

Deliberazione della Giunta Regionale 25 gennaio 2016, n. 25-2839

L.R. 75/96 "Quadro di azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il primo 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 bilancio regionale 2016 (cap. 140699 - UPB A2005A1) per le attività di promozione turistica possano contribuire a sostenere le eccellenze e i prodotti turistici della regione.

L'approvazione del predetto "Quadro di azioni" trova 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.

Nello specifico, tale necessità risulta particolarmente urgente per comprendere nell'azione promozionale 2016 della Regione una serie di iniziative ed eventi che, per la loro importante valenza turistica e per la loro complessità organizzativa, richiedono l'avvio tempestivo di specifiche azioni progettuali sul fronte promozionale, al fine di cogliere ogni opportunità e porre 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 indicate nel "Quadro delle azioni di promozione e informazione turistica e sportiva per il primo semestre 2016", allegato al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale, e i principali mercati sui quali devono essere realizzate o sviluppate nei primi mesi del 2016 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, 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.).

La spesa per la realizzazione delle azioni sopra citate trova copertura nello stanziamento di cui al disegno di legge n. 190 "Bilancio di previsione 2016" alla missione 07 – programma 1.

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", 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, 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" 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 nel disegno di legge n. 190 "Bilancio di previsione 2016" alla missione 07 programma 1;

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 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, 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 primo 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 primo 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 nel disegno di legge n. 190 "Bilancio di previsione 2016" alla 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 primo 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 - 1° SEMESTRE 2016

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, 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 europeo e internazionale, da realizzarsi prevalentemente in collaborazione con l'ENIT:</p> <p><u>ITB</u> Luogo di svolgimento: Berlino Data/periodo: marzo 2016</p> <p><u>MITT - Moscow International Travel & Tourism Exhibition</u> Luogo di svolgimento: Mosca Data/periodo: marzo 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • <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>

QUADRO DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE TURISTICA E SPORTIVA - 1° SEMESTRE 2016

<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, turismo per tutti, ecc., idonei a valorizzare il territorio turistico piemontese.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Progetto sperimentale "Ferrovie Turistiche";• Festival del Giornalismo Alimentare (25 – 27 febbraio 2016);• "Regine e Re di Cuochi" (16 marzo - 05 giugno 2016);
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Completamento dei progetti ex legge 135/01, art. 5, comma 5:<ul style="list-style-type: none">- 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;• Rinnovo adesione 2016 alla rete europea NECSTouR;• Rinnovo adesione 2017 all'Associazione Europea "Vie Francigene".
<p>D) Azioni promozionali mediante l'organizzazione di educational e press tour, workshop, eventi e manifestazioni istituzionali.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Reality/Show Cinese "Il mio matrimonio in giro per il mondo" a cura di Beijing Satellite TV (febbraio 2016);• Decennale Olimpiadi invernali;• Evento c/o NIAF (National Italian American Foundation) a Washington;

QUADRO DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E INFORMAZIONE TURISTICA E SPORTIVA - 1° SEMESTRE 2016

<p>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.</p>	<p>Pubblicazioni, brochure, flyer, materiale promo-pubblicitario, archivi fotografici, prodotti editoriali, produzione filmati e reportage, cartine tematiche, collane/annuari (ricettività), guide turistiche; Pubblicità televisiva, radiofonica e web.</p>
<p>F) Sviluppo, adeguamento, implementazione dei siti web e gestione data base.</p>	<p>Gestione sistema b2b "DB Contatti Turismo"; <i>big data</i>; implementazione dei sistemi di rilevazione e analisi dati; siti internet: aggiornamento e implementazione.</p>
<p>G) Attività di supporto alle azioni di promozione (magazzino e trasporti, logistica, ecc.)</p>	<p>Immagazzinamento e distribuzione materiale promozionale; 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>

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, 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.