO**

Sono ammessi a partecipare all'indagine di mercato gli operatori economici di cui all'articolo 45 D.Lgs. 50/2016, nei cui confronti non ricorrano le cause di esclusione di cui all'articolo 80 del pre-



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA



detto D.Lgs e che siano in possesso delle capacità tecniche e professionali necessarie per l'espletamento delle attività del servizio di cui al precedente art. 1 comprovate da un'esperienza professionale coerente con quella relativa al servizio richiesto.

In particolare, si richiede che l'operatore abbia svolto, nell'ultimo triennio (2018-2020), almeno due servizi di comunicazione nel campo specifico del turismo e che abbia realizzato nell'ultimo biennio (2019-2020) un fatturato globale non inferiore all'importo di € 75.000,00 (per ciascun anno).

E' indispensabile che gli operatori economici che manifestano il proprio interesse siano registrati ed abilitati sulla piattaforma MePa in relazione alla categoria "Servizi di informazione, comunicazione e marketing".

### **3. MODALITA' E TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE**

L'operatore interessato ad aderire all'indagine di mercato, dovrà presentare una istanza, redatta secondo il modello allegato al presente avviso ("Allegato 2") e sottoscritta digitalmente dal titolare e/o legale rappresentante, trasmettendola a mezzo posta elettronica certificata all'indirizzo [dipartimento.turismo2@certmail.regione.sicilia.it](mailto:dipartimento.turismo2@certmail.regione.sicilia.it) entro e non oltre le ore 12 del giorno 15.02.2021. Il termine deve intendersi come perentorio.

Unitamente a detta istanza, l'operatore economico dovrà inviare:

- 1) una relazione tecnico-illustrativa contenente la propria proposta progettuale secondo le indicazioni tecniche di cui al punto 3 "Proposta dell'operatore" del capitolato;
- 2) curriculum da cui si evincano le esperienze nello specifico campo del turismo;
- 3) curricula dei soggetti costituenti il team richiesto per l'esecuzione del servizio (secondo le specifiche del capitolato tecnico);
- 4) un preventivo di spesa (che non potrà essere superiore al valore stimato di 75.000,00) oltre IVA.

Resta inteso che quanto dichiarato dal soggetto istante non costituisce prova del possesso dei requisiti richiesti per il successivo affidamento del servizio, requisiti che dovranno essere nuovamente dichiarati dall'interessato ed accertati dall'Amministrazione, secondo le disposizioni di legge, in occasione della successiva eventuale procedura di affidamento.

### **4. FASE SUCCESSIVA ALL' ACQUISIZIONE DELLE PROPOSTE**

Non essendo in presenza di una procedura competitiva bensì di una mera indagine di mercato, l'amministrazione valuterà ogni singola proposta pervenuta in relazione alle esigenze e al fabbisogno dalla stessa prefissati. A tal fine si terrà conto di:

- Rispondenza della proposta agli obiettivi prefissati dal Capitolato tecnico (Allegato 1);
- Creatività e innovatività della proposta progettuale;
- Coinvolgimento nelle campagne di un attore/testimonial di rilievo almeno nazionale espressione del territorio siciliano;



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA



- Video realizzati dall'operatore su tema turismo negli ultimi 3 anni (da comprovare con c.v. e specifica relazione in seno all'offerta tecnica);
- Esperienza e professionalità maturate dell'operatore economico nell'ambito turistico;
- Curricula ed esperienza dei soggetti costituenti il team di cui si avvarrebbe l'operatore nel caso di eventuale affidamento (da comprovare con i c.v. dei singoli soggetti);
- Servizi aggiuntivi rispetto a quelli minimi contenuti nel capitolato tecnico;
- Prezzo offerto

L'eventuale procedura di affidamento, successiva all'indagine di mercato, sarà effettuata dal Dipartimento sulla piattaforma telematica MePA tramite trattativa diretta.

La procedura di affidamento potrà svolgersi anche laddove, all'esito dell'indagine di mercato avviata con il presente avviso, risulti presentata una sola proposta, laddove il Dipartimento la ritenga idonea alla realizzazione del servizio richiesto.

In fase di trattativa diretta, partendo dalla proposta (con relativo preventivo) formulata in sede di indagine di mercato, le parti avvieranno una negoziazione volta a definire una proposta migliorativa, sia in termini tecnici che economici, al fine di meglio garantire il fabbisogno dell'amministrazione.

## 5. PUBBLICITA' DELL'AVVISO

Il presente Avviso verrà pubblicato sul sito istituzionale del Dipartimento e sul sito [www.euroinfosicilia.it](http://www.euroinfosicilia.it).

Costituiscono allegati al presente avviso:

Capitolato Tecnico (Allegato 1);

Istanza di manifestazione di interesse e contestuale presentazione di preventivo (Allegato 2);

Progetto SeeSicily (Allegato 3).

## 6. ULTERIORI INFORMAZIONI

Responsabile del procedimento: Ermanno Cacciatore.

Eventuali richieste di chiarimenti e informazioni in ordine al presente avviso, potranno essere richieste al n. 0917078277 oppure all'indirizzo e-mail [marketing.turismo@regione.sicilia.it](mailto:marketing.turismo@regione.sicilia.it) entro e non oltre il 12.02.2021

## 7. TUTELA DELLA PRIVACY

I dati dei quali il Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo entrerà in possesso a seguito del presente avviso, saranno trattati nel rispetto del Reg. UE 2016/679, esclusivamente per finalità di gestione della presente procedura. L'iscrizione nell'elenco costituisce espressione di consenso tacito al trattamento dei dati personali.

# CAPITOLATO TECNICO

**OGGETTO:** AVVISO INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATA AL SUCCESSIVO AFFIDAMENTO DIRETTO EX ART. 1, COMMA 2, LETT. A) D.L. 76/2020, convertito in L. 120/2020 DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA ONLINE/OFFLINE PER IL PROGETTO SEESICILY – CUP **G69C21000380006** CIG **86172614BC**

## 1. OGGETTO DEL SERVIZIO

Il servizio di comunicazione integrata online/offline per il Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo della Regione Siciliana (d'ora in poi "Dipartimento") ha ad oggetto l'ideazione, la progettazione e la realizzazione dei materiali e degli strumenti di comunicazione riguardanti il progetto SEESICILY, finanziato con il Programma Operativo FESR Sicilia 2014 – 2020 Asse, Prioritario 6 - Azione 6.8.3, così come individuati nel presente documento.

## 2. DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

Il servizio riguarda l'esternalizzazione della comunicazione relativa al progetto SEESICILY. L'obiettivo è ideare e realizzare una campagna di comunicazione integrata rivolta agli operatori turistici e culturali, ai mezzi di informazione tutti compresi i social media, ai potenziali turisti e che sia in grado di sensibilizzare i destinatari a scegliere la destinazione Sicilia e a prolungare il soggiorno in Sicilia - proprio grazie all'iniziativa SEESICILY - favorendo così un incremento dei flussi turistici.

In particolare il servizio comprende:

### A) Creazione ed applicazione dell'IMMAGINE COORDINATA del progetto SEESICILY:

- realizzazione di un template di comunicazione, griglie e gabbie grafiche, gallery di immagini, font.
- elaborazione grafica di una brochure;
- applicazione dell'immagine coordinata ad un ventaglio di gadget da definire congiuntamente;
- realizzazione di un **video** della durata di 30 secondi (con opportune riduzioni) dedicato al progetto SEESICILY, al suo funzionamento, ai benefici per i turisti che usufruiranno dei voucher, all'indotto in grado di generare, ai servizi acquistati e agli operatori coinvolti; il video dovrà essere realizzato con materiali video footage forniti dall'affidatario e dovrà essere corredato da una colonna sonora e motion graphics / animations. Il video dovrà essere editato con uno speakeraggio almeno in italiano e inglese. Ciascun elemento compositivo di ciascun output (come, ad esempio, colonna sonora, materiale video footage acquistato, effetti in postproduzione, font ed eventuali grafiche applicate e così via) – dovrà essere dotato di tutte le licenze audiovideo adatte per una distribuzione illimitata nel tempo e nello spazio online e sui principali supporti video OoH.

### B) CAMPAGNA VIDEO

- **realizzazione di video** (da 3 a 5), integrati tra loro e della durata di 30 secondi (con opportune riduzioni) che dovranno essere realizzati con materiali video footage forniti dall'affidatario e dovranno essere corredati da una colonna sonora e motion graphics / animations. Ogni video dovrà essere editato con uno speakeraggio in italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo e contenere i sottotitoli in portoghese, cinese, giapponese e russo. Ciascun elemento compositivo di ciascun output (come, ad esempio, colonna sonora, materiale video footage acquistato, effetti in postproduzione, font ed

eventuali grafiche applicate e così via) dovrà essere dotato di tutte le licenze audiovideo adatte per una distribuzione illimitata nel tempo e nello spazio online e sui principali supporti video OoH, mentre non sarà necessario dotare gli output di diritti e licenze per la distribuzione TV e cinema in quanto sarà il Dipartimento che, di volta in volta, provvederà eventualmente all'acquisizione di tali diritti. In aggiunta, i video dovranno essere anche declinati per la comunicazione sui social media, con un formato sia squared che portrait.

**La scelta del/i testimonial costituirà elemento di valutazione per la scelta dell'affidatario. La stazione appaltante si riserva la possibilità di scegliere il/i testimonial/s per il quale eventualmente, sarà previsto un ulteriore budget per l'ingaggio**

- **realizzazione di videoanimation** (max 40) dotate di colonna sonora, da utilizzare per azioni di comunicazione offline, out of home ed online, i cui diritti di utilizzo verranno ceduti al Dipartimento per gli usi che riterrà opportuno. Si specifica che il Dipartimento potrà chiedere all'affidatario l'integrazione delle videoanimation con degli inserti di materiali video footage. Ciascun elemento compositivo di ogni videoanimation (come, ad esempio, colonna sonora, materiale video footage acquistato, effetti in postproduzione, font ed eventuali grafiche applicate e così via) dovrà essere dotato di tutte le licenze audiovideo adatte per una distribuzione illimitata nel tempo e nello spazio online e sui principali supporti video OoH, mentre non sarà necessario dotare gli output di diritti e licenze per la distribuzione TV e Cinema in quanto sarà la stazione appaltante che, di volta in volta, provvederà eventualmente all'acquisizione di tali diritti. In aggiunta, i video dovranno essere anche declinati per la comunicazione sui social media, con un formato squared e con un formato portrait;

**OBBIETTIVI DELLA CAMPAGNA** i dovranno “emozionare” i target individuati innescando in loro il desiderio e la voglia di organizzare la prossima vacanza in Sicilia, soprattutto grazie ai benefici del progetto SEESICILY.

**TARGET DI RIFERIMENTO CAMPAGNA VIDEO:** in considerazione della connotazione multicanale e multinazionale delle campagne di comunicazione, la campagna video sarà indirizzata ad un target affluent, millennials, golden age e family.

### **C) CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “ITALIA”**

- ideazione, realizzazione, elaborazione creativa visual e contenutistica (copywriting ed art direction) di una campagna di comunicazione del progetto SEESICILY, integrata online e offline, avente come target il turista italiano.

La campagna dovrà prevedere la realizzazione di file compositivi e creazione di una gallery audiovisiva collegata, dedicate al progetto SEE SICILY; dovrà essere corredata da un communication pack che dovrà contenere tutti gli elementi necessari quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, template di comunicazione, griglie e gabbie grafiche, gallery di immagini, font e file vettoriali, includendo anche i formati tipici della comunicazione outdoor e comunicazione sui principali social media, cover image per Facebook, Instagram e Twitter.

La campagna dovrà essere concepita in modo da poter essere sviluppata secondo una strategia multicanale e su diverse azioni di comunicazione, a partire da un classico mediaplan per giungere alle campagne di PR e di

pubbliredazionali.

### **SPECIFICHE TECNICHE**

Si richiede l'elaborazione di un progetto di comunicazione che consti almeno di 2 proposte creative a livello visual e di contenuti, che vadano a declinare la campagna su

- almeno 3 supporti outdoor (affissionistica, aeroporti, etc.)
- almeno 3 formati online
- almeno 3 post con visual per i social media Facebook, Twitter e Instagram

e che contemplino anche l'identificazione di un payoff della campagna, almeno 3 copy ed almeno 3 headline che vengono declinati nei supporti di cui sopra.

**OBBIETTIVI DELLA CAMPAGNA** La campagna di comunicazione dovrà invogliare i potenziali turisti italiani a scegliere la Sicilia come meta evidenziando i benefici previsti per loro dal progetto SEESICILY.

**TARGET DI RIFERIMENTO** Considerando la necessaria connotazione multicanale e multinazionale delle campagne di comunicazione, la campagna video sarà indirizzata ad un target, madrelingua italiano e residente in Italia, affluent, millennials, golden age e family.

### **D) CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “ESTERO”**

- ideazione, realizzazione, elaborazione creativa visual e contenutistica (copywriting ed art direction) di una campagna di comunicazione del progetto SEE SICILY, integrata online e offline, avente come target il turista straniero.

La campagna dovrà prevedere la realizzazione di file compositivi e creazione di una gallery audiovisiva collegata, dedicate al progetto SEE SICILY; dovrà essere corredata da un communication pack che dovrà contenere tutti gli elementi necessari quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo: template di comunicazione, griglie e gabbie grafiche, gallery di immagini, font e file vettoriali, includendo anche i formati tipici della comunicazione outdoor e comunicazione sui principali social media, cover image per Facebook, Instagram e Twitter.

La campagna dovrà inoltre essere concepita in modo da poter essere sviluppata secondo una strategia multicanale e su diverse azioni di comunicazione, a partire da un classico mediaplan per giungere alle campagne di PR e di pubbliredazionali.

### **SPECIFICHE TECNICHE**

Si richiede all'operatore economico l'elaborazione di un progetto di comunicazione che consti almeno di 2 proposte creative a livello visual e di contenuti, che vadano a declinare la campagna su

- almeno 3 supporti outdoor (affissionistica, aeroporti, etc.)
- almeno 3 formati online
- almeno 3 post con visual per i social media Facebook, Twitter e Instagram

e che contemplino anche l'identificazione di un payoff della campagna, almeno 3 copy ed almeno 3 headline che vengono declinati nei supporti di cui sopra.

**OBBIETTIVI DELLA CAMPAGNA** La campagna di comunicazione dovrà invogliare i potenziali turisti stranieri a scegliere la Sicilia come meta evidenziando i benefici previsti per loro dal progetto SEESICILY.

**TARGET DI RIFERIMENTO** Considerando la necessaria connotazione multicanale e multinazionale delle campagne di comunicazione, la campagna video sarà indirizzata ad un target, affluent, millennials, golden age e family. Per la specifica campagna, la nazionalità del target previsto sarà definita in seguito, insieme alla azienda aggiudicatrice, tenendo in considerazione non solo i flussi turistici in Sicilia degli anni passati ma, in particolar modo, analizzando l'evoluzione

dell'attuale emergenza sanitaria e la possibilità di muoversi o meno da una nazione estera verso l'Italia e la Sicilia.

## **E) SUPPORTO NELL'APPLICAZIONE DELL'IMMAGINE COORDINATA E DELLE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE**

L'affidatario, durante il periodo di esecuzione del servizio, dovrà inoltre:

- fornire supporto e consulenza continuativa al Dipartimento nella elaborazione della strategia generale di comunicazione del progetto SEESICILY, nell'utilizzo e applicazione dell'immagine coordinata e nella diffusione delle campagne oggetto della presente procedura fornendo indicazioni in merito all'utilizzo del budget a disposizione dell'amministrazione nell'ambito del medesimo progetto;
- realizzare un numero congruo di artwork ad hoc (come annunci stampa, GIF animate, adattamenti per comunicazione social) in occasione di progetti speciali di rilievo nazionale ed internazionale;
- utilizzare gli strumenti di comunicazione adottati online e offline in Italia e all'estero, secondo le diverse identità sviluppate, ovvero secondo creatività ad hoc che di volta in volta verranno concordate con il Dipartimento come, a titolo esemplificativo e non esaustivo: realizzare adattamenti grafici per eventi, fiere ed allestimenti; realizzare file compositivi; impaginare documenti, presentare PPT, file Word, tabelle, grafici, report e infografiche, GIF animate generiche; realizzare artwork pubblicitari e output di comunicazione quali inviti e save the date, opuscoli, brochure e materiali per comunicazione interna e/o per comunicazione istituzionale; materiale promozionale, cartellonistica; adattamenti per l'allestimento di stand per fiere/workshop/eventi.

In considerazione della natura del servizio oggetto del presente capitolato, il Dipartimento si riserva di richiedere all'affidatario eventuali modifiche, adattamenti, integrazioni alle soluzioni proposte senza che questo possa comportare il diritto alla corresponsione di oneri aggiuntivi.

## **TEAM DI LAVORO**

L'affidatario dovrà mettere a disposizione della Committenza per l'esecuzione del servizio le seguenti professionalità:

- **n. 1 project manager senior** con almeno 10 anni nel ruolo e di comprovata esperienza nella gestione di progetti avente ad oggetto campagne di comunicazione per clienti istituzionali (PA nazionali e locali) e/o per grandi clienti (organizzazioni e aziende di grandi dimensioni con una molteplicità di funzioni/aree/società, anche a livello internazionale) che sarà nominato referente tecnico ai fini della esecuzione del servizio. Il suddetto referente dovrà svolgere, a titolo esemplificativo e non esclusivo, le seguenti attività:
  - implementare le azioni necessarie per garantire il livello dei servizi attesi nonché il rispetto delle prestazioni richieste;
  - gestire e coordinare tutto il team messo a disposizione della committenza;
  - essere il riferimento per la gestione delle criticità e per ricevere i reclami con riferimento alla esecuzione dei servizi;
  - partecipare agli incontri con la Committente quando richiesto.
- **n. 1 direttore creativo** con almeno 5 anni di esperienza nel ruolo ai fini della gestione di progetti e campagne di comunicazione
- **n. 1 account supervisor** con almeno 5 anni nel ruolo e con esperienza nella gestione di clienti istituzionali (PA nazionali e locali) e/o di grandi clienti (organizzazioni e aziende di grandi dimensioni con una molteplicità di funzioni/aree/società, anche a livello internazionale), che svolgerà le funzioni di referente operativo, e in particolare:
  - interagire quotidianamente con i referenti del Dipartimento;
  - essere presente quando richiesto, presso gli uffici del Dipartimento;
- **n. 1 account junior** con almeno 2 anni nel ruolo che si occuperà di azioni operative

quotidiane e in particolare:

- Gestione e comunicazione nei social
  - redazione comunicati e presentazioni grafiche
  - essere presente, quando richiesto, presso gli uffici del Dipartimento;
- **n. 1 art director** con almeno 5anni di esperienza nella realizzazione di campagne di comunicazione.
  - **n. 1 videomaker** con almeno 5 anni di esperienza nella realizzazione di campagne di comunicazione, montaggio e video graphics & video animations;
  - **n. 1 copywriter** con almeno 5 anni di esperienza nella realizzazione di campagne di comunicazione;

I curriculum vitae dei componenti del team di lavoro dovranno essere allegati alla proposta dell'operatore.

Durante il periodo di esecuzione l'Affidatario avrà la facoltà di sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro a condizione che gli eventuali sostituti siano in possesso dei requisiti pari o superiori a quelli richiesti nel presente capitolato e comunque proposti in sede di offerta.

Il Dipartimento, nella esecuzione del servizio, laddove necessario in relazione a campagne di Comunicazione di particolare complessità, si riserva la facoltà di richiedere all'affidatario l'integrazione del gruppo di lavoro con profili adatti alle esigenze di volta in volta prospettate .

### **3. PROPOSTA DELL'OPERATORE**

La proposta di cui all'art. 3 dell'Avviso di indagine di mercato di cui all'oggetto, dovrà contenere:

1) Relazione tecnico-illustrativa della propria proposta progettuale declinata secondo i seguenti punti:

- Creazione ed applicazione dell'IMMAGINE COORDINATA del progetto SEE SICILY.
- Realizzazione di una CAMPAGNA VIDEO.
- CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "ITALIA"
- CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE "ESTERO";

2) curriculum dell'operatore economico da cui risultino i dettagli delle specifiche esperienze maturate nel campo del turismo;

3) curricula dei soggetti costituenti il team di lavoro richiesto, di cui al precedente punto 2 ;

4) preventivo di spesa (che non potrà essere superiore al valore stimato di 75.000,00) oltre IVA.

Le proposte progettuali dovranno in particolar modo dare evidenza della strategia di integrazione delle diverse azioni, dei testimonial previsti, delle potenzialità, in termini di contatti e opportunità, e dell'impatto previsto da ogni singola azione.

**All'Assessorato Regionale del Turismo, dello Sport e  
dello Spettacolo – Dipartimento del Turismo dello  
Sport e dello Spettacolo – Servizio 2 “Marketing e  
Accoglienza” .....**  
**PALERMO**

**OGGETTO: AVVISO DI INDAGINE DI MERCATO FINALIZZATA AL SUCCESSIVO AFFIDAMENTO DIRETTO AI  
SENSI DELL'ART. 1, COMMA 2, LETT. A) D.L. 76/2020, CONVERTITO IN L. 120/2020 DEL SERVIZIO DI  
COMUNICAZIONE INTEGRATA ONLINE/OFFLINE PER IL PROGETTO SEESICILY – CUP: G69C21000380006  
CIG:86172614BC**

**ISTANZA DI PARTECIPAZIONE AD INDAGINE DI MERCATO E  
PRESENTAZIONE PROPOSTA CON PREVENTIVO**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_ nato/a il \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_  
(Prov.) \_\_\_\_\_ codice fiscale \_\_\_\_\_ e residente a \_\_\_\_\_  
via \_\_\_\_\_

in qualità di (barrare obbligatoriamente la casella che interessa e compilare ove occorre)

- Titolare;
- Rappresentante legale;
- Amministratore;
- Altro: \_\_\_\_\_

di \_\_\_\_\_ con sede in \_\_\_\_\_

(Prov.) \_\_\_\_\_ via/piazza \_\_\_\_\_ n. \_\_\_\_\_

PEC \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_

Codice fiscale: \_\_\_\_\_

Partita IVA: \_\_\_\_\_

consapevole che, in caso di mendace dichiarazione, verranno applicate nei suoi riguardi, ai sensi dell'art. 76 del D.P.R. 28.12.2000, n. 445, le sanzioni previste dal codice penale in materia di falsità

degli atti, oltre alle conseguenze amministrative previste per le procedure relative agli appalti pubblici

#### **DICHIARA**

di partecipare all'indagine di mercato finalizzata all'affidamento diretto del servizio di comunicazione integrata online/offline per il progetto SeeSicily ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a) D.L. 76/2020, convertito in L. 120/2020.

A tal fine, formula la propria proposta allegando alla presente i seguenti documenti, debitamente sottoscritti:

- 1) relazione tecnico-illustrativa della proposta progettuale;
- 2) curriculum dell'operatore;
- 3) curricula dei soggetti costituenti il team richiesto per l'esecuzione del servizio;
- 4) preventivo di spesa.

#### **DICHIARA ALTRESI'**

Di non trovarsi nelle situazioni che costituiscono causa ostativa alla partecipazione alle procedure di gara e alla stipula di contratti di cui all'art. 80 del D.Lgs 50/2016 e s.m.i..

Di possedere i requisiti di capacità tecnica ed economica di cui all'art. 2 dell'Avviso pubblico in oggetto.

Di autorizzare, con la sottoscrizione della presente istanza, il trattamento dei dati personali forniti per le finalità di cui all'Avviso pubblico in oggetto, ai sensi del Regolamento UE 2016/679 GDPR.

Di essere consapevole che la partecipazione alla presente indagine di mercato non vincola in alcun modo l'Amministrazione né detta partecipazione può costituire, per il sottoscritto, fonte di alcun diritto o pretesa di qualsivoglia natura, indennizzo o rimborso dei costi eventualmente sostenuti per la partecipazione all' indagine medesima.

Allega copia del documento di identità del sottoscrittore in corso di validità.

Luogo e data

Firma digitale del dichiarante

---

---



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE  
SICILIANA



## ***Intervento di promozione turistica “See Sicily” ex art. 10 comma 12 – Legge di stabilità regionale 2020-2022***



### ***1. Premessa***

Con delibera di Giunta n. 325 del 6 agosto 2020 è stato approvato l'intervento di promozione “See Sicily”, così come previsto dall'art. 10 della Legge di stabilità regionale 2020 -2022.

In considerazione del lungo lasso di tempo intercorso dall'approvazione da parte dell'Organo politico nel corso del quale si è reso necessario avviare ogni preliminare adempimento utile all'acquisizione di elementi istruttori connessi all'intervento in parola, si rende oggi necessario definire un aggiornamento, sia con riferimento all'analisi del contesto all'interno del quale si inserisce l'iniziativa, sia in relazione all'analisi dei prezzi prevista, nonché una specificazione di dettaglio sulle modalità e procedure di attivazione dell'intervento.

Alla luce di tali considerazioni e, sotto l'aspetto più prettamente metodologico, riveste particolare importanza procedere contestualmente ad una attualizzazione del dato statistico da offrire a supporto del quadro generale dell'intervento promozionale stesso.

Quanto sopra, anche in relazione al recente parere reso dal Nucleo Valutazione e Verifica degli Investimenti Pubblici in relazione all'approfondimento resosi necessario nell'ambito delle attività nel frattempo definite e richiesto dalla scrivente circa l'eventuale configurabilità della disciplina degli aiuti di Stato con riguardo all'intervento in parola.

Il parere reso ha escluso la sussistenza di ipotesi normative di aiuti di stato e, pertanto, il Dipartimento ha adeguato allo stesso le modalità attuative dell'intervento. In ultimo, non è superfluo evidenziare che nel frattempo il Comitato di Sorveglianza con procedura scritta ha approvato la rimodulazione delle risorse finanziarie del PO FESR 2014-2020.

Per favorire la ripresa delle attività turistiche e dell'occupazione, in considerazione dell'attuale periodo di crisi derivante dall'emergenza sanitaria Covid-19, l'Assessorato regionale del Turismo dello Sport e dello Spettacolo – Dipartimento del Turismo dello Sport e dello Spettacolo con l'articolo 10 “Interventi a favore degli operatori economici” comma 12, inserito nella Legge 12 maggio 2020 n. 9 Legge di Stabilità Regionale 2020 - 2022 è stato autorizzato, per l'esercizio finanziario 2020, alla spesa di 75.000.000,00 di euro dei quali 74.900.000,00 euro sono stati destinati all'acquisto di servizi turistici presso operatori e professionisti del settore, strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere, agenzie di viaggio e tour operator, compagnie aeree, da veicolare a fini promozionali tramite voucher, e 100.000,00 euro per istituire un fondo di garanzia.

Lo stanziamento di 74.900.000,00 consentirà all'Assessorato del Turismo di realizzare un intervento di promozione turistica a supporto dell'intero territorio regionale, la cui finalità è anche quella di fornire alle aziende liquidità finanziaria con la creazione di *voucher*; attraverso i quali saranno

messi a disposizione del potenziale turista una serie di servizi, utili a incentivare la domanda e conseguentemente l'offerta.

Si tratta di un'azione pubblica di promozione del “mercato” Sicilia attraverso l'acquisto dei servizi turistici dell'intero comparto con l'obiettivo di rafforzare l'immagine e il brand della destinazione Sicilia e fornire alle aziende immediata liquidità finanziaria attraverso la creazione di voucher mediante i quali mettere gratuitamente a disposizione del potenziale turista servizi utili ad incentivare la domanda nel periodo successivo al contesto emergenziale sanitario COVID-19.

L'intervento di promozione turistica “See Sicily” rientra nelle attività istituzionali di promozione del dipartimento Turismo e si inserisce correttamente nel profilo procedurale dell'azione 6.8.3 a titolarità regionale, in quanto è preventivamente individuato in atti di programmazione regionale e specificatamente è incardinato nel Piano Operativo Annuale 2020, approvato con DA n.1579 del 21 luglio 2020, che declina gli interventi che il Dipartimento Turismo intende attuare per il raggiungimento degli obiettivi strategici previsti nel più ampio documento inerente il Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2020 - 2022 ex art. 3 legge 10/2005 approvato con DGR 192 del 21 maggio 2020 e che costituisce il documento strategico del settore turistico in Sicilia.

L'intervento infatti intercetta, in forma integrata, le attività promozionali mirate al rafforzamento del *brand* Sicilia previste nell'ambito dell'azione 6.8.3. che, nel caso di specie, verranno rese ai destinatari finali (turisti) attraverso l'acquisto di servizi (pernottamenti, ingressi nei luoghi della cultura, visite guidate, etc.), di cui gli stessi destinatari potranno fruire gratuitamente, tramite voucher, trascorrendo almeno due notti nella destinazione Sicilia. Lo stesso intervento prevede, inoltre, specifiche attività di comunicazione, volte a potenziare la notorietà del *brand* Sicilia attraverso la promozione integrata di risorse ed il rafforzamento dell'offerta diversificata sui mercati nazionali e internazionali, allo scopo di convertire persone interessate in turisti e aumentare la possibilità che la Sicilia venga ricordata e scelta dal turista nel momento in cui pianifica il viaggio.

Si ritiene, inoltre, che “See Sicily” potrà contribuire al risultato atteso di incremento dei flussi turistici, di allungamento della stagione (contributo all'indicatore di risultato PO FESR: presenze turistiche nel complesso delle strutture ricettive nei mesi non estivi) e diversificazione dell'offerta turistica, previsti nell'ambito dell'azione 6.8.3 del PO FESR, ma anche all'obiettivo strategico del Programma Triennale di rafforzare l'attrattività della destinazione Sicilia attraverso la promozione e la fruizione del patrimonio nelle aree naturali e culturali – contemplando tra i servizi da poter offrire al turista anche la fruizione di aree naturalistiche e l'ingresso nei luoghi della cultura a seguito di apposito accordo interdipartimentale, già stipulato con il Dipartimento dei Beni Culturali e dell'Identità siciliana - in coerenza con quanto l'azione 6.8.3 auspica rispetto al raggiungimento della priorità d'investimento 6c nella parte dedicata alla promozione e sviluppo delle aree naturalistiche e culturali.

La promozione del mercato Sicilia si concretizza con l'acquisizione di servizi e/o forniture di diversa natura all'interno dei servizi turistici dietro pagamento del corrispettivo economico ai fornitori disponibili a vendere il servizio.

La realizzazione dell'iniziativa promozionale a favore del mercato turistico avviene mediante la promozione e sottoscrizione di contratti pubblici in coerenza con le disposizioni normative della Direttiva 2014/24/UE e del d.lgs. n. 50/2016 e nel rispetto dei generali principi di di matrice comunitaria trasparenza, economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficacia energetica.

Si evidenzia altresì che con procedura scritta 5/2020, chiusa in data 27 agosto 2020 con nota prot. n. 10016, il Comitato di Sorveglianza, ha approvato la riprogrammazione del PO FESR 2014-2020 per effetto della pandemia di Covid-19.

## 2. *Analisi di contesto*

Secondo uno studio di Federterziario condotto in collaborazione con Federturismo, il protrarsi dell'emergenza sanitaria sta generando un blocco dell'economia che porterà ad un forte ridimensionamento delle attività produttive in tutti i settori. Stiamo assistendo al calo delle vendite, all'annullamento di contratti commerciali e incarichi professionali, alla cancellazione diffusa di eventi, manifestazioni, ordini e prenotazioni sia in ambito turistico che business nonché alla mancata o ritardata consegna di merce al cliente.

E' fuor di dubbio che una minore propensione a viaggiare sia intrinsecamente connessa alla paura ed è da non trascurare il fatto che, secondo quanto riportato da The Data Appeal Company, le conversazioni online a livello mondiale dimostrano un *sentiment* per il nostro Paese piuttosto negativo, parliamo del 71%, dettato soprattutto da paura e preoccupazione.

Il brand Italia è in pericolo e quando la crisi sarà superata il comparto turistico dovrà più che "ricostruire", "costruire" un modello di business in grado di cogliere le nuove opportunità del mercato. La chiave, dopo il chiaro fallimento delle frettolose strategie di comunicazione seguite allo scoppio dell'epidemia in Italia, è guardare al medio – lungo periodo con un ripensamento della presenza del pianeta *hospitality* nel mondo digitale. Il momento pare essere propizio per affinare le proprie dotazioni digitali, la propria presenza online e le strategie di comunicazione e promozione.

Anche in Sicilia, il settore turistico e ricettivo è probabilmente uno tra i più colpiti dalla emergenza Covid-19: non solo agenzie viaggi e tour operator, ma anche strutture alberghiere e extra-alberghiere sono quasi al tracollo, come emerge dall'analisi dei dati provvisori disponibili presso l'Osservatorio Turistico regionale. Questi ultimi, nei primi mesi del 2020 hanno rilevato, per il mese di marzo una contrazione del 79,4% nelle presenze complessive rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, che, in rapida progressione, giunge nel mese di aprile a quota 97%, con perdite prossime al 100% se si guarda alla sola componente straniera (sia in termini di arrivi che di presenze) che storicamente traina il comparto turistico regionale. Nonostante l'alleggerimento delle misure di contenimento del contagio poste in essere nei mesi immediatamente precedenti la stagione estiva abbiano in qualche misura contribuito a rallentare il trend appena descritto, va tuttavia rilevato che ad agosto 2020 le presenze registrate in Sicilia hanno fatto rilevare una perdita 37,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Sebbene per il mercato siciliano il trend degli ultimi anni conferma che i turisti stranieri sono la fetta di mercato più redditizia (tra il 2017 e il 2019 almeno la metà delle presenze complessive in Sicilia sono provenienti dal mercato straniero), nell'ipotesi che l'emergenza coronavirus possa rallentare la libera circolazione dei turisti per un tempo ancora abbastanza lungo, e partendo dalla necessità di garantire un'offerta in sicurezza per fronteggiare il *lockdown* psicologico, in una prima fase si potrebbe puntare maggiormente sul turismo italiano ovvero potrebbero essere i turisti "autoctoni" (flussi di viaggiatori italiani che hanno trascorso una vacanza in Italia o all'estero) quelli sui quali, in base ai dati raccolti e analizzati dall'Istituto Demoskopika, potrebbe partire la ripresa: 84,9 milioni di arrivi e ben 275 milioni di presenze che potrebbero dare una "boccata d'ossigeno" all'intero comparto. Ogni anno infatti sono circa 85 milioni i flussi degli arrivi turistici movimentati dagli italiani: 21,1 milioni sono gli "esterofili" ovvero i turisti italiani che ogni anno in media scelgono l'estero per le vacanze, 49,2 milioni rappresentano il gruppo dei "nazionalisti" ovvero di coloro che ogni anno in media scelgono di trascorrere le vacanze in Italia ma non nella loro regione di residenza e, infine, 14,6 milioni il cluster degli "identitari" ovvero i turisti italiani che scelgono di trascorrere le vacanze nella propria regione di residenza. Movimenti rilevanti su cui puntare per la stagione in corso, resi ancora più evidenti dalle presenze turistiche che potrebbero generare: quasi 275 milioni di cui 66,5 milioni dai turisti estero-fili, 161,4 milioni dal gruppo dei nazionalisti e, infine, 46,9 milioni dagli identitari. I vantaggi – si legge ancora dallo studio – non sarebbero di poco conto. Se gli italiani che hanno trascorso le vacanze all'estero optassero

quest'anno per l'Italia, così come l'emergenza da coronavirus fa al momento presumere, le presenze potrebbero compensare la perdita dei turisti stranieri almeno del 30%, valore che per la Sicilia si attesterebbe al 15% nell'ipotesi che per la Sicilia oltre 1 milione di presenze di turisti italiani "esterofili" (che equivale al 15% delle presenze straniere in Sicilia) opti per restare in Sicilia.

Per quanto riguarda il cosiddetto turismo "identitario" - costituito da coloro che amano trascorrere le vacanze nel territorio dove risiedono - sembrano invece incoraggianti i dati di Sicilia e Sardegna. In base al T.A.TU.R ovvero il tasso di appartenenza turistica regionale proposto dall'indagine di Demoskopika quale rapporto dei turisti che trascorrono la vacanza nella regione di residenza sul totale dei vacanzieri residenti di quella regione, a conquistare la vetta, infatti, sono le due isole maggiori. In particolare, la Sardegna che, con il 39,54%, presenta il più elevato livello di appartenenza turistica: su un totale di 1,3 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 534 mila (identitari) si sono "consumati" in territorio sardo, e la Sicilia che, con il 35,66%, presenta il più elevato livello di appartenenza turistica: su un totale di 3,6 milioni di arrivi generati dai turisti autoctoni mediamente in un anno, ben 1,3 milioni (identitari) si sono "consumati" in territorio siciliano.

Considerando inoltre l'analisi della fase di ripresa dal contesto emergenziale e delle informazioni raccolte durante la stagione estiva 2020 in fase di conclusione è stato effettuato un contestuale aggiornamento dei prezzi di acquisto dei servizi oggetto dell'intervento e una revisione complessiva dei numeri totali di servizi in questione.

### **3. L'intervento**

Partendo dal presupposto che è alla base della conclusione dell'analisi di contesto sopra riportata, ovvero che saranno premiati i territori in grado di trattenere, attraverso un'adeguata offerta di mercato, il turista autoctono, l'Assessorato Turismo ha deciso di intraprendere un'imponente azione di promozione del "mercato" Sicilia attraverso un intervento, del valore oggi stimato di € 74.900.000 mettendo in campo un'azione che, attraverso l'utilizzo di *voucher* per offerta gratuita di posti letto, servizi aggiuntivi, e acquisto di biglietti aerei (condizionati comunque alla assenza delle restrizioni normative in tema di libera circolazione tra le regioni), stimoli la domanda incentivando la propensione a viaggiare del potenziale turista, e al contempo sia in grado di immettere liquidità al sistema dell'offerta, oggi particolarmente colpito dalle misure di *lockdown* messe in campo per contenere l'emergenza da Covid-19.

L'intervento prevede un'articolazione distinta nei seguenti step procedurali:

- Il Dipartimento Turismo procede a pubblicare – anche dandone opportuna pubblicità tramite la GUUE - un avviso per ricevere le manifestazioni di interesse da parte degli operatori dai quali acquistare un numero complessivo di posti letto, pari al totale di quelli disponibili ad un prezzo medio diverso per categorie di struttura ricettiva per un totale di tre notti, nonché un altro avviso per ricevere le manifestazioni d'interesse per acquistare i servizi professionali di guide turistiche e/o accompagnatori autorizzati, di escursioni organizzate dalle agenzie di viaggio/tour operator e servizi di *diving* da offrire sul mercato sotto forma di *voucher*.
- Il Dipartimento Turismo, dopo aver mappato le compagnie aeree che volano con destinazione Sicilia (aeroporti di Palermo, Catania, Trapani, Comiso, Lampedusa e Pantelleria) procede per il tramite di TO ovvero ADV ad acquistare un certo numero di buoni sconto da offrire come voucher al turista che acquista presso suddetti soggetti i biglietti aerei con destinazione Sicilia.

- Il Dipartimento Turismo procede a pubblicare – anche in questo caso dandone opportuna pubblicità tramite la GUUE - un avviso per ricevere le manifestazioni di interesse degli operatori agenzie di viaggio e/o tour operator accreditati che distribuiranno i *voucher* ai turisti. L'utilizzo dei *voucher* sarà condizionato da precise regole di ingaggio, di cui la più importante sarà quella che per poter usufruire di una notte gratuita il turista dovrà prenotare e pagare almeno altre due notti in strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere del territorio siciliano che abbiano la stessa categoria di appartenenza o al massimo una sola categoria di differenza rispetto a quella della struttura che verrà fruita nell'ambito del *voucher*.
- Il Dipartimento Turismo supporterà la promozione dell'iniziativa attraverso una campagna mirata su mezzi tradizionali e su mezzi digitali, primo fra tutti il sito turistico della regione Siciliana [www.visitsicily.info](http://www.visitsicily.info) per tutta la durata dell'intervento. In apposita sezione del sito web infatti, saranno specificate le modalità di funzionamento dell'iniziativa "See Sicily", il regolamento e le modalità di acquisizione dei *voucher*, l'elenco completo di tutte le agenzie/tour operator a cui il turista potrà rivolgersi e saranno attivati tutti gli strumenti social già in uso al Dipartimento del Turismo. In particolare, il Dipartimento ha già avviato una specifica campagna di comunicazione per promuovere il brand Sicilia fidelizzando i turisti, anche attraverso la creazione del claim "Sicilia your happy island" e del relativo logo.

Il Dipartimento si è dotato, con il supporto dell'ARIT, di una piattaforma gestionale collegata anche al sito web [www.visitsicily.info](http://www.visitsicily.info), attraverso la quale potrà monitorare tutto il processo di creazione, gestione ed erogazione dei *voucher*: dall'acquisizione delle istanze da parte dei fornitori dei servizi, alla gestione ed erogazione del voucher da parte delle agenzie di viaggio/tour operator che avranno manifestato interesse a partecipare all'intervento e che saranno abilitati all'utilizzo dell'interfaccia di prenotazione e acquisto *voucher* della piattaforma. La piattaforma consentirà all'Amministrazione il monitoraggio fisico e procedurale dell'intervento: Inoltre sarà previsto un invio massivo al sistema Caronte di tutti i dati utili a garantire anche le procedure di rendicontazione delle somme erogate. Infine, grazie ai dati raccolti dalla piattaforma, l'Amministrazione si doterà di un importante set di informazioni strategico al fine di intraprendere nuove campagne di promozione del sistema turistico siciliano.

**Il costo complessivo dell'intervento è pari ad € 74.900.000,00 suddivisi nelle seguenti macro voci di spesa:**

Servizio	descrizione	Valore
<b>Voucher - pernottamenti</b>	acquisto pernottamenti	37.257.570,00
<b>Voucher – escursioni e servizi</b>	acquisto servizi di guida turistica ed escursioni	18.160.620,00
<b>Voucher – sconto sui Voli</b>	acquisto di uno sconto sui biglietti aerei coupon	13.000.000,00
<b>Ticket ingresso musei</b>	rimborso aggio biglietti al Dip BB.CC	1.593.000,00
<b>Promozione intervento</b>	attività promozione	4.888.810,00
		<b>74.900.000,00</b>

#### **4. I risultati attesi**

Con questo intervento l'Assessorato del Turismo auspica di raggiungere i seguenti risultati attesi:

- Con la campagna promozionale "See Sicily" il risultato atteso sarà quello di rafforzare la conoscenza del brand Sicilia, integrando ai concetti di solito collegati alla destinazione Sicilia anche quello di **meta sicura**, molto importante in questo momento di crisi. La

campagna servirà infatti a far percepire al turista la Sicilia come meta sicura, perché, a differenza delle regioni del Nord Italia, ha mantenuto e continua a mantenere numeri rassicuranti rispetto agli effetti determinati dal Covid-19. Inoltre sarà cura del Dipartimento Turismo evidenziare che l'accoglienza in Sicilia segue scrupolosamente tutte le indicazioni sulla regolamentazione prescritta dall'OMS. Ci si aspetta che la percezione di sicurezza abbia come effetto diretto l'aumento della propensione a viaggiare.

- Alla campagna promozionale imperniata sul tema “Sicilia Sicura” farà subito seguito quella legata alla promozione dei *voucher* attraverso una campagna di accoglienza e opportunità di viaggio in Sicilia, in quanto terra da vedere, visitare, scoprire. A riprova dell'efficacia di questa campagna *voucher*, il riscontro mediatico internazionale della semplice volontà della Regione di mettere in piedi questo intervento che ha portato alla pubblicazione dell'iniziativa su diverse testate nazionali ed estere che dimostrano l'interesse “spontaneo” dei mass media, in grado di fare da volano per incrementare la notorietà del brand Sicilia.
- Il più importante risultato atteso da questa iniziativa sarà quello di incrementare il numero di turisti italiani che scelgono la Sicilia (aggregando ad es. la quota di mercato di quelli che usualmente viaggiano all'estero) con il diretto effetto di poter sopperire nel medio termine e in attesa che si possa aprire la Sicilia anche al turista straniero, almeno in parte, alla perdita della quota di presenze di turisti stranieri, che nel periodo di emergenza e post emergenza si prevede non possano arrivare in Sicilia per la chiusura dei confini, ma anche in un secondo momento per la inevitabile riduzione delle tratte aeree e per la paura di intraprendere un viaggio “internazionale”.
- L'iniziativa dei voucher permetterà, infine, di iniettare nuova liquidità nel sistema dell'offerta turistica siciliana e consentire un traghettamento delle strutture e dell'indotto turistico verso la riapertura di tutti i mercati che verosimilmente non avverrà prima del prossimo anno.

## 5. I voucher

I voucher previsti dal presente intervento includeranno i seguenti servizi:

1. pernottamenti presso una struttura ricettiva alberghiera o extra-alberghiera registrata in [Turist@t](mailto:Turist@t);
2. visite guidate (rese da guide turistiche, guide alpine e guide subacquee e operatori turistici iscritti nei rispettivi Albi professionali);
3. escursioni e servizi accessori connessi organizzati dalle agenzie di viaggio/tour operator iscritti negli Albi regionali;
4. sconti sul prezzo dei biglietti aerei.

Il numero totale previsto dei pernottamenti che saranno acquistati da parte della Regione è di circa 635.000. Considerando il report Istat “Viaggi e Vacanza in Italia e all'estero | Anno 2019” del 10/2/2020 la percentuale di escursioni effettuate dai turisti in Italia è di circa il 26%. Si è quindi scelto di procedere all'acquisto di circa 157.000 escursioni.

Sempre per la stessa ricerca si ha evidenza che la divisione tra i viaggi FIT (49%) e quelli di GRUPPO (51%) è praticamente equi distribuita. Considerando le disposizioni per i viaggi di gruppo attualmente in corso i “gruppi” sono limitati ad un massimo di 10 partecipanti. Considerando quindi un bacino di 320.000 “turisti di gruppo” si procederà all'acquisto di circa 33.000 servizi guida (turistica, vulcanologica, subacquea e accompagnatori).

Inoltre, il turista in possesso di un *voucher*, ha diritto ad usufruire di un ingresso gratuito a poli museali e monumentali, cosiddetti “luoghi della cultura” della Regione Siciliana, grazie ad un accordo interdipartimentale stipulato tra il Dipartimento dei Beni Culturali e Ambientali e dell'Identità Siciliana e il Dipartimento Turismo, con cui quest'ultimo si impegna a corrispondere al Dipartimento Beni Culturali l'aggio su 600.000 biglietti di ingresso ai “luoghi della cultura”.

Il turista che vorrà venire in Sicilia per le sue vacanze avrà la possibilità, acquistando due notti in Sicilia, oltre alla terza che è gratuita e compresa nel *voucher*, di poter abbinare un servizio di guida turistica o subacquea e un servizio di escursione o diving, usufruendo anche dello sconto sull'acquisto del biglietto aereo per la tratta che ha come destinazione finale la Sicilia e di un ingresso gratuito ai "luoghi della cultura". Il turista può quindi, comporre il voucher a suo piacimento, partendo dall'acquisto dei tre giorni di pernottamento e decidendo di aggiungere, uno per tipologia, anche i servizi che lo interessano e che sono disponibili in piattaforma.

Il turista acquista il *voucher* dalle agenzie/tour operator che avranno aderito all'iniziativa il cui elenco sarà reso pubblico dal Dipartimento Turismo nel portale dedicato.

Le agenzie di viaggio/tour operator, registrandosi alla piattaforma gestionale di cui si è dotata l'Amministrazione regionale, potranno comporre il miglior pacchetto turistico richiesto dal turista utilizzando i servizi acquistati dalla Regione, che verranno preventivamente mappati e caricati dentro il gestionale.

L'intervento avrà inizio nel momento in cui l'Amministrazione avvierà le procedure di acquisizione dei servizi ai sensi della Direttiva 24/2014 e del D. Lgs 50/2016 dalle strutture ricettive e dagli operatori di cui alla tabella sotto riportata e vedrà il momento principale della fase attuativa allorché i servizi saranno stati acquistati e resi fruibili sulla piattaforma dove potranno essere utilizzati dagli agenti di viaggio/tour operator attraverso lo strumento informatico/gestionale per la costruzione dei pacchetti singoli o di gruppo. L'utilizzo dei servizi sarà comunque subordinato all'acquisto da parte del turista di un pacchetto che sia comprensivo di almeno tre pernottamenti oltre che degli eventuali servizi. L'iniziativa promozionale dovrà concludersi entro il 30 settembre 2022.

L'Assessorato svolgerà anche dopo la chiusura dell'intervento un'azione di monitoraggio sugli effetti della campagna e vigilerà, come organo tutorio sulle agenzie di viaggio/TO, adottando eventuali misure sanzionatorie ove dovessero rilevarsi inadempimenti o comportamenti difformi.

I servizi acquistati che dovessero risultare non fruiti nell'ambito della campagna promozionale saranno utilizzati dall'Assessorato per offrire servizi di ospitalità a giornalisti, blogger, etc. sempre ai fini del rafforzamento del *brand*. Indipendentemente dal suo avvio, l'intervento mantiene la sua valenza strategica in termini di destagionalizzazione dell'offerta turistica e di promozione della destinazione Sicilia per tutta la durata dell'intervento stesso. Il monitoraggio sistematico dei pernottamenti e dei servizi connessi, realizzato attraverso l'utilizzo della piattaforma, consente in ogni momento al Dipartimento di rimodulare le risorse così come previste nella tabella che segue al fine di utilizzare l'intera dotazione dell'intervento.

<i>CATEGORIA</i>	<i>CAMERE</i>	<i>SERVIZIO</i>	<i>TOTALE SERVIZIO</i>	<i>PREZZO ACQUISTO</i>	<i>TOTALE</i>
1 stella	839	Posto Letto	1516	25 €	37.900,00 €
2 stelle	2084	Posto Letto	3977	40 €	159.080,00 €
3 stelle	13832	Posto Letto	29653	60 €	1.779.180,00 €
4 stelle	23767	Posto Letto	55400	85 €	4.709.000,00 €
5 stelle	3483	Posto Letto	8134	100 €	813.400,00 €
TOTALE RTA	3676	Posto Letto	11699	60 €	701.940,00 €
TOTALE ALB. DIFF.	146	Posto Letto	312	27 €	8.424,00 €
TOTALE MOTEL	48	Posto Letto	102	40 €	4.080,00 €
VILLAGGI TURISTICI E VILLAGGI ALBERGO	7130	Posto Letto	21033	60 €	1.261.980,00 €
AFFITTACAMERE	4126	Posto Letto	9638	60 €	578.280,00 €
CAMPEGGI	7099	Posto Letto	22348	15 €	335.220,00 €
CASAVACANZA	4841	Posto Letto	14090	50 €	704.500,00 €
CASA PER FERIE	896	Posto Letto	1761	40 €	70.440,00 €
TURISMO RURALE	1633	Posto Letto	3878	25 €	96.950,00 €
AGRITURISMO	2524	Posto Letto	6534	25 €	163.350,00 €
OSTELLI	183	Posto Letto	622	15 €	9.330,00 €
RIFUGI	62	Posto Letto	186	40 €	7.440,00 €
B&B	9773	Posto Letto	21276	46 €	978.696,00 €
<b>TOTALE</b>	<b>86142</b>		<b>212159</b>		<b>12.419.190,00</b>
<b>TOTALE * 3</b>	<b>258426</b>		<b>636477</b>		<b>37.257.570,00</b>
<i>CATEGORIA</i>	<i>NUMERO ADDETTI</i>	<i>SERVIZIO</i>	<i>TOTALE SERVIZIO</i>	<i>PREZZO ACQUISTO</i>	<i>TOTALE</i>
Guide Turistiche	1159	Tour HD	13908	150 €	2.086.200,00 €
Accompagnatori	670	Tour HD	8040	143 €	1.149.720,00 €
Guide Subacquee	261	Immersione	7830	60 €	469.800,00 €
Guide Alpine	60	Tour FD	480	240 €	115.200,00 €
Diving	81	Immersioni/battesimo del mare	3645	60 €	218.700,00 €
Agenzie di Viaggio	1046	Escursione HD	156900	90 €	14.121.000,00 €
<b>TOTALE</b>					<b>18.160.620,00 €</b>
Biglietti "luoghi della cultura"		aggio (29,5%)	600000	2,655 €	1.593.000,00 €
Promozione					4.888.810,00 €
Sconto su acquisto biglietti aerei					13.000.000,00 €
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>					<b>74.900.000,00</b>

## **5. La distribuzione**

Alle agenzie di viaggio/tour operator verrà dato il compito di distribuire i voucher ai turisti finali. Nel portale web [www.visitsicily.info](http://www.visitsicily.info) il Dipartimento Turismo pubblicherà l'elenco delle agenzie aderenti all'iniziativa unitamente all'elenco delle strutture ricettive, degli operatori e dei "luoghi della cultura", oltre che il regolamento per il corretto utilizzo dei voucher.

Sarà compito dell'agenzia di viaggio/tour operator, utilizzando la piattaforma gestionale realizzata nell'ambito del intervento, comporre il pacchetto richiesto dal turista: le altre due notti vincolate all'utilizzo del voucher (da associare alla prima notte in omaggio) potranno essere acquistate in qualsiasi struttura ricettiva, anche diversa da quella offerta dal voucher (ma al massimo di una sola categoria di differenza rispetto a quella fruita con il voucher), con l'obbligo che l'agenzia di viaggio non applichi la sua *fee* sui servizi acquistati dalla Regione Siciliana.

## **6. La promozione**

Il Dipartimento Turismo metterà in campo la campagna promozionale "See Sicily" ed i relativi voucher attraverso il portale web [www.visitsicily.info](http://www.visitsicily.info), i canali social già attivi e in uso al Dipartimento, e attraverso ogni utile iniziativa compresa la stampa di materiale editoriale.

L'intervento, oltre che la realizzazione attraverso l'affidamento di servizi di sviluppo *software* della piattaforma regionale collegata al portale web [www.visitsicily.info](http://www.visitsicily.info), potrà prevedere anche la realizzazione di un'*app*.

## **7. Le procedure amministrative da mettere in campo**

La promozione del "mercato" Sicilia, perseguita con l'intervento "See Sicily", viene realizzata attraverso l'acquisto di servizi turistici di varia natura, dietro pagamento di un corrispettivo predeterminato in base ai parametri sopra specificati agli operatori economici disponibili a rendere il servizio.

In via preliminare va quindi evidenziato che proprio la previsione di attivare l'intervento al fine di raggiungere un interesse dell'Amministrazione e di applicare un corrispettivo di acquisto al valore di mercato, a fronte dell'esecuzione di una prestazione, consacra la natura contrattuale sinallagmatica delle acquisizioni e garantisce la non assoggettabilità delle azioni esaminate alla disciplina dell'art. 107, par. 1 TFUE.

Trova applicazione, quindi, al caso di specie, la disciplina di cui alla Direttiva 2014/24/UE e di cui al D.Lgs 50/2016, in materia di acquisizione di servizi.

In linea generale, fermi gli adattamenti delle procedure alle esigenze specifiche che possono emergere nel corso dell'attuazione dell'intervento, verranno attuate le seguenti procedure:

- procedura volta all'individuazione degli operatori economici (strutture ricettive) dai quali acquisire servizi turistici di pernottamento;
- procedura volta all'individuazione degli operatori economici (guide turistiche, accompagnatori turistici, guide alpine e vulcanologiche, diving e guide subacquee) dai quali acquisire servizi turistici di guida, accompagnamento ed immersione;
- procedura volta all'individuazione degli operatori economici (agenzie di viaggio e tour operator) dai quali acquisire servizi turistici di escursione;
- procedura volta all'individuazione degli operatori economici (agenzie di viaggio e tour operator) disponibili ad effettuare tutte le operazioni necessarie all'erogazione dei voucher ai turisti attraverso la creazione di "pacchetti turistici";

- procedura volta all'individuazione delle compagnie aeree che gestiscono tratte con destinazione Sicilia finalizzata all'acquisto di uno sconto che il turista finale potrà sfruttare nell'ambito dei voucher.

Trattasi, in particolare per ciascuna tipologia di servizio e di procedura, di appalti discendenti da un progetto unitario, da realizzarsi esclusivamente – non essendo stata prevista né apparendo prevedibile altra modalità di attuazione - mediante plurimi affidamenti in favore di altrettanti operatori economici che non configurano frazionamento artificioso ai sensi dell'art. 51 comma 1 D.Lgs 50/2016, atteso che la peculiarità delle disposizioni e degli atti a monte ad oggi adottati, nonché dei servizi oggetto delle procedure attivate per le finalità predeterminate, di per sé esclude la possibilità che gli stessi possano essere resi da un unico operatore economico.

Ed infatti, in tal senso i servizi erogati da ciascun operatore economico, stante la strategia ed obiettivi dell'intero progetto, presentano – ciascuno pro quota rispetto all'unitarietà dell'intervento - il carattere dell'infungibilità, configurandosi rispetto all'intero intervento l'assenza della concorrenza per motivi tecnici dati proprio dalla modalità con la quale è stato pensato il progetto. Infungibilità riconoscibile nella quota di servizio reso e nel ruolo di ciascun operatore cui l'Amministrazione richiederà la erogazione della prestazione ai fini del, soddisfacimento del bisogno espresso.

Al riguardo, la procedura più confacente agli obiettivi progettuali è quella negoziata senza previa pubblicazione di bando di gara di cui all'art. 32, comma 2, lett. b), ii) della Direttiva 24/2014 e di cui all'art. 63, comma 2, lett. b), 2) del D.lgs. 50/2016.

L'articolo 32 della Direttiva 24/2014 “Uso della procedura negoziata senza previa pubblicazione”, dispone che *“Nel caso degli appalti pubblici di lavori, forniture e servizi, la procedura negoziata senza previa pubblicazione può essere utilizzata nei casi seguenti: [...] b) quando i lavori, le forniture o i servizi possono essere forniti unicamente da un determinato operatore economico per una delle seguenti ragioni: [...] ii) la concorrenza è assente per motivi tecnici; [...] Le eccezioni di cui ai punti ii) e iii) si applicano solo quando non esistono sostituti o alternative ragionevoli e l'assenza di concorrenza non è il risultato di una limitazione artificiale dei parametri dell'appalto”*.

Di medesimo tenore è il disposto dell'art. 63 del D.lgs. 50/2016.

Il “motivo tecnico”, nel caso di specie, risiede nel fatto che così come impostato ed apprezzato dalla Giunta Regionale l'intervento di promozione turistica “See Sicily”, che è coerente con l'Azione 6.8.3 del PO FESR 2014-2020 ed incardinato nel Piano Operativo Annuale 2020, approvato con DA n.1579 del 21 luglio 2020, possiede per l'attuazione gli elementi dell'infungibilità connessa alla realizzabilità rispetto all'oggetto dei servizi richiesti. L'elemento dirimente non è pertanto soggettivo cioè riferito all'operatore economico ma oggettivo ovvero relativo al servizio oggetto di affidamento che può essere perseguito esclusivamente mediante il coinvolgimento di tutti gli operatori, ciascuno per la propria quota, necessario ed insostituibile al fine del raggiungimento dell'interesse pubblico e del soddisfacimento del fabbisogno a monte dell'intervento.

Pertanto, l'intervento See Sicily può trovare piena attuazione soltanto attraverso il ricorso a plurimi affidamenti nei sensi sopra rappresentati.

Al fine di garantire adeguati standard di pubblicità verranno pubblicati in GUUE, per ciascuna procedura, gli avvisi volontari per la trasparenza ex ante volti a dare notizia della successiva

modalità di affidamento ai sensi dell'art. 32 della Direttiva citata e dell'art. 63 del D.lgs 50/2016, senza previa pubblicazione del bando di gara poiché la concorrenza è assente per motivi tecnici nonché, soprattutto, per la previa individuazione, a livello comunitario, dei soggetti che aderendo all'Avviso per manifestazione di interesse ed avendone i requisiti potranno erogare i servizi in favore dell'Amministrazione.