

Deliberazione della Giunta Regionale 11 luglio 2016, n. 43-3622

L.R. 75/96 "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il secondo semestre 2016".

A relazione dell'Assessore Parigi:

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.

Nelle more dell'approvazione da parte della Giunta regionale del "Programma pluriennale di indirizzo e coordinamento 2016-2018", 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, si rende comunque necessario procedere alla definizione ed approvazione, da parte della Giunta regionale, di un "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva", affinché le risorse stanziare sul competente cap. 140699 del bilancio regionale 2016 per le attività di promozione turistica e sportiva possano contribuire a sostenere le eccellenze e i prodotti turistici della regione.

Con D.G.R. n. 25 – 2839 del 25.01.2016 è stato approvato il "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il primo semestre 2016", coerentemente con le finalità e gli indirizzi in materia di promozione, pubblicità e propaganda turistica ai sensi della l.r. n. 75/96, i cui contenuti, in termini di indirizzo, sono riferiti alle attività relative al primo semestre del presente anno o che sono state necessariamente avviate entro tale periodo in quanto iniziative urgenti e indifferibili per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo turistico regionale.

L'approvazione del predetto "Quadro di azioni" ha trovato ampia motivazione altresì nella necessità di dare continuità, seppur con risorse fortemente ridotte rispetto al passato, alle attività che negli ultimi anni hanno consentito di portare le presenze turistiche in Piemonte a oltre 12 milioni, contribuendo così a migliorare il PIL regionale.

Pertanto, al fine di procedere nell'azione promozionale della Regione già indicata nel suddetto provvedimento, si rende opportuno oltre che necessario approvare il "Quadro di azioni" per il secondo semestre: da un lato dando continuità a quelle avviate nel semestre precedente con una serie di iniziative ed eventi che, per la loro importante valenza turistica e per la loro complessità organizzativa, richiedevano l'avvio tempestivo di specifiche azioni progettuali sul fronte promozionale, dall'altro cogliendo ogni opportunità e ponendo le basi per agire sui mercati e sui target, favorendo e possibilmente aumentando i flussi turistici verso il Piemonte.

Le linee di intervento promozionali e di comunicazione (con i principali mercati sui quali devono essere realizzate o sviluppate) indicate nel "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il secondo semestre 2016", allegato al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale, riguardano, principalmente, i seguenti ambiti:

A) Azioni di e interventi relativi alla promozione e commercializzazione turistica sul mercato italiano ed estero (partecipazione a Fiere e Borse Turistiche in Italia; manifestazioni turistiche sul

mercato europeo ed internazionale (preferibilmente in ambito ENIT – Agenzia Nazionale Italiana per il Turismo);

B) Azioni di promozione e di comunicazione sviluppate anche in compartecipazione con altri soggetti, nell'ambito di grandi eventi e progetti di rilevanza regionale per la promozione del turismo culturale, religioso, enogastronomico, sportivo, green, sostenibile, turismo per tutti, ecc., idonei a valorizzare il territorio turistico piemontese;

C) Azioni e interventi specifici previsti da progetti di sviluppo e di promozione turistica e sportiva sia regionali sia interregionali nonché europei (completamento e co-finanziamento dei progetti interregionali di cui alla legge 135/2001, art. 5, comma 5, e legge 296/06, art. 1, comma 1227, e assimilati) e partecipazione a reti europee e internazionali;

D) Azioni promozionali mediante l'organizzazione di educational e press tour, workshop, eventi e manifestazioni istituzionali;

E) Azioni promozionali-pubblicitarie, attraverso mass-media, acquisto di spazi promo pubblicitari su testate italiane ed estere, in relazione ai mercati e ai target di interesse per la promozione turistica e sportiva, produzione editoriale e multimediale, produzione filmati, traduzioni multilingua;

F) Sviluppo, adeguamento, implementazione dei siti web e gestione data base;

G) Attività di supporto alle azioni di promozione (magazzino e trasporti, logistica, ecc.).

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, Svizzera, Repubblica Ceca, Russia, Ucraina; paesi extraeuropei, Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, India, Argentina, Brasile, Cile, Messico, U.S.A., Canada, Australia, 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.

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 e sportiva per il secondo semestre 2016", da attribuire secondo i disposti del D.lgs. 50/2016 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, Associazioni senza scopo di lucro.

La Direzione Promozione della Cultura, del Turismo e dello Sport competente per l'attività del presente "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il secondo semestre 2016" potrà avvalersi delle Società "in house providing" e degli Enti strumentali della Regione, nel rispetto della normativa in materia e dei relativi provvedimenti attuativi;

dato atto che i conseguenti impegni finanziari per la Regione Piemonte sono stanziati e finanziati dalla legge regionale 6 aprile 2016, n. 6 "Bilancio di previsione finanziario 2016-2018" (missione 07 programma 1);

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 e/o 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), F), G);

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 e sportiva per il secondo semestre 2016", coerentemente con le finalità e gli indirizzi in materia di promozione, pubblicità e propaganda turistica ai sensi della l.r. n. 75/96, parte integrante e sostanziale alla presente deliberazione (Allegato 1).

I contenuti, in termini di indirizzo, del suddetto “Quadro di azioni” sono riferiti alle attività relative al secondo semestre 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 e sportiva per il secondo semestre 2016" in argomento, demandando tali azioni alla Direzione Promozione della Cultura, del Turismo e dello Sport - Settore Promozione Turistica e Sportiva;

➤ di dare atto che i conseguenti impegni finanziari per la Regione Piemonte sono stanziati e finanziati dalla legge regionale 6 aprile 2016, n. 6 “Bilancio di previsione finanziario 2016-2018” (missione 07 programma 1);

➤ di dare infine atto che la Direzione Promozione della Cultura, del Turismo e dello Sport competente per l’attività del presente “Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il secondo semestre 2016” potrà avvalersi, delle Società “*in house providing*” e degli Enti strumentali della Regione, nel rispetto della normativa in materia e dei relativi provvedimenti attuativi.

La presente deliberazione sarà pubblicata sul B.U. della Regione Piemonte ai sensi dell’art. 61 dello Statuto e dell’art. 5 della L.R. n. 22/2010 nonché ai sensi dell’art. 26 comma 1, del D.Lgs. n. 33/2013 nel sito istituzionale dell’ente, nella sezione “Amministrazione Trasparente”.

(omissis)

Allegato

QUADRO DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE TURISTICA E SPORTIVA - 2° SEMESTRE 2016

Allegato 1)

MERCATI E ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA	DESCRIZIONE	PREVISIONE RIPARTIZIONE RISORSE
<p>Mercati di riferimento: <u>paesi europei</u>, in particolare, Italia, Germania, Austria, Gran Bretagna, Irlanda, Francia, Principato di Monaco, Spagna, Olanda, Belgio, Lussemburgo, Svezia, Danimarca, Norvegia, Finlandia, Polonia, Ungheria, Svizzera, Repubblica Ceca, Russia, Ucraina; <u>paesi extraeuropei</u>, Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, India, Argentina, Brasile, Cile, Messico, U.S.A., Canada, Australia, Repubbliche Baltiche.</p> <p>A) Azioni di e interventi relativi alla promozione e commercializzazione turistica sul mercato italiano ed estero (partecipazione a Fiere e Borse Turistiche in Italia; manifestazioni turistiche sul mercato europeo ed internazionale (preferibilmente in ambito ENIT – Agenzia Nazionale Italiana per il Turismo).</p>	<p>Partecipazione a manifestazioni fieristiche sul mercato italiano:</p> <p><u>WTE – Salone Mondiale del Turismo Città e Siti Patrimonio Unesco</u> Luogo di svolgimento: Padova Data/periodo: 23/25 settembre 2016</p> <p><u>TTG Incontri</u> Luogo di svolgimento: Rimini Data/periodo: 13/15 ottobre 2016</p> <p>Partecipazione a manifestazioni fieristiche sul mercato europeo e internazionale, da realizzarsi prevalentemente in collaborazione con l'ENIT:</p>	<p>€ 400.000,00</p> <p>€ 320.000,00</p>

QUADRO DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE TURISTICA E SPORTIVA - 2° SEMESTRE 2016

Allegato 1)

<p>B) Azioni di promozione e di comunicazione sviluppate anche in compartecipazione con altri soggetti, nell'ambito di grandi eventi e progetti di rilevanza regionale per la promozione del turismo culturale, religioso, enogastronomico, sportivo, green, sostenibile, turismo per tutti, ecc., idonei a valorizzare il territorio turistico piemontese.</p>	<p><u>EUROBIKE</u> Luogo di svolgimento: Friedrichshafen (Germania) Data/periodo: 31 agosto / 4 settembre 2016</p> <p><u>JATA</u> Luogo di svolgimento: Tokyo Data/periodo: 22/25 settembre 2016</p> <p><u>WTM – World Travel Market</u> Luogo di svolgimento: Londra Data/periodo: 7/9 novembre 2016</p> <p>• <u>il sopra indicato elenco di partecipazione a manifestazioni fieristiche è indicativo e potrà essere realizzato totalmente alla luce della sufficienza delle risorse destinate.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Progetto sperimentale “Ferrovie Turistiche” (Ceva-Ormea); • Iniziative promozionali nel settore del turismo enogastronomico (tra cui l’86^ Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba; l’Asta del Tartufo); • Iniziative promozionali nel settore del turismo religioso e spirituale (ad es.: la Via Francigena); • Iniziative promozionali nel settore del turismo scolastico; • Progetto “turismabile – turismo per tutti”; • Completamento del progetto “Bandiere Arancioni” e “Borghi sostenibili del Piemonte”; 	<p>€ 500.000,00</p>
--	---	----------------------------

QUADRO DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE TURISTICA E SPORTIVA - 2° SEMESTRE 2016

Allegato 1)

<p>E) Azioni promozionali-pubblicitarie, attraverso mass-media, acquisto di spazi promozionari su testate italiane ed estere, in relazione ai mercati e ai target di interesse per la promozione turistica e sportiva, produzione editoriale e multimediale, produzione filmati, traduzioni multilingua.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di Antenne Piemonte sul mercato italiano e su alcuni mercati esteri di riferimento. • Iniziative di immagine coordinata e creazione di un nuovo marchio turistico territoriale; • Pubblicazioni, brochure, flyer, materiale promozionari, archivi fotografici, prodotti editoriali, traduzione testi, produzione filmati e reportage, cartine tematiche, collane/annuari (ricettività), guide turistiche; • Pubblicità televisiva, radiofonica e web. 	<p>€ 350.000,00</p>
<p>F) Sviluppo, adeguamento, implementazione dei siti web e gestione data base.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione sistema b2b "DB Contatti Turismo"; <i>big data</i>; • implementazione dei sistemi di rilevazione e analisi dati; • siti internet: aggiornamento e implementazione; • ideazione di un portale turistico-sportivo innovativo. 	<p>€ 178.000,00</p>
<p>G) Attività di supporto alle azioni di promozione (magazzino e trasporti, logistica, ecc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Immagazzinamento e distribuzione materiale promozionale; • Servizio movimentazione e trasporto materiali turistico-promozionali e allestimenti. 	<p>€ 50.000,00</p>
<p>TOTALE</p>		<p>€ 2.300.000,00</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 UE n. 1407/2013 della Commissione europea del 18/12/2013 e s.m.i.. 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, disertò 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.