



seduta del
18/06/2018
delibera
829

pag.
1

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

ADUNANZA N. 200 LEGISLATURA N. X

DE/PN/SVM 0 NC Oggetto: Eventi sismici POR FESR 2014/2020 - DGR 475 del 16/04/2018 "POR FESR 2014-2020 Marche. Approvazione delle schede di attuazione dell'Asse 8 - prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma - modalità attuative del programma operativo MAPO - nuovo volume 3. Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015" - Intervento "destinazionemarche - The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing" - Approvazione Attività di Marketing e promozione del brand Marche e dei cluster turistici

Prot. Segr.
896

Lunedì 18 giugno 2018, nella sede della Regione Marche, ad Ancona, in via Gentile da Fabriano, si è riunita la Giunta regionale, regolarmente convocata.

Sono presenti:

- | | |
|--------------------|----------------|
| - LUCA CERISCIOLI | Presidente |
| - ANNA CASINI | Vicepresidente |
| - LORETTA BRAVI | Assessore |
| - FABRIZIO CESETTI | Assessore |
| - MORENO PIERONI | Assessore |

Sono assenti:

- | | |
|-----------------------|-----------|
| - MANUELA BORA | Assessore |
| - ANGELO SCIAPICHETTI | Assessore |

Constatato il numero legale per la validità dell'adunanza, assume la Presidenza il Presidente della Giunta regionale, Luca Ceriscioli. Assiste alla seduta, in assenza del Segretario della Giunta regionale, il Vicesegretario, Fabio Tavazzani.

Riferisce in qualità di relatore l'Assessore Moreno Pieroni.

La deliberazione in oggetto è approvata all'unanimità dei presenti.

NOTE DELLA SEGRETERIA DELLA GIUNTA

Inviata per gli adempimenti di competenza

- alla struttura organizzativa: _____
- alla P.O. di spesa: _____
- al Presidente del Consiglio regionale
- alla redazione del Bollettino ufficiale

Il _____

L'INCARICATO

Proposta o richiesta di parere trasmessa al Presidente del Consiglio regionale il _____

prot. n. _____

L'INCARICATO



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

OGGETTO: Eventi sismici POR FESR 2014/2020 - DGR 475 Del 16/04/2018 "POR FESR 2014 – 2020 Marche. Approvazione delle schede di attuazione dell'Asse 8 – prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma – modalità attuative del programma operativo (MAPO –nuovo volume 3. Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015" – Intervento "#destinazionemarche – The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing"- Approvazione Attività di Marketing e promozione del brand Marche e dei cluster turistici.

LA GIUNTA REGIONALE

VISTO il documento istruttorio riportato in calce alla presente deliberazione predisposto dal Servizio Sviluppo e Valorizzazione delle Marche, dal quale si rileva la necessità di adottare il presente atto;

RITENUTO per i motivi riportati nel predetto documento istruttorio e che vengono condivisi, di deliberare in merito;

VISTE le attestazioni contabili, nonché il d.lgs. n. 118/2011 e s.m.i. in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio

VISTA la proposta del Dirigente del Servizio Sviluppo e Valorizzazione delle Marche, che contiene il parere favorevole di cui all'articolo 16, comma 1, lettera a) della legge regionale 15 ottobre 2001 n. 20 sotto il profilo della legittimità e della regolarità;

VISTO l'art. 28 dello statuto della Regione;

Con la votazione, resa in forma palese, riportata a pagina 1

DELIBERA

di approvare, il quadro delle iniziative di sviluppo e di valorizzazione dell'offerta turistica delle Marche, in Italia ed all'estero, periodo 2018-19, con particolare riferimento alle aree del sisma, comprendente le attività di marketing, e promozione integrata del brand Marche e dei cluster turistici tematici, in coerenza con gli indirizzi strategici generali di cui alla DGR 475 del 16/04/2018, per complessivi € 7.714.209,76, di cui all'Allegato 1 che costituisce parte integrante della presente deliberazione;

che la copertura finanziaria di € 7.714.209,76, in relazione al Programma Operativo Regionale (POR) – Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) – 2014-2020 Asse 8 - Intervento 30.1.1 come da DGR n. 475 del 16/04/2018, è assicurata dalla disponibilità esistente sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2018-2020, in ragione del cronoprogramma di esigibilità negli anni 2018 e 2019, Correlati ai capitoli di entrata 1201050111 (accertamenti 997/2018 e 123/2019) e 1201010324 (accertamenti 998/2018 e 124/2019), trattasi di risorse coerenti, quanto alla natura della spesa, con le finalità di utilizzo previste dall'atto, fatte salve le eventuali variazioni finanziarie necessarie alla puntuale identificazione della spesa in base ai livelli di articolazione del piano dei conti integrato di cui al d. Lgs. n. 118/2011 e SIOPE:

	quota UE		quota stato		
anno	capitolo	importo	capitolo	importo	totali per anno
2018	2070210033	150.000,00	2070210034	150.000,00	300.000,00
	2070210035	2.322.104,88	2070210036	2.322.104,88	4.644.209,76
					4.944.209,76
2019	2070210033	635.000,00	2070210034	635.000,00	1.270.000,00
	2070210035	750.000,00	2070210036	750.000,00	1.500.000,00



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

	2.770.000,00
totale generale	7.714.209,76

Il presente atto è soggetto a pubblicazione ai sensi dell'art. 26, comma 1 del d. lgs. 33/2013.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
(Deborah Giraldi)
Vice Segretario della Giunta regionale
(Fabio Tavazzani)

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA
(Luca Ceriscioli)

DOCUMENTO ISTRUTTORIO

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

- Nota prot. n. 00044566 del 07/03/2017 del Commissario del Governo per la ricostruzione nei territori interessati dal sisma del 24 agosto 2016 avente ad oggetto "Eventi sismici nell'Italia Centrale – Assegnazione di risorse comunitarie della politica di coesione – Primo riparto tra gli ambiti regionali".
- Nota prot. n. 0002193 del 13/06/2017 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per le Politiche di coesione, avente ad oggetto "Risorse aggiuntive ai sensi dell'art. 92, paragrafo 3, del Regolamento UE n. 1303/2013 del Parlamento e del Consiglio, del 17 dicembre 2013 – Riparto".
- DGR n. 664 del 20/06/2017 "Art. 51 c.2 lettera a) D. Lgs. 118/2011 – art. 10 L.R. 36/2016 Iscrizione nel Bilancio di Previsione 2017-2019 di entrate derivanti da assegnazione di risorse statali e comunitarie FESR 2017/2019 – eventi sismici nell'Italia centrale e relativi impieghi. Variazione nel Bilancio Finanziario Gestionale – Euro 248.000.000,00 – annualità 2017.
- Decisione di esecuzione della Commissione Europea C(2017) 8948 del 19/12/2017 che modifica la Decisione di esecuzione C(2015) 926 che approva determinati elementi del Programma Operativo POR Marche FESR 2014-2020" per il sostegno del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale "Investimenti a favore della crescita e dell'occupazione per la Regione Marche in Italia".
- DGR n. 1597 del 28/12/2017 "Approvazione da parte della Commissione Europea delle modifiche al Programma Operativo FESR Marche 2014/2020 a seguito dello stanziamento del contributo aggiuntivo per le aree del terremoto, di cui alla Decisione di Esecuzione C(2015) 926 8948. Recepimento".
- DGR n. 587 del 07/05/2018 "Art. 51 comma 2, lettera a), D.Lgs. 118/2011 – Art. 10 L.R. 36/2016 – Iscrizione nel Bilancio di Previsione 2018-2020 di entrate derivanti da assegnazione di fondi vincolati a scopi specifici e relativi impieghi. Programmazione POR FESR 2014/2020 – eventi sismici. Variazione del Bilancio di Previsione 2018-2020".
- DGR n. 475 del 16/04/2018 POR FESR 2014-2020 Marche. Approvazione delle Schede di attuazione dell'Asse 8 "Prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma". Modalità Attuative del Programma Operativo (MAPO – nuovo Volume 3). Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

▪ DGR n. 766 del 05/06/2018 Approvazione del Piano finanziario dell'Asse 8 "Prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma". Modalità attuative del Programma Operativo (MAPO Volume 1). Modifica della DGR 1143 del 21/12/2015.

. D.A. 64/2017 - Piano Straordinario per lo sviluppo, la promozione e la valorizzazione delle Marche

. DGR N. 1040 DEL 08/09/2017 "Variazione compensativa tra le dotazioni delle missioni e di programmi del Bilancio di Previsione 2017-2019 riguardanti l'utilizzo di risorse comunitarie e vincolate all'attuazione della Programmazione POR FESR 2017-2020 – Variazione del Bilancio finanziario gestionale

. L. R n. 39 del 29/12/2017 "Disposizioni per la formazione del bilancio 2018/2020 della Regione Marche (Legge di stabilità 2018)";

. L.R. n. 40 del 29/12/2017v "Bilancio di previsione 2018/2020 " ;

D.G.R. n. 1614 del 28/12/2017 " D.Lgs. 23 giugno 2011, n. 118 - art. 39 comma 10 - Approvazione del documento tecnico di accompagnamento al Bilancio 2018-2020 - ripartizione delle unità di voto in categorie e macroaggregati "

. D.G.R. n. 1615 del 28/12/2017 "D.Lgs. 23 giugno 2011, n. 118 - art. 39 comma 10 - Approvazione del Bilancio finanziario gestionale del Bilancio 2018-2020 - ripartizione delle categorie e macroaggregati in capitoli "

. D.G.R. 748 del 05/06/2018 " Art. 51 comma 2 lett. B del D.Lgs. 118/2011 – Variazine compensativa tra le dotazioni delle missioni e dei programmi del Bilancio di Previsione 2018-2020, riguardanti l'utilizzo di risorse comunitarie e vincolate all'attuazione della programmazione POR FESR 2014-2020. Variazione al Bilancio Finanziario e gestionale

MOTIVAZIONI

In un mercato turistico, come quello attuale, così dinamico e in continua evoluzione, la Regione Marche ha intuito la necessità e l'importanza di puntare sui propri elementi di differenziazione trasformandoli in punti di forza e in attrattive uniche offrendo un'immagine all'esterno di sistema turistico coeso, organizzato, attento alla cura dell'immagine complessiva del brand Marche in tutte le sue sfaccettature. Partendo proprio dalla domanda, ossia da ciò che oggi il turista cerca, la Regione ha voluto ridisegnare la propria ricca e variegata offerta in prodotti turistici, proprio per soddisfare le esigenze sempre più mutevoli del viaggiatore e il suo bisogno di vivere esperienze.

In linea con il Piano Triennale del Turismo (DA 13/2015), obiettivo primario delle attività di comunicazione e promozione turistica della Regione è prevedere non solo importanti eventi culturali fini a se stessi, ma piuttosto una capacità di organizzazione, accoglienza, coinvolgimento delle realtà territoriali, in una strategia unica. Tale strategia ha come obiettivo più importante veicolare il Brand Marche ed i Cluster di riferimento di tale progetto come l'occasione per condizionare i flussi turistici rispetto ai percorsi canonici, per aumentare la capacità attrattiva delle Marche in un contesto di mercato turistico sempre più condizionato da scelte di qualità e fortemente organizzate sia sul lato promozionale che su quello organizzativo.

A seguito degli eventi sismici del 2016 si rende altresì necessario operare in maniera netta e decisa nel senso dell'attuazione di attività di promozione e comunicazione che favoriscano il rilancio dell'offerta turistica e dei territori regionali.

In tal senso, la D.A. 64/2017 ha approvato il Piano Straordinario per lo sviluppo, la promozione e la valorizzazione delle Marche, individuando le linee guida della strategia regionale per la X legislatura, ad integrazione della succitata D.A. 13/2015.

Nel rispetto delle direttive contenute nel Piano Straordinario di cui alla succitata D.A. 64/2017, la Regione intende attuare le attività di comunicazione e promozione, in Italia ed all'Estero di cui all'allegato 1) con l'obiettivo specifico del riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche regionali, favorendo azioni



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

di sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali, nonché alla promozione delle destinazioni turistiche

Tutto questo è pienamente rispondente ai contenuti delle azioni proposte in coerenza con quanto scritto nel POR e con la strategia generale europea, nella DGR 1143 del 21/12/2015, così come modificata dalla D.G.R. 475 del 16/04/2018 e precisamente nella scheda "Azione 6.8.3, Intervento 30.1.1 "#destinazionemarche-The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing".

In particolare nella scheda è individuata la strategia di fondo dell'azione mirata a favorire il migliore posizionamento delle Marche come destinazione turistica di qualità, sostenibile, accessibile e slow ed a favorire il rilancio economico della regione in chiave TOURISM DRIVEN, con particolare attenzione alle aree interessate dal sisma del 2016, attraverso:

1. L'innovazione dei cluster turistici con maggiori potenzialità di crescita
2. Il rafforzamento della promo commercializzazione on line per agevolare l'accessibilità al mercato della "destinazione Marche";
3. La valorizzazione della sinergia tra i settori della cultura e del turismo;
4. Il posizionamento delle Marche come location a cielo aperto, favorendo la sinergia tra destination marketing e cineturismo in chiave internazionale.

Scopo di questo intervento è far riemergere le aree regionali colpite duramente dal sisma del 2016 attraverso una serie di attività concatenate di destination marketing sinergicamente declinate per tutti i cluster turistici regionali e diversificate sui vari mercati e su vari target di riferimento, tra cui:

- lo sviluppo delle quote del mercato turistico dei Paesi europei ed extraeuropei presentandosi con prodotti mirati, capaci di conquistare target medio-alti;
- la promozione della destinazione segmentata per cluster e network turistici in chiave esperienziale con una proiezione pluriennale, stimolando una reingegnerizzazione dei prodotti-destinazione in accordo con i soggetti turistici territoriali;
- l'intensificazione dei rapporti con T.O., AdV e compagnie aeree per aumentare i canali di vendita organizzati su tutti i mercati di riferimento;
- lo sviluppo e l'implementazione delle relazioni esistenti di partnership e co-marketing con T.O., Coach e bus operator e dei sistemi di mobilità collettiva attivi in mercati intermediati, puntando ad un incremento delle partnership promo-commerciali;
- il rafforzamento del posizionamento nazionale e internazionale del brand Marche, sviluppando una definita identità di destinazione attraverso un messaggio unico con un'azione più orientata alla comunicazione, al ritorno di immagine e alla promo-commercializzazione.

I mercati di riferimento delle attività di cui al presente atto sono quelli previsti all'Asse 8 Azione 6.8.3 "Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche" – Intervento 30.1.1 "#destinazionemarche – The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing"- del Programma POR FESR 2014-2020

La copertura finanziaria degli oneri di cui al presente atto è prevista come segue:

anno	quota UE		quota stato		totali per anno
	capitolo	importo	capitolo	importo	
2018	2070210033	150.000,00	2070210034	150.000,00	300.000,00
	2070210035	2.322.104,88	2070210036	2.322.104,88	4.644.209,76
					4.944.209,76
2019	2070210033	635.000,00	2070210034	635.000,00	1.270.000,00
	2070210035	750.000,00	2070210036	750.000,00	1.500.000,00

[Handwritten signature]



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

	2.770.000,00
totale generale	7.714.209,76

Nonché con ulteriori risorse dei fondi regionali, statali e comunitari che si renderanno disponibili, da destinare all'attuazione delle iniziative di cui al presente atto.

Trattasi di risorse coerenti, quanto alla natura della spesa, con le finalità di utilizzo previste dall'atto, in base ai livelli di articolazione del Piano dei conti integrato di cui al D. lgs. n. 118/2011 e s.m.i., / siope, per le quali l'esigibilità è per l'anno 2018 e 2019, trattasi di risorse rese disponibili da DGR 748/2018 di variazione compensativa.

Si fa presente, inoltre, che con note ID 14125258 del 15/06/2018 è stata trasmessa la proposta della presente DGR al Dirigente della P.F. Programmazione nazionale e comunitaria per il prescritto parere di conformità, il quale ha risposto, con nota ID 14136582 del 18/6/2018, che si riserva di esprimerlo al momento della presentazione dei decreti di attuazione della DGR in questione.

Tutto ciò premesso, si propone alla Giunta di deliberare quanto segue:

di approvare, il quadro delle iniziative di sviluppo e di valorizzazione dell'offerta turistica delle Marche, in Italia ed all'estero, periodo 2018-2019, comprendente le attività di marketing, comunicazione e promozione integrata del brand Marche e dei cluster turistici tematici, in coerenza con gli indirizzi strategici generali di cui alla DGR 475 del 16/04/2018, per complessivi € 7.714.209,76, di cui all'Allegato 1 che costituisce parte integrante della presente deliberazione;

che la copertura finanziaria di € 7.714.209,76, in relazione al Programma Operativo Regionale (POR) – Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) – 2014-2020 Asse 8 - Intervento 30.1.1 come da DGR n. 475 del 16/04/2018, è assicurata dalla disponibilità esistente sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2018-2020, in ragione del cronoprogramma di esigibilità negli anni 2018 e 2019, Correlati ai capitoli di entrata 1201050111 (accertamenti 997/2018 e 123/2019) e 1201010324 (accertamenti 998/2018 e 124/2019), trattasi di risorse coerenti, quanto alla natura della spesa, con le finalità di utilizzo previste dall'atto, fatte salve le eventuali variazioni finanziarie necessarie alla puntuale identificazione della spesa in base ai livelli di articolazione del piano dei conti integrato di cui al d. lgs. n. 118/2011 e SIOPE:

	quota UE		quota stato		
anno	capitolo	importo	capitolo	importo	totali per anno
2018	2070210033	150.000,00	2070210034	150.000,00	300.000,00
	2070210035	2.322.104,88	2070210036	2.322.104,88	4.644.209,76
					4.944.209,76
2019	2070210033	635.000,00	2070210034	635.000,00	1.270.000,00
	2070210035	750.000,00	2070210036	750.000,00	1.500.000,00
					2.770.000,00
totale generale					7.714.209,76

Il presente atto è soggetto a pubblicazione ai sensi dell'art. 26, comma 1 del d. lgs. 33/2013.

Il sottoscritto, in relazione al presente provvedimento, dichiara, altresì, ai sensi dell'art. 47 D.P.R. 445/2000, di non trovarsi in situazioni anche potenziali di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 6bis della L. 241/1990 e degli artt. 6 e 7 del DPR 62/2013 e della DGR 64/2014

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
(Valentino Torbidoni)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

AUTORIZZAZIONE DELLA P.F. PROGRAMMAZIONE NAZIONALE E COMUNITARIA

Si autorizza l'utilizzo dei fondi a carico dei seguenti capitoli di spesa del Bilancio 2018– 2020 annualità 2018 e 2019 per l'importo complessivo di € 7.714.209,76 secondo lo schema che segue, conforme al Piano Finanziario del POR-FESR Marche 2014 – 2020” con riferimento all’Asse 8 - Azione 6.8.3 - “Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche” – Intervento 30.1.1 “#destinazionemarche – The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing”:

quota UE		quota stato			
anno	capitolo	importo	capitolo	importo	totali per anno
2018	2070210033	150.000,00	2070210034	150.000,00	300.000,00
	2070210035	2.322.104,88	2070210036	2.322.104,88	4.644.209,76
					4.944.209,76
2019	2070210033	635.000,00	2070210034	635.000,00	1.270.000,00
	2070210035	750.000,00	2070210036	750.000,00	1.500.000,00
					2.770.000,00
totale generale					7.714.209,76

IL DIRIGENTE DELLA P.F.
(**Andrea Pellei**)

PROPOSTA E PARERE DEL DIRIGENTE DEL SERVIZIO SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELLE MARCHE

Il sottoscritto, considerata la motivazione espressa nell'atto, esprime parere favorevole sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica della presente deliberazione, dichiara, ai sensi dell'art. 47 D.P.R. 445/2000, di non trovarsi in situazioni anche potenziali di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 6bis della L. 241/1990 e degli artt. 6 e 7 del DPR 62/2013 e della DGR 64/2014 e ne propone l'adozione alla giunta Regionale.

IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO
(**Raimondo Orsetti**)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

ATTESTAZIONE CONTABILE

Si attesta che sono stati registrati sul bilancio di previsione 2018/2020 i seguenti accertamenti di entrata per i capitoli, gli importi e le annualità di seguito elencati:

	capitolo	2018		2019	
		importo	accertamento	importo	accertamento
Quota UE	1201050111	5.000.000,00	997/2018	2.500.000,00	123/2019
Quota stato	1201010324	5.000.000,00	998/2018	2.500.000,00	124/2019
totali		10.000.000,00		5.000.000,00	

Il responsabile della Posizione organizzativa
Accertamento delle entrate
(Dott.ssa Attilia Giorgetti)

ATTESTAZIONE DELLA DISPONIBILITA' FINANZIARIA

Si attesta la copertura finanziaria, intesa come disponibilità, della somma complessiva di € 7.714.209,76 sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2018/2020 sull'annualità 2018 -2019:

anno	quota UE		quota stato	
	capitolo	importo	capitolo	importo
2018	2070210033	150.000,00	2070210034	150.000,00
	2070210035	- 2.322.104,88	2070210036	2.322.104,88
2019	2070210033	635.000,00	2070210034	635.000,00
	2070210035	750.000,00	2070210036	750.000,00

IL RESPONSABILE DELLA P.O.
DI SPESA 4
(Simonetta Raccampo)

La presente deliberazione si compone di n. ^{15/06/2018} 18 pagine, di cui n. 10 pagine di allegati che formano parte integrante della stessa.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
(Deborah Giraldi)

il Vice Segretario della Giunta regionale
(Fabio Tavazzani)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Allegato1)

**PROMOZIONE TURISTICA
DELLA REGIONE MARCHE
Programmazione POR FESR 2014 – 2020 EVENTI
SISMICI E POR FESR 2014/2020
Linee di attività**

18 GIU. 2018

CV



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

PREMESSE

Il presente le presenti linee di attività sono state redatte a seguito dell'approvazione della DGR 475 Del 16/04/2018 "POR FESR 2014 – 2020 Marche. Approvazione delle schede di attuazione dell'Asse 8 – prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma – modalità attuative del programma operativo (MAPO –nuovo volume 3. Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015".

In particolare, le attività e le azioni contenute nel presente documento sono riferite alla scheda 30.1.1 "#destinazionemarche – The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing.

L'economia turistica delle Marche è stata fortemente coinvolta dagli eventi sismici che hanno colpito il territorio regionale a partire dall'agosto 2016, sia nelle zone direttamente interessate sia nel resto della regione, poiché l'influenza negativa degli eventi si è riversata sui clusters dell'intero comparto turistico regionale.

Per tale motivo, con l'attuazione delle attività di cui al presente documento, si intende valorizzare l'intera offerta turistica regionale, valorizzando l'intero territorio regionale, con particolare riferimento alle aree interessate dal sisma.

Le attività del presente documento sono state elaborate tenendo conto di quanto realizzato nella programmazione di cui alla DGR 44/2018 di cui costituiscono la necessaria continuazione ed evoluzione.

Le attività potranno essere integrate o modificate in funzione delle mutate condizioni dei mercati e/o delle opportunità che potranno presentarsi in futuro.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

**LINEA ATTIVITA' N. 1
FIERE NAZIONALI ED ESTERE**

Sulla base delle positive esperienze passate, è stato predisposto l'elenco delle manifestazioni fieristiche a cui si intende partecipare nell'ambito della presente programmazione.

All'elenco sottoriportato potranno aggiungersi ulteriori eventi fieristici, in virtù delle richieste e delle proposte degli operatori turistici regionali e delle opportunità di promozione su nuovi mercati.

2018			
DATA/PERIODO	LUOGO	TIPOLOGIA	NOTE
21-23 settembre	LONDRA (UK)	The National Wedding Show	Fiera B2B e B2C; stand ENIT
10-12 Ottobre	RIMINI	Fiera TTI	Fiera B2B
5-7 Novembre	LONDRA (UK)	Fiera WTM	Fiera B2B e B2C
1-9 Dicembre	MILANO	AF - Artigiano in fiera	Fiera B2C
2019			
Gennaio	UTRECHT (Olanda)	Vakantiebeurs	Fiera B2B e B2C; 121.000 visitatori; stand ENIT
Gennaio	VIENNA (Austria)	FERIEN MESSE WIEN	Più importante fiera del Turismo in Austria; stand ENIT
gennaio	ZURIGO (svizzera)	Fespo	Fiera B2B e B2C; stand ENIT; 63.000 visitatori
febbraio	BRUXELLES (Belgio)	Salon des Vacances	Fiera B2B e B2C; stand ENIT
febbraio	RIGA (Lettonia)	Balttour- Baltic International Travel Trade Fair	Partecipazione Regione Marche nello stand della Teztour per promozione della destinazione
febbraio	PRAGA (Repubblica Ceca)	Holiday World	26.850 visitatori; Fiera B2B e B2C; stand ENIT
Febbraio	MONACO (Germania)	F.R.E.E.	Fiera B2B e B2C; 135.000 visitatori; stand ENIT
Febbraio	MILANO	Fiera BIT	Fiera B2B e B2C
marzo	BERLINO (Germania)	Fiera ITB	Fiera B2B e B2C; 169.000 visitatori; stand ENIT
marzo	MOSCA (Russia)	Fiera MITT	Fiera B2B e B2C, stand ENIT
Marzo	PARIGI (Francia)	Smt Destination Nauture	Fiera B2B e B2C; stand ENIT
aprile	BAKU (Azerbaijan)	Aitf	Fiera B2B e B2C; 5.000 visitatori; stand ENIT
aprile	DUBAI (Emirati Arabi Uniti)	ATM	Fiera B2B e B2C; stand ENIT
maggio	TORINO	Salone del Libro	Fiera B2C- Stand Regione Marche



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

maggio	Francoforte (Germania)	IMEX	Fiera B2B e B2C; stand ENIT
Ottobre	Rimini	TTG	
Novembre	Kumming (Cina)	CITIM	Fiera B2B e B2C stand ENIT
	Londra (Inghilterra)	WTM 2019	Fiera B2B e B2C stand ENIT

Ce



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

LINEA ATTIVITA' N. 2

WORKSHOP E INCOMING CON OPERATORI TURISTICI E STAMPA ESTERA

Nell'ambito della nuova programmazione POR FESR 2014-2020 si prevede di realizzare workshop ed incoming con operatori turistici e stampa stranieri, finalizzati allo sviluppo di dei flussi turistici dai mercati esteri di interesse: paesi baltici, Ucraina, Russia, Bielorussia, Repubblica Ceca, Polonia, Germania, Francia, Belgio, Paesi Bassi, penisola scandinava, Regno Unito, nord America, Cina, con particolare riferimento alla promozione delle aree colpite dal Sisma.

La programmazione degli eventi di incoming e dei workshops sarà realizzata anche sulla base delle opportunità derivanti dalla realizzazione delle linee di attività di cui al successivo punto 3

La promozione dei cluster turistici regionali, realizzata attraverso i workshops e gli incoming dedicati agli operatori turistici ed agli organi di comunicazione stranieri costituisce uno strumento di promozione di sicuro impatto positivo, consentendo da un lato la conoscenza non intermediata delle eccellenze territoriali e favorendo nel contempo gli incontri diretti B to B tra gli operatori dell'offerta turistica regionale e gli operatori della domanda turistica e gli stakeholders internazionali.

Gli eventi potranno essere realizzati anche in collaborazione con l'ENIT e con gli operatori turistici regionali ed internazionali e tenendo conto delle opportunità di promozione su nuovi mercati, quali, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, l'apertura di nuove rotte aeree e collegamenti via terra, la celebrazione di anniversari di particolare rilevanza storica e/o culturale, le particolari condizioni favorevoli che si potranno prospettare su specifici mercati.

E prevista altresì la realizzazione della seconda edizione del progetto "Buy Marche", di promozione e di attrazione di Buyers del settore turistico regionale.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

**LINEA ATTIVITA' N. 3
PROMOZIONE E MARKETING INTEGRATI**

Misura 1 - CONCEPT E IDENTITA' VISIVA E MEZZI PREVISTI

La Regione Marche ha programmato una nuova campagna di comunicazione finalizzata a incrementare l'appeal della destinazione e nuovi flussi turistici. La nuova campagna ha come elemento chiave il racconto del territorio attraverso la voce narrante dell'attore Giancarlo Giannini incaricato, nell'ambito delle attività finanziate dalla programmazione di cui alla DGR44/2018, di interpretare testi promozionali di natura evocativa e culturale adattati per la radio.

Il racconto del territorio si articola attraverso strumenti di comunicazione tra loro integrati che hanno quindi come perno lo spot radiofonico, interamente interpretato dall'attore. Sono stati registrati n. 32 spot da 30" e n. 3 spot da 15" capaci a loro volta di generare, sia off line che soprattutto on line, racconti che costituiscono spunti per vacanze tematiche di grande fascino. Alla campagna radiofonica è infatti correlata la pubblicazione nei canali social Marche Tourism di immagini e video coordinati ai vari spot radiofonici. Gli spot hanno come sottofondo la musica di Rossini in occasione delle Celebrazioni rossiniane 2018/2019.

Si realizza la produzione dell'identità visiva della nuova campagna di comunicazione comprensiva di:

- layout e claim Marche, bellezza infinita
- video (max due minuti)
- spot pubblicitario tv (30" e 15")
- spot radiofonico
- video tematici della durata di max 2 minuti di promozione turistica delle Marche.
- Promozione mediante inserimento di immagini o video riferiti al territorio regionale in spot o clip video musicali
- Promozione del territori regionali legati ai personaggi della cultura e della storia delle Marche, inserita in produzioni TV o cinematografiche
- mezzi di campagna radiofonica
- mezzi off line per Italia e estero articolato e suddiviso in mezzi TV, mezzi su carta stampata e maxi impianti (stazioni, aeroporti, metro etc.);
- marketing digitale per Italia e estero che comprenda anche l'utilizzo dello spot TV e del video tematici di due minuti;
- storytelling digitale incentrato sui contenuti della campagna.

Misura 2 - SALE CINEMATOGRAFICHE

Lo spettacolo cinematografico è vissuto come esperienza unica potente e emozionante. In Italia gli spettatori annui sono stimati in circa 106 milioni. I principali circuiti pubblicitari che promuovono azioni pubblicitarie sono: Rai Pubblicità che conta circa 400/500 sale; circuito Ucinemas e The Space Cinema che conta 858 sale (concessionario: DCA) e che da solo ospita 41 mln di spettatori annuali; circuito Movieland che conta circa 900 sale (concessionario: Moviemedia). Scopo è la messa in onda di spot pubblicitari delle Marche e dell'organizzazione di attività collaterali (distribuzione brochures, newsletter etc.) nei circuiti individuati.

In attesa di avere il nuovo spot pubblicitario delle Marche potranno essere veicolati a seconda dell'opportunità, anche altri prodotti esistenti.

Misura 3 - RADIO

L'attività su RADIO RAI è articolata nella messa in onda di annunci pubblicitari di diversa durata (da 5", da 15" e da 30"), che a rotazione saranno disponibili sui canali Radio Rai fino all'Autunno 2018 anche all'interno di trasmissioni di grande seguito popolare, quali:

- CALCIO – Mondiali di calcio Russia 2018, Tutto il calcio, Coppe Europee, Tim Cup - Spot da 15" – Tot. 315 spot
- FORMULA1– Annunci promo sponsorizzati da 5" (n. 400) e spot da 15" (n. 80)- Tot. 480 spot
- MOTO GP (fino a novembre 2018 - Annunci promo sponsorizzati da 5" (n. 360) e spot da 15" (n. 72)- Tot. 432 spot
- GIRO D'ITALIA - n. 92 spot da 15"

Programmazione tabellare spot da 30" e 15" per il 2018: circa 2 settimane al mese per sei mesi previsti. Totale: circa 1000 spot

Parallelamente si svolge la messa in onda di circa 520 spot da 30" e 15" , recitati da Giancarlo Giannini (n. 32 spot da 30" e n. 3 da 15")

RADIO PRIVATE



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Oltre a Radio RAI, le emittenti radiofoniche private costituiscono nel nostro Paese un ottimo veicolo di promozione. E' stata per questo realizzata un'attività di diffusione di spot sulle principali radio private nazionali, selezionate per indice di ascolto e per geolocalizzazione. Anche in questo caso si utilizzeranno i prodotti elaborati con la nuova campagna di promozione.

Misura 4 –TV

La campagna RAI beneficerà, come nel 2017, di particolari agevolazioni tariffarie legate alle particolari attenzioni che l'Emittente Pubblica riserva ai territori dell'Italia centrale colpiti dal sisma; si prevede al fine di ottimizzare la campagna, di mandarla in onda dopo l'edizione estiva degli spot radiofonici e di integrarla con la messa in onda di spot sui circuiti CINEMA di RAI che hanno spazi pubblicitari prima della proiezione dei film più corti rispetto agli altri circuiti e sub RAI PLAY. Oltre la RAI gli spot potranno essere mandati in onda su canali Mediaset, LA7, SKY, e altri canali che prevedono alti indici di ascolto (esempio: Discovery Media terzo editore in Italia). Compatibilmente alle disponibilità del concessionario saranno scelte le fasce di maggiore ascolto. Come nel 2017 si prevede la messa in onda di spot anche in Autunno/ Inverno

Misura 5 – PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE MARCHE ATTRAVERSO EVENTI/CLUSTER DI SISTEMA

La Regione Marche ritiene che alcuni cluster ed eventi, prevalentemente di derivazione culturale, possano essere un ottimo strumento per la valorizzazione e la promozione del territorio regionale e per accrescere l'offerta turistica complessiva. L'elenco che segue pone in evidenza alcune di queste attività per le quali la Regione Marche intende procedere a sostegno, con adeguata promozione, che verrà definita, caso per caso, con i soggetti attuatori, ma sempre in coerenza con la strategia di comunicazione più generale. Si elencano gli strumenti e le attività che sono state o verranno prodotte sulla scia di quelli già realizzati nella programmazione di cui alla DGR 44/2018.

EVENTO/CLUSTER	NOTE
Destinazione Marche 2018 L'offerta turistica complessiva articolata in temi ed eventi	Dossier Marche allegato a Bell'Italia (Cairo edizioni). Il fascicolo è distribuito anche gratuitamente negli IAT regionali e in occasione degli incontri organizzati presso il Museo diocesano di Milano per sostenere la mostra Capolavori Sibillini
Destinazione Marche. Cluster The Genius of Marche	Pubblicazione Speciale Marche de Il Giornale dell'Arte fascicolato. Distribuzione al Salone del Libro di Torino.
Cluster Mare/Family	speciale Mare delle Marche su DOVE e campagna media con l'editore RCS/CAIRO.
Anno Rossiniano – Celebrazioni 150 anni dalla morte di Gioachino Rossini	Attivazione convenzione con il Comune di Pesaro per progetto di comunicazione e promozione che abbia come focus la valorizzazione dei luoghi colpiti dal sisma attraverso Rossini come testimonial (eventi, comunicazione, promozione) sulla scia della campagna di comunicazione con Giancarlo Giannini.
Destinazione Marche: supporto alle attività di Marketing e di promozione	Servizi di supporto alle attività di marketing e di promozione attraverso l'analisi della domanda e dell'offerta dei cluster turistici regionali e della loro incidenza sull'economia e sul Prodotto Interno Lordo Regionale
Destinazione Marche. L'offerta turistica articolata in temi ed eventi	Supplemento di 48 pagine allegato a QN articolato in vari temi ed eventi a partire da quelli legati ai luoghi del cratere fino alla proposta del mare. Il fascicolo sarà distribuito anche gratuitamente negli IAT regionali
Destinazione Marche. Network Family	Pubblicazione e distribuzione guida della collana Divertimappe destinata a far conoscere le Marche ai bambini.
Destinazione Marche. L'offerta turistica articolata in temi ed eventi	Supplemento allegato al Messaggero articolato in vari temi ed eventi a partire da quelli legati ai luoghi del cratere fino alla proposta del mare
Destinazione Marche. Le Marche del Medio Evo e dei borghi nel segno di Federico II	Attivazione convenzione con il Comune di Jesi per progetto di comunicazione e promozione che abbia come focus la valorizzazione dei luoghi colpiti dal sisma attraverso Federico II e il museo Stupor mundi. Sito web, brochures, attività e pacchetti specifici x valorizzare i borghi del cratere nel segno di Federico II.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Destinazione Marche. Network Motorbike	Sulla scia del progetto realizzato da ENIT e le quattro regioni colpite dal sisma #saliaborgo (2017), valorizzazione della destinazione per turismo della motocicletta con focus su aree colpite dal sisma fino a Terra dei motori (Pesaro)
“Lotto nelle Marche”. Mostra con circa 20/30 opere dei musei italiani e stranieri provenienti dalle Marche e tour nelle città lottesche	Promozione della mostra con sede a Macerata e itinerari nel territorio in borghi del cratere (Cingoli Mogliano Monte S. Giusto e nelle città lottesche) a regia regionale e realizzazione attività: video; ufficio stampa, catalogo mostra e monografia; grafica e stampa materiali promozionali; piano media.
Destinazione Marche. L’offerta turistica complessiva articolata in temi ed eventi	Speciale Marche in allegato a Traveller dedicato all’offerta autunnale natalizia con focus su entroterra. L’allegato è in italiano/ inglese e sarà distribuito nei centri IAT e in occasione di fiere e attività promozionali. Nel progetto rientra anche un piano media dedicato.
Tirreno – Adriatico – RCS Sport.	Attività promozionale nel contenitore sportivo a livello nazionale ed internazionale per promuovere i territori coinvolti.
Cluster Bike	Attività di comunicazione e promozione a supporto del nuovo cluster
Progetto “Le Marche del gusto – itinerari regionali. Un viaggio di promozione del territorio regionale attraverso le eccellenze enogastronomiche e i paesaggi da non perdere”	Eventi di comunicazione collegati ad iniziative di promozione turistica, organizzati in Italia o all’estero, in modo autonomo o in collaborazione con altri soggetti locali operanti nel settore,
Promozione mostre del territorio: “Tesori ritrovati” promossa Università Camerino, Comuni di S. Severino Marche, Camerino, S. Ginesio e Arcidiocesi Camerino “Andrea Vici” promossa Comune Arcevia e enti e associazioni diverse “Arte contemporanea” Fabriano	Piano media e promozione a livello nazionale per le mostre e idee week end abbinata.
Promozione della stagione lirica del Macerata Opera Festival	Attività di comunicazione e promozione territoriale connessi alla Manifestazione Macerata Opera Festival
Promozione della destinazione Marche attraverso i circuiti del Gruppo Eden Viaggi	Inserti promozionali, promozione digitale, educational
Progetto “Antonio Paolucci, le Marche, l’arte”	Progetti di valorizzazione del cluster tematico del patrimonio storico artistico e culturale regionale
Meeting mondiale Città Creative Unesco – Fabriano 2019	Attività di promozione territoriale e di comunicazione correlate
Celebrazioni V Centenario Raffaello Sanzio.	Attività di promozione territoriale e di comunicazione correlate
Valorizzazione dei territori Sibillini	valorizzazione e promozione dei territori Sibillini attraverso il progetto “Sibilla “ ed altri progetti di valorizzazione.
GOOGLE MAPS	Mappatura del territorio regionale sulla piattaforma
TURISMO ITINERANTE	Pubblicità su sito
Progetto “Gabicce porta delle marche”	Attività di promozione del territorio regionale utilizzando i flussi turistici della città di riviera più a nord delle Marche
Raduno mondiale delle città sedi delle grotte e delle cavità	Attività promozionale e di marketing legata all’evento



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Misura 6 – FOCUS MILANO: BUS e GO TV

Per continuare a sostenere la campagna di promozione a Milano, ad integrazione delle attività già finanziate con DGR 44/2018e di promozione della mostra Capolavori Sibillini presso il Museo diocesano, si potrà attuare una campagna di affissione attraverso poster dedicati alle Marche in tutte le pensiline presenti a Milano legate alla fermate dei bus e dei tram e altre zone gestite in esclusiva da JP Decaux. I poster potranno avranno come oggetto:

- le mostre del Ciclo Mostrare le Marche (Fermo, Ascoli Piceno, Matelica)
- eventi come il Macerata Opera Festival e la mostra di Lorenzo Lotto (Macerata)
- campagna di comunicazione Marche bellezza infinita
- Natale nelle Marche

Un piano analogo potrà essere previsto attraverso Telesia Metro che trasmette in esclusiva nelle linee (metropolitane) di Milano, Roma e Brescia, mediante 405 schermi di grande formato posizionati sulle banchine di attesa dei treni di 72 stazioni. Offre ai passeggeri ogni giorno un palinsesto di contenuti editoriali aggiornati in tempo reale.

Misura 7 –MEDIA

Sulla base delle linee guida del piano media realizzato nell'ambito della realizzazione degli spot radiofonici interpretati da Giancarlo Giannini, e di quanto già realizzato nei primi mesi de 2018 si prevede di acquistare spazi pubblicitari off line e on line e realizzare attività di content marketing sui seguenti gruppi editoriali e testate:

MEDIA ITALIA

- Gruppo RCS- Concessionaria CAIRO/ RCS - Dopo la pubblicazione dello speciale MARCHE su Dove di Giugno, si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto e alla campagna Marche Bellezza infinita (Corriere della Sera, Bell'Italia, Bell'Europa, Antiquariato e altri mezzi del gruppo);
- Gruppo QN- Concessionaria Speed - Dopo la pubblicazione dello speciale MARCHE allegato a QN di Giugno, si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto e alla campagna Marche Bellezza infinita;
- Gruppo IL MESSAGGERO/CORRIERE ADRIATICO/ MARCO POLO – Concessionaria PIEMME- Si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto e alla campagna Marche Bellezza infinita;
- Gruppo Condénast – Concessionaria CONDÉNAST- Advertising su Vanity Fair, Wired, GQ, Vogue, Traveller, Glamour; Branded content su canale Viaggi di Vanity Fair; pubblicazione speciale Marche allegato a Vanity Fair e Traveller (ottobre) in doppia lingua. Misura finanziata con DGR 44/2018
- Gruppo Mondadori – Si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto e alla campagna Marche Bellezza infinita (Donna Moderna, Famiglia Cristiana e altri mezzi del Gruppo); spot radiofonici sulle radio del Gruppo
- Librerie Coop – Distribuzione brochures mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto nei punti vendita COOP, IPERCOOP, LIBRERIE COOP; messa in onda degli spot radiofonici COOP, IPERCOOP, LIBRERIE COOP; scontistica;
- Gruppo Repubblica L'espresso –Concessionaria Manzoni - Si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto e alla campagna Marche Bellezza infinita (Repubblica e altri mezzi del Gruppo); spot radiofonici sulle radio del Gruppo
- Gruppo Touring Club- Si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto e alla campagna Marche Bellezza infinita
- Periodici di viaggio in Italia off line e in line: Turisti per caso; Strumenti del gruppo VALICA
- Periodici off line e on line di cluster tematici come: trekking (rivista TREKKING, Camminare), in linea con il network turistico regionale del trekking; bike; wedding; turismo scolastico (Didatour)
- Siti web specializzati in arte- EXIBART- FINESTRE SULL'ARTE-ART TRIBUNE - pubblicità on line finalizzata alle mostre del ciclo Mostrare le Marche e Lorenzo Lotto

MEDIA ESTERO

Si prevede di acquistare pubblicità off line e on line finalizzata alla campagna Marche Bellezza infinita (lingua inglese) su riviste come National Geographic, Geo Seison e altri periodici di settore ed emittenti radiotelevisive, nei nei mercati esteri target.

Misura 7 - WEB & SOCIAL NETWORK



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

L'azione sul Digitale si articola in due grandi filoni di attività:

1. Management e Formazione

- Analytics sito, progetto seo, nuova struttura sito Turismo, traduzione integrale in lingua tedesca, redazione, posizionamento e migliori performance sul web, potenziamento DMS e booking pacchetti;
- Alfabetizzazione del Sistema turistico locale (pubblico e privato) per il corretto uso dei sistemi digitali utili ad affrontare i mercati esteri e in particolare quelli di lingua tedesca.

2. Marketing digitale (web e social)

- Google: valorizzazione obiettivi del turismo attraverso tool, software e consulenza fornita da Google Italia;
- Attività di influencer marketing e digital P. R.;
- Storytelling della destinazione e dei cluster;
- Google adwords;
- Attività di Social media marketing per i mercati internazionali con particolare riferimento ad azioni di advertising (canali: Facebook, Instagram, You Tube, Twitter)

Sempre in ambito di web marketing la Regione Marche partecipa al progetto finanziato da ENIT di rilancio delle regioni colpite dal sisma e per il 2018 sono previste azioni di promozione della destinazione attraverso le principali a OLTA.

RIEPILOGO GENERALE DELLA SPESA

MISURA	SPESA PREVISTA	
	2018	2019
Fiere nazionali ed estere	200.000,00	870.000,00
Workshop e incoming con operatori turistici e stampa estera	100.000,00	400.000,00
Promozione e Marketing integrati	4.644.209,76	1.500.000,00
Totali	4.944.209,76	2.770.000,00