

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 12 maggio 2006 - Deliberazione N. 582 - Area Generale di Coordinamento N. 13 - Sviluppo Attività Settore Terziario - **Preso d'atto del Protocollo d'Intesa sottoscritto tra la Regione Campania e la compagnia aerea Eurofly s.p.a. per la realizzazione di attività di comunicazione e promozione in co-marketing.**

PREMESSO che:

* i rapidi mutamenti del sistema economico internazionale e la situazione di difficoltà del turismo in Europa e specialmente in Italia, rendono necessario svolgere azioni di marketing e attività promozionali, in grado non solo di coltivare i flussi provenienti dai bacini turistici tradizionali, ma anche di creare e sviluppare flussi turistici inediti ed alternativi;

* con deliberazione di Giunta Regionale del 12.07.2002 n. 3337, sono state approvate le "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania" che fissano gli obiettivi di crescita dei flussi turistici in Campania, insieme con le attività di comunicazione e promozione necessarie per il riposizionamento competitivo del "prodotto Campania" sui mercati nazionali ed internazionali;

* detti obiettivi di crescita comprendono lo sviluppo della conoscenza dell'immagine e il potenziamento della promozione dell'offerta presso nuovi mercati con interessanti prospettive di sviluppo, per numero potenziale di visitatori e capacità di spesa media in relazione al "prodotto Campania";

* le "Linee Guida" sopra citate indicano la Russia, quale paese sul quale investire per potenziare la domanda turistica, in quanto bacino di domanda verso la Campania ancora sottorappresentato;

* le medesime "Linee Guida" indicano, tra gli obiettivi di crescita, il potenziamento dei flussi turistici provenienti dagli Stati Uniti, tradizionale bacino di domanda suscettibile di ulteriori margini di miglioramento;

* il Programma Operativo Regionale (POR) Campania 2000-2006, alla Misura 4.7, prevede la realizzazione di campagne promozionali per l'inserimento del prodotto turistico regionale nei circuiti internazionali della domanda;

* con deliberazione di Giunta Regionale n. 2298 dell'18.12.2004 è stato approvato il "Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2005" il quale prevede, tra l'altro, la realizzazione di attività di co-marketing comprendenti campagne di promozione congiunte con gli attori dell'intermediazione turistica, tra cui vettori di mobilità aerea;

* con Delibera n. 361 del 17/03/2006 è stato approvato il "Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica Anno 2006" che prevede, tra l'altro, attività di co-marketing da realizzarsi sia nei mercati tradizionali sia nei mercati ad oggi potenzialmente in crescita come la Francia, la Spagna, la Russia nonché l'intensificazione verso tutti i mercati obiettivo degli accordi con i vettori di mobilità aerea

Considerato che:

* nel corso del 2005, la compagnia aerea Eurofly s.p.a ha attivato, per un periodo di tre mesi, il primo volo diretto intercontinentale New York- Napoli e viceversa che ha impattato positivamente sui flussi di traffico turistico diretti verso la Regione Campania, prima costretti a transitare su altri scali;

* nell'anno 2005, coerentemente con gli obiettivi strategici fissati dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", la Regione ha realizzato attività di comunicazione e promozione in co-marketing con il vettore Eurofly, volte ad amplificare la portata e a contribuire al rafforzamento della domanda turistica proveniente dagli Stati Uniti;

* l'investimento di Eurofly sullo scalo di Napoli nel 2005 ha ottenuto risultati soddisfacenti, con un totale di circa 17.300 passeggeri trasportati nel trimestre di operatività del volo, un fattore di riempimento medio dei voli di quasi il 75% e un totale di circa 10.000 turisti americani in arrivo nello scalo campano (il 60% del totale dei prenotati);

* la Compagnia aerea Eurofly, sulla scorta dell'incoraggiante lancio della tratta Napoli - New York e viceversa, ha comunicato alla Regione Campania che, nel 2006, intende ulteriormente investire sullo scalo di Napoli, attraverso:

1. il raddoppio del periodo di operatività del programma voli da e per New York, da 3 a 6 mesi, in chiave di progressiva de-stagionalizzazione;

2. il lancio della linea estiva Mosca-Napoli e viceversa;

* Eurofly intende, inoltre, avviare in occasione del lancio dei voli una massiccia campagna di comunicazione per la promozione delle tratte aeree;

* la suddetta compagnia ha manifestato l'intenzione di avvalersi di una partnership con la Regione Campania per la realizzazione di azioni di comarketing volte alla promozione dei voli proposti sulle rotte New-York-Napoli e Mosca-Napoli, all'accrescimento della conoscenza dell'offerta turistica campana e all'incremento della domanda turistica russa e nordamericana verso la Campania, coneggiate come segue:

1. un piano media rivolto al mercato USA articolato in: a) un mix di campagna stampa per gli operatori specializzati del trade e il consumer da effettuarsi su quotidiani e mensili a diffusione internazionale; b) una campagna radiofonica in 3 successivi flight di comunicazione; c) iniziative di sponsorizzazione di eventi di matrice campana da realizzarsi nel mercato nordamericano; d) affissioni in posizione chiave a Manhattan;

2. un piano media rivolto al mercato russo incentrato sulla realtà moscovita, mediante: a) una campagna di affissioni; b) un sostegno massiccio al trade; c) una campagna stampa e di P.R.;

3. ulteriori attività promozionali da effettuare a bordo della flotta aeromobile volte ad elevare la conoscenza del prodotto turistico campano da parte dei viaggiatori (quali ad esempio, articoli su riviste di bordo, proiezioni di filmati promozionali, ecc.);

* in base alle stime effettuate dalla compagnia Eurofly, l'attivazione dei voli apporterà una ricaduta positiva, in termini di flussi turistici verso la Campania, quantificata come segue:

1. per quanto riguarda il volo New York-Napoli, calcolando un fattore di riempimento medio del 75% e una quota-parte di passeggeri incoming di almeno il 60%, si quantifica un totale di 19.800 visitatori previsti, nei 6 mesi, provenienti dal mercato nord-americano;

2. per quanto concerne il volo Mosca-Napoli -dove saranno operativi due voli settimanali (week end) dalla fine del mese di Aprile per 26 settimane, per un totale 18.700 posti offerti- calcolando un fattore di riempimento medio del 75% e una quota-parte di passeggeri incoming all'80%, si prevede un totale di 11.200 visitatori, nei 6 mesi, provenienti dal mercato russo;

* la Regione, in esecuzione del contratto di appalto avente ad oggetto l'ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania, coerentemente con quanto stabilito dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", sta realizzando campagne di comunicazione e marketing rivolte al mercato russo e a quello nordamericano;

* attualmente, nessun'altra compagnia aerea effettua voli di linea, diretti, sulle tratte sopra specificate.

Considerata, altresì:

- la capacità delle azioni di co-marketing di accrescere, significativamente, nell'ambito della strategia regionale complessiva di promozione turistica, la conoscenza del "prodotto Campania" presso i nuovi mercati obiettivo e supportare il riposizionamento competitivo sui mercati maturi;

- l'opportunità di intensificare gli accordi con i vettori aerei, per contribuire alla costruzione di pacchetti flessibili, soprattutto nel settore culturale ove esiste già un'offerta integrata (Campania Artecard) e promuovere nuove soluzioni in grado di captare le tendenze attuali del mercato turistico (short breaks e city breaks);

- la vantaggiosità dell'effetto moltiplicatorio delle azioni promozionali realizzate in partnership con i vettori aerei che condividono, con la Regione, il medesimo obiettivo di accrescimento della presenza di viaggiatori verso la Campania sulle tratte in argomento;

Ritenuto che:

- la Regione, al fine di conseguire i propri obiettivi strategici di crescita dei flussi turistici verso la Campania attraverso il potenziamento della domanda turistica proveniente dalla Russia e dagli Stati Uniti, intende avviare, secondo una articolazione operativa delle attività che verrà successivamente dettagliata, una partnership con la Compagnia Eurofly, per la realizzazione in co-marketing di azioni promozionali e di comunicazione rivolte al mercato moscovita e newyorkese;

- le azioni di co-marketing potranno essere intraprese:

1. per quanto riguarda il mercato russo: nell'ambito del contratto di appalto avente ad oggetto l'ideazione, realizzazione, e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania di cui alla D.G.R.C. n. 722 del 20/03/03 ed al D.D. n. 330 del 28/10/04;

2. per quanto riguarda il mercato nordamericano: direttamente dalla Regione Campania, destinando allo scopo risorse del Bilancio 2006 e/o del POR Campania fino ad un massimo di euro 150.000,00, previa verifica dell'ammissibilità delle stesse ai sensi della normativa comunitaria, nazionale e regionale.

Dato atto che:

* per il perseguimento degli obiettivi sopra citati attraverso la realizzazione delle azioni descritte, in data 14 febbraio 2006 è stato sottoscritto tra la Regione Campania, nella persona del Presidente della Giunta Regionale On.le Antonio Bassolino, e la Eurofly s.p.a., nella persona dell'Executive Vice President Dott. Armando Brunini, il protocollo d'intesa avente ad oggetto: "Nuovo collegamento aereo di linea sulla rotta Mosca-Napoli e viceversa e potenziamento della rotta NewYork-Napoli e viceversa: azioni di co-marketing";

* nel succitato protocollo d'intesa è stabilito che lo stesso "ha ad oggetto la realizzazione di una campagna di co-marketing per la crescita della domanda turistica originata dagli Stati Uniti e dalla Russia verso la Campania per l'annualità 2006".

Ritenuto di poter prendere atto del protocollo d'intesa di cui innanzi, che si allega al presente provvedimento per divenirne parte integrante e sostanziale.

Visti:

* la legge regionale n. 25 del 29/12/05 che approva il bilancio di previsione della Regione Campania per l'anno finanziario 2006 e bilancio pluriennale per il triennio 2006-2008, pubblicata sul BURC n. 69 del 30 dicembre 2005;

* la D.G.R.C. n. 31 del 18/01/06 di approvazione del bilancio gestionale per l'E.F. 2006.

PROPONE e la Giunta, in conformità, a voto unanime

DELIBERA

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

* di prendere atto del protocollo d'intesa sottoscritto in data 14 febbraio 2006 tra la Regione Campania, nella persona del Presidente della Giunta Regionale On.le Antonio Bassolino, e la Eurofly s.p.a., nella persona dell'Executive Vice President Dott. Armando Brunini, avente ad oggetto: "Nuovo collegamento aereo di linea sulla rotta Mosca-Napoli e viceversa e potenziamento della rotta New York-Napoli e viceversa: azioni di co-marketing", che si allega alla presente formandone parte integrante e sostanziale, ai sensi del quale le azioni di co-marketing potranno essere intraprese:

* per quanto riguarda il mercato russo: nell'ambito del contratto di appalto avente ad oggetto l'ideazione, realizzazione, e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania di cui alla D.G.R.C. n. 722 del 20/03/03 ed al D.D. n. 330 del 28/10/04;

* per quanto riguarda il mercato nordamericano: direttamente dalla Regione Campania, destinando allo scopo risorse del Bilancio 2006 o del POR Campania fino ad un massimo di euro 150.000,00, previa verifica dell'ammissibilità delle stesse ai sensi della normativa comunitaria, nazionale e regionale;

* di demandare al Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo l'adozione di tutti gli atti consequenziali;

* di stabilire che le risorse relative al finanziamento delle attività di cui sopra siano imputate ai fondi del POR Campania 2000-2006 mis. 4.7 e/o a quelli del Bilancio 2006;

* di inviare il presente provvedimento all'Assessore al Turismo e ai Beni Culturali ed all'Assessore ai Trasporti e Viabilità per conoscenza, al Settore Sviluppo e Promozione Turismo, all'AGC Rapporti con gli Organi Nazionali ed Internazionali in materia di interesse regionale, all'Autorità di Gestione del POR, alle Autorità di Pagamento del POR, al Bollettino Ufficiale della Regione Campania per la pubblicazione e al Servizio Comunicazione integrata per la pubblicazione sul Sito della Regione Campania www.regione.campania.it.

Il Segretario
Brancati

Il Presidente
Bassolino



PROTOCOLLO DI INTESA

TRA

REGIONE CAMPANIA

E

EUROFLY S.p.A.

REGIONE CAMPANIA

Prot. 2006.0161478 del 21/02/2006 ore 10,00

Dest.: Sviluppo e promozione turismo

Fascicolo : XXXIV/1
Sviluppo e promozione turismo



**NUOVO COLLEGAMENTO AEREO DI LINEA
SULLA ROTTA MOSCA-NAPOLI E VICEVERSA E POTENZIAMENTO
DELLA ROTTA NEW-YORK NAPOLI E VICEVERSA:
AZIONI DI CO-MARKETING**

Napoli 14 febbraio 2006



Il presente atto si compone di N. 5
fogli, conformi all'originale.

IL FUNZIONARIO

Nell'anno duemilasei, il giorno 14 del mese di febbraio, presso la sede degli Uffici della Giunta Regionale della Campania

Tra

La Regione Campania nella persona del presidente della Regione, Antonio Bassolino

E

La Compagnia aerea EUROFLY s.p.a. nella persona dell'Executive Vice President, dott. Armando Brunini

PREMESSO

- che i rapidi mutamenti del sistema economico internazionale e la situazione di difficoltà del turismo in Europa e specialmente in Italia, rendono necessario svolgere azioni di marketing e attività promozionali, in grado non solo di coltivare i flussi provenienti dai bacini turistici tradizionali, ma anche di creare e sviluppare flussi turistici inediti ed alternativi;
- che, con deliberazione di Giunta Regionale del 12.07.2002 n. 3337, sono state approvate le "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania" che fissano gli obiettivi di crescita dei flussi turistici in Campania, insieme con le attività di comunicazione e promozione necessarie per il riposizionamento competitivo del "prodotto Campania" sui mercati nazionali ed internazionali;
- che detti obiettivi di crescita comprendono lo sviluppo della conoscenza dell'immagine e il potenziamento della promozione dell'offerta presso nuovi mercati con interessanti prospettive di sviluppo, per numero potenziale di visitatori e capacità di spesa media in relazione al "prodotto Campania";
- che le "Linee Guida" sopra citate indicano la Russia, quale paese sul quale investire per potenziare la domanda turistica, in quanto bacino di domanda verso la Campania ancora sottorappresentato;
- che le medesime "Linee Guida" indicano, tra gli obiettivi di crescita, il potenziamento dei flussi turistici provenienti dagli Stati Uniti, tradizionale bacino di domanda suscettibile di ulteriori margini di miglioramento;
- che il Programma Operativo Regionale (POR) Campania 2000-2006, alla Misura 4.7, prevede la realizzazione di campagne promozionali per l'inserimento del prodotto turistico-regionale nei circuiti internazionali della domanda;
- che con deliberazione di Giunta Regionale n. 2298 dell'18.12.2004 è stato approvato il "Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2005" il quale prevede, tra l'altro, la realizzazione di attività di co-marketing comprendenti campagne di promozione congiunte con gli attori dell'intermediazione turistica, tra cui vettori di mobilità aerea;
- che anche il "Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2006" prevede, tra l'altro, la realizzazione di attività di co-marketing comprendenti campagne di promozione congiunte con vettori di mobilità aerea

CONSIDERATO

- che, nel corso del 2005, la compagnia aerea Eurofly s.p.a ha attivato, per un periodo di tre mesi, il primo volo diretto intercontinentale New York- Napoli e viceversa che ha impattato positivamente sui flussi di traffico turistico diretti verso la Regione Campania; prima costretti a transitare su altri scali;



Il presente atto si compone di N. 5
fogli, conformi all'originale. 2

IL FUNZIONARIO

- che, nell'anno 2005, coerentemente con gli obiettivi strategici fissati dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", la Regione ha realizzato attività di comunicazione e promozione in co-marketing con il vettore Eurofly, volte ad amplificare la portata e a contribuire al rafforzamento della domanda turistica proveniente dagli Stati Uniti;
- che l'investimento di Eurofly sullo scalo di Napoli nel 2005 ha ottenuto risultati soddisfacenti, con un totale di circa 17.300 passeggeri trasportati nel trimestre di operatività del volo, un fattore di riempimento medio dei voli di quasi il 75% e un totale di circa 10.000 turisti americani in arrivo nello scalo campano (il 60% del totale dei prenotati);
- che la Compagnia aerea Eurofly, sulla scorta dell'incoraggiante lancio della tratta Napoli - New York e viceversa, ha comunicato alla Regione Campania che, nel 2006, intende ulteriormente investire sullo scalo di Napoli, attraverso:
 1. il raddoppio del periodo di operatività del programma voli da e per New York, da 3 a 6 mesi, in chiave di progressiva de-stagionalizzazione;
 2. il lancio della linea estiva Mosca-Napoli e viceversa;
- che Eurofly intende, inoltre, avviare in occasione del lancio dei voli una massiccia campagna di comunicazione per la promozione delle tratte aeree;
- che la suddetta compagnia ha manifestato l'intenzione di avvalersi di una partnership con la Regione Campania per la realizzazione di azioni di comarketing volte alla promozione dei voli proposti sulle rotte NewYork-Napoli e Mosca-Napoli, all'accrescimento della conoscenza dell'offerta turistica campana e all'incremento della domanda turistica russa e nordamericana verso la Campania, coneggiate come segue:
 1. un piano media rivolto al mercato USA articolato in: a) un mix di campagna stampa per gli operatori specializzati del trade e il consumer da effettuarsi su quotidiani e mensili a diffusione internazionale; b) una campagna radiofonica in 3 successivi flight di comunicazione; c) iniziative di sponsorizzazione di eventi di matrice campana da realizzarsi nel mercato nordamericano; d) affissioni in posizione chiave a Manhattan;
 2. un piano media rivolto al mercato russo incentrato sulla realtà moscovita, mediante: a) una campagna di affissioni; b) un sostegno massiccio al trade; c) una campagna stampa e di P.R.;
 3. ulteriori attività promozionali da effettuare a bordo della flotta aeromobile volte ad elevare la conoscenza del prodotto turistico campano da parte dei viaggiatori (quali ad esempio, articoli su riviste di bordo, proiezioni di filmati promozionali, ecc.);
- che, in base alle stime effettuate dalla compagnia Eurofly, l'attivazione dei voli apporterà una ricaduta positiva; in termini di flussi turistici verso la Campania, quantificata come segue:
 1. per quanto riguarda il volo New York-Napoli, calcolando un fattore di riempimento medio del 75% e una quota-parte di passeggeri incoming di almeno il 60%, si quantifica un totale di 19.800 visitatori previsti, nei 6 mesi, provenienti dal mercato nord-americano;
 2. per quanto concerne il volo Mosca-Napoli -dove saranno operativi due voli settimanali (week-end) dalla fine del mese di Aprile per 26 settimane, per un totale 18.700 posti offerti- calcolando un fattore di riempimento medio del 75% e una quota-parte di passeggeri incoming all'80%, si prevede un totale di 11.200 visitatori, nei 6 mesi, provenienti dal mercato russo;
- che la Regione, in esecuzione del contratto di appalto avente ad oggetto l'ideazione, realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania, coerentemente con quanto stabilito dalle "Linee Guida per lo Sviluppo Turistico della Regione Campania", sta realizzando campagne di comunicazione e marketing rivolte al mercato russo e a quello nordamericano;
- che, attualmente, nessun'altra compagnia aerea effettua voli di linea, diretti, sulle tratte sopra specificate;



Il presente atto si compone di N. ⁵
fogli, conformi all'originale.

IL FUNZIONARIO ³

CONSIDERATA, ALTRESI'

- la capacità delle azioni di co-marketing di accrescere, significativamente, nell'ambito della strategia regionale complessiva di promozione turistica, la conoscenza del "prodotto Campania" presso i nuovi mercati obiettivo e supportare il riposizionamento competitivo sui mercati maturi;
- l'opportunità di intensificare gli accordi con i vettori aerei, per contribuire alla costruzione di pacchetti flessibili, soprattutto nel settore culturale ove esiste già un'offerta integrata (Campania Artecard) e promuovere nuove soluzioni in grado di captare le tendenze attuali del mercato turistico (short breaks e city breaks);
- la vantaggiosità dell'effetto moltiplicatorio delle azioni promozionali realizzate in partnership con i vettori aerei che condividono, con la Regione, il medesimo obiettivo di accrescimento della presenza di viaggiatori verso la Campania sulle tratte in argomento;

RITENUTO

- che la Regione, al fine di conseguire i propri obiettivi strategici di crescita dei flussi turistici verso la Campania attraverso il potenziamento della domanda turistica proveniente dalla Russia e dagli Stati Uniti, intende avviare, secondo una articolazione operativa delle attività che verrà successivamente dettagliata, una partnership con la Compagnia Eurofly, per la realizzazione in co-marketing di azioni promozionali e di comunicazione rivolte al mercato moscovita e newyorkese;
- che le azioni di comarketing potranno essere intraprese:
 1. per quanto riguarda il mercato russo: nell'ambito del contratto di appalto avente ad oggetto l'ideazione, realizzazione, e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania;
 2. per quanto riguarda il mercato nordamericano: direttamente dalla Regione Campania, destinando allo scopo risorse del Bilancio 2006 o del POR Campania fino ad un massimo di € 150.000,00;

Tanto premesso,

SI CONVIENE**ARTICOLO 1
PREMESSE**

Le premesse suindicate costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Protocollo d'Intesa

**ARTICOLO 2.
OGGETTO E DURATA**

Il presente protocollo ha ad oggetto la realizzazione di una campagna di co-marketing per la crescita della domanda turistica originata dagli Stati Uniti e dalla Russia verso la Campania per l'annualità 2006.

**ARTICOLO 3
IMPEGNI DELLA COMPAGNIA AEREA EUROFLY**

Con la sottoscrizione del presente Protocollo d'Intesa, Eurofly S.p.A. si impegna:

1. a trasmettere alla Regione Campania, Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali, per l'approvazione, un piano di co-marketing dettagliato, da realizzare sul mercato moscovita e su quello newyorkese finalizzato ad accrescere la concorrenza dell'offerta turistica campana e ad



Il presente atto si compone di N. 5
fogli, conformi all'originale. 4
IL FUNZIONARIO
[Signature]

incrementa la domanda turistica russa e nordamericana verso la Campania, dettagliato come segue:

- a) un piano media rivolto al mercato USA articolato in: a) un mix di campagna stampa per gli operatori specializzati del trade e il consumer da effettuarsi su quotidiani e mensili a diffusione internazionale; b) una campagna radiofonica in 3 successivi flight di comunicazione; c) iniziative di sponsorizzazione di eventi di matrice campana da realizzarsi nel mercato nordamericano; d) affissioni in posizione chiave a Manhattan;
 - b) un piano media rivolto al mercato russo incentrato sulla realtà moscovita, mediante: a) una campagna di affissioni; b) un sostegno massiccio al trade; c) una campagna stampa e di P.R.;
 - c) ulteriori attività promozionali da effettuare a bordo della flotta aeromobile volte ad elevare la conoscenza del prodotto turistico campano da parte dei viaggiatori (quali ad esempio, articoli su riviste di bordo, proiezioni di filmati promozionali, ecc.);
2. ad attuare il progetto di co-marketing "Regione Campania - Eurofly" per la crescita dei flussi turistici verso la Campania dalla Russia e dagli USA, previa approvazione dello stesso da parte della Regione, Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali;
 3. a utilizzare in modo evidente, in tutte le azioni di co-marketing e/o promopubblicitarie, previa approvazione dello stesso da parte della Regione, Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali, i loghi e gli slogan forniti dalla Regione Campania, a far data dalla sottoscrizione del presente protocollo e pena la risoluzione del protocollo medesimo;
 4. a rendicontare in modo dettagliato e nel suo complesso il progetto di comarketing.

Il valore commerciale complessivo del progetto di co-marketing proposto da Eurofly dovrà essere pari ad almeno il doppio del valore delle attività finanziate dalla Regione.

ARTICOLO 4 IMPEGNI DELLA REGIONE

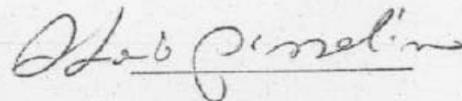
Con la sottoscrizione del presente Protocollo d'Intesa la Regione Campania si impegna, a fronte di una rendicontazione dettagliata del progetto di co-marketing:

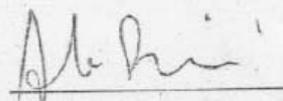
1. a sostenere la campagna di co-marketing realizzata da Eurofly, finalizzata da incentivare il flusso turistico dagli USA verso la Campania e a promuovere la conoscenza dell'offerta turistica campana nell'ambito del mercato statunitense, mediante la corresponsione di un massimo di € 150.000,00, a fronte della realizzazione di attività del valore di almeno il doppio;
2. ad effettuare, nell'ambito del contratto di appalto avente ad oggetto l'ideazione, la realizzazione e gestione della campagna di comunicazione e di servizi di direct e trade marketing per la promozione turistica della Regione Campania, le attività di co-marketing proposte da Eurofly da realizzare nel mercato russo.

Il presente Protocollo vincola le Parti.

Per la Regione Campania
Il Presidente
Antonio Bassolino

Per la Compagnia Aerea Eurofly
L'Executive Vice President
Armando Brunini







Il presente atto si compone di N. 5
fogli, conformi all'originale.

IL FUNZIONARIO

