

GIUNTA REGIONALE DEL LAZIO
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

14 GEN. 2005

ESTRATTO DAL PROCESSO VERBALE DELLA SEDUTA DEL _____

14 GEN. 2005

ADDI' _____ NELLA SEDE DELLA REGIONE LAZIO, IN VIA CRISTOFORO COLOMBO, 212 ROMA, SI E' RIUNITA LA GIUNTA REGIONALE COSI' COSTITUITA:

STORACE	Francesco	Presidente	LANNARILLI	Antonello	Assessore
SIMEONI	Giorgio	Vice Presidente	PRESTAGIOVANNI	Bruno	"
AUGELLO	Andrea	Assessore	ROBILOTTA	Donato	"
CIARAMELLETTI	Luigi	"	SAPONARO	Francesco	"
CIOCCHETTI	Luciano	"	SARACENI	Vincenzo Maria	"
FORMISANO	Anna Teresa	"	VERZASCHI	Marco	"
GARGANO	Giulio	"			

ASSISTE IL SEGRETARIO Tommaso NARDINI
.....OMISSIS

ASSENTI: FORMISANO - GARGANO - ROBILOTTA - VERZASCHI

DELIBERAZIONE N. - 45 -

OGGETTO:

Piano 2005 delle attività turistico promozionali della Regione Lazio-L.R.9/1997



45 14 GEN. 2005

9

01:Documents and
Settings\mazzacarrati

OGGETTO: Piano 2005 delle attività turistico-promozionali della Regione LAZIO - L.R.9/1997

LA GIUNTA REGIONALE

SU PROPOSTA dell'Assessore alla Cultura, 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 2005;

VISTA la deliberazione di G.R. n. 968 del 22/10/2004 che approva lo schema di Piano triennale delle attività turistico-promozionali della Regione Lazio 2004/2006;

RAVVISATA l'urgenza di procedere alla predisposizione del Piano delle attività turistico-promozionali della Regione LAZIO per l'anno 2005 che, nelle more del perfezionamento del complesso iter amministrativo di approvazione del Piano triennale di promozione turistica previsto dall'art.2 della L.R.9/1997 consenta la necessaria continuità delle attività di promozione turistica dell'Assessorato ed in particolare la partecipazione alle manifestazioni turistico promozionali sui mercati esteri e nazionale di prossima attuazione, nonché alle numerose iniziative di editoria, pubblicità, marketing, assistenza ed ospitalità quali competenze istituzionali dell'assessorato al Turismo;

RITENUTO quindi opportuno, 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 2005, da rimodularsi successivamente sulla base del definitivo Piano triennale adottato dalla Giunta Regionale ed in considerazione delle effettive risorse disponibili sul CAP.841505 per l'anno 2005 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

17 GEN. 2005



- Di approvare l'allegato Piano delle attività turistico-promozionali della Regione LAZIO per l'anno 2005, che forma parte integrante della presente deliberazione, dichiarandone l'immediata esecutività nelle more dell'approvazione del 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 2005, sulla base degli stanziamenti di bilancio previsti sul CAP. 841505 per un importo di Euro.3.870.000,00 a dare attuazione alle iniziative da realizzare nell'ambito del presente Piano esecutivo 2005;
- La presente deliberazione verrà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.

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

PIANO 2005 DELLE ATTIVITA' TURISTICO PROMOZIONALI DELLA REGIONE LAZIO

ALLEG. alla DELIB. N. 45

DEL14 GEN. 2005.....

IL CONTESTO

I dati parziali e le stime relative al 2004 hanno confermato il permanere di condizioni di incertezza dello scenario turistico internazionale. Tuttavia nonostante le preoccupazioni che continuano ad incombere sul settore turistico, il 2004, dopo un triennio che aveva visto una contrazione del complessivo sviluppo turistico mondiale, rappresenta una parziale svolta in positivo, con un ritorno ad un incremento del movimento turistico e del fatturato internazionale.

Dunque sembra, in attesa di dati statistici ufficiali relativi all'intero anno, che le luci prevalgano sulle tante ombre che hanno offuscato una crescita del turismo mondiale che agli occhi degli esperti era sembrata inarrestabile sul finire degli anni novanta.

Si preferisce sottolineare questo dato positivo piuttosto che evidenziare il persistere di problemi inquietanti di sicurezza internazionale od il protrarsi delle difficoltà di alcune tra le maggiori economie mondiali.

Si registra inoltre una sostanziale tenuta della destinazione Europa sempre più minacciata dalla concorrenza delle destinazioni a lungo raggio, che traggono forte giovamento dalla riduzione dei costi dei vettori aerei.

L'anno che si sta per concludere, come testimoniato nella recente Conferenza Nazionale sul Turismo di Genova, è stato nel complesso piuttosto difficile per l'Italia e soprattutto per le più rinomate mete del turismo balneare e montano.

Al contrario le città d'arte, avvantaggiate dal fatto di poter essere visitate anche durante i fine settimana e comunque mediante il ricorso a brevi soggiorni, hanno conseguito risultati assai confortanti.

Addirittura in controtendenza appare il dato positivo complessivo del Lazio che ha rispettato le previsioni di un recupero sui mercati extraeuropei ed in particolare Giappone ed USA, in virtù di un indiscusso richiamo esercitato da Roma.

Il turismo balneare del Lazio, pur tra tante difficoltà congiunturali, si è confermato ai livelli dello scorso anno, dato ancora più importante alla luce dei risultati negativi avuti dalle altre realtà turistiche balneari italiane.



[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

GLI OBIETTIVI

Gli interventi attuati lo scorso anno, inseriti in una strategia più ampia che abbraccia il triennio 2004/2006, hanno avuto di mira da una parte il rafforzamento della posizione del Lazio sui principali mercati esteri da cui tradizionalmente provengono i maggiori flussi di visitatori e d'altra parte sono stati rivolti a gettare le basi per conquistare nuovi turisti da paesi emergenti e di assoluta importanza in un prossimo futuro, come la Cina o per intercettare quote interessanti di turismo dall'Est Europa, realtà assai interessanti anche alla luce del recente allargamento dell'Unione Europea.

Un occhio di riguardo è stato dedicato al mercato nazionale considerata la tendenza degli italiani a dirigersi verso mete oltre confine o in alternativa a ridurre le spese per i viaggi.

Nel 2005 si punta ad un recupero sul mercato tedesco, primo mercato europeo per il Lazio e ad un incremento dai Paesi europei quali la Francia, l'Austria e la Gran Bretagna nonché la Scandinavia.

Buone appaiono le prospettive di stabilizzazione dai principali mercati extra-europei, in particolare USA e Giappone.

Per quanto concerne il mercato nazionale, che rimane fondamentale per alcune località turistiche del Lazio, si punterà con maggiore forza su di una promozione rivolta alla valorizzazione dei prodotti turistici e della tipicità delle destinazioni in linea con le esigenze di una clientela sempre più esigente.

Tali obiettivi di breve termine si inseriscono poi nella più ampia strategia della valorizzazione di nuove tematiche e della riduzione delle aree turisticamente marginali della Regione, del riequilibrio del movimento turistico sull'intero territorio regionale e dell'incremento della stagionalizzazione.



LE AZIONI

Per quanto concerne l'investimento promozionale, si dovrà tener conto delle risorse economiche attualmente iscritte al CAP.B41505 del bilancio di previsione 2005 (iniziative di competenza dell'Amministrazione regionale) che ammontano al momento, ad € 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 suddividere la spesa di € 3.870.000,00 nel modo seguente:

- a) contributi per iniziative sul territorio regionale € 1.700.000,00
- b) attività promozionale marketing, editoria, pubblicità € 2.170.000,00

Alla luce delle considerazioni svolte, nell'anno 2005 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 leaders

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 € 1.830.000,00

La partecipazione alle fiere specializzate nel settore turistico ed a workshops rimane uno strumento fondamentale di promozione dell'immagine e delle risorse turistiche del Lazio in grado di assicurare un contatto sicuro fra operatori professionali e potenziali visitatori e professionisti della domanda di altri Paesi.

Tale partecipazione è ancor più efficace allorché viene accompagnata da una opera di sensibilizzazione presso le grandi testate del settore turistico e dalla possibilità di organizzare incontri turistico divulgativi che coinvolgano tour operators e giornalisti dei Paesi oggetto della campagna promozionale.



EUROPA - € 760.000,00

PAESE	FIERA	CITTA'	SPESA (Euro)	MESE	TIPOLOGIA
OLANDA	Vakantieburs	Utrecht	40.000,00	11/16 gennaio	Pubblico operatori
SPAGNA	Fitur	Madrid	70.000,00	26 gennaio	Mista
GERMANIA	CBR	Monaco	40.000,00	19/23 febbraio	Mista
FRANCIA	Mitt International	Parigi	45.000,00	12/14 ottobre	Pubbli
GERMANIA	ITB	Berlino	90.000,00	11/15 marzo	Mista
RUSSIA	MITT	Mosca	85.000,00	23/25 marzo	Mista
GRAN BRETAGNA	WTM	Londra	120.000,00	14/17 novembre	Professional
SPAGNA	EIBTM	Barcellona	20.000,00	Dicembre	Incentive e Congressi
SVEZIA	Settimana Italiana	Stoccolma	40.000,00	20/24 aprile	Workshop
GERMANIA	IMEX	Francoforte	20.000,00	19/21 aprile	Incentive e Congressi
DANIMARCA	Settimana Italiana	Copenaghen	40.000,00	18/22 maggio	Workshop

Oltre alla partecipazione alle sopra elencate fiere è prevista la partecipazione ad iniziative promozionali sui mercati dell'Est e Centro Europa anche di concerto con altre Regioni, organizzazioni rappresentative degli operatori turistici, ENIT ed ICE. - € 150.000,00

STATI UNITI / AUSTRALIA -€ 200.000,00

Workshop itineranti sul mercato statunitense e/o azioni promozionali Lazio USA e Australia anche di concerto con altre Regioni, ICE, ENIT, Ambasciate, Consolati, Istituti Italiani di Cultura, Camere di Commercio ed altri Enti che operano nel settore turistico € 200.000,00

ESTREMO/ MEDIO ORIENTE - € 200.000,00

Paese	Fiera	Città	Spesa	Mese	Tipologia
CINA	BIITM	Pechino	80.000,00	20/23 aprile	Borsa professionale
EMIRATI ARABI	Arabian Travel Market	Dubai	50.000,00	maggio	Borsa professionale
GIAPPONE	Jata Travel Fair	Tokio	70.000,00	22/25 settembre	Borsa workshop educational

ITALIA - € 670.000,00

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

Art Cities Exchange – Roma	€ 80.000,00
BIT Milano	€ 300.000,00
Mostra Regioni d'Italia – Roma Castel S. Angelo	€ 30.000,00
Salone Nautico di Genova	€ 40.000,00
TII Rimini	€ 90.000,00
MOTUS – Mostra e Borsa Turismo Religioso Roma	€ 20.000,00
BTC Firenze	€ 20.000,00
Buy Lazio	€ 40.000,00
BMT Napoli o BTA Paestum	€ 20.000,00
GIJANDO- Vicenza	€ 30.000,00




OSSERVATORIO TURISTICO CONGIUNTURALE DELLA REGIONE

LAZIO- Rinnovo incarico relativo all'anno 2005 alla Trademark Italia srl

€ 71.272,00

EDITORIA, PUBBLICITA' E SISTEMI MULTIMEDIALI



€ 268.728,00

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, approvato dalla Giunta Regionale, con propria deliberazione n. 968 del 22/10/2004 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. Si punterà a realizzare alcuni interventi quasi esclusivamente sul mercato italiano mediante la realizzazione di materiale editoriale polivalente ed attraverso inserti pubblicitari e publiredazionali sulle riviste del trade e dedicate ai viaggi.

Le attività di marketing sui mercati esteri previste nel presente Piano verranno realizzate avvalendosi delle strutture ENIT e/o altre organizzazioni quali le Camere di Commercio, ICE, Ambasciate ed Istituti Italiani di Cultura, associazioni ed 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.