Bollettini Ufficiale della Regione Campania n. 63 del 5 dicembre 2005

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 11 novembre 2005 - Deliberazione N. 1541 - Area Generale di Coordinamento N. 13 - Sviluppo Attività Settore Terziario - N. 16 - Governo del Territorio, Tutela dei Beni Paesistico - Ambientali e Culturali - **Programma di Promozione Turistica Anno 2005 - L.R. 24/84: D.G.R. 349/2003 E D.P.G.R. del 25/03/2005.**

PREMESSO CHE:
- allo scopo di promuovere ed incrementare il movimento turistico in Campania, è necessaria 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;
- la Giunta Regionale della Campania in data 31/01/03 con atto deliberativo n. 349, nell'ottica della semplificazione e dello snellimento dell'azione amministrativa, ha approvato il Regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione dei contributi finanziari in attuazione della L.R. 24/84, al fine di individuare corrette procedure conformi alla L. 241/90 e ss. mm. ii.;
- in data 16/02/2005, con deliberazione n. 309/2, il Consiglio Regionale della Campania ha approvato i regolamenti regionali che, a seguito dell'entrata in vigore della L.C. 1/99 erano stati emanati dal Presidente della Giunta Regionale previa deliberazione della Giunta medesima, tra i quali il sopraindicato Regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione dei contributi finanziari in attuazione della L.R. 24/84, facendone proprio il contenuto e individuando al contempo gli indirizzi ed i criteri cui attenersi nel riparto dei fondi regionali in oggetto;
- successivamente il Presidente della Giunta Regionale della Campania in data 25/03/2005 ha emanato il regolamento n. 3, approvato dal Consiglio Regionale, di convalida dei Regolamenti Regionali di cui sopra;

VISTI:
- La L. R. 24/84 avente ad oggetto: "Interventi promozionali per l'incremento in Campania delle correnti turistiche italiane ed estere";
- 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;
- la deliberazione n. 2331 del 18 dicembre 2004, e sue successive modificazioni ed integrazioni, con la quale la Giunta Regionale Campana ha individuato le iniziative di promozione turistica per l'anno 2005, approvando la partecipazione della Regione alle mostre, fiere, workshop in Italia e all'estero;

ATTESO CHE
occorre elencare le specifiche azioni promozionali per l'anno 2005, pienamente coerenti con le Linee Guida per lo sviluppo turistico della Regione Campania, approvate con deliberazione di Giunta Regionale n. 3337 del 12/7/02 e, nel contempo, in linea con il programma delle Azioni di Promozione e Comunicazione Turistica 2005 approvato con deliberazione di Giunta Regionale n. 2298 dell'18/12/04;

CONSIDERATA:
- la necessità di individuare le iniziative turistiche di rilevanza nazionale e internazionale, definite "Grandi Eventi", nonché di definire l'entità dei relativi contributi;
- l'opportunità di rinviare a successivi atti deliberativi la definizione dei contributi da erogare in relazione alle azioni descritte nell'allegato programma quali "iniziative, piani promozionali e campagne promo-pubblicitarie, nonché strumenti di supporto", "iniziative promozionali sul territorio regionale ed extra regionale" ed "attività d'intesa con gli enti turistici regionali";

VISTI
il Programma Promozionale anno 2005, nonché i Grandi Eventi di rilevanza Nazionale ed Internazionale nello stesso definiti, e ritenutili meritevoli di approvazione;

CONSIDERATO
- che con L.R. n. 16 dell' 11/08/2005, il Consiglio Regionale ha approvato il bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005 ;
- che con deliberazione n. 1147 del 07/09/2005, la Giunta Regionale ha approvato il Bilancio Gestionale 2005, ai sensi della L.R. 30/04/2002 n. 7;

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 2005, con la individuazione delle iniziative "Grandi Eventi di rilevanza Nazionale ed Internazionale " e la determinazione dei relativi contributi;
- di affidare agli Enti Turistici, come individuati nell'allegato Programma per la realizzazione dei "Grandi Eventi", il compito di provvedere alla verifica della documentazione di cui all'art. 5 del vigente Regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione dei contributi finanziari, approvato con D.G.R. 349/2003 e D.C.R. 309/2005;
- di dare mandato al Settore Sviluppo e Promozione Turismo, affinché provveda, con successivi atti monocratici, ai conseguenti impegno, liquidazione ed erogazione a favore degli EE.PP.TT. ed AA.AA.C.S.T. dei contributi individuati, imputando la somma complessiva di 1.460.000 a valere sulla U.P.B. 2.9.26, Cap. 4402, del Bilancio di Previsione per l'esercizio finanziario in corso;
- di inviare il presente atto al Settore Sviluppo e Promozione Turismo ed al Settore Stampa e Documentazione per la pubblicazione sul BURC per i successivi adempimenti.

Il Segretario
Brancati

Il Presidente
Bassolino

Regione Campania

Programma di interventi promozionali per l'incremento in Campania dei flussi turistici italiani e stranieri, relativo all'esercizio finanziario 2005, in attuazione del Regolamento approvato con D.G.R. n. 349 del 31 gennaio 2003, delle Linee guida per lo sviluppo turistico della regione Campania approvate con D.G.R. n. 3337 del 12/07/2002, e del programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2005, approvato con D.G.R. n. 2298 del 18/12/2004.

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 Deliberazione della Giunta Regionale n. 3337 del 12/07/2002.

Si è altresì considerato il "Programma delle Azioni di Promozione e Comunicazione turistica 2005" approvato con Deliberazione della Giunta Regionale n. 2298 del 18/12/2004.

LINEE DI INDIRIZZO DEGLI INTERVENTI PREVISTI NELL'ANNO 2005 PER SINGOLE AZIONI.

Il piano promozionale è realizzato in attuazione del Regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione di contributi e finanziamenti 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'anno 2005 le risorse finanziarie per l'attività di promozione turistica saranno assegnate secondo il disposto contenuto nel 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.

I fondi disponibili per l'attività di promozione turistica per l'anno 2005, pertanto, saranno ripartiti 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%

Sono attivati interventi di sostegno alle iniziative coerenti con le linee di indirizzo definite dal programma e compatibili con le disponibilità finanziarie attribuite dal bilancio.

Si sostengono, inoltre, grandi eventi di elevato impatto promozionale che hanno focalizzato o focalizzeranno, tra l'altro, 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 gli interventi destinati alla promozione e comunicazione del "prodotto Campania", che possono essere così definiti:

- "*consumer marketing*": azioni finalizzate a sensibilizzare la domanda finale, nazionale ed internazionale (campagna pubblicitaria, documentazione informativa, letteratura di viaggio, concorsi promozionali, etc.).

- "*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 per il 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 è ritenuto opportuno agire come segue:

- La presenza promozionale su reti radiotelevisive deve sostenere, 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 deve stimolare, quindi, una produzione video di adeguata qualità, capace di valorizzare gli elementi caratteristici della Campania sui vari mercati.
- Le località ed i siti turistici campani possono essere valorizzati 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 può essere integrata con campagne di diffusione basate su manifesti e cartelloni in luoghi di grandi flussi come stazioni ferroviarie, porti ed aeroporti: uno strumento permanente di promozione pubblicitaria a costi accettabili rispetto ai benefici prodotti.

Tale strategia prevede anche i piani e le attività 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 sia da eventuali altri specifici strumenti normativi, si ritiene di sostenere, tra l'altro, le seguenti iniziative che rappresentano eventi di particolare significato promozionale per la Campania:

- Quattro notti di luna piena
- Premio Sergio Leone
- Mezzanotte nei parchi
- Cartoons on the Bay
- Premio Charlot

- Fiorello show
- Premio Ischia
- Gusta Minori
- Itinerari gastronomici-Quaderni del gusto
- Premio Carosone
- Parco Etnico – la luce, il suono
- Leuciana Festival
- Capri Film Festival 2005

Un'attenzione particolare occorre dedicare, infine, allo studio e all'incentivazione di un particolare turismo fino ad oggi poco considerato: il turismo definito "pleinair" ovvero "secondo natura". Esso è da considerare una forma abbastanza nuova nello scenario delle vacanze e del tempo libero, oltre a un fenomeno culturale e sociale che ha raggiunto una sua dimensione crescente nel panorama complessivo del turismo italiano ed europeo.

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 2005

La programmazione regionale per l'anno 2005, per quanto attiene la presenza del Prodotto Campano sui mercati esteri, è indirizzata ad un duplice obiettivo: da un lato una coerente razionalizzazione delle modalità di presenza e quindi delle risorse investite, in modo da consentire il massimo contenimento della spesa, privilegiando iniziative rispondenti alle esigenze degli operatori del settore, e dall'altro l'individuazione di mercati alternativi rispetto a quelli già compresi nel tradizionale calendario fieristico. Infatti le Mostre, le Fiere e gli Workshops nel comparto turistico sono le azioni che agevolano i contatti commerciali tra gli operatori della nostra Regione con quelli nazionali e internazionali.

Relativamente alla presenza del Prodotto Campano sui mercati nazionali ed esteri, si sono realizzate una serie di azioni diversificate, tutte tese ad una efficiente campagna di promozione e comunicazione delle bellezze paesaggistiche e culturali presenti sul nostro territorio.

La rilevanza delle azioni intraprese, ai fini dell'attivazione della domanda finale, varia in funzione della location della domanda-obiettivo (turismo interregionale, nazionale, internazionale) e del grado di maturità dei diversi prodotti turistici (in genere i prodotti turistici maturi presentano dinamiche commerciali e distributive più complesse con un diverso coinvolgimento del sistema dell'intermediazione).

Per ciascuna tipologia di iniziativa vengono identificati gli obiettivi, i mercati da coinvolgere, i costi presunti e le modalità di gestione, amministrativa e istituzionale.

Le diverse attività di promozione e comunicazione riconducibili al "consumer marketing", per il 2005, sono:

- identificazione dell'immagine coordinata;
- realizzazione di documentazione informativa per i turisti
- realizzazione di una campagna di comunicazione

Le attività di promozione e comunicazione riconducibili al "trade marketing", per il 2005, comprendono, invece:

- Fiere turistiche
- Manuale per tour operators e agenti di viaggio
- Fam trips e press tour
- Roadshow
- Azioni di co-marketing

In perfetta sintonia con le indicazioni nazionali, si intende infatti assicurare la presenza istituzionale oltre che sui mercati tradizionali, anche su quelli emergenti dell'est europeo e dell'oriente. In particolare, per quanto riguarda i mercati giapponese e cinese, visto il successo riscontrato nelle ultime iniziative, si è consolidata la consapevolezza in sede regionale della necessità di posizionarsi in maniera adeguata in questo mercato asiatico ricchissimo e di grandi potenzialità.

La presenza regionale alle mostre e fiere, proposte dal tavolo di concertazione ed approvate con deliberazioni di Giunta Regionale nn. 2331/04, 301/05 e 1241/05 e riprese nel "**Programma delle azioni**

di Promozione e Comunicazione Turistica Anno – 2005" approvato con delibera di G.R. n. 2298 del 18 dicembre 2004, deve essere improntata all'esigenza di una razionalizzazione delle modalità di presenza sui mercati nazionali ed esteri che, pur senza alcun danno alla qualità dell'immagine promozionale che intendiamo affermare, siano improntate al corretto uso delle modiche risorse finanziarie disponibili ed all'individuazione delle più idonee adesioni a manifestazioni il cui valore strategico sia condiviso anche dagli operatori del settore.
Per il 2005 la partecipazione alle manifestazioni fieristiche in Italia ed all'estero ha fatto riferimento a quanto previsto dalle su citate delibere di programmazione approvate dalla Giunta Regionale, con finanziamento a valere sulle risorse previste dalla L.R.24/84 nonché sulla misura 4.7 del POR Campania 2000-2006.

INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE ED EXTRA REGIONALE.

Saranno sostenute, anche per l'anno 2005, le iniziative promozionali sul territorio mirate alla valorizzazione delle tipicità locali, quali spettacoli ed eventi attinenti alle specificità culturali, artistiche, produttive ed ambientali; verrà prestata 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 lo scopo di stimolare l'attenzione verso le bellezze artistiche, storiche ed ambientali della regione Campania.

Saranno inoltre considerate le 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, è disciplinata dal Regolamento 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 2005, permettono al turismo regionale una particolare visibilità e nei confronti delle quali si ritiene necessario erogare un contributo per la promozione delle opportunità turistiche offerte dal territorio campano.

PV	SOGGETTO ATTUATORE	INIZIATIVA	CONTRIBUTO
AV	E.P.T. AVELLINO	MUSICA IN IRPINIA	**70.000**
BN	E.P.T. BENEVENTO	SPETTACOLI AL TEATRO ROMANO – PREMIO STREGA	**70.000**
BN	COMUNE DI BENEVENTO	BENEVENTO CITTA' SPETTACOLO	**140.000**
CE	E.P.T. CASERTA	SETTEMBRE AL BORGO	**60.000**
NA	A.A.C.S.T. SORRENTO	ESTATE MUSICALE SORRENTINA	**80.000**
NA	A.A.C.S.T. NAPOLI	NAPOLI BLUES FESTIVAL	**60.000**
NA	COMUNE DI NAPOLI	CAPODANNO A NAPOLI 2005	**100.000**
NA	COMUNE DI NAPOLI	CAMPAGNA PROMO PUBBLICITARIA PER MAGGIO DEI MONUMENTI	**150.000**
NA	COMUNE DI NAPOLI	CONCORSO IPPICO INTERNAZIONALE	**100.000**
NA	E.P.T. NAPOLI.	NEAPOLIS FESTIVAL	**110.000**
NA	COMUNE DI ISCHIA	FESTA DI S.ANNA	**120.000**
SA	E.P.T SALERNO	FESTIVAL DI RAVELLO	**300.000**
SA	E.P.T. SALERNO	PALINURO EXPRESS	**100.000**
		TOTALE	**1.460.000**

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

L'attenzione che i vari settori della società riservano al Turismo, attesta un sempre crescente interesse 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 gli stessi sono impegnati direttamente nei compiti operativi o di assistenza ai soggetti organizzatori di eventi promozionali.

La difficoltà connessa alla definizione del programma promozionale in una fase antecedente la stagione turistica, anche per l'impossibilità di prevedere tutte le azioni con considerevole anticipo, 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 comprese 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 per l'anno 2005, 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.