



GIUNTA REGIONALE DEL LAZIO

ESTRATTO DAL PROCESSO VERBALE DELLA SEDUTA DEL 14/02/2006

=====

ADDI' 14/02/2006 NELLA SEDE DELLA REGIONE LAZIO, VIA DELLA PISANA 1301 ROMA, SI E' RIUNITA LA GIUNTA REGIONALE COSI' COMPOSTA:

MARRAZZO	Pietro	Presidente	DE ANGELIS	Francesco	Assessore
		Vice			
POMPILI	Massimo	Presidente	DI STEFANO	Marco	"
ASTORRE	Bruno	Assessore	MANDARELLI	Alessandra	"
BATTAGLIA	Augusto	"	MICHELANGELI	Mario	"
BONELLI	Angelo	"	NIERI	Luigi	"
BRACHETTI	Rogino	"	RANUCCI	Raffaele	"
CIANI	Fabio	"	RODANO	Giulia	"
COSTA	Silvia	"	TIBALDI	Alessandra	"
			VALENTINI	Daniela	"

ASSISTE IL SEGRETARIO: Domenico Antonio COZZUPI

***** OMISSIS

ASSENTI: Astorre - Brachetti - Costa - De Angelis - Michelangeli - Nieri

DELIBERAZIONE N. 86

Oggetto:

Piano 2006 delle attività turistico promozionali della Regione Lazio-L.R.9/1997.



86 14 FEB. 2006 *llg*

OGGETTO: Piano 2006 delle attività turistico promozionali della Regione Lazio-L.R.9/1997

LA GIUNTA REGIONALE

Su proposta dell'Assessore allo Sviluppo Economico, Ricerca , Innovazione e Turismo;

VISTA la L.R. 9/1997;

VISTA la legge regionale n.18 del 23/12/2005 che autorizza l'esercizio provvisorio del bilancio della Regione Lazio per l'esercizio finanziario 2006;

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

CONSIDERATO che con deliberazione del Consiglio regionale n. 18 del 22/12/2005 è stato approvato il Piano triennale delle attività turistico promozionali della Regione Lazio 2004/2006;

CONSIDERATA pertanto la necessità di procedere all'approvazione del Piano delle attività turistico promozionali della Regione Lazio per l'anno 2006 in armonia con quanto previsto dal succitato Piano triennale 2004/2006; *llg*

All'unanimità,

DELIBERA

- Di approvare l'allegato Piano delle attività turistico promozionali della Regione Lazio per l'anno 2006 , che forma parte integrante della presente deliberazione ;
- Il Piano di cui al punto precedente potrà subire eventuali rimodulazioni dovute a motivi imprevisti o a mutabilità delle condizioni di mercato o alla necessità della sostituzione e/integrazione di alcune iniziative con azioni che si dimostreranno più idonee;
- La suddetta rimodulazione verrà approvata con Deliberazione di Giunta Regionale;
- Con successive determinazioni dirigenziali si provvederà , nell'esercizio 2006, sulla base degli stanziamenti di bilancio previsti sul CAP. B 41505 a dare attuazione alle iniziative previste nell'allegato Piano;
- La presente deliberazione verrà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.

IL PRESIDENTE: F.to Pietro MARRAZZO

IL SEGRETARIO: F.to Domenico Antonio CUZZUPI

20 FEB. 2006



llg

PIANO DELLE ATTIVITA' TURISTICO PROMOZIONALI DELLA REGIONE LAZIO 2006



LO SCENARIO DI RIFERIMENTO

Come nel 2004, anche nel 2005 persiste un periodo di luci ed ombre per il turismo internazionale che, tuttavia, registra un incremento del numero dei viaggiatori a livello mondiale. Nonostante segnali di ottimismo tra gli esperti del settore, continua una fase di transizione piuttosto complessa e di non facile lettura, dove prevale un atteggiamento realistico da parte degli addetti ai lavori e dei consumatori, con una maggiore attenzione alla sostanza più che alla forma. L'elemento decisivo per la scelta della destinazione di vacanza e della tipologia di alloggio resta il rapporto qualità/prezzo, con un'attenzione particolare rivolta al complesso dei servizi disponibili, che devono rispettare criteri di qualità sempre più elevati per non disattendere le crescenti aspettative della domanda turistica.

L'atteggiamento cauto della clientela è condizionato da un'incerta situazione economica internazionale che specialmente nell'area dell'euro non consente visioni troppo ottimistiche: le incognite legate al forte innalzamento del prezzo del petrolio, ad esempio, appaiono ancora lontane da una positiva soluzione.

L'incertezza è poi aggravata dall'insidia del terrorismo internazionale che negli ultimi tempi ha manifestato un preoccupante risveglio.

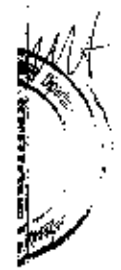
I dati relativi alla prima parte del 2005 lasciano trasparire una lieve flessione del movimento turistico complessivo ed una diminuzione del fatturato dell'industria turistica italiana. Il movimento estivo, pur condizionato dal maltempo, si è allineato ai volumi dello scorso anno e negli ultimi mesi una certa ripresa del movimento commerciale e d'affari ha consentito di migliorare la performance rispetto al 2004.


Nel complesso, le prime analisi consuntive e proiettive lasciano intravedere un 2005 e un 2006 non inferiore al 2004.

L'Italia, nonostante tutto, resta una delle destinazioni più ambite a livello mondiale, la più richiesta presso gli operatori organizzati internazionali.

Da segnalare, inoltre, una scelta più marcata degli italiani per le vacanze entro i confini nazionali, alla riscoperta delle bellezze naturali ed artistiche del nostro Paese. Queste indicazioni sono confermate dall'indicatore nazionale dell'occupazione delle camere alberghiere, che alla fine di settembre registra un aumento di 2,3 punti percentuali rispetto al 2004.


In questo controverso panorama, grazie al forte richiamo esercitato da Roma, il Lazio non solo riesce a difendere la posizione acquisita a livello nazionale, ma in controtendenza rispetto ad altre regioni italiane registra un significativo incremento di arrivi e presenze, in





particolare internazionali ed in misura inferiore italiane. Particolarmente positivo è il dato relativo al turismo proveniente dal nord America, dal sud-est Asiatico e dalla Scandinavia. Il tasso di occupazione camere alberghiere di Roma nei primi nove mesi dell'anno è passato dal 63,4% del 2004 al 71,7% del 2005 (+8,3 punti percentuali).

GLI OBIETTIVI





Il 2006 rappresenta il punto terminale dell'attività promozionale del triennio 2004/2006, che ha avuto come obiettivo da un lato il rafforzamento del Lazio sui principali mercati esteri e dall'altro l'esplorazione e il consolidamento di nuovi bacini di provenienza della domanda turistica internazionale.

I risultati ottenuti nel biennio 2004-2005 inducono a non mutare la rotta tracciata e dunque a perseguire gli obiettivi delineati. In particolare, sono previsti interventi promozionali nel Nord America, in Estremo Oriente (Giappone, Cina, India) e naturalmente in Europa, dove si guarderà con particolare attenzione alla Germania, e ai Paesi del Nord ed Est Europa.

Sul mercato italiano sarà rafforzata l'attività promozionale rivolta alla valorizzazione dei prodotti turistici ed alla tipicità delle destinazioni, sull'onda della tendenza della clientela italiana a privilegiare l'Italia rispetto alle mete esotiche, alla riscoperta delle bellezze del nostro Paese ed alla ricerca di novità ed attrazioni culturali ed artistiche.

Le azioni promozionali saranno orientate, inoltre, a consolidare l'ormai quasi avvenuto superamento dell'antagonismo tra Roma ed il resto del territorio regionale. Questa maggiore integrazione delle offerte regionali potrà produrre ulteriori benefici sia per Roma in termini di decongestionamento, che per le altre aree del Lazio in grado di ottenere significativi miglioramenti in termini di **destagionalizzazione** del movimento turistico e di durata media dei soggiorni.

A questo proposito va segnalata nella Regione la crescita, a lungo perseguita come uno dei principali obiettivi specifici, delle diverse forme di ricettività extralberghiera, che con la loro diffusione sul territorio contribuiscono a diversificare il sistema ricettivo assicurando una scelta più ampia di opportunità, in linea con le crescenti esigenze delle varie tipologie di turisti.





LE AZIONI

Per quanto concerne l'investimento promozionale, si terra' conto delle risorse economiche iscritte al cap. B 41505 del bilancio di previsione 2006, che ammontano 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 secondo le procedure previste dalla L.R. 60/1991.

Si ritiene pertanto di suddividere la spesa di € 3.870.000,00 nel modo seguente:

- a) contributi per iniziative sul territorio regionale** € 1.000.000,00
b) attività promozionale marketing, editoria, pubblicità € 2.870.000,00
- partecipazione a fiere, borse, workshop in Italia e all'estero

Alla luce delle considerazioni svolte, nell'anno 2006 si ritiene di finalizzare le risorse economiche a disposizione 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, tour operators, opinion leaders.

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


A) CONTRIBUTI PER INIZIATIVE SUL TERRITORIO REGIONALE, secondo le procedure della legge regionale n° 60/91

€1.000.000,00

Tali contributi sono finalizzati alla valorizzazione di azioni di promozione turistica di specificità locali sul territorio regionale, con l'obiettivo di incrementare il movimento turistico nel Lazio.

B) ATTIVITA' PROMOZIONALE, MARKETING, PARTECIPAZIONE A FIERE, BORSE, WORKSHOP IN ITALIA E ALL'ESTERO

€ 2.870.000,00



Le fiere e i workshop continuano a rappresentare un importante strumento di promozione dell'immagine del Lazio e 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, la presenza sui media (TV e carta stampata), la promozione dell'immagine coordinata e la partecipazione degli operatori privati titolari della commercializzazione, seguano di pari passo la copertura promozionale regionale.

La spesa viene ripartita fra i più importanti mercati turistici per il Lazio:

- Europa
- Nord America (Stati Uniti, Canada)
- Estremo Oriente (Giappone, Cina, India)
- Italia

Nel 2006 continua la partecipazione alle fiere, in maniera selettiva, dato l'impegno economico sostanzioso, seguendo la suddivisione in due sezioni già definita in passato, che prevede i maggiori investimenti per le fiere storiche più importanti, ed investimenti più leggeri per le fiere specializzate.

EUROPA

€ 800.000,00

PAESE	FIERA	CITTA'	MESE	TIPOLOGIA
OLANDA	Vakantieburs	Utrecht	10-15/1	Pubbl.-Operatori
SPAGNA	Fitur	Madrid	25-29/1	Pub/operatori
	Eibtm	Barcellona	28-30/11	Congr./Incentive
	Fiera	Valencia	aprile	Mista
GERMANIA	CBR	Monaco	18-22/2	Pubblico
	ITB	Berlino	8-12/3	Pubbl.-Operatori
	IMEX	Francoforte	30/5-1/6	Congr./Incentive
	Campionati Mondiali di calcio		giugno/luglio	
RUSSIA	MITT	Mosca	22-25/3	Pubbl.-Operatori
UK	WTM	Londra	6-9/11	Operatori
NORD-EUROPA		Roadshow		Workshop-iniziativa
EST-EUROPA		Roadshow		Workshop-iniziativa


NORD AMERICA**€ 300.000,00**

Workshop itineranti e/o azioni promozionali negli Stati Uniti e in Canada, 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.

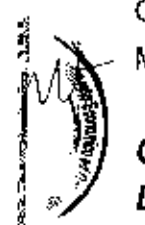

ESTREMO ORIENTE**€ 400.000,00**

PAESE	FIERA	CITTA'	MESE	TIPOLOGIA
Giappone	Jata Travel Fair	Tokio	21-24/9	Pubbl.-Operatori
CINA	Anno italiano in Cina -iniziative specifiche a sostegno del Lazio			
INDIA	ROAD SHOW	principali città indiane	settembre	Operatori

ITALIA**EURO 800.000,00**

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

Art Cities Exchange,	Roma	novembre
BIT,	Milano	18/21 febbraio
BMT	Napoli	aprile
BTA	Paestum	ottobre
TTI,	Rimini	ottobre
MOTUS - Mostra e Borsa Turismo Religioso,	Roma	novembre
BTC,	Firenze	novembre
Buy Lazio	Roma	settembre
Mordi e Resta - Itinerari nel Lazio		primavera - autunno
Giochi Olimpici Invernali Torino 2006		febbraio
Mostra Europea del Turismo-	Castel S.Angelo -Roma	aprile


OSSERVATORIO TURISTICO CONGIUNTURALE DELLA REGIONE LAZIO

Conferma dell'incarico relativo all'anno 2006-1° semestre- a Trademark Italia srl.

€ 35.635,00


**EDUCATIONAL TOURS PER TOUR OPERATORS E AGENTI DI VIAGGIO
ASSISTENZA E OSPITALITA'**

€ 200.000,00

MATERIALE PROMOPUBBLICITARIO

€ 334.365,00

Le attività di marketing sui mercati esteri 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 Lazio per la realizzazione operativa delle attività turistiche di cui sopra, nelle more della costituzione dell'Agenzia di Promozione Turistica, si avvarrà delle Aziende di Promozione Turistica del Lazio (APT), delle strutture proprie istituzionali e di quelle che per la loro natura possono essere funzionalmente utilizzate per le finalità promozionali dell'Assessorato Regionale al Turismo.



A