

Deliberazione della Giunta Regionale 17 marzo 2014, n. 42-7267

**L.R. 75/96 "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica" - secondo trimestre 2014.**

A relazione dell'Assessore Cirio:

Nell'ambito delle attività di promozione, accoglienza e informazione turistica, è competenza della Regione, ai sensi dell'art. 2 della l.r. 75/96, definire sia gli interventi di promozione che le attività di pubblicità e di propaganda turistica, nonché predisporre i programmi pluriennali e annuali ai sensi dell'art. 3 della l.r. 75/96.

La Giunta regionale, in ottemperanza a quanto stabilito dalla normativa vigente, con D.G.R. n. 12-4069 del 02/07/2012 ha formalizzato l'approvazione delle "Linee guida per la predisposizione del Programma pluriennale di indirizzo e coordinamento 2013-2015" di indirizzo per la programmazione annuale nonché di coordinamento per la definizione e l'attuazione di azioni promozionali, di organizzazione dell'accoglienza e dell'informazione turistica proprie e/o realizzate dal sistema turistico locale nonché di tutto quanto specificato dall'art. 3, comma 2, della L.R. 75/1996.

La suindicata DGR è, pertanto, propedeutica alla stesura e adozione, con pari atto della Giunta regionale, seguito dall'approvazione da parte del Consiglio regionale, del citato Programma Pluriennale 2013-2015, il cui schema finale è stato predisposto da Sviluppo Piemonte Turismo s.r.l., società "*in house providing*" della Regione Piemonte, incaricata con determinazione dirigenziale n. 504 del 21.09.2012 della sua stesura.

Lo schema finale del citato Programma Pluriennale 2013-2015, sviluppato secondo le indicazioni regionali da Sviluppo Piemonte Turismo s.r.l., sarà oggetto, a breve, di consultazioni con gli *stakeholder* per la predisposizione del testo definitivo da sottoporre all'iter di approvazione da parte della Giunta e del Consiglio regionale.

In attesa dello svolgimento di tale iter conclusivo, si rende comunque necessario procedere alla definizione ed approvazione, da parte della Giunta regionale, di un "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica", affinché le risorse stanziare sul Bilancio 2014 (cap. 140699) per le attività di promozione turistica e assegnate con D.G.R. n. 2-7080 del 10.02.2014 "Prima assegnazione delle risorse finanziarie sul bilancio di previsione per l'anno finanziario 2014" possano contribuire a sostenere le eccellenze e i prodotti turistici della regione, favorendo l'aumento e comunque il consolidamento dei flussi turistici.

Tale necessità scaturisce ed è particolarmente urgente stante gli importanti appuntamenti che attendono il turismo piemontese, quali l'Expo Milano 2015.

Con l'Expo 2015, il nostro paese sarà nuovamente e fortemente impegnato nella realizzazione di un grande evento che ancora una volta lo porrà nella vetrina dello scenario internazionale e il cui successo potrà determinare uno slancio propulsivo sul quale basare le strategie di crescita, anche turistiche, sui mercati internazionali.

In tale scenario il Piemonte, territorio limitrofo alla sede di Expo 2015 - evento da cui si attendono circa 20 milioni di visitatori, può contribuire al successo del sistema Paese e di se stesso sfruttando

l'Esposizione universale quale vetrina internazionale delle proprie eccellenze da cui poter cogliere le ricadute negli anni futuri.

Nell'anno dell'Expo, in Piemonte, sono programmati altri eventi di grande richiamo internazionale, di natura religiosa ma di indubbia valenza turistica, quali il 200° anniversario dei natali di San Giovanni Bosco (16/08/2014-15/08/2015), l'Ostensione della Sacra Sindone (19/04 - 24/06/2015), la Passione di Sordevolo (giugno - settembre 2015), l'anniversario dei 100 anni dalla costituzione della Famiglia Paolina da parte di Don Giacomo Alberione, senza contare la prevista visita del Pontefice, in occasione dell'Ostensione, che catalizzerà sul Piemonte l'attenzione e l'interesse di tutto il mondo cattolico e non solo: sicuramente un'opportunità irripetibile di visibilità e attrattività per la regione.

Complessivamente si tratta di eventi la cui importanza anche a fini turistici nonché la loro complessità organizzativa richiede l'avvio fin d'ora di specifiche azioni progettuali in tema di promozione turistica.

In particolare, per cogliere tali opportunità sul fronte turistico e porre le basi per agire sui paesi target al fine di incrementare l'*incomìng* verso il Piemonte, è necessario fin d'ora mettere in atto quelle azioni utili a promuovere e comunicare tali eventi.

Per tali ragioni, nell'allegato "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica – 2° trimestre 2014" (lettera A, Allegato1), sono individuate quelle attività che consentono, in tempo utile per l'importante vetrina turistico - religiosa che il Piemonte offrirà nel 2015, di sviluppare uno specifico programma promozionale e di *incomìng* a sostegno del turismo religioso, in cui trovano collocazione sia iniziative di promozione e di commercializzazione del prodotto turistico, quale la "Borsa dei Percorsi Devozionali di Oropa" (giugno 2014), sia di comunicazione e informazione, quale la "vetrina" rappresentata dal "Salone Internazionale del Libro" (maggio 2014) che quest'anno avrà come "paese ospite" la Città del Vaticano, proprio in funzione dei grandi eventi di natura devozionale che caratterizzeranno il Piemonte nel 2015.

Agli eventi sopra descritti di natura turistico-religiosa si aggiungono, nel suddetto "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica – 2° trimestre 2014", alcune altre iniziative previste in tale periodo, funzionali alla promozione di altre componenti importanti della restante offerta turistica del Piemonte, rivolte al grande pubblico nazionale (Festival della Montagna a Cuneo, 29/5/-2/6/2014 e 62° Raduno Nazionale Bersaglieri ad Asti, 3/8 giugno 2014 e), a cui si aggiunge, per ragioni di organizzazione logistica stante l'internazionalità dell'evento, la manifestazione degli Open d'Italia di Golf 2014 (28-31/8/2014) le cui attività sono da avviare sin da giugno del corrente anno, in ultimo l'importante Congresso Mondiale degli Editori (organizzato dall'Associazione degli Editori), che si terrà a Torino dal 9 all'11 giugno 2014.

In relazione agli "appuntamenti" di cui sopra, e con riferimento anche a quanto atteso nel 2015, è altrettanto urgente ed indifferibile dotarsi di strumenti di comunicazione multimediale atti a promuovere contestuali azioni pubblicitarie a sostegno degli eventi precedentemente descritti (lettera B, Allegato 1).

Risulta altresì strategico dare continuità alla partecipazione regionale a reti europee ed internazionali quali NECSTouR (adesione con DGR 23-4238 del 30/07/2012) e lo sviluppo dei sistemi *on line* per le attività b2b tra gli operatori turistici nazionali ed internazionali (*buyer*) e gli operatori turistici piemontesi (*seller*) (lettera C, Allegato 1).

Si ritiene pertanto indifferibile e urgente fornire quanto prima certezza al comparto turistico in merito a quali azioni e attività la Regione Piemonte intenda attuare almeno entro giugno del corrente anno per mantenere e, possibilmente, incrementare le proprie quote di flussi turistici oltre a fornire sostegno agli operatori del settore secondo le competenze in capo all'Ente.

Il "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica - 2° trimestre 2014" fornisce, pertanto, le indicazioni necessarie a sviluppare e mettere in atto gli interventi promozionali e le attività di comunicazione e di immagine in ambito turistico, urgenti ed indifferibili per le ragioni sopra esposte, individuando altresì i principali mercati sui quali tali attività devono essere realizzate, secondo quanto descritto nell'Allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento che contiene la descrizione delle seguenti Azioni:

- A) azioni di promozione e di comunicazione sviluppate anche in partenariato nell'ambito di grandi eventi e progetti di rilevanza regionale per la promozione del turismo culturale, religioso, enogastronomico, sportivo, turismo per tutti, ecc., idonei a valorizzare il territorio turistico piemontese;
- B) ideazione e produzione di materiali multimediali anche in funzione di EXPO 2015. Pubblicità multimediale;
- C) partecipazione a reti europee e internazionali; gestione *data base*;
- D) movimentazione e trasporto materiali turistico-promozionali e allestimenti.

Come precisato, le azioni di cui sopra riguardano i mercati nazionale ed estero. I mercati di riferimento sono stati individuati sia sulla base dei dati relativi ai flussi turistici verso il Piemonte nell'ultimo decennio, sia sulla base dei *trend* di crescita internazionali dell'*outgoing* per selezionare i nuovi mercati emergenti di interesse per la regione.

Detti mercati sono rappresentati: dai paesi europei, in particolare, Italia, Germania, Austria, Gran Bretagna, Irlanda, Francia, Principato di Monaco, Spagna, Olanda, Belgio, Lussemburgo, Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia, Polonia, Ungheria, Repubblica Ceca, Svizzera, Russia; dai paesi extraeuropei: Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, India, Argentina, Brasile, Cile, Messico, U.S.A., Canada, Australia, Turchia, Repubbliche Baltiche.

Le analisi effettuate sui dati di sintesi relativi ai flussi turistici verso il Piemonte nonché sulla spesa turistica hanno evidenziato un positivo ritorno economico in termini di efficacia ed efficienza dell'uso delle risorse regionali per la promozione e la comunicazione.

Il redigendo "Rapporto flussi turistici 2013", a cura dell'Osservatorio turistico regionale, conferma l'incremento delle presenze e degli arrivi turistici in Piemonte, rispettivamente, di circa il 40% e del 52%, registrato nel periodo 2003 – 2012.

I soggetti destinatari delle risorse che verranno investite per l'attuazione dell'insieme di azioni di cui al "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica" – 2° trimestre 2014, da attribuire secondo i disposti del D.lgs. 163/2006 e s.m.i., nel rispetto delle procedure di evidenza pubblica, sono individuati in: Enti, Società e Enti fieristici organizzatori di eventi – italiani ed esteri; ENIT; ditte di allestimento spazi espositivi; studi professionali di grafica e progettazione; società e ditte fornitrici di beni e di servizi connessi con lo svolgimento delle azioni previste; Agenzie stampa, di comunicazione; Consorzi Turistici, Enti e Società consortili, Fondazioni, Expo Milano 2015 SpA e collegate, Associazioni senza scopo di lucro.

La Direzione Cultura, Turismo e Sport competente per l'attività del presente "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica" 2° trimestre 2014 potrà avvalersi delle Società "in house providing" e gli Enti strumentali della Regione, nel rispetto della normativa in materia e dei relativi provvedimenti attuativi;

l'importo totale stimato complessivamente, per la realizzazione delle azioni sopra citate, è di € 526.000,00 e trova copertura nello stanziamento attribuito alla Direzione Cultura, Turismo e Sport dal bilancio regionale 2014 (UPB 18151) e nella corrispondente assegnazione (D.G.R. n. 2-7080 del 10.02.2014);

preso atto che la disponibilità effettiva di risorse sul cap. 140699/2014 destinabili alle azioni sopra elencate nonché meglio esplicitate nell'Allegato 1, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, ammonta a € 526.000,00;

vista la Legge regionale 5 febbraio 2014, n. 1 "Legge finanziaria per l'anno 2014";

vista la Legge regionale 5 febbraio 2014, n. 2 "Bilancio di previsione per l'anno finanziario 2014 e bilancio pluriennale per gli anni finanziari 2014-2016";

vista la D.G.R. 2-7080 del 10.02.2014 "Prima assegnazione delle risorse finanziarie sul bilancio di previsione per l'anno finanziario 2014";

dato atto che gli importi indicati nella colonna "previsione ripartizione risorse" di cui all'Allegato 1, sono al momento iscritti quale valore complessivo stimato, mentre l'esatto valore entità delle iniziative ivi descritte sarà definito mediante provvedimenti dirigenziali assunti nel rispetto dello stanziamento totale assegnato e della necessaria valutazione sulla congruità dei costi;

dato altresì atto che sono possibili compensazioni tra gli importi al momento stimati per le "attività di promozione turistica", come identificate nell'Allegato 1 (prima colonna), dalle lettere A), B), C),D), E);

sulla base di quanto sopra esposto;

la Giunta Regionale, con voti unanimi espressi nelle forme di legge,

*delibera*

➤ di approvare, per le motivazioni esposte in premessa, il "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica – 2° trimestre 2014", coerentemente con le finalità e gli indirizzi in materia di promozione, pubblicità e propaganda turistica ai sensi della l.r. n. 75/96, che si allega alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale (Allegato 1). I contenuti, in termini di indirizzo, del suddetto "Quadro di azioni" sono riferiti alle attività relative al secondo trimestre del presente anno o che debbano essere necessariamente avviate entro tale periodo nonché prevedano iniziative urgenti e indifferibili per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo turistico regionale;

➤ di dare attuazione agli indirizzi e alle azioni previsti nel "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica – 2° trimestre 2014" in argomento, demandando tali azioni alla Direzione regionale Cultura, Turismo e Sport - Settore Promozione Turistica;

➤ di dare atto che il valore stimato delle attività di cui al “Quadro di azioni” sopra citato è pari a € 526.000,00, onere che trova copertura nello stanziamento attribuito alla Direzione Cultura, Turismo e Sport dal bilancio regionale 2014, (UPB 18151 - cap. 140699) e nella relativa assegnazione di cui alla D.G.R. n. 2-7080 del 10.02.2014;

➤ di dare atto che gli importi indicati nella colonna “previsione ripartizione risorse” di cui all’Allegato 1, sono al momento iscritti quale valore complessivo stimato per ciascuna “azione” A), B), C), D), mentre l’esatto valore delle iniziative ivi descritte sarà definito mediante provvedimenti dirigenziali assunti nel rispetto dello stanziamento totale assegnato e della necessaria valutazione sulla congruità dei costi;

➤ di dare altresì atto che sono possibili compensazioni tra gli importi al momento stimati per le “attività di promozione turistica”, come identificate nell’Allegato 1 (prima colonna), dalle lettere A), B), C), D).

La presente deliberazione sarà pubblicata sul B.U. della Regione Piemonte ai sensi dell’art. 61 dello Statuto e dell’art. 5 della Legge regionale 12 ottobre 2010, n. 22.

(omissis)

Allegato

**QUADRO DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE TURISTICA - 2° TRIMESTRE 2014**  
 (cap. 140699/2014, risorse stanziare e già assegnate – D.G.R. n. 2 – 7080 del 10.02.2014)

MERCATI E ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA	DESCRIZIONE	PREVISIONE RIPARTIZIONE RISORSE
<p><b>Mercati di riferimento:</b>  <u>paesi europei</u>, in particolare, Italia, Germania, Austria, Gran Bretagna, Irlanda, Francia, Principato di Monaco, Svizzera, Spagna, Olanda, Belgio, Lussemburgo, Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia, Polonia, Ungheria, Repubblica Ceca, Russia;  <u>paesi extraeuropei</u>, Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, India, Argentina, Brasile, Cile, Messico, U.S.A., Canada, Australia, Turchia, Repubbliche Baltiche.</p> <p><b>A) Azioni di promozione e di comunicazione sviluppate anche in partenariato nell'ambito di grandi eventi e progetti di rilevanza regionale per la promozione del turismo culturale, religioso, enogastronomico, sportivo, turismo per tutti, ecc., idonei a valorizzare il territorio turistico piemontese.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo religioso:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ progetti in partenariato con le Agenzie Turistiche Locali nei cui territori si svolgono iniziative dedicate alla valorizzazione dell'offerta turistico-religiosa anche in occasione di importanti anniversari e celebrazioni (compresa la realizzazione della Borsa dei percorsi devozionali di Oropa – giugno 2014);</li> <li>➤ progetto in partenariato con la Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura, integrato con i precedenti, di valorizzazione dell'offerta turistico-religiosa comprensivo della partecipazione al XXVII Salone Internazionale del Libro 08 – 12 maggio 2014 e delle attività di comunicazione/informazione connesse;</li> </ul> </li> </ul>	<p align="center"><b>€400.000,00</b></p>

<p><b>B) Ideazione e produzione di materiali multimediali anche in funzione di EXPO 2015. Pubblicità multimediale</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festival della Montagna, Cuneo (29 maggio – 02 giugno 2014);</li> <li>• 62° Raduno Nazionale dei Bersaglieri, Asti (03 – 08 giugno 2014);</li> <li>• Congresso Mondiale degli Editori, Torino (09 – 11 giugno 2014);</li> <li>• Open d'Italia di Golf, Torino (28 – 31 agosto 2014).</li> </ul> <p>Publicazioni, brochure, flyer, materiale promo-pubblicitario, archivi fotografici, prodotti editoriali, produzione filmati e reportage, aggiornamento sito internet, cartine tematiche, collane/annuari (ricettività), guide turistiche. Pubblicità televisiva, radiofonica e web.</p>	<p>€ 88.000,00</p>
<p><b>C) Partecipazione a reti europee e internazionali; gestione <i>data base</i></b></p>	<p>Adesione 2014 alla rete europea NECSTouR Gestione sistema b2b “DB Contatti Turismo”</p>	<p>€ 3.000,00</p>
<p><b>D) Movimentazione e trasporto materiali turistico-promozionali e allestimenti</b></p>	<p>Servizio movimentazione e trasporto materiali turistico-promozionali e allestimenti (mediante selezione affidatario da effettuarsi ai sensi del D.lgs. n. 163/2006 e s.m.i.).</p>	<p>€ 35.000,00</p>
<p><b>TOTALE</b></p>		<p>€ 526.000,00</p>

## Partecipazione degli Operatori turistici piemontesi

1. Gli operatori turistici privati possono partecipare unitamente alla Regione alle manifestazioni espositive, fieristiche e borsistiche di carattere turistico, in ambito nazionale ed internazionale, secondo le modalità di adesione stabilite dai soggetti organizzatori delle stesse manifestazioni o comunque secondo criteri di coerenza con le caratteristiche/finalità di queste ultime e di rappresentatività nel segmento turistico di appartenenza (Consorzi turistici, operatori di "*in coming*", ecc.), svolgendo azioni di commercializzazione dei prodotti turistici regionali.
2. Gli operatori sopra indicati, ai fini della partecipazione alle manifestazioni in argomento, sono tenuti al pagamento delle spese di iscrizione e/o di compartecipazione secondo quanto disposto dal Regolamento CE 70/2001 della Commissione del 12.01.2001, art. 5, punto b). L'ammontare di tali oneri varia in relazione a quanto stabilito dai diversi soggetti organizzatori delle manifestazioni e può pertanto tradursi in una spesa forfetaria comprensiva di oneri diversi o in quota parte proporzionale delle spese sostenute dalla Regione per l'affitto/allestimento dell'area espositiva e servizi vari forniti.
3. Nel caso in cui un operatore turistico, dopo aver dato la propria adesione, deserti la manifestazione non potrà essere ospitato presso lo stand regionale dell'edizione o di altra manifestazione successiva. Tale disposizione non sarà applicata nei confronti dell'operatore nel caso in cui questi provveda a farsi carico della spesa sostenuta dalla Regione Piemonte per l'affitto del plateatico e dell'allestimento ad esso destinato per l'attività di contatti e di commercializzazione in misura pari almeno a 1,5 mq.