

Bollettino Ufficiale della Regione Campania n. 46 del 27 settembre 2004

REGIONE CAMPANIA Giunta Regionale - Seduta del 23 luglio 2004 - Deliberazione N. 1472 - Area Generale di Coordinamento N. 13 - Sviluppo Attività Settore Terziario - L.R. 29 marzo 1984 n. 24 - Art. 2 - Programma promozionale anno 2004.

omissis

PREMESSO che la L.R. 29 marzo 1984 n. 24, allo scopo di promuovere ed incrementare il movimento turistico in Campania, prevede l'adozione di un programma annuale di interventi promozionali indirizzati alla sollecitazione della domanda turistica nazionale ed internazionale, con particolare riferimento all'esigenza di potenziare le presenze turistiche anche nei periodi di bassa e media stagione;

VISTO il disposto della L.R. 6 marzo 1995 n. 5, art. 21, in base al quale è stata sancita l'efficacia pluriennale della legge regionale innanzi richiamata;

VISTO il regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione dei contributi finanziari in attuazione della L.R. 24/84, approvato dalla G.R.C. in data 31/1/03 con atto deliberativo n. 349.

CONSIDERATA la necessità di definire, per l'anno 2004, la programmazione delle specifiche azioni promozionali che si intendono intraprendere in sede regionale, coerente con le linee guida per lo sviluppo turistico della Regione Campania, approvate con deliberazione di Giunta Regionale n. 3337 del 12/7/02 e con il programma delle Azioni di Promozione e Comunicazione Turistica 2004 approvato con deliberazione di Giunta Regionale n. 3671 dell'11/12/03.

CONSIDERATA la necessità di individuare le iniziative turistiche di rilevanza nazionale e internazionale, definite "Grandi Eventi";

CONSIDERATO che il bilancio per l'esercizio finanziario 2004 è in corso di definizione, per cui non è ancora possibile procedere agli altri adempimenti previsti dal regolamento di cui sopra;

Propone e la Giunta, in conformità, a voti unanimi

DELIBERA

Per le motivazioni espresse in narrativa e che qui si intendono integralmente riportate:

- di approvare l'allegato programma promozionale in materia turistica per l'anno 2004, con la individuazione delle iniziative "Grandi Eventi";

- di rinviare le altre procedure, di cui al regolamento approvato dalla G.R.C. in data 31/1/03 con atto deliberativo n. 349 in attuazione della L.R. 24/84, ad avvenuta pubblicazione sul B.U.R.C. del bilancio relativo all'anno 2004;

- di inviare il presente atto al Settore Sviluppo e Promozione Turismo per i successivi adempimenti;

- di inviare al Settore Stampa e Documentazione per la pubblicazione sul BURC.

Il Segretario
Brancati

Il Presidente
Valiante

PROGRAMMA DI INTERVENTI PROMOZIONALI PER L'INCREMENTO IN CAMPANIA DEI FLUSSI TURISTICI ITALIANI E STRANIERI, RELATIVO ALL'ESERCIZIO FINANZIARIO 2004, IN ATTUAZIONE DELLA LEGGE REGIONALE 29 MARZO 1984 N. 24, DEL REGOLAMENTO APPROVATO CON DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE N. 349 DEL 31 GENNAIO 2003, DELLE LINEE GUIDA PER LO SVILUPPO TURISTICO DELLA REGIONE CAMPANIA APPROVATE CON DELIBERA DI GIUNTA REGIONALE N. 3337 DEL 12/07/2002, E DEL PROGRAMMA DELLE AZIONI DI PROMOZIONE E COMUNICAZIONE TURISTICA 2004, APPROVATO CON DELIBERA DI GIUNTA REGIONALE N. 3671 DELL'11/12/2003.

PREMESSA

Il programma di interventi promozionali riportato nel presente piano promozionale è finalizzato al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo turistico (incremento delle presenze e della spesa media pro-capite) indicati nel documento - Linee Guida sviluppo turistico della Regione Campania - approvato con delibera di Giunta Regionale n. 3337 del 12/07/2002.

Si è altresì considerato il "Programma delle Azioni di Promozione e Comunicazione turistica 2004" approvato con delibera di Giunta Regionale n. 3671 dell'11/12/2003.

LINEE DI INDIRIZZO DEGLI INTERVENTI PREVISTI NELL'ANNO 2004 PER SINGOLE AZIONI.

Il piano promozionale è realizzato in attuazione della L.R. n. 24 del 29 marzo 1984, la cui efficacia pluriennale è stata sancita dall'art. 21 della L.R. n. 5 del 6 marzo 1995, e delle linee guida di cui alla deliberazione di G.R. n. 3337 del 12/07/2002.

Per l'utilizzo delle risorse finanziarie disponibili per l'attività di promozione turistica per l'anno 2004, si adotta il regolamento approvato dalla Giunta Regionale con delibera n. 349 del 31/01/2003, recante i criteri e modalità per la concessione dei contributi finanziari e ripartizioni delle risorse in percentuali di assegnazione dei fondi in cinque categorie.

Le risorse finanziarie disponibili per l'attività di promozione turistica per l'anno 2004, verranno distribuite per singole azioni secondo le seguenti percentuali:

Categorie di ripartizione fondi per tipologie di iniziative finanziabili	Percentuale di attribuzione fondi destinati alla promozione turistica	Percentuale massima di contributo concedibile sulla spesa complessivamente preventivata
Iniziative, piani promozionali e campagne promo- pubblicitarie, nonché strumenti di supporto	20%	Realizzate da Regione ed Enti Turistici regionali: 100%
Mostre, fiere e workshops in Italia ed all'estero	15%	Realizzate da Regione ed Enti Turistici regionali: 100%
Iniziative promozionali sul territorio regionale ed extraregionale	30%	Realizzate da terzi : 50%
Grandi eventi di rilevanza nazionale e internazionale	20%	Realizzate da Regione ed Enti Turistici regionali: 100% Realizzate da altri Enti pubblici: 50%
Attività di intesa con gli Enti Turistici regionali e fondo di riserva	15%	100%

Saranno realizzati interventi in conformità alle linee di indirizzo definite con tale programma e compatibili con le disponibilità finanziarie attribuite dal bilancio.

Si sosterranno, inoltre, grandi eventi di elevato impatto promozionale che focalizzeranno l'attenzione dei media sul nostro territorio.

Con successivi atti deliberativi e con le conseguenti determinazioni dirigenziali si provvederà agli atti di impegno, liquidazione ed erogazione, tramite gli enti turistici territorialmente competenti.

INIZIATIVE, PIANI PROMOZIONALI E CAMPAGNE PROMO PUBBLICITARIE, NONCHE' STRUMENTI DI SUPPORTO.

Le Linee Guida per lo sviluppo turistico della Regione Campania - D.G.R.C. n. 3337/02 prevedono un mix di interventi destinati alla promozione e comunicazione del "prodotto Campania" che fanno riferimento a due tipologie:

- "*consumer marketing*" - azioni finalizzate a sensibilizzare la domanda finale, nazionale ed internazionale (campagna pubblicitaria, documentazione informativa, letteratura di viaggio, concorsi promozionali, etc.); a tal fine, l'Ente Provinciale Turismo di Napoli, su incarico dell'Assessorato al Turismo, ha predisposto la realizzazione di pubblicazioni informative per la promozione della Regione Campania nell'ambito delle Borse e Fiere internazionali di settore per l'anno 2004.

- "*trade marketing*" - azioni tese a favorire la commercializzazione del "prodotto Campania" da parte degli intermediari turistici, in particolare tour operator ed agenti di viaggio.

Gli interventi di promozione e comunicazione attuati nella logica del "*consumer marketing*" mirano a stimolare la domanda di turismo individuale e/o organizzato dai tour operator, mentre quelli realizzati secondo il "*trade marketing*" incentivano principalmente la domanda che transita attraverso il canale dell'intermediazione.

Entrambe le azioni sono essenziali per il riposizionamento competitivo della Campania e al perseguimento degli obiettivi di crescita per segmento di domanda e per territorio individuati nelle Linee Guida.

Per quanto riguarda in particolare il "*consumer marketing*", si prevede di agire come segue:

- la presenza promozionale su reti radiotelevisive dovrà privilegiare, in coerenza con gli obiettivi e le priorità qui definite, attività mirate ad incentivare le forme di turismo indicate nelle succitate Linee Guida regionali. Si sosterrà, quindi, una produzione video di adeguata qualità, capace di valorizzare gli elementi caratteristici della Campania sui vari mercati.
- le bellezze campane potranno essere valorizzate anche attraverso l'assistenza ed ospitalità ai giornalisti stranieri accreditati dall'ENIT, i cui servizi realizzati in Campania comportano per la Regione modesti oneri a fronte di significativi vantaggi promozionali su riviste estere.
- la promozione su carta stampata e su video potrà essere integrata con campagne di diffusione basate su manifesti e cartelloni in luoghi di grandi flussi come stazioni ferroviarie, porti ed aeroporti: saranno uno strumento permanente di promozione pubblicitaria a costi accettabili rispetto ai benefici prodotti.

Tale strategia prevede anche i piani promozionali degli Enti Turistici Regionali che, in base alle caratteristiche del territorio di loro pertinenza e facendo tesoro della loro pluriennale esperienza, programmano una serie di iniziative tese ad evidenziare le bellezze storiche e paesaggistiche nonché le tradizioni e la cultura delle genti campane.

Con le risorse rese disponibili sia dalla L.R. 24/84 che da eventuali altri specifici strumenti normativi, saranno sostenute, tra l'altro, le seguenti iniziative che rappresentano eventi di particolare significato promozionale per la Campania:

- Quattro notti di luna piena
- Premio Massimo Troisi
- Premio Sergio Leone
- Premio Napoli

- Mezzanotte nei parchi
- La Colombaia: Attività
- Cartoons on the Bay
- Premio Ischia
- Corsi di cucina mediterranea in Penisola Sorrentina
- Rai - Un posto al sole
- L'Italia dei porti
- Gusta Minori
- Premio Caruso -Torna a Surriento.
- Città della domenica
- Itinerari gastronomici - Quaderni del gusto
- Premio Carosone
- Notti mediterranee
- Estate d'oltremare
- Iniziative UNPLI-Comitato regionale.

Un'attenzione particolare verrà confermata, infine, per una iniziativa per lo studio e l'incentivazione di un particolare turismo fino ad oggi poco considerato: il turismo definito "pleinair" ovvero "secondo natura". Esso è da considerare una forma inedita nello scenario della vacanza e del tempo libero, oltre ad un fenomeno culturale e sociale che ha raggiunto una sua dimensione anche se non ancora rilevante.

Dai dati statistici si evince che, degli italiani che vanno in vacanza, una percentuale intorno al 13% pratica la vacanza all'aria aperta. Vale a dire che circa 3.000.000 di italiani (senza contare i flussi provenienti dalle nazioni europee) utilizzano questa forma di turismo.

MOSTRE, FIERE E WORKSHOP IN ITALIA ED ALL'ESTERO ANNO 2004

Mostre, Fiere e Workshop rientrano tra le attività di "trade marketing" garantendo il contatto commerciale tra operatori campani e operatori turistici nazionali e internazionali.

La strategia prevede di assicurare la presenza istituzionale oltre che sui mercati tradizionali anche su quelli emergenti dell'est europeo e dell'oriente. In particolare per quanto riguarda il mercato giapponese, visto il successo riscontrato nell'ultima iniziativa del *Fam Trip*, tenutosi alla fine del 2002 con tour operators e giornalisti nipponici, seguito dalla scelta della Campania quale sede della manifestazione "Japan week" da svolgersi nel 2005, si è consolidata la consapevolezza in sede regionale della necessità di posizionarsi in maniera adeguata in questo mercato asiatico ricchissimo e di grandi potenzialità; queste azioni saranno determinanti per costruire il futuro turistico della nostra regione su questo nuovo mercato. Analoga attenzione si prevede di destinare a mercati emergenti come quelli rappresentati dalla Russia e dalla Cina.

La presenza regionale alle mostre e fiere, proposte dal tavolo di concertazione ed approvate con delibere di Giunta Regionale nn. 3540/03 e 585/04 " e riprese nel **Programma delle azioni di Promozione e Comunicazione Turistica Anno - 2004** ", approvato con delibera di G.R. n. 3671 dell'11 dicembre 2003, deve comunque essere orientata ad una razionalizzazione delle modalità di presenza sui vari mercati per un uso ottimale delle risorse finanziarie disponibili. Tali finalità saranno attuate nel contesto di una più organica azione promozionale che l'ente Regione intende sempre di più garantire attraverso una fattiva concertazione con i fondamentali soggetti che contribuiscono alla programmazione turistica.

Per il 2004 la partecipazione alle manifestazioni fieristiche in Italia ed all'estero farà riferimento a quanto previsto dalle su citate delibere di programmazione approvate dalla Giunta Regionale, fatto salvo la verifica della relativa disponibilità finanziaria di riferimento quali: risorse previste dalla L.R.24/84 nonché risorse a valere sulle misura 4.7 e misura 6.5 del Programma POR Campania 2000-2006..

INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE ED EXTRA REGIONALE.

Saranno sostenute, anche per l'anno 2004, le iniziative promozionali sul territorio tese alla valorizzazione delle tipicità locali, sia come spettacoli che attinenti alle specificità culturali, artistiche, produttive ed ambientali; verrà dedicata attenzione alle più tipiche iniziative volte alla conservazione delle tradizioni campane, pur non trascurando attività di promozione innovative o programmate anche

oltre i confini della Campania ma con l'obiettivo di convogliare l'attenzione verso le bellezze artistiche, storiche ed ambientali della regione Campania.

Saranno inoltre viste con interesse quelle proposte tese ad incentivare forme di turismo sociale mirato alla più ampia conoscenza delle tradizioni culturali ed artistiche presenti in Campania, con politiche di diffusione anche attraverso quel grande vettore costituito dalle associazioni.

L'individuazione delle iniziative che beneficeranno del sostegno dell'Assessorato al Turismo, ai sensi della L.R. 24/84 è disciplinata dal Regolamento di attuazione della stessa legge approvato dalla Giunta Regionale con deliberazione n. 349 del 31 gennaio 2003.

I GRANDI EVENTI DI RILEVANZA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE.

Un sistema promozionale ormai consolidato nel marketing è quello di favorire occasioni di grande spettacolarità o di grosso rilievo all'interno dei mass-media per interessare un pubblico eterogeneo e numeroso con proposte mirate .

Gli organizzatori di tali eventi sono gli stessi Enti strumentali o Enti Locali , ai quali, grazie al rapporto di partenariato con l'Amministrazione Regionale, si assicura quella presenza istituzionale che contribuisce a dare significatività e risalto allo sforzo organizzativo.

Di seguito sono state individuate le azioni promozionali, quasi tutte consolidate, che, nell'anno 2004, permettono al turismo regionale una particolare visibilità e nei confronti dei quali si ritiene necessario erogare un contributo per la promozione delle opportunità turistiche offerte dal territorio campano.

PV.	SOGGETTO ATTUATORE	INIZIATIVA
AV	E.P.T. AVELLINO	MUSICA IN IRPINIA
BN	E.P.T. BENEVENTO	SPETTACOLI AL TEATRO ROMANO - PREMIO STREGA
BN	COMUNE DI BENEVENTO	BENEVENTO CITTA' SPETTACOLO
CE	E.P.T. CASERTA	SETTEMBRE AL BORGIO
CE	COMUNE DI CASERTA	LEUCIANA FESTIVAL
NA	A.A.C.S.T. SORRENTO	ESTATE MUSICALE SORRENTINA
NA	COMUNE DI NAPOLI	CAPODANNO A NAPOLI 2004
NA	COMUNE DI NAPOLI	EVENTI E CAMPAGNA PROMO PUBBLICITARIA PER MAGGIO DEI MONUMENTI
NA	E.P.T. NAPOLI.	NEAPOLIS FESTIVAL
NA	COMUNE DI ISCHIA	FESTA DI S.ANNA
SA	E.P.T. SALERNO - FONDAZIONE RAVELLO	FESTIVAL DI RAVELLO
SA	E.P.T. SALERNO	PALINURO EXPRESS

ATTIVITA' D'INTESA CON GLI ENTI TURISTICI REGIONALI E FONDO DI RISERVA.

L'interesse che i vari settori della società riservano al Turismo, attesta una sempre crescente attenzione verso il comparto quale elemento economico di fondamentale importanza per lo sviluppo della Regione. Gli Enti Turistici regionali sono un sicuro volano per le attività e le manifestazioni e pertanto è necessario conferire agli stessi più diretti compiti operativi, affiancandoli pur con le limitate risorse a disposizione, negli sforzi di sostegno del turismo campano.

La difficoltà connessa alla definizione del programma promozionale in una fase antecedente la stagione turistica crea la necessità di riservare una quota delle risorse finanziarie ad un'attività di sostegno promozionale da definire d'intesa con gli Enti strumentali. Tra queste iniziative possono anche essere ricomprese quelle di assistenza ed accoglienza di operatori italiani ed esteri, di elaborazione di specifico materiale promozionale e comunque tutte quelle che nel corso dell'anno si rendessero necessarie.

CONCLUSIONI

Il programma promozionale di cui alla L.R. 24/84, per l'anno 2004, definisce le linee guida dell'azione amministrativa nel comparto turistico, precisando una serie di indirizzi volti a tradursi anche in interventi di supporto agli operatori del settore.

E' evidente che il raggiungimento della qualità diventa l'obiettivo che unifica tra loro tutte le fasi decisionali e le collega direttamente con i momenti operativi.

Qualora, in una fase attuativa del presente programma promozionale ve ne fosse la necessità, la Giunta Regionale, così come già definito nel regolamento approvato con delibera n. 349/03, si riserva la facoltà di rimodulare l'assegnazione dei fondi entro il limite massimo del 10% previsto per ciascuna categoria di attività nel caso in cui i fondi non siano stati utilizzati per assenza di iniziative riferibili alle suddette categorie di ripartizione; si è anche provveduto ad una riserva di risorse finanziarie (comprese nella quota riferita all'attività di intesa) per quelle iniziative che all'atto della presente programmazione non trovano compiuta definizione.