

528 18 GIU. 2004 9

OGGETTO: CAP.B44105- Riparto dei fondi di cui alla L.135/2001 art.6, comma 2 per la qualificazione dell'offerta turistica. Loro utilizzazione attraverso interventi integrativi al Piano di Promozione turistica anno 2004 e interventi straordinari per la qualificazione dell'offerta culturale e dello spettacolo.

LA GIUNTA REGIONALE



SU PROPOSTA dell'Assessore alla cultura, spettacolo, sport e turismo;

VISTA la Legge 135/2001;

VISTA la legge regionale n°2/2004;

VISTA la legge regionale n°3/2004;

CONSIDERATO che con deliberazione della Giunta Regionale n°340 del 30/04/2004 è stato approvato il Piano promozionale delle attività turistiche della Regione LAZIO per l'anno 2004;

CHE il Piano stesso è stato impostato tenendo conto delle scarse risorse finanziarie a disposizione che consentono una programmazione appena sufficiente per intervenire a sostegno dei tradizionali strumenti classici di promozione quali: la partecipazione alle più importanti fiere e borse del turismo nazionale ed internazionale, la realizzazione di alcuni educational tours per operatori e/o giornalisti provenienti dai mercati più significativi di domanda turistica verso il LAZIO, una certa dotazione di materiale informativo regionale e alcuni interventi pubblicitari sulle testate italiane di settore;

CHE per migliorare e rendere più competitiva e visibile la consistente offerta del patrimonio turistico della nostra Regione sui mercati internazionali e nazionali occorrerebbe intervenire con risorse finanziarie aggiuntive, pari almeno alla media di quanto le regioni italiane investono nel complessivo settore della promozione, anche allo scopo di superare il momento piuttosto difficile che attraversa il turismo, a seguito delle note vicende terroristiche e di stagnazione dell'economia;

PRESO ATTO dell'obiettivo direzionale disposto dal Direttore del Dipartimento Sociale con determinazione 1551 del 05 maggio 2004, di utilizzare al fine del potenziamento sia della strutture ricettive sia della promozione delle attività dei diversi segmenti connessi alla qualificazione dell'offerta turistica come la cultura, lo spettacolo, lo sport, i fondi della Legge 135/2001;

CONSIDERATO per le motivazioni di cui in premessa e dell'obiettivo direzionale stesso di approntare un progetto che sia per un verso integrativo al Piano turistico promozionale 2004 e per un altro strategico agli obiettivi che la Giunta Regionale si è posta in funzione dello sviluppo del turismo anche attraverso l'introduzione delle aree di promozione integrata di cui alla legge n°40/2001 e lo sviluppo ed attuazione di "progetti interregionali" approvati con deliberazione G.R.n°1270 del 28/11/2003;

528 18 GIU. 2004

RITENUTO pertanto di dover procedere, nelle more dell'approvazione del nuovo Piano triennale di promozione turistica 2004/2006 - che dovrà tener conto nella sua impostazione strategica e nei suoi obiettivi dei contenuti sopra evidenziati - alla approvazione di un progetto di interventi che utilizzi i fondi di cui alla legge 135/2001 art.6, comma 2, secondo la seguente articolazione per strumenti di intervento per complessivi € 5.697.472,00

- a) partecipazione ad iniziative sui mercati internazionali e nazionali per la promozione del prodotto LAZIO e realizzazione di educational tour per operatori e giornalisti, azioni di editoria, pubblicità, allestimento di punti informativi etc. € 1.247.472,00
- b) azioni finalizzate alla promozione culturale attraverso interventi di rilievo sul territorio regionale € 500.000,00
- c) azioni finalizzate alla promozione dello spettacolo attraverso interventi di rilievo sul territorio regionale € 950.000,00
- d) realizzazione di una gara d'appalto europea finalizzata all'acquisizione e realizzazione di un progetto di comunicazione per la promozione dell'immagine regionale e alla visibilità ed affermazione del prodotto turistico LAZIO sul mercato internazionale per complessivi €3.000.000,00;

RITENUTO altresì di dover raccordare con il presente progetto integrativo al Piano promozionale del turismo per il 2004 l'elenco dei progetti interregionali approvati dalla Giunta regionale con deliberazione n°1270 del 28/11/2003 per un importo di €5.711.484,00 derivante dalle disponibilità dei fondi di cui all'art.5 comma 5 della legge 135/2001 (c.d. sistemi turistici locali);

Esperita la procedura di concertazioni con le parti sociali;

all'unanimità,

18 GIU. 2004



DELIBERA

La premesse formano parte integrante della presente deliberazione:

- Di approvare l'allegato Piano integrativo degli interventi di cui alle lettere a) b) c) d) evidenziate in premessa ed il relativo riparto dei fondi derivati dalla Legge 135/2001 art.6, comma 2, di cui al CAP.B44105 esercizio finanziario 2004 per un importo complessivo di € 5.697.472,00
- Con successive determinazioni dirigenziali si provvederà, nell'esercizio 2004, a dare attuazione agli interventi di cui alle lettere a) b) c) del presente Piano per un importo di € 2.697.472,00 sul CAP.B44105;
- Con successiva determinazione direttoriale si provvederà all'approvazione del Bando di Gara di cui alla lettera d) e del relativo capitolato d'oneri, secondo la vigente normativa europea per l'acquisizione e realizzazione di un progetto di comunicazione e promozione del prodotto turistico LAZIO per un valore complessivo a base d'asta di €3.000.000,00 IVA inclusa - CAP.B44105;
- Di raccordare con il presente anno l'elenco dei progetti interregionali, da attuare nel triennio 2004/2006, approvati con deliberazione G.R. n°1270 del 28/11/2003 derivanti dalle disponibilità di fondi di cui all'art.5 comma 5 della legge 135/2001 per un importo di €5.140.335,00 sul CAP.B44105 e €571.148,10 sul CAP.B44106 quale quota di cofinanziamento regionale;
- La presente deliberazione è programmatica e non comporta impegni di spesa.
- La presente deliberazione verrà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione LAZIO.

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

ALLEG. alla DELIB. N. 528
DEL 18 GIU. 2004

PIANO INTEGRATIVO AL PIANO DI PROMOZIONE TURISTICA ANNO 2004 CONNESSO AD INTERVENTI STRAORDINARI PER LA QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA CULTURALE E DELLO SPETTACOLO

OBIETTIVI

In coerenza con le linee programmatiche e strategiche individuate, si ritiene necessario evidenziare che il ruolo del turismo nazionale è stato essenziale nel critico biennio che ha fatto seguito alla tragedia dell'11 settembre, per compensare il significativo calo delle quote di turismo straniero e in particolare di quello americano e di quello giapponese, senza trascurare il ridimensionamento della fondamentale quota rappresentata dal turismo tedesco. Appare dunque opportuno consolidare questo fenomeno, veicolando un'immagine sempre più accattivante e diversificata dell'offerta turistica laziale, incentrata non solo sul fascino di Roma, ma anche sulla ricchissima varietà di bellezze naturali e di ricchezze artistico-culturali, del resto del territorio regionale.

A tal fine si ritiene indispensabile affiancare alle forme più tradizionali e consolidate di promozione turistica, da quella tramite fiere e saloni a quella che si affida alla presenza sulla stampa di settore e non, una serie di eventi veicolati attraverso i grandi media televisivi nazionali, tutti basati in località esterne rispetto alla capitale, alle quali si offre pertanto una vetrina di eccellente visibilità, a un costo contatto estremamente vantaggioso.

D'altro canto, in coerenza con una politica e una programmazione regionale sempre più orientate a trattare il patrimonio culturale e quello ambientale come una risorsa economica e non come un onere e sempre più tese a fare di quest'ultimo il cuore di una innovativa offerta turistica, si ritiene opportuno investire nella comunicazione e nella valorizzazione di importanti iniziative di carattere culturale, particolarmente legate al territorio, alla sua storia, alle sue tradizioni e a una specifica rete di itinerari turistici.

Di eguale rilevanza appare un'adeguata pubblicizzazione – con ricorso ai più diffusi media giornalistici, alla affissione, alle radio e a innovativi circuiti alternativi di distribuzione del materiale promozionale – della intensa attività di decentramento delle attività di spettacolo attuata dalla Regione LAZIO, concentrata soprattutto nel periodo estivo e supportata dall'ormai ottimo attrattore per i flussi turistici inter e anche extra regionali.

In coerenza con la volontà di dotarsi quanto prima, tramite il ricorso a una gara europea, come chiaramente indicato in delibera, di un progetto complessivo di comunicazione e promozione turistica del prodotto "LAZIO", si ritiene altresì necessario procedere allo studio e se possibile alla attuazione in forme pilota, di nuove strategie e nuove strutture di accoglienza e orientamento del turismo incoming, italiano e straniero, strategicamente posizionate sul territorio regionale nei punti di maggiore concentrazione dell'afflusso turistico (stazioni, porti, aeroporti, autostrade).

Il presente Piano offre infine l'opportunità di integrare laddove opportuno le azioni previste dal Piano 2004 delle attività turistico-promozionali della Regione LAZIO in materia di editoria, pubblicità e sistemi multimediali e di affiancarle ad eventi culturali e di spettacolo sul territorio laziale, di particolare impatto ai fini di qualificazione dell'offerta turistica.



GLI INTERVENTI

Piano integrativo e interventi straordinari al Piano promozionale 2004 (delibera G.R. 340 del 30/04/04).

Con riferimento all'investimento previsto per l'attuazione del presente Piano-integrativo si farà ricorso alle risorse economiche iscritte al CAP.B44105 del bilancio di previsione 2004 (L.135/2001, art.6, comma 2) di cui alle lettere a) b) c) d) per complessivi € 5.697.472,00 ;

Lettera A)

Partecipazione a fiere ed iniziative turistiche nazionali ed internazionali, interventi di editoria, pubblicità, educational tours, materiale di promozione turistica e studio di nuovi punti informativi, e di accoglienza c/o aeroporti, stazioni, autostrade, etc.) Spesa € 1.247.472,00

- | | |
|---|--------------|
| - Partecipazione congiunta del comparto regionale turismo
Agricoltura, attività produttive, Presidenza, Affari Istituzionali
nella Regione di Mosca – Settembre 2004 | € 80.000,00 |
| - Pubblicazione "I Borghi del Lazio" Falconio
8 partner editore | € 39.520,00 |
| - Associazione culturale Sound Image | |
| 1. Villa Celimontana Roma Festival Jazz
Il Lazio che non ti aspetti- Esposizione Lazio | € 60.000,00 |
| 2. Mostra fotografica Jazz in Via Condotti-Roma-sponsorizzazione | € 10.000,00 |
| 3. Lazio Estate- Manhattan transfer pubblicità | € 50.000,00 |
| - Prime Time Promotions
Concerto di Natale in Vaticano | € 100.000,00 |
| - Touring Club – Progetto Bandiere Arancioni | € 60.000,00 |
| - Il Sole 24 Ore spa, Famiglia Cristiana,
inserto Lazio 6 pagg. | € 30.000,00 |
| - Realizzazione materiale polivalente
regionale nelle lingue russo, cinese, e giapponese
e previsione di educational tours e assistenza per
operatori, giornalisti e media | € 80.000,00 |
| - Accademia Romana di Musica - Programma
di iniziative turistico gastronomiche e
culturali 8/11 luglio 2004 | € 10.000,00 |
| - G.Esse.G. Media srl – Raduno turistico culturale
per vetture d'epoca – 500 miglia | € 20.000,00 |
| - Interspazi – Inserto pubblicitario Lazio su
Rivista Meridiani – Settembre 2004 | € 4.000,00 |



- Edizioni Dossier – Superguida edizione 2004/2005 inserimento pubblicitario Lazio	€ 15.000,00
- Italy Italy – Insetto Lazio 16 pagg.	€ 30.000,00
Compagnia regionale di Pubblicità SrL Campagna di informazione su 9 testate a Diffusione regionale e locale	€138.000,00
- Studio di nuovi punti di accoglienza e orientamento dei flussi turistici in arrivo nei punti neuralgici e di maggiore concentrazione di turisti quali aeroporti, stazioni, autostrade, porti della Regione Lazio	€ 30.000,00
E	
Realizzazione, allestimento e gestione di moduli Pilota	€ 320.000,00
- Partecipazione congiunta del comparto regionale turismo e cultura, attività produttive, agricoltura, Presidenza in Giappone in occasione del Festival italiano luglio 2004 gennaio 2005	€ 100.000,00
- Rivista delle Nazioni - inserimento pubblicitario Lazio	€ 15.000,00
- Comune di Leonessa – Le Regioni a cavallo sponsorizzazione Lazio	€ 10.000,00
- Conferenza del Turismo Italiano-Genova Realizzazione stand Lazio	€ 10.000,00
-Eurobus-insetto Lazio	€ 5.952,00
Associazione Culturale Doc festival Insetto pubblicitario Lazio	€ 30.000,00



Lettera B)

Azioni finalizzate alla promozione culturale attraverso interventi straordinari sul territorio regionale **Spesa € 500.000,00**

Campagna di comunicazione tramite bando di gara
Europeo per la pubblicizzazione della mostra "Lazio
Preromano" promossa dalla Regione Lazio € 500.000,00

Lettera C)

Azioni finalizzate alla realizzazione di eventi spettacolari tramite i media televisivi e della
carta stampata **Spesa € 950.000,00**

Pieraldo Editore sponsorizzazione della Guida
Lazio Estate 2004 – una Regione da vivere -
veicolata con apposita campagna di comunicazione
su varie testate nazionali, radio, affissioni etc. € 340.000,00

ST. Entertainment - Notte Mediterranea - Prima Serata su Raidue - Luglio 2004 dal Lazio	€ 250.000,00
Publitalia - Veline - 10 Puntate in prima serata su Canale 5 - in Luglio e agosto dal Lazio	€ 120.000,00
Show Service - Lazio è Musica - produzione televisiva con realizzazione di videocassette	€ 240.000,00

Lettera D)

Realizzazione di una gara d'appalto europea finalizzata alla acquisizione e realizzazione di un progetto di comunicazione per la promozione dell'immagine regionale e alla visibilità ed affermazione del prodotto turistico Lazio sui mercati internazionali Spesa €3.000.000,00

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 c/o di opportunità strategica, variazioni sia in termini finanziari di quantificazione del budget sia di sostituzione con altre ritenute più produttive.



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]