

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 6 luglio 2006 - Deliberazione N. 910 - Area Generale di Coordinamento - N. 13 - Sviluppo Attività Settore Terziario - **Programma di promozione turistica anno 2006 - L.R. 24/84; D.G.R. 349/2003 e D.P.G.R. del 25/3/2005.**

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. 361 del 17/03/2006, con la quale la Giunta Regionale Campana ha approvato il "Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2006";

ATTESO CHE

- occorre elencare le specifiche azioni promozionali per l'anno 2006, pienamente coerenti con le Linee Guida per lo sviluppo turistico della Regione Campania, approvate con la D.G.R. n. 3337 del 12/7/02 e, nel contempo, in linea con il Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2006 approvato con la citata deliberazione di Giunta Regionale n. 361 del 17/03/06;

- in Campania tradizionalmente hanno luogo una serie di spettacoli, iniziative turistico-culturali e promo-pubblicitarie, che rientrano nel disegno generale di valorizzazione del patrimonio ricettivo regionale e di incremento del movimento turistico organizzato. Tali azioni rappresentano attività direttamente coordinate dagli Enti Turistici Regionali che ne comprendono la realizzazione nell'ambito dei rispettivi piani promozionali che costituiscono un fondamentale riferimento per la movimentazione turistica dei territori di competenza;

- risulta necessario individuare le iniziative turistiche di rilevanza nazionale e internazionale, "Grandi Eventi", nonché definire l'entità dei relativi contributi;

- risulta necessario provvedere all'assegnazione di parte delle risorse finanziarie relative alle iniziative curate dagli EE.PP.T. ed AA.AA.C.S.T. di intesa con l'Assessorato al Turismo, secondo i parametri percentuali di cui al regolamento citato (art. 4) nonché assicurare il sostegno di iniziative "che rappresentano eventi di particolare significato promozionale per la Campania", dotando gli Enti stessi di specifica provvista finanziaria per la loro realizzazione;

RITENUTO CHE

- all'attività di valutazione delle "Iniziativa promozionali sul territorio regionale ed extraregionale", di cui all'art. 3, comma 1, lett. C), effettuata secondo i criteri dettati al Capo III del Regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione dei contributi finanziari in attuazione della L.R. 24/84, possa provvedere idonea

commissione interna al Settore Sviluppo e Promozione Turismo, nominata con apposito decreto dal Dirigente del Settore medesimo;

VISTI

- l'allegato Programma Promozionale anno 2006 (All. A), nonché i Grandi Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale nello stesso definiti, e ritenuti meritevoli di approvazione;

TENUTO CONTO

- delle difficoltà relative al miglior funzionamento degli Enti stessi derivanti dai minori trasferimenti previsti dal Bilancio 2006;

- dei piani promozionali programmatici e dei piani editoriali degli Enti Turistici Strumentali, già presentati o in corso di attuazione, per l'anno 2006;

- della intrinseca diversità dimensionale delle attività svolte dagli Enti Provinciali del turismo e dalle Aziende Autonome di Cura Soggiorno e Turismo;

CONSIDERATO

- che con L.R. n. 25 del 29/12/2005, il Consiglio Regionale ha approvato il Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2006;

- che con deliberazione n. 31 del 18/01/2006, la Giunta Regionale ha approvato il Bilancio gestionale 2006, 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 (All. A) in materia turistica per l'anno 2006, con la individuazione delle iniziative "Grandi Eventi di rilevanza Nazionale ed Internazionale" e la determinazione dei relativi contributi;

- di affidare agli Enti Turistici 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 stabilire, per l'annualità 2006, nel 50% del contributo richiesto il limite percentuale di finanziamento delle "Iniziativa promozionali sul territorio regionale ed extraregionale", di cui all'art. 3, comma 1, lett. C) del citato regolamento attuativo della L.R. 24/84;

- di assegnare in favore degli Enti Provinciali del Turismo e delle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo, l'importo complessivo di euro 2.884.770,00 per il sostegno di:

* Grandi Eventi 2006;

* Piani promozionali ed iniziative promo - pubblicitarie degli EE.PP.T. e AA.AA.C.S.T. - 1° acconto;

* Attività di intesa con gli EE.PP.T. e AA.AA.C.S.T.;

secondo le ripartizioni contenute negli Allegati A e B, che del presente atto costituiscono parte integrante;

- di provvedere, con successivi Decreti del Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo:

* all'impegno, liquidazione ed erogazione in favore degli EE.PP.T. ed AA.AA.C.S.T., dell'importo complessivo di euro 2.884.770,00, da imputare sulla U.P.B. 2.9.26 (Cap. 4402) del Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario in corso;

* alla liquidazione per euro 250.000,00 sulla U.P.B. 2.9.26 (Cap. 4401), Gestione Residui 2005, a valere sull'impegno n. 7998, assunto con Decreto Dirigenziale - A.G.C. 13 - Settore Sviluppo e Promozione Turismo - n. 523/05 in favore dell'E.P.T. di Napoli - ex D.G.R.C. 1540/05;

- di dare mandato al Dirigente del Settore Sviluppo e Promozione Turismo a provvedere, inoltre, alla nomina di una Commissione interna al Settore medesimo, che provveda alla valutazione e all'assegnazione dei punteggi relativi alle "Iniziativa promozionali sul territorio regionale ed extraregionale", di cui all'art. 3, comma

1, lett. C), secondo i criteri dettati al Capo III del Regolamento recante i criteri e le modalità per la concessione dei contributi finanziari in attuazione della L.R. 24/84;

- di inviare il presente atto al Settore Sviluppo e Promozione Turismo, per i successivi adempimenti, ed al Settore Stampa e Documentazione per la pubblicazione sul BURC.

Il Segretario
Brancati

Il Presidente
Bassolino

Programma di interventi promozionali per l'incremento in Campania dei flussi turistici italiani e stranieri, relativo all'esercizio finanziario 2006, 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 2006", approvato con D.G.R. n. 361 del 17/03/2006.

INTRODUZIONE

La Regione Campania, con il suo patrimonio artistico, culturale ed ambientale, possiede potenzialità che la dovrebbero portare ai vertici dell'attrattività turistica proprio per la capacità di unire turismo culturale a turismo di svago. In tale ottica occorre individuare percorsi integrati che coinvolgano il tradizionale patrimonio di spiagge e mare con visite a centri storici e a siti culturali, coinvolgendo anche le filiere termale ed enogastronomica.

Al vecchio turismo di massa e standardizzato occorre sostituire un turismo segmentato sulla base dei bisogni e dei comportamenti turistici che scaturiscono da fattori demografici, da stili di vita e dai rapporti tra tempo di lavoro e tempo libero.

Tutto ciò comporta l'esigenza di adottare nuove strategie promuovendo nuovi ed innovativi servizi, prodotti e processi, e richiede la capacità di coordinare ed attivare progetti promozionali e manifestazioni in diversi settori, nonché la necessità di investire anche con opere infrastrutturali nel settore turistico al fine di rendere più fruibile il patrimonio di cui dispone la Regione.

L'obiettivo prioritario che ci si pone è quello di recuperare competitività rispetto ad altri paesi che negli ultimi anni sono emersi in alcuni dei settori che rappresentavano il fattore trainante del turismo in Campania, in particolare il balneare e il termale. Al contempo la sfida è anche andare incontro alle nuove tendenze della domanda turistica: la riduzione della durata del soggiorno, l'organizzazione autonoma e flessibile del viaggio che risponde meglio alle esigenze di personalizzazione del soggiorno, la ricerca di esperienze uniche e integrate.

Si intende agire, in particolare, sul potenziamento dei servizi turistici all'interno degli attrattori turistici, sull'integrazione dei servizi in una logica di sistema locale di offerta turistica, sul miglioramento della qualità dell'accoglienza ai visitatori.

Le azioni previste per i principali mercati obiettivo (Italia, Spagna, Francia, Germania, Gran Bretagna, Usa, Giappone, Russia) dovranno essere sinergiche, in modo da contribuire ciascuna a moltiplicare l'efficacia comunicativa dell'altra all'interno di una precisa strategia differenziata per progetto-paese.

Ciò presupporrà da un lato una conoscenza approfondita dei singoli mercati, e in particolare dati, tendenze e caratteristiche dei flussi *outgoing*, dall'altro la capacità di dialogo costante in ciascun mercato con gli intermediari della domanda organizzata e non, gli influenzatori, gli *opinion leader*, la stampa. Tale compito potrà essere assolto grazie al funzionamento della struttura di Marketing Operativo, che affiancherà la regione per l'intero anno, con attività di P.R e ufficio stampa, e marketing relazionale. Grazie alla progressiva costruzione del DATA BASE di marketing, avviato già dallo scorso anno, con elenchi profilati di turisti potenziali, consumer e intermediari della domanda (operatori del turismo, intermediari del turismo sociale, opinion leader), sarà possibile indirizzare comunicazioni mirate e offerte personalizzate.

LINEE DI INDIRIZZO DEGLI INTERVENTI PREVISTI NELL'ANNO 2006 PER SINGOLE AZIONI.

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.

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, delle Linee Guida di cui alla deliberazione di G.R. n. 3337 del 12/07/2002 e del “Programma delle azioni di promozione e comunicazione turistica 2006” approvato con D.G.R. 361 del 17/03/2006 .

Per l’anno 2006 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 2006, pertanto, saranno ripartiti per singole azioni secondo le seguenti percentuali:

<i>Categorie di ripartizione fondi per tipologie di iniziative finanziabili</i>	<i>Percentuale di attribuzione fondi destinati alla promozione turistica</i>	<i>Percentuale massima di contributo concedibile sulla spesa complessivamente preventivata</i>
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 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 sosterranno, 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 i conseguenti provvedimenti 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.

Le attività di marketing relazionale si rivolgeranno a una platea più ristretta di interlocutori, profilati per categoria e tipologia di interesse.

Il Data Base di Marketing, che contiene i dati segmentati di turisti individuali, associazioni, gruppi, tour operator, enti, sarà lo strumento per sensibilizzare la domanda verso specifiche offerte turistiche, attraverso contatti personalizzati e mirati.

A questo scopo sarà avviata la distribuzione delle Guide di Filiera sulla base degli interessi di ciascun segmento di domanda, sollecitando nuove motivazioni di visita in Campania. All'invio delle guide sarà affiancato per tutti gli intermediari, professionali e non, l'invio del Manuale Tour Operator, strumento che agevolerà la costruzione di nuovi prodotti turistici, contenendo elenchi aggiornati e ragionati delle opportunità turistiche, dei servizi di ricettività e dei sistemi di accessibilità, nonché dei più vari servizi complementari di cui la Regione nel suo complesso e per singola area territoriale dispone.

Poiché lo scopo è anche quello di fidelizzare la domanda, attraverso contatti personalizzati e continuativi nel tempo, tutti gli strumenti di comunicazione e informazione già esistenti o in programma saranno potenziati nella capacità di stabilire forme di interazione, come ad esempio l'invio di News Letter, di documentazione informativa su richiesta, risposte a suggerimenti o reclami:

- il call center, già attivo da Luglio 2005,
- il Portale del Turismo
- la presenza di coupon negli annunci
- la selezione di punti di contatto qualificati sia per il consumer che per il trade, in Italia e all'estero (uffici ENIT, Camere di Commercio italiane all'estero, Università di Italianistica, Comitati Dante Alighieri, Istituti di Cultura ecc.)

Sarà completata la diffusione del nuovo "marchio Campania" e la sua applicazione, secondo le linee guida definite nel "Manuale d'Identità", nella documentazione informativa e nei supporti promozionali *below the line*. L'intero apparato editoriale, presentato, nelle sette lingue disponibili, italiano, inglese, tedesco, francese, giapponese, russa e spagnola, alla BIT di Milano 2006, potrà essere di supporto a tutte le altre manifestazioni in programma. Infatti esso comprende sia guide informative di carattere generale, sia supporti di promozione di specifici prodotti:

- Guida della Regione Campania
- Guide relative alle 8 Filiere di Prodotto
- Calendario degli eventi 2006
- Video generale della Regione Campania e video tematici

Nel corso del 2006 sarà completata la realizzazione e gestione della campagna Advertising per la promozione dell'immagine turistica della Regione Campania e delle diverse filiere di prodotto, articolata nel Piano Italia e Piano estero (principali mercati). In dettaglio:

- Il "piano Italia" prevederà tre periodi di campagna nazionale (febbraio, maggio-giugno, settembre-ottobre) ed alcune attività di supporto alla BIT di Milano (18-21 febbraio 2006), con la presenza nei seguenti media: televisione, cinema, stampa quotidiana e periodica, affissione (maxi formati e presidio grandi stazioni), internet (banner sui principali siti news e viaggi, progetto speciale My-TV e Easy Market)
- Il "piano estero", coerentemente alla strategia per Progetto-paese, supporterà gli eventi di animazione o di Trade marketing in programma sui mercati esteri, dalla partecipazione fieristica ai grandi eventi, per aumentarne l'efficacia promozionale. Il calendario delle uscite si snoderà intorno ai due periodi più importanti per i flussi outgoing, Marzo-Aprile, Ottobre-Novembre 2006.

Saranno utilizzati due tipologie di media:

- MEDIA DI IMPATTO per far parlare della Regione, provocando curiosità verso la Campania e informando circa la sua esistenza e locazione;
- MEDIA DESCRITTIVI per informare sulla Regione e comunicare le diverse potenzialità dell'offerta.

La strategia prevede, inoltre, il sostegno ai piani ed alle 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.

Per lo sviluppo di un sistema organico di documentazione e informazione sull'offerta turistica campana con l'elaborazione del "Piano operativo per la produzione e l'uso degli

strumenti di documentazione turistica ad uso degli Enti Turistici” si è avviata una serie di procedure condivise fra l’Assessorato al Turismo della Regione e gli enti ed aziende di promozione turistica. Attraverso il Piano si intende:

- garantire un livello di omogeneità tra i diversi territori e, contemporaneamente, alle possibili tematiche di interesse del turista;
- sviluppare strumenti complementari ed adeguati a soddisfare a pieno il turista nei diversi momenti del processo di consumo turistico;
- superare la frammentarietà e dare un’immagine omogenea e coordinata dei diversi strumenti di informazione; dare coerenza ai contenuti informativi, alla simbologia utilizzata, all’uso delle mappe.

A livello locale, quindi, si è prevista la produzione da parte delle strutture turistiche locali di una linea editoriale che comprenda strumenti di orientamento sul territorio con un kit di informazione turistica, servizi di front office mirati all’accoglienza, informazione ed assistenza ai turisti, una modulistica per i reclami ed il rilevamento dell’utenza, secondo standard predefiniti e con la medesima simbologia utilizzata nei prodotti realizzati a cura dell’Assessorato.

Con le risorse rese disponibili sia dalla L.R. 24/84, sia da fondi ordinari di Bilancio Regionale stanziati per il finanziamento di eventi di rilevanza nazionale ed internazionale, si ritiene di sostenere, tra l’altro, le seguenti iniziative che rappresentano eventi di particolare significato promozionale per la Campania:

- *Premio Cinematografico Sergio Leone*
- *Festival Internazionale dell’Animazione televisiva - Cartoons on the Bay*
- *Ischia Global Film & Music Fest*
- *Positano Art Festival*
- *Poeta Massimo*
- *Napoli Prima e Dopo*
- *Parco Etnico – il suono*
- *Premio Napoli - Parlamento Europeo*
- *Turismo, Cultura e Religione nelle Basiliche paleocristiane di Cimitile: Produzione televisiva sulla RAI della serata di premiazione del Premio Cimitile*
- *Festival delle Ville Vesuviane*
- *Ischia Film Festival*
- *Neapolis Rock Festival*

Il “Neapolis Rock Festival” è stato inserito, con deliberazione di G.R. n. 1540/2005, tra gli “Eventi in... Campania” di rilevanza nazionale ed internazionale per l’anno 2006, quale progetto organizzato per conto della Regione Campania dall’E.P.T. di Napoli. A causa di difficoltà sorte in fase di attuazione, considerata l’esiguità del finanziamento assegnato, pari a € 250.000,00, rispetto al costo complessivo dell’iniziativa e riconosciuta, comunque, la rilevanza internazionale della manifestazione ormai consolidata nel tempo, si è ritenuto di concedere ugualmente il sostegno economico regionale nella medesima entità, inserendo il “Neapolis Rock Festival” tra le iniziative che rappresentano eventi di particolare significato promozionale per la Campania e confermando l’impegno di spesa già assunto sul Bilancio Regionale.

MOSTRE, FIERE E WORKSHOP IN ITALIA ED ALL'ESTERO ANNO 2005

La programmazione regionale per l'anno 2006 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.

In perfetta sintonia con le indicazioni nazionali, si intende 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 deliberazione di Giunta Regionale n. 1982/05 e riprese nel "**Programma delle azioni di Promozione e Comunicazione Turistica Anno – 2006**" approvato con delibera di G.R. n. 361 del 17/03/2006, 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.

Pertanto sarà avviato un preciso e puntuale monitoraggio dell'applicazione da parte degli Enti incaricati dell'organizzazione della partecipazione della Regione Campania alle iniziative fieristiche programmate per il 2006 della circolare emanata in esecuzione della citata D.G.R. 1982/2005.

Workshop, roadshow, educational

Queste azioni saranno incrementate perché permettono azioni più mirate su determinati target di operatori rispetto alle fiere. Saranno individuati interventi in sinergia con gli altri tipi di intervento sul medesimo mercato:

- **workshop** in affiancamento alle manifestazioni fieristiche istituzionali, per creare momenti di incontro sulle novità dell'offerta turistica campana e di confronto sulle problematiche e le possibili soluzioni;
- **roadshow**, con il coinvolgimento di opinion leader, stampa, tour operator ecc, in affiancamento ai grandi eventi all'estero per esaltare nuovi prodotti turistici o per presentare l'offerta e l'immagine della Campania in nuovi mercati;
- **presentazioni alla stampa** e agli operatori di settore di azioni innovative di co-marketing finalizzate a nuovi prodotti o a nuovi canali di distribuzione.

Per le azioni in *outgoing* sarà opportuno avvalersi della collaborazione dell'ENIT e delle Camere di Commercio italiane all'estero; mentre le missioni di operatori esteri in entrata presupporranno una collaborazione del sistema turistico locale.

Azioni di comarketing

Le azioni di comarketing saranno realizzate sia nei mercati tradizionali e generatori di flussi turistici importanti come la Germania e la Gran Bretagna, ma anche nei confronti di mercati ad oggi potenzialmente in crescita come la Francia, la Spagna e la Russia.

Nei mercati tradizionali o con maggiore livello di intermediazione, Germania e Russia, riguarderanno soprattutto partenariati con T.O, per aumentare la capacità di vendita del prodotto Campania attraverso l'acquisto di pagine di catalogo e incentivi alla rete vendita.

Saranno inoltre intensificati per tutti i mercati gli accordi con i vettori, in particolare con le compagnie low cost, per proporre soluzioni in linea con le tendenze attuali come gli short breaks e i city breaks e per contribuire alla costruzione di pacchetti flessibili, soprattutto nel settore culturale ove esiste già un'offerta integrata, la Campania Artecard, che possono essere distribuiti attraverso i canali individuati.

Sistema di accoglienza e informazione

Le azioni sul prodotto avranno come obiettivo il rafforzamento di un sistema di accoglienza di qualità che sarà attuato attraverso progetti speciali come la "Missione Sorriso", un servizio di informazione e assistenza ai turisti itinerante, e azioni, ad esso collegate, come la sensibilizzazione degli operatori locali.

La "Missione Sorriso" nelle fasi che seguiranno a quella sperimentale di fine 2005, potrà essere estesa ad altre aree di intenso traffico turistico e soprattutto accompagnata dalla partecipazione degli operatori commerciali, agenzie, strutture ricettive per diffondere sul territorio un marchio di accoglienza di qualità.

A partire dal mese di febbraio, per garantire già dalla primavera una rete di accoglienza diffusa, sono previsti:

- incontri di formazione e sensibilizzazione rivolti agli operatori (agenti di viaggio, artigiani, commercianti, albergatori)
- creazione di una rete di strutture (agenzie, alberghi, esercizi commerciali) aderenti alla "Missione Sorriso" riconoscibili attraverso un marchio di qualità
- distribuzione a tutte le strutture di materiale informativo, come le Mappe delle Aree Turistiche e delle principali località, la Guida generale della regione Campania, materiali promozionali degli eventi

La recrudescenza dei fenomeni di criminalità a danno di numerosi turisti che ha caratterizzato l'ultimo periodo estivo rischia di vanificare le numerose azioni poste in essere negli ultimi anni al fine di intensificare la capacità attrattiva e lo sviluppo turistico del territorio partenopeo. Si rende necessario, pertanto specie nei periodi di maggior afflusso turistico in città, garantire una più efficace azione di controllo e di prevenzione dei fenomeni di criminalità, nonché un miglioramento delle condizioni di assistenza dei visitatori stranieri vittime di tali fenomeni. E' emersa, quindi, l'esigenza di definire un'intesa in materia di sicurezza delle aree turistiche cittadine diretta a perfezionare la collaborazione e le sinergie tra le Istituzioni dello Stato responsabili dell'ordine e della sicurezza pubblica e Regione, Provincia e Comune di Napoli, nell'ambito delle loro rispettive attribuzioni.

E' stato siglato, pertanto, il Protocollo d'Intesa Sperimentale "Turismo e Sicurezza" tra Regione Campania, Comune, Provincia, Prefettura, Questura, Comando Provinciale dei Carabinieri e Comando Provinciale della Guardia di Finanza di Napoli con la finalità di:

- a) rafforzare la presenza delle forze dell'ordine nei luoghi della città a forte impatto turistico;
- b) implementare l'utilizzo delle più moderne strumentazioni tecnologiche per il controllo diurno e notturno della maggior numero di zone della città ad alta densità turistica;
- c) assicurare un coordinamento permanente tra i diversi soggetti istituzionali a diverso titolo coinvolti nelle azioni di promozione turistica e di controllo del territorio;
- d) coinvolgere nell'azione di presidio di parti del territorio i soggetti che operano nella ricettività turistica, incentivando l'affidamento da parte di questi ultimi, dell'attività di controllo ad istituti privati di vigilanza;
- e) promuovere campagne di comunicazione e di sensibilizzazione e, più in generale, iniziative volte a migliorare le condizioni di accoglienza e di assistenza dei turisti.

In esecuzione del citato Protocollo, al fine di garantire ai turisti una più sicura permanenza in città e, nel contempo, al fine di svolgere una funzione promozionale, la Regione Campania ha ritenuto opportuno realizzare una produzione mirata di gadgets che possano essere indossati dai visitatori in sostituzione di oggetti di valore e da distribuire ai medesimi turisti per il tramite degli operatori del settore.

Tali azioni volte a garantire maggiore sicurezza e accoglienza ai turisti che tendono al rilancio ed al sostegno dell'offerta turistica regionale, individuate nel succitato protocollo d'intesa, sono coerenti con le finalità proprie perseguite dalla legge regionale n. 24/84 e dal relativo regolamento attuativo, adottato con D.G.R. n. 349/2003.

INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE ED EXTRA REGIONALE.

Saranno sostenute, anche per l'anno 2006, 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. In particolare si intende per l'anno 2006 istituire in via sperimentale una commissione interna al Settore Sviluppo e Promozione Turismo per la valutazione delle istanze di contributo presentate ai sensi del Capo III del citato Regolamento. La commissione avrà il compito, applicati i criteri di valutazione

previsti nel Regolamento stesso, di redigere la graduatoria dei soggetti ammessi a contribuzione, nonché l'elenco delle istanze escluse con i relativi motivi di esclusione.

Inoltre, si individua fin d'ora nel 50% del contributo richiesto, la quota di finanziamento che sarà concessa ai beneficiari; saranno, quindi, ammessi a finanziamento i soggetti utilmente classificatisi in graduatoria fino a concorrenza dei fondi disponibili. L'ammontare complessivo di questi ultimi sarà definito dalla Giunta Regionale con apposito provvedimento deliberativo.

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 2006, 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.

SOGETTO ATTUATORE	INIZIATIVA	CONTRIBUTO
E.P.T. AVELLINO	CANTI PARTENII	50.000
COMUNE DI AVELLINO	LA NOTTE BIANCA	80.000
E.P.T. BENEVENTO	PREMIO STREGA 2006	70.000
PROVINCIA DI BENEVENTO	SANNIO ESTATE E NON SOLO...MUSICARTE	120.000
A.A.C.S.T. ISCHIA E PROCIDA	VILLA ARBUSTO: UN'ISOLA NEL MEDITERRANEO. COLORI, SUONI, LINGUAGGI E ARMONIE	60.000
A.A.C.S.T. MAIORI	GUSTA MINORI	60.000
A.A.C.S.T. NAPOLI	NAPOLI BLUES FESTIVAL	80.000
A.A.C.S.T. SORRENTO	ESTATE MUSICALE SORRENTINA	80.000

SOGGETTO ATTUATORE	INIZIATIVA	CONTRIBUTO
COMUNE DI MASSA LUBRENSE	SOTTO LE STELLE DEI DUE GOLFI	50.000
COMUNE DI CASAMICCIOLA TERME	CASAMICCIOLA SPORT ESTATE 2006	50.000
COMUNE DI CAPRI	PREMIO MUSICA ISOLA DI CAPRI	40.000
COMUNE DI ISCHIA	FESTA A MARE AGLI SCOGLI DI SANT'ANNA	50.000
E.P.T SALERNO	FESTIVAL DI RAVELLO	350.000
E.P.T SALERNO	I BARBARI DEL SUD	200.000
A.A.C.S.T. PAESTUM	PREMIO CHARLOT – FESTIVAL DEL CABARET	60.000
COMUNE DI OLIVETO CITRA	PREMIO SELE D'ORO MEZZOGIORNO	100.000
COMUNE DI S. GIOVANNI A PIRO	EQUINOZIO D'AUTUNNO	160.000
SOPRINTENDENZA AI B.A.P.P.S.A.E. PER LE PROVINCE DI SALERNO E AVELLINO	L'ARTE NELLE CERTOSE DELL'ITALIA MERIDIONALE	100.000
	TOTALE	1.760.000

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 2006, 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.

- All. B -

ENTE PROVINCIALE TURISMO AVELLINO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 50.000,00
Totale	€ 50.000,00

ENTE PROVINCIALE TURISMO BENEVENTO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 50.000,00
Totale	€ 50.000,00

ENTE PROVINCIALE TURISMO CASERTA	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 50.000,00
Iniziative d'intesa	€ 35.000,00
Totale	€ 85.000,00

ENTE PROVINCIALE TURISMO NAPOLI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 50.000,00
Iniziative d'intesa	€ 197.530,00
Totale	€ 247.530,00

ENTE PROVINCIALE TURISMO SALERNO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 50.000,00
Totale	€ 50.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. AMALFI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 35.000,00
Totale	€ 35.000,00

- All. B -

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. C.MMARE DI STABIA	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 25.000,00
Totale	€ 25.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. CAPRI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 35.000,00
Iniziative di intesa	€ 3.000,00
Totale	€ 38.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. CAVA DE' TIRRENI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 25.000,00
Totale	€ 25.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. ISCHIA E PROCIDA	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 35.000,00
Iniziative d'intesa	€ 40.000,00
Totale	€ 75.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. MAIORI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 30.000,00
Totale	€ 30.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. NAPOLI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 90.000,00
Iniziative di intesa	€ 7.740,00
Totale	€ 97.740,00

- All. B -

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. PAESTUM	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 25.000,00
Totale	€ 25.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. POMPEI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 35.000,00
Iniziative di intesa	€ 40.000,00
Totale	€ 75.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. POSITANO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 25.000,00
Totale	€ 25.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. POZZUOLI	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 45.000,00
Iniziative di intesa	€ 26.500,00
Totale	€ 71.500,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. RAVELLO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 30.000,00
Totale	€ 30.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. SALERNO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 35.000,00
Totale	€ 35.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. SORRENTO	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 30.000,00
Totale	€ 30.000,00

AZIENDA AUTONOMA C.S.T. VICO EQUENSE	
Piano promozionale e promo-pubblicità 2006 – 1° acconto	€ 25.000,00
Totale	€ 25.000,00

TOTALE COMPLESSIVO	€ 1.124.770,00
---------------------------	-----------------------