

GIUNTA REGIONALE DEL LAZIO

\*\*\*\*\*

ESTRATTO DAL PROCESSO VERBALE DELLA SEDUTA DEL 30 APR. 2004

ADDI' 30 APR. 2004 NELLA SEDE DELLA REGIONE LAZIO, IN VIA DELLA PISANA 1503 -ROMA, SI E' RIUNITA LA GIUNTA REGIONALE, COSI' COSTITUITA:

STORACE	Francesco	Presidente	IANNARILLI	Antonio	Assessore
SIMEONI	Giorgio	Vice Presidente	PRESTAGIOVANNI	Bruno	"
AUGELLO	Andrea	Assessore	ROBLOTTA	Donato	"
CIARAMELLETTI	Luigi	"	SAPONARO	Francesco	"
DIONISI	Armando	"	SARACENI	Vincenzo Maria	"
FORMISANO	Anna Teresa	"	VERZASCHI	Marco	"
GARGANO	Giulio	"			

ASSISTE IL SEGRETARIO Tommaso NARDINI  
.....OMISSIS

ASSENTI: - FORMISANO -

DELIBERAZIONE N. - 340 -

**OGGETTO:**

piano 2004 attività turistico promozionali della Regione Lazio - L.R. 9/1997



340 30 APR. 2004

OGGETTO: Piano 2004 delle attività turistico-promozionali della Regione LAZIO - L.R. 9/1997.

### LA GIUNTA REGIONALE

SU PROPOSTA dell'Assessore alla Cultura, Spettacolo, Sport e Turismo;

VISTA la L.R. 9/1997;

PRESO ATTO del Programma Promozionale Triennale 2004/2006 dell'ENIT e del conseguente Programma per l'anno 2004;

RAVVISATA l'urgenza di procedere alla predisposizione del Piano delle attività turistico-promozionali della Regione LAZIO per l'anno 2004 che, nelle more della predisposizione del Piano triennale di promozione turistica previsto dall'art.2 della L.R.9/1997 consenta la partecipazione della Regione LAZIO alle manifestazioni turistico-promozionali all'estero ed in Italia ritenute di maggiore interesse ed alla realizzazione delle attività di editoria, comunicazione e marketing;

RITENUTO indifferibile, in conseguenza della complessità dell'iter amministrativo che conduce al perfezionamento di detto Piano triennale delle attività turistico promozionali 2004/2006, e tenuto conto della rilevanza socio-economica del settore turistico per la Regione LAZIO, approvare un Piano delle attività turistico-promozionali della Regione Lazio per l'anno 2004, da rimodularsi successivamente sulla base dello schema di Piano triennale adottato dalla Giunta Regionale ed in considerazione delle effettive risorse disponibili sul CAP.B41505 per l'anno 2004 ed altre eventuali che dovessero rendersi disponibili a seguito di assestamento del bilancio regionale o di trasferimenti statali per attività promozionali;

Esperita la procedura di concertazione con le parti sociali;

All'unanimità,

### DELIBERA

- Di approvare l'allegato Piano delle attività turistico - promozionali della Regione LAZIO per l'anno 2004 dichiarandone l'immediata esecutività nelle more dell'approvazione da parte della Giunta Regionale dello schema di Piano triennale delle attività turistico-promozionali della Regione per il triennio 2004/2006;
- La presente deliberazione è programmatica e non comporta impegno di spesa;
- Con successive determinazioni dirigenziali si provvederà, nell'esercizio 2004, sulla base degli stanziamenti di bilancio previsti sul CAP. B41505 per un importo di Euro.3.870.000,00 a dare attuazione alle iniziative da realizzare nell'ambito del presente Piano esecutivo 2004 e ad assicurare la relativa copertura finanziaria;
- La presente deliberazione verrà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.

IL PRESIDENTE: F.to Francesco STORACE  
IL SEGRETARIO: F.to Tommaso Nardini

3 MAG. 2004



## GLI OBIETTIVI

Pur procedendo nel solco di quanto già previsto ed in buona parte attuato con il Piano triennale 2001/2003 degli interventi turistico promozionali nella Regione LAZIO, si avverte la necessità di dare nuovo impulso al turismo nel LAZIO spingendo verso la valorizzazione di nuove aree tematiche.

L'intento è di ridurre le aree turisticamente marginali della Regione e di rendere l'intero territorio possibile destinazione di viaggio.

Bisogna puntare soprattutto sugli elementi di tipicità, nel rispetto dell'ambiente e delle caratteristiche dei luoghi e dei siti di maggiore attrazione.

Il conseguimento anche parziale di detto obiettivo contribuirebbe inoltre a produrre un'accelerazione nel processo di redistribuzione del movimento turistico regionale, generato soprattutto da Roma in virtù di un notevolissimo rinnovato grado di attrazione nei confronti del grande pubblico.

Oltre il riequilibrio del movimento turistico sul territorio regionale si segnala l'ulteriore obiettivo, peraltro conseguenziale in buona misura al precedente, della durata media dei soggiorni nel LAZIO e l'incremento della destagionalizzazione, al fine di consentire un allungamento del periodo di apertura degli esercizi laddove ciò ancora non avvenga.

Altro obiettivo fondamentale è il perseguimento di un ruolo di leadership del LAZIO tra le Regioni italiane maggiormente qualificate al livello turistico, sia in riferimento al dato relativo al movimento turistico, in termini di arrivi e presenze sul territorio, che in rapporto alla percezione da parte dell'utente di una qualificata rete ricettiva alberghiera ed extralberghiera, soprattutto quest'ultima in forte espansione, in grado di soddisfare le diverse esigenze di qualunque tipo di turista.

Il mantenimento delle posizioni sui mercati considerati tradizionali roccaforti del turismo in arrivo in ITALIA e nel LAZIO si abbina poi alla volontà di potenziare l'immagine della Regione sui mercati in via di consolidamento (Nord ed Est Europeo) ed alla ricerca di affascinanti nuove prospettive di sviluppo (in particolare la Cina).

Una particolare attenzione merita poi il mercato italiano che continua a rilevarsi piuttosto dinamico e più propeuso agli spostamenti interni nonché a trascorrere il fine settimana alla ricerca di novità ed attrazioni culturali ed artistiche.



## IL CONTESTO

Lo scenario internazionale anche nel 2003 è rimasto inquieto. Rimangono irrisolti i problemi di sicurezza legati alle destinazioni di lungo raggio. Ciò ha comportato un consolidamento dei flussi turistici interni alla Unione Europea.

Continua poi il prolungato momento di difficoltà delle maggiori economie mondiali che non giova di certo allo sviluppo complessivo del movimento turistico.

La ridotta disponibilità di risorse finanziarie dei consumatori e delle famiglie ha influito negativamente sui viaggi organizzati e sulle prenotazioni con largo anticipo, dando maggiore spazio al turismo individuale e di breve periodo.

Nonostante tutto il movimento turistico nel Lazio registrato finora nel 2003 si attesta su livelli assai vicini allo scorso anno, confermando un consolidato posizionamento tra le Regioni italiane dotate di maggiore richiamo internazionale grazie anche alla forte attrazione che continua ad esercitare Roma ben seguita dal resto del territorio che si dimostra sempre più competitivo.

Le previsioni per il 2004 inducono ad un lieve ottimismo circa il recupero dei mercati extra europei in particolare USA, CANADA e soprattutto GIAPPONE, condizionati negativamente dall'andamento delle relazioni internazionali e da una generale flessione dell'economia mondiale.

Per quanto concerne l'Europa è presumibile che la situazione pur nella sua stabilità si caratterizza da un rallentamento del movimento turistico tedesco verso le destinazioni di lungo raggio, a favore del turismo entro i confini dell'Unione Europea ed interno.

Inoltre è prevista la ripresa del Regno Unito e la costante evoluzione positiva verso il nostro Paese ed in particolare verso il Lazio, dalla Francia e dalle interessanti previsioni concernenti il Nord/Est Europa.

Si segnala infine la buona tenuta nel LAZIO del movimento turistico proveniente dal resto dell'ITALIA ed in particolare dalle regioni settentrionali.



## LE AZIONI

Per quanto concerne l'investimento promozionale, si dovrà tenere conto delle risorse economiche attualmente iscritte al CAP B41505 del bilancio di previsione 2004 (iniziative di competenza dell'Amministrazione regionale) che ammontano, al momento, ad Euro 3.870.000,00 da destinarsi all'attività promozionale marketing, editoria e pubblicità nonché all'assegnazione di contributi per iniziative turistiche sul territorio regionale di cui alla L.R.60/91 (i cosiddetti interventi indiretti) la cui concessione verrà effettuata per il Cap.B41505 secondo quanto previsto dalla deliberazione G.R. n.1271 del 28/11/2003.

Si ritiene pertanto di dividere la spesa di Euro 3.870.000,00 nel modo seguente:

- a) contributi per iniziative sul territorio regionale Euro 1.294.333,00
- b) attività promozionale marketing, editoria, pubblicità Euro 2.575.667,00

A seguito della conclusione del Piano triennale di promozione turistica 2001/2003 e, in attesa dell'adozione nel corso del 2004 del nuovo Piano 2004/2006, - per il quale occorrerà che vengano definite le dotazioni finanziarie sull'apposito capitolo del bilancio pluriennale regionale - si provvederà alla rimodulazione del Piano 2004 di Promozione turistica nell'auspicio di poter disporre di ulteriori risorse finanziarie attraverso l'assestamento del bilancio 2004 o l'utilizzazione di fondi provenienti da trasferimenti finalizzati anche a dette attività (L.135/2001).

Tale risorse potrebbero consentire la piena utilizzazione degli interventi previsti nel Piano 2004 senza distogliere parte degli stessi (Euro 1.294.333,00) per il finanziamento destinato ai contributi di cui alla L.R.60/91 (interventi indiretti)

Alla luce delle considerazioni svolte, nell'anno 2004 è preferibile finalizzare le risorse economiche a disposizione sul Cap.B41505 nella realizzazione delle seguenti azioni di promozione turistica: partecipazione a fiere, produzione di materiale cartaceo e multimediale, organizzazione di workshops ed educational tours per operatori e giornalisti, campagna di comunicazione su carta stampata, canali televisivi, radio, riviste specializzate in Italia ed Europa, assistenza ed ospitalità a stampa, T.O., opinion leader.

Qui di seguito viene articolato con relativa quantificazione dei costi, il dettaglio delle iniziative per strumenti promozionali:

### PARTECIPAZIONE A FIERE, BORSE, WORKSHOP ED INIZIATIVE PROMOZIONALI IN ITALIA ED ALL'ESTERO Previsione di spesa Euro 1.915.000,00

Le fiere e i workshop continuano a rappresentare un importante strumento di promozione dell'immagine del LAZIO o un valido momento di contatto fra operatori e potenziali clienti. Per ottenere migliori riscontri della partecipazione è necessario - come ormai da alcuni anni si va verificando - che la promozione attraverso la distribuzione del materiale turistico, presenze sulla stampa, promozione dell'immagine coordinata, partecipazione degli operatori privati titolari della commercializzazione, seguano di pari passo la copertura promozionale regionale.

La spesa di Euro 1.915.000,00 viene così ripartita fra i vari mercati:



340 30 APR. 2004

**EUROPA Spesa Euro 1.045.000,00**

PAESE	OPERAZIONE	CITTA'	SPESA (euro)	MESE	TIPOLOGIA
OLANDA	Vakanticburs	UTRECHT	40.000,00	13/18 gennaio	pubblico operatori
SPAGNA	FTUR	MADRID	70.000,00	28 gennaio 01 febbraio	mista
GERMANIA	CBR	MONACO	40.000,00	14/18 febbraio	mista
FRANCIA	S.M.T.	PARIGI	45.000,00	11/14 marzo	pubblici
GERMANIA	ITB	BERLINO	75.000,00	12/16 marzo	mista
<b>SVEZIA</b>	TUR	GOTEBORG	35.000,00	25/28 marzo	mista
RUSSIA	MIIT	MOSCA	70.000,00	24/27 marzo	mista
GRECIA	Olimpiadi Villaggio Italia	ATENE	120.000,00	13/29 agosto	Villaggio Olimpico Ospitalità
GRAN BRETAGNA	WTM	LONDRA	150.000,00	10/13 novembre	Professional
<b>POLONIA</b>	TOUR & TRAVEL	VARSAVIA	40.000,00	23/25 settembre	Mista
<b>SPAGNA</b>	EIBTM	BARCELLONA	100.000,00	02/05 dicembre	Incentive e congressi
<b>FRANCIA</b>	FESTIVAL DI CANNES	CANNES	110.000,00	12/13 MAGGIO	Mista

Iniziativa REGIONE LAZIO sul mercato europeo d'intesa tra gli Assessorati Turismo, Attività Produttive, Ambiente ed Agricoltura e con la partecipazione delle Camere di Commercio in Italia e all'Estero attraverso il progetto "Verso Atene 2004" Euro 150.000,00.



**STATI UNITI Spesa Euro 170.000,00**

E' prevista la realizzazione di intesa con il Consolato Generale d'Italia a Los Angeles, L'ENIT, e la Camera di Commercio Italo/Statunitense di una Settimana LAZIO nel periodo 01/06 giugno 2004.  
Euro 100.000,00

Workshop itineranti sul mercato statunitense e partecipazione congiunta con gli Assessorati regionali alle Attività Produttive, Ambiente, ARSIAL e Presidenza della Regione Lazio a New York - Aprile 2004.  
Euro 70.000,00

**ESTREMO / MEDIO ORIENTE SPESA EURO 255.000,00**

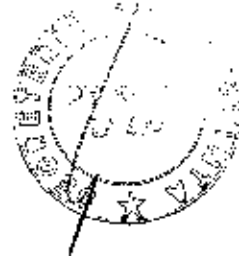
PAESE	AGENZIA	CITTA'	SPESA	MESE	TIPOLOGIA
<b>CINA</b>	CITM	SHANGHAI	80.000,00	25/28 novembre	Borsa Professionale
<b>GIAPPONE</b>	Jata Travel Fair + Festival Italiano Progetto Italia	TOKIO	175.000,00	23/26 settembre, luglio 2004, gennaio 2005	Borsa workshop Educational

**ITALIA SPESA EURO 445.000,00**

E' prevista infine la realizzazione della partecipazione della Regione LAZIO ad alcune manifestazioni internazionali di marcata rilevanza che si svolgeranno in Italia e precisamente:

Ari Cities Exchange - Roma	Euro 80.000,00
BIT Milano *	-----
BMT Napoli	Euro 25.000,00
Mostra Regioni d'Italia- Roma Castel S. Angelo	Euro 30.000,00
Salone Nautico di Genova	Euro 40.000,00
TTI Rimini	Euro 100.000,00
MOTUS - Mostra e Borsa Turismo Religioso Roma	Euro 15.000,00
BTC Firenze	Euro 45.000,00
BUY LAZIO	Euro 40.000,00
Roma Estate all'Ombra del Colosseo	Euro 50.000,00
Roma Città del Plein Air	Euro 20.000,00

\* La manifestazione è stata realizzata imputando la relativa spesa a fondi residui disponibili a seguito di trasferimenti statali (L.135/2001) in considerazione delle insufficienti dotazioni finanziarie sul Cap.B41505 in vigenza di esercizio provvisorio di bilancio 2004



**EDITORIA, PUBBLICITA' E SISTEMI MULTIMEDIALI****Previsione Spesa Euro 660.667,00**

Per la definizione delle campagne promozionali e delle attività di sostegno per l'Assessorato al Turismo della Regione Lazio lo schema di Piano triennale di promozione turistica 2004/2006, ormai in corso di proposizione alla Giunta Regionale, per la relativa adozione, così come le manifestazioni e le borse turistiche precedentemente individuate, definisce gli strumenti più adatti e collaudati.

Per il raggiungimento degli obiettivi di visibilità e notorietà delle offerte e dei prodotti turistici regionali, oltre alle esperienze e ai risultati conseguiti saranno utilizzati strumenti professionali di intervento mantenendo una certa linea di continuità con quanto già sperimentato e ritenuto valido. Nella circostanza si punterà a realizzare principalmente tre sezioni di intervento quasi esclusivamente sul mercato italiano e più precisamente:

**Azione editoriale Euro 130.000,00**

La grande varietà di materiale editoriale utilizzato sino ad oggi di vari enti pubblici regionali ha raggiunto livelli di autonomia gestionale da parte dei singoli enti preposti.

Allo scopo di consentire al LAZIO una maggiore efficienza ed organizzazione è necessario un certo coordinamento delle varie produzioni.

La collana "Il LAZIO che non ti aspetti" di recente produzione ha inteso costituire un momento di sintesi di tali prodotti cercando di porre più sistematicamente la produzione editoriale del LAZIO. Si ritiene quindi di proseguire in tale direzione pensando alla realizzazione di materiale polivalente di base (CD Rom, carta "Il LAZIO a portata di mano", ristampa materiale plurilingue collana "Il LAZIO che non ti aspetti" etc.) per un importo di Euro 130.000,00.

**Intervento su trade e viaggi Euro 350.067,00**

Per quanto riguarda gli interventi di copertura mediatica sulla rivista del trade e quello dei viaggi, per ogni testata dovranno essere valutate le opportunità, le aree di copertura, nonché le possibili sinergie con le redazioni.

Infatti, per riuscire ad affiancare alle pagine pubblicitarie anche servizi e reportage, oltre alla sensibilità delle testate, saranno instaurati rapporti con gli inviati nelle varie destinazioni turistiche della Regione. Gli strumenti saranno quelli di più ampia tiratura e/o a maggiore presentazione compatibilmente con il budget a disposizione.

**Edizioni Voices – Rivista è Italia**

Diffusione 200.000 copie realizzazione speciale LAZIO

Euro 12.000,00





340

30 APR. 2004

6

<b>Prime Time Promotions</b> Vademecum dell'Italia Edizione 2004 – inserimento aspetti Turistici del LAZIO	Euro 18.600,00
<b>Editoriale La Sfinge</b> Numero 4 pagine a colori del LAZIO + estratto di 12.000 copie dell'inserito	Euro 12.000,00
<b>Euro Travel News</b> Realizzazione di un pacchetto di Promo redazionali sugli aspetti turistici del LAZIO	Euro 12.400,00
<b>Jumbo Tours – International Incoming Network</b> Promozione aspetti turistici LAZIO sulla 1° di Copertina del catalogo Jumbo Tours Italia in 50.000 copie distribuito a 2000 TO	Euro 7.500,00
<b>Conde Nast Traveller</b> Wonderful Italy	Euro 33.090,00
<b>Alpitour – Inserimento aspetti turistici LAZIO</b> Sulla IV di copertina del catalogo Alpitour con Tiratura di 900.000 copie distribuite su tutto Il territorio nazionale a 7.000 agenti di viaggi	Euro 12.500,00
<b>International Business Directory</b> Inserimento aspetti turistici LAZIO su I.B.D. con 24 pagine elettroniche nazionali ed internazionali	Euro 11.155,00
<b>AGRA srl – Inserimento LAZIO su rivista</b> Sole Mio con 2 pagine + 3 (mercato tedesco)	Euro 5.000,00
<b>Trademark Italia rinnovo incarico</b> relativo all'osservatorio turistico congiunturale del LAZIO Anno 2004	Euro 71.272,00
<b>Publistar – Insetto pubblicitario relativo</b> aspetti turistici LAZIO di 16 pagine + Estratto 10.000 copie sulla rivista itinerari e luoghi	Euro 18.000,00
<b>Guida Monaci 2004 – Insetto pubblicitario</b> LAZIO guida itinerari	Euro 10.000,00



6

**SPE** – Inserimento pubblicitario LAZIO  
Per 60 moduli sul quotidiano nazionale in  
occasione di uno speciale LAZIO in uscita  
a maggio / giugno

Euro 12.000,00

**ELI** – Edizioni Living International spa  
Inserimento pubblicitario LAZIO sulla  
Rivista 100 agriturismi e guida verde di  
Ville e casali (marzo/giugno 2004)

Euro 3.000,00

**Italian American Accademy**  
Pubblicazione speciale LAZIO di 20 pagine  
dedicate alla promozione dei percorsi ebraici  
Laziali (inglese) in 32.000 copie veicolate con  
il quotidiano israeliano (15.000) ed il resto con  
il vettore Arkia Israeliano (14.000) + 3000 per  
i nostri uffici

Euro 34.200,00

**Pubbliarea s.r.l.** – Realizzazione di itinerari  
Vocali (italiano ed inglese) su sito internet  
Regione Lazio

Euro 21.600,00

**FN Editrice** – Ristampa pubblicazione “Il LAZIO  
e i sentieri del gusto e dell’arte” n.3.000 copie italiano  
e 5.000 copie inglese

Euro 28.000,00

**De Agostini** – Ristampa 10.000 copie “Le vie  
Consolari” e cartoguida Roma e Lazio in italiano

Euro 22.750,00

**Freetime** – realizzazione servizi editoriali sul  
LAZIO turistico

Euro 5.000,00



Campagna di comunicazione Euro 180.600,00

La campagna di comunicazione tenderà a privilegiare gli strumenti nazionali, in particolar modo progetti di comunicazione via web che presentino aspetti di originalità e destino curiosità relativamente alla promozione del turismo laziale.

Inoltre verranno acquistati spazi su canali televisivi per la promozione LAZIO, spot pubblicitari, etc.

**Made in Italy Channel** – Realizzazione

Documentario LAZIO e messa in onda

Su "Made in Italy Channel"

Euro 39.600,00

**Telelazio Rete Bleu** – Promozione

LAZIO su telelazio Rete Blu

Euro 21.600,00

**Digibrands spa** - Progetto: Edugame veicolato

su web tramite il portale winnerland con piano

di comunicazione, ricerca di mercato e

cellulare

Euro 120.000,00

Le attività di marketing sui mercati esteri previste nel presente Piano verranno realizzate avvalendosi delle strutture ENIT ed in collaborazione laddove possibile con Camere di Commercio, ICE, Ambasciate ed Istituti Italiani di Cultura, organizzazioni di settore, consorzi turistici pubblici etc. Fino a quando, con apposito strumento normativo, non si provvederà alla riforma dell'organizzazione turistica regionale la Regione per la realizzazione operativa delle attività turistiche di cui sopra, si avvarrà delle Aziende di promozione turistica del Lazio, delle strutture proprie istituzionali e quelle che per la loro natura possono essere funzionalmente utilizzate per le finalità promozionali dell'Assessorato.

Le iniziative di cui al presente Piano potranno subire, per esigenze contingenti dovute alla mutabilità delle condizioni di mercato e/o di opportunità strategica, variazioni sia in termini finanziari di quantificazione del budget sia di sostituzione con altre ritenute più produttive.

