

Deliberazione della Giunta Regionale 18 maggio 2015, n. 18-1440

L.R. 75/96 - Accordo di programma PIEMONTE EXPO 2015: "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015".

A relazione dell'Assessore Parigi:

Il Bilancio di previsione per l'anno 2015, approvato con L.R. n. 10/2015, prevede:

- nell'ambito dell'UPB A20101 il capitolo 140699 per la realizzazione di azioni di promozione e informazione turistica. Tale UPB prevede, inoltre, sufficiente disponibilità finanziaria per poter destinare a tali azioni la somma di € 1.500.000,00;
- nell'ambito dell'UPB A12001 il capitolo 137950 specificatamente destinato alle iniziative correlate ad EXPO 2015. Tale UPB prevede, inoltre, sufficiente disponibilità finanziaria per poter destinare alla realizzazione di tali iniziative € 519.680,00;

stante l'avvio di EXPO Milano 2015 e gli importanti appuntamenti che vedono impegnata la Regione sia nell'ambito del grande evento internazionale sia sul proprio territorio in funzione dei flussi turistici attesi, in particolare quale ricaduta dei milioni di visitatori che raggiungeranno il vicinissimo sito di EXPO, con il presente provvedimento si definiscono sia i criteri di indirizzo per l'utilizzo delle risorse sopra richiamate sia il conseguente "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015";

L'Esposizione di Milano rappresenta per il Piemonte un'imperdibile opportunità per presentare il meglio della propria offerta territoriale sia alle Delegazioni internazionali sia ai visitatori di EXPO potenziali turisti: un'occasione unica per promuovere e far conoscere il meglio delle proprie eccellenze produttive, ambientali, culturali e turistiche della nostra regione, di cui cogliere le ricadute positive negli anni futuri.

a tal fine la Regione il 31 marzo 2014 ha promosso e sottoscritto unitamente alla Città di Torino, a Unioncamere Piemonte e alla C.C.I.A.A. di Torino l'Accordo di programma per il "Coordinamento Interistituzionale del progetto PIEMONTE EXPO 2015";

L'Accordo prevede una Cabina di regia, costituita dai rappresentanti degli Enti sottoscrittori, a cui spetta tra gli altri il compito di definire il Progetto costituito da iniziative da realizzare sia all'interno di EXPO sia sul territorio regionale (fuori EXPO); in particolare il Progetto PIEMONTE EXPO 2015 prevede i seguenti ambiti di lavoro principali:

- partecipazione del Sistema Piemonte a Expo Milano 2015, in particolare la presenza a Padiglione Italia e in altri Padiglioni tematici di interesse per il Piemonte;
- Fuori Expo, ossia l'insieme organizzato degli eventi e delle opportunità di visita e soggiorno nel territorio piemontese durante il periodo di svolgimento di Expo 2015;
- Aspettando Expo, ossia l'insieme organizzato di iniziative ed eventi nel periodo precedente Expo 2015, finalizzati a sviluppare l'interesse verso il Piemonte dei potenziali visitatori di Expo.

Completate le iniziative di “Aspettando Expo”, in attuazione di quanto previsto dall'Accordo di programma e secondo le indicazioni progettuali della Cabina di regia (come da atti conservati presso la Direzione Gabinetto) sono state definite le iniziative “in EXPO” e “fuori EXPO” che prevedono:

in EXPO

- ✓ compartecipazione alla mostra delle Regioni in Padiglione Italia;
- ✓ realizzazione materiali informativi e multimediali;
- ✓ coordinamento della presenza del “Sistema Piemonte” nello spazio espositivo di 200 mq (19-25 giugno 2015) e nelle due settimane di protagonismo (19-24/6 e 9-14/10) con spettacoli, convegni, attività b2b ed eventi enogastronomici in Padiglione Italia;
- ✓ spazio espositivo di 25 mq (mese di settembre 2015) presso il Padiglione Cina (Corporate Pavillon);
- ✓ eventi in compartecipazione con la Città e la C.C.I.A.A. di Torino presso il Cluster del “Cacao e Cioccolato”;
- ✓ compartecipazione unitamente ai Consorzi vitivinicoli del Piemonte al Padiglione del Vino;

fuori EXPO

- ✓ organizzazione di visite d'impresa e turistico-culturali rivolte alle Delegazioni internazionali presenti a EXPO e ai visitatori/turisti in attuazione del progetto nazionale “EXPO e Territori” (delibere CIPE n. 21 del 30-06-2014 e n. 49 del 10-11-2014) e del progetto ICE “Expo is Now”;
- ✓ pianificazione di una campagna di comunicazione e promozione del Piemonte;
- ✓ compartecipazione all'organizzazione di eventi turistico-culturali;

Tra gli eventi di maggior rilievo e di grande richiamo internazionale, si annoverano in concomitanza con EXPO 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) e 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.

A questi eventi di profondo e importante richiamo religioso se ne aggiungono altri di natura più squisitamente turistica quali la 85° Fiera del Tartufo di Alba (10-15 ottobre 2015) e il IX Congresso mondiale delle Camere di Commercio (Torino, 10-12./6/2015);

Complessivamente le attività previste “in EXPO” e “fuori EXPO” sia per il loro valore strategico ai fini delle ricadute immediate e future che si attendono sia per l'urgenza e complessità richiedono l'avvio, fin d'ora, di specifiche azioni organizzative e di promozione turistica e comunicazione.

In particolare, per cogliere le opportunità che l'insieme degli eventi citati, a partire da EXPO, offrono sul piano turistico, è altrettanto importante definire e mettere in campo una campagna di

comunicazione multimediale rivolta al grande pubblico dei visitatori di EXPO, potenziali turisti in Piemonte, e più in generale, ai vari target di mercato interessati alla “destinazione Piemonte”;

stante quanto sopra premesso,

il “Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015” (Allegato1, parte integrante della presente deliberazione), individua sinteticamente le principali tipologie di “Azioni” da mettere in atto per raggiungere gli obiettivi che ci si prefigge in materia di promozione e informazione turistica, coerentemente con le finalità della L.R. 75/1996 e s.m.i., e in relazione alle opportunità economico sociali offerte da EXPO Milano 2015, secondo gli indirizzi e le modalità sopra descritte nonché indifferibili e urgenti per le ragioni esposte;

nello specifico le tipologie di “Azioni” individuate sono qui di seguito descritte e, per ognuna, nell'Allegato 1 indicate le iniziative specifiche e sono stimati gli importi complessivi di investimento con riferimento alle disponibilità delle UPB A20101 e A12001:

- A. Azioni per la partecipazione del Piemonte a EXPO 2015 e per il “Fuori EXPO”;
- B. Azioni di promozione e commercializzazione turistica sui mercati italiano ed esteri;
- C. Azioni di promozione e di comunicazione realizzate anche in partenariato nell'ambito di eventi e progetti di rilevanza regionale;
- D. Ideazione e realizzazione di materiali e iniziative multimediali e campagne di comunicazione;
- E. Sviluppo, adeguamento, potenziamento di siti web; gestione di data base;
- F. Azioni derivanti dall'attuazione di progetti interregionali (L. 135/01 art. 5, comma 5; L. 296/06, art. 1, comma 1227 e assimilati);
- G. Partecipazione a Reti europee e internazionali;

ritenuto che la “Campagna di comunicazione multimediale”, elencata tra le iniziative descritte in corrispondenza di A) “Azioni per la partecipazione del Piemonte a EXPO 2015 e per il “fuori EXPO”, sia sviluppata secondo i seguenti indirizzi:

- essere coerente con il concept “Piemontexperience”, il Piemonte come esperienza da vivere, individuato dalla Regione Piemonte per posizionarsi a livello d'immagine in Padiglione Italia come sintesi di un percorso volto a far emergere, invitando a scoprirle e viverle, le specificità e i tratti distintivi tipici della regione;
- utilizzare l'Expo, il suo richiamo mediatico e i canali comunicativi per promuovere la ricchissima offerta del Piemonte sia durante l'Expo sia per il dopo Expo, a partire dalla stagione invernale;
- attrarre i visitatori che hanno programmato o stanno programmando la visita ad Expo;
- orientare i flussi turistici da Milano verso il Piemonte, sfruttando le opportunità offerte dall'evento milanese;

e secondo i seguenti criteri di pianificazione:

- selezionare i mezzi più congruenti con il target “Viaggiatori di ceto medio e medio-alto, 36-60 anni, coppie o famiglie, con buona disponibilità economica ed istruzione, di interessi ampi dalla cultura all’enogastronomia, conoscitori dell’Italia e disposti a scoprire nuove città ed itinerari capaci di rendere il proprio viaggio un’esperienza unica, piacevole, indimenticabile”, un cluster di viaggiatori la cui entità è stimata da Eurisko 1,5 milioni;
- sfruttare il flusso presumibilmente imponente di visitatori (stima 20 mln) in Italia/a Milano per proporre in corso d’opera la meta Piemonte come integrativa, sottolineandone anche la prossimità geografica;
- posizionare l’immagine del Piemonte come meta turistica presso gli snodi di grande passaggio di potenziali visitatori (aeroporti, stazioni ferroviarie ma anche affissioni in punti strategici della viabilità e pedonali delle grandi città);
- consolidare il posizionamento d’immagine nelle testate turistiche e nei canali di scelta on line;
- definire la pianificazione media, coerentemente con quanto stabilito dall’art. 41, comma 1 del TUSMAR (D.Lgs n. 177/2005), con riferimento alla spesa annuale complessiva dell’Ente in materia di acquisto spazi sui mezzi di comunicazione.

L'allegato 1, nel definire le Azioni di promozione turistica e per EXPO, individua altresì i mercati di riferimento selezionati sia sulla base dei rispettivi 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, Repubbliche Baltiche; dai paesi extraeuropei: Turchia, Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, India, Argentina, Brasile, Cile, Messico, U.S.A., Canada, Australia.

I soggetti destinatari delle risorse in argomento, investite per le Azioni di cui all'Allegato 1 e riconosciute secondo i disposti del D.lgs. 163/2006 e s.m.i. nel rispetto delle procedure di evidenza pubblica, sono individuati in: Società ed Enti fieristici organizzatori di eventi – italiani ed esteri; 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, Enti di varia natura e titolo, ENIT;

Nello specifico, per quanto concerne l’Azione A), soggetto destinatario delle relative risorse è EXPO Milano 2015 S.p.A. e collegate.

Le Direzioni Gabinetto della Presidenza della Giunta regionale e Promozione della Cultura, del Turismo e dello Sport, competenti per le Azioni dell'allegato “Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015” potranno avvalersi delle Società “in house providing” e degli Enti strumentali della Regione, nel rispetto della normativa in materia e dei relativi provvedimenti attuativi.

Alla luce di tutto quanto sopra esposto,

preso atto che l'importo totale stimato complessivamente per la realizzazione delle Azioni di cui all'Allegato 1 è di € 2.019.680,00 che trova copertura finanziaria nell'ambito dell'UPB A20101 pari a € 1.500.000,00 e dell'UPB A12001 pari a € 519.680,00 dell'Esercizio finanziario del Bilancio 2015;

richiamata la D.G.R. n. 4-6016 del 28-06-2013 (Istituzione della Struttura Interassessorile temporanea "PIEMONTE EXPO 2015")

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 delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015" che si allega alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale (Allegato 1);

di dare atto che l'importo totale stimato per la realizzazione delle Azioni di cui all'Allegato 1 è di € 2.019.680,00 trova copertura finanziaria nell'ambito dell'UPB A20101 per € 1.500.000,00 e dell'UPB A12001 per € 519.680,00 dell'Esercizio finanziario del Bilancio 2015;

di demandare pertanto l'attuazione dei contenuti del "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica per l'anno 2015 comprensivo delle iniziative regionali connesse con l'evento EXPO Milano 2015" alle Direzioni regionali Gabinetto della Presidenza della Giunta regionale – Struttura temporanea Interassessorile PIEMONTE EXPO 2015 - e Promozione della Cultura, del Turismo e dello Sport - Settore Promozione Turistica, nell'ambito delle competenze di ciascuna Direzione e nel rispetto delle disponibilità finanziarie previste dalle UPB A20101 e UPB A12001, nonché a seguito della valutazione della congruità dei costi;

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 per l’anno 2015
comprensivo delle iniziative regionali connesse con l’evento EXPO Milano 2015”
(capitoli 140699/15 e cap. 137950/15)**

MERCATI E ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA	DESCRIZIONE
<p>Mercati di riferimento: <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, Repubbliche Baltiche; <u>paesi extraeuropei</u>, Giappone, Cina, Corea del Sud, Israele, India, Argentina, Brasile, Cile, Messico, U.S.A., Canada, Australia, Turchia.</p> <p>A) Azioni per la partecipazione del Piemonte a EXPO 2015 e per il “Fuori EXPO”</p>	<p><u>In EXPO</u></p> <p>Allestimento dello spazio espositivo di 200 mq c/o Padiglione Italia (19-25 giugno 2015);</p> <p>Animazione, mediante l’organizzazione di eventi, durante le due settimane di protagonismo c/o gli spazi attrezzati di Padiglione Italia (19-24/6 e 9-14/10) con spettacoli, convegni, attività B2B ed eventi enogastronomici.</p> <p>Acquisizione, allestimento e animazione dello spazio espositivo di 25 mq presso il Padiglione Cina (<i>Corporate Papillon</i>; settembre 2015).</p> <p>Animazione mediante l’organizzazione di eventi, in compartecipazione con la Città e</p>

<p>B) Azioni di promozione e di commercializzazione turistica sui mercati italiano ed esteri</p>	<p>la C.C.I.A.A. di Torino, presso il Cluster del “Cacao e Cioccolato” (1°/5-31/10/2015).</p> <p>Compartecipazione, unitamente ai Consorzi vitivinicoli del Piemonte, al Padiglione del Vino.</p> <p>Organizzazione e partecipazione agli eventi tematici interregionali in coordinamento con la Conferenza delle Regioni.</p> <p>Ideazione e realizzazione di materiali informativi e multimediali per le attività di cui sopra.</p> <p>Attività gestionali connesse con la realizzazione delle attività in EXPO.</p> <p><u>Fuori EXPO</u></p> <p>Progetti “Expo e Territori” ed “Expo is now”: accoglienza, itinerari di visita e ospitalità delle Delegazioni Expo. Educational tour per stampa, buyer, stakeholder, ecc.</p> <p>Organizzazione di conferenze stampa ed eventi sul territorio.</p> <p>Campagna di comunicazione e di promozione turistica multimediale.</p> <p>➤ Organizzazione e partecipazione a fiere e Borse turistiche in Italia:</p> <p>BITEG (Borsa Internazionale del Turismo Enogastronomico) ed. 2015 – luogo e data di svolgimento da stabilire</p> <p>TTG Incontri Luogo di svolgimento: Rimini (08 - 10 ottobre 2015)</p> <p>SKI PASS: Modena (29/10 – 01/11 2015)</p>
---	--

<p>C) Azioni di promozione e di comunicazione anche in partenariato nell’ambito di eventi e progetti di rilevanza regionale e sovregionale.</p>	<p>➤ Partecipazione a Fiere e Borse sul mercato europeo e internazionale, da realizzarsi prevalentemente in collaborazione con l’ENIT:</p> <p>ABAV, San Paolo – Brasile, settembre/2015 W.T.M. - World Travel Market: Londra (Inghilterra, 02-05/11 2015)</p> <p>* L’elenco di partecipazione a manifestazioni fieristiche è indicativo e potrà essere realizzato totalmente alla luce della sufficienza delle risorse destinate.</p> <p>Azioni e progetti promozionali nel settore turistico di rilevanza regionale e sovregionale quali: Taste and sound, Langhe e Roero (5-14 giugno 2015) IX Congresso Mondiale delle Camere di Commercio, (Torino 10-12 giugno 2015) Attività di promozione nell’ambito del Protocollo d’Intesa tra la Regione Piemonte e la Regione Friuli Venezia Giulia per la promozione del Territorio (Aria di Festa, San Daniele del Friuli 26-29 giugno 2015) Passione di Sordevolo, (giugno-settembre 2015) Cheese, (Bra 18-21/9 2015) 85^ fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba, edizione 2015 (10-15 ottobre 2015) Progetto sperimentale “Ferrovie Turistiche” (tratte di Novara-Varallo Sesia e di Ceva-Ormea). Progetto “Turismabile” - Turismo per tutti.</p>
<p>D) Ideazione e realizzazione di materiali e iniziative multimediali; campagne di comunicazione</p>	<p>Completamento della campagna di comunicazione realizzata in occasione di EXPO (es. “<i>campagna neve</i>”)</p>
<p>E) Sviluppo, adeguamento, potenziamento siti web; gestione data base.</p>	<p>Gestione e sviluppo dei siti: www.piemonteitalia.eu; www.inpiemonteintorino.it; www.piemontexperience.it. Promozione dei siti: www.piemonteitalia.eu; www.inpiemonteintorino.it;</p>

F) Azioni derivanti dall'attuazione di progetti interregionali (cofinanziamento Statale Legge 135/01, art. 5, comma 5; Legge 296/06, art. 1, comma 1227 e assimilati).	www.piemontexperience.it ; www.bookingpiemonte.it . Completamento dei progetti ex legge 135/01, art. 5, comma 5: - Itinerari storico-culturali tra centri urbani, ville, castelli e luoghi dello spirito (soggetto attuatore ATL del Biellese); - Itinerari culturali e tematici nei borghi storici italiani; - Cicloturismo ed altri itinerari alla scoperta del paesaggio, della cultura e della fede; - Itinerari del turismo accessibile.
G) Partecipazioni a Reti europee e internazionali	Rinnovo adesione 2015 alla rete europea NECSTouR; Gestione sistema b2b "DB Contatti Turismo"; Sviluppo, aggiornamento siti web; Rinnovo adesione 2016 all'Associazione Europea "Vie Francigene"; Rinnovo deposito marchio "Chef stellati del Piemonte".
TOTALE COSTO AZIONI (A,B,C,D,E,F,G) €2.019.680,00	

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 "incoming", 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, diserti 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.