



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

OGGETTO: L.R. 9/2006- L.R. 44/1994- D.A 64/2017 - DGR n. 829 del 18/06/2018 "Eventi sismici POR FESR 2014/2020 - DGR 475 del 16/04/2018 "POR FESR 2014-2020 Marche. Approvazione delle schede di attuazione dell'Asse 8 - prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma - modalità attuative del programma operativo MAPO - nuovo volume 3. Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015" - Intervento "#destinazionemarche - The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing" - Approvazione Attività di Marketing e promozione del brand Marche e dei cluster turistici per il biennio 2019/2020.

LA GIUNTA REGIONALE

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

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

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

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

VISTO l'art. 28 dello statuto della Regione;

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

DELIBERA

di approvare le attività di marketing e promozione del brand Marche e dei cluster turistici per il biennio 2019/2020 ricomprese nel Piano Operativo di Promozione turistica delle Marche di cui all'Allegato 1 che costituisce parte integrante della presente deliberazione, riferite all'intero territorio regionale e alle aree del sisma, in particolare, comprendenti le attività di marketing e promozione integrata del brand Marche e dei cluster turistici tematici, in coerenza con gli indirizzi strategici generali di cui alla D.A. 64/2017 ed ai programmi di cui alla DGR 829 del 18/06/2018, per complessivi € **5.091.536,56**;

che la copertura finanziaria, delle attività di cui sopra, viene rideterminata rispetto a quanto previsto con la DGR 829/2018 nell'importo di € **3.591.536,56** in relazione al Programma Operativo Regionale (POR) – Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) – 2014-2020-Asse 8 - prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma - modalità attuative del programma operativo MAPO - nuovo volume 3-, ed è assicurata dalla disponibilità esistente sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2019-2021, annualità 2019, in ragione dell'esigibilità dell'obbligazione nell'anno 2019, correlati ai capitoli di entrata 1201050111 (accertamento 123/2019) e 1201010324 (accertamento 124/2019); trattasi di risorse coerenti, quanto alla natura della spesa, con le finalità di utilizzo previste dall'atto, fatte salve le



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

eventuali variazioni finanziarie necessarie alla puntuale identificazione della spesa in base ai livelli di articolazione del piano dei conti integrato di cui al d. Lgs. n. 118/2011 e SIOPE:

Capitolo 2070210033- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210034- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210035- Importo 1.161.152,74

Capitolo 2070210036- Importo 1.161.152,74

che la copertura finanziaria di € **1.500.000,00** è assicurata dalla disponibilità esistente sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2019-2021, annualità 2019 e 2020:

Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00 (annualità 2019)

Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00 (annualità 2020)

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

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
(Deborah Giraldi)

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA
(Luca Ceriscioli)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

DOCUMENTO ISTRUTTORIO

NORMATIVA DI RIFERIMENTO

- L.R. 9 febbraio 2010, n.4 – Norme in materia di beni e attività culturali;
- L.R. 11 luglio 2006, n. 9 – Testo unico delle norme regionali in materia di turismo;
- DA n. 13/2015 di approvazione del Piano Triennale del Turismo 2016-2018;
- DGR n. 1143 del 21/12/2015 “Modalità attuative del Programma Operativo (MAPO) della Regione Marche – Programma Operativo Regionale (POR) – Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) – 2014-2020”;
- D.L. 17.10.2016 n. 189, convertito in legge con modificazioni 15.12.2016, n. 229 avente ad oggetto “Interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016”.
- DGR n.253 del 20/3/2017 Attività di promozione per il rilancio dell’economia del comparto turistico;
- DGR n. 708 del 26 Giugno 2017 recante Approvazione del Programma annuale della Cultura;
- DGR n. 790 del 10 Luglio 2017 Progetto di valorizzazione del patrimonio culturale delle aree delle Marche colpite dal sisma mediante un programma di eventi espositivi ed itinerari culturali volti alla rivitalizzazione socio-economico e turistico-culturale dei luoghi di crisi. Approvazione degli schemi di Protocollo di intesa tra il Mibact e la Regione Marche;
- D.A. 64/2017 - Piano Straordinario per lo sviluppo, la promozione e la valorizzazione delle Marche;
- DGR 475 del 16/04/2018 POR FESR 2014-2020 Marche. Approvazione delle Schede di attuazione dell’Asse 8 “Prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell’efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma”. Modalità Attuative del Programma Operativo (MAPO -nuovo Volume 3). Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015;
- DGR 829 del 18/06/2018 “Eventi sismici POR FESR 2014/2020 - DGR 475 del 16/04/2018 “POR FESR 2014-2020 Marche. Approvazione delle schede di attuazione dell’Asse 8 - prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell’efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma - modalità attuative del programma operativo MAPO - nuovo volume 3. Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015” - Intervento “#destinazionemarche - The ideal place for a better life. Azioni di destination marketing”.
- L. R. 28 dicembre 2018, n. 51 “Disposizioni per la formazione del bilancio 2019 – 2021 della Regione Marche (legge di stabilità 2019);
- L. R. 28 dicembre 2018, n. 52 “Bilancio di previsione 2019-2021”;
- D.G.R. n. 1794 del 27 dicembre 2018, “D.Lgs. 23 giugno 2011, n. 118 - art. 39 comma 10 - Approvazione del documento tecnico di accompagnamento al Bilancio 2019-2021 - ripartizione delle unità di voto in categorie e macroaggregati”;
- D.G.R. n. 1795 del 27 dicembre 2018, “D.Lgs. 23 giugno 2011, n. 118 - art. 39 comma 10 - Approvazione del Bilancio finanziario gestionale del Bilancio 2019-2021 - ripartizione delle categorie e macroaggregati in capitoli”;

MOTIVAZIONI

La Regione Marche, all’interno di un mercato turistico, come quello attuale, dinamico e in continua evoluzione, ha intuito la necessità e l’importanza di puntare sui propri elementi di differenziazione trasformandoli in punti di forza e in attrattive uniche offrendo un’immagine all’esterno di sistema turistico coeso, organizzato, attento alla cura dell’immagine complessiva del brand Marche in tutte le sue sfaccettature. Partendo proprio dall’analisi della domanda turistica, ossia da ciò che oggi il



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

turista cerca, la Regione ha voluto ridisegnare la propria ricca e variegata offerta in prodotti turistici, proprio per soddisfare le esigenze sempre più mutevoli del viaggiatore e il suo bisogno di vivere esperienze.

In linea con il Piano Triennale del Turismo (DA 13/2015) e con la Sub 17.1 di cui alla DGR n. 1143 del 21/12/2015, obiettivo primario delle attività di comunicazione e promozione turistica della Regione è prevedere non solo importanti eventi culturali finì a se' stessi, ma piuttosto una capacità di organizzazione, accoglienza, coinvolgimento delle realtà territoriali, in una strategia unica. Tale strategia ha come obiettivo più importante veicolare il Brand Marche ed i Cluster di riferimento di tale progetto come l'occasione per condizionare i flussi turistici rispetto ai percorsi canonici, per aumentare la capacità attrattiva delle Marche in un contesto di mercato turistico sempre più condizionato da scelte di qualità e fortemente organizzate sia sul lato promozionale che su quello organizzativo.

A seguito degli eventi sismici del 2016, tale strategia si è indirizzata, altresì, all'attuazione di attività di promozione e comunicazione dirette specificamente alle aree colpite dal sisma, favorendo il rilancio dell'offerta turistica di quei territori regionali.

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

Tutto questo è pienamente rispondente ai contenuti delle azioni proposte in coerenza con quanto scritto nel POR e con la strategia generale europea, nella DGR 1143 del 21/12/2015, così come modificata dalle DDGGRR n. 475 del 16/04/2018 e n. 829 del 18/06/2018.

Nel rispetto, quindi, delle direttive contenute nel Piano Straordinario di cui alla citata D.A. 64/2017 e in linea con le azioni già attivate e realizzate, la Regione intende, quindi, contribuire all'incremento dei flussi turistici nelle Marche e al rafforzamento del sistema turistico regionale, attuando un complesso di attività di comunicazione e promozione, in Italia ed all'Estero (individuate ed elencate nell'allegato 1 al presente atto di cui costituisce parte integrante) dirette, nello specifico, a favorire un rafforzamento e un riposizionamento del brand Marche verso l'Italia (dove si sono registrati in questi anni risultati importanti e significativi in termini di incremento delle presenze turistiche verso la nostra regione) e verso l'estero (dove l'azione promozionale deve ancor più rafforzarsi al fine di determinare risultati più significativi in termini di ulteriore incremento delle presenze turistiche).

Tali interventi dovranno garantire un aumento del tasso di presenze su tutto il territorio regionale e, più ancora, nei territori colpiti dal sisma 2016, particolarmente bisognosi dell'adozione di azioni miranti a favorire nuove forme di sviluppo che, facendo leva sulle eccellenze culturali, artistiche, paesaggistiche, enogastronomiche di quei luoghi, garantiscano una piena ripresa di quei luoghi.

L'azione che dovrà impegnare pertanto la Regione in attuazione del piano, dovrà concentrarsi sugli obiettivi strategici, indicati nell'Allegato 1 al presente atto:

- Rafforzare il posizionamento dell'immagine turistica della Regione Marche e dell'offerta regionale attraverso la progettazione e la realizzazione di interventi di rilevanza strategica
- Consolidare la presenza marchigiana nei mercati tradizionali e sviluppo dei mercati emergenti attraverso strategie di marketing differenziate (azioni di comunicazione e di promo - commercializzazione mirata per tipologia di prodotto/mercato



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

- Attivare risorse integrative attraverso l'aggregazione di soggetti e lo sviluppo di collaborazioni strategiche e progettualità interne ed esterne alla regione. Coinvolgimento partecipativo del territorio (stakeholder engagement: Camera Commercio, Aeroporto, Associazioni di settore, Associazioni del territorio)
- Rafforzare l'attività su digitale promossa dalla Regione Marche per centrare le sfide della rivoluzione digitale in corso;
- Riquilibrare le strutture alberghiere, attraverso lo specifico bando emesso nei mesi scorsi, oggetto di ulteriore rifinanziamento ad opera della Regione Marche;
- Migliorare l'operatività del Sistema regionale attraverso lo sviluppo di processi e strumenti. Valutazione dei risultati e dell'impatto delle attività.

Capisaldi della strategia turistica sono:

- aumentare il tasso di presenza della destinazione nei mercati italiano e straniero attraverso una valorizzazione dei cluster turistici innovando e reingegnerizzando quelli con maggiore potenzialità di crescita;
- supportare e rafforzare la promocommercializzazione on line che faciliti l'accessibilità al mercato della destinazione Marche;
- valorizzare la sinergia strategica tra i comparti della cultura e del turismo;
- attivare risorse integrative attraverso l'aggregazione di soggetti e lo sviluppo di collaborazioni strategiche e progettualità interne ed esterne alla regione al fine di promuovere un coinvolgimento partecipativo del territorio (stakeholder engagement: Camera di Commercio, italiana e straniera, Aeroporto, Associazioni di settore e del territorio);
- sviluppare il concetto di Marche- regione degli eventi tutto l'anno per favorire la destagionalizzazione;
- posizionare le Marche come location a cielo aperto, favorendo la sinergia tra destination marketing e cineturismo;

Alla luce di tali obiettivi e della strategia sopra individuata, è stata definita una proposta di piano operativo di promozione turistica (di cui all'Allegato 1) articolato in un programma di interventi, funzionali allo sviluppo dei prodotti turistici regionali e alla presenza dell'offerta marchigiana sui mercati target. Al fine di rendere l'azione di promozione più efficace, il programma di interventi mette in campo un mix di diversi strumenti, da quelli tradizionali a quelli più innovativi: fiere, workshop, roadshow, press ed educational tour mirati, saranno affiancati da eventi qualificanti l'immagine della Regione, capaci di offrire concrete opportunità di business agli operatori e da azioni di co-marketing e di promozione integrata. Nella realizzazione degli interventi, particolare attenzione sarà dedicata allo sviluppo di relazioni di sistema e di valorizzazione del territorio. Il tutto con lo scopo di qualificare il territorio attraverso quegli elementi di attrattività che fanno leva sul concetto della qualità della vita, della bellezza dei luoghi e della ricchezza artistica, paesaggistica e di tipicità che fanno di questa terra un unicum a livello nazionale, resa desiderabile dai consumatori, dai turisti e dagli investitori di tutto il mondo. Gli interventi si articolano in tre aree tematiche, richiamate e specificate nell'Allegato 1:

A) PROMOZIONE TURISTICA

– partecipazione a fiere B2C e B2B, nazionali ed estere, da realizzarsi in collaborazione con Enit ed altre istituzioni e soggetti locali e nazionali (quali ambasciate, associazioni di categoria, Camere di commercio italiane e estere), dirette a consolidare l'azione promozionale in Italia e nei paesi dell'Europa centrale che, in questi anni, si sono rivelati



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

destinazioni particolarmente interessate al Made in Marche e ai cluster turistici proposti (come dimostrano anche i dati relativi alla provenienza dei turisti stranieri presenti nelle Marche);

- Organizzazione eventi;
- Progettazione attività di co-marketing;

B) MATCHING & EVENTS. Iniziative per favorire l'offerta turistica territoriale e il trade internazionale con:

- Workshop all'estero, da realizzarsi in collaborazione con Enit ed altre istituzioni e soggetti del territorio (quali ambasciate, associazioni di categoria, Camere di commercio italiane e estere), dirette a promuovere nelle destinazioni estere (in particolare nei Paesi europei, come Francia, Germania e Repubblica Ceca, oggetto di una consolidata strategia promozionale attuata negli anni dalla Regione Marche) la destinazione turistica regionale;
- Educational tour rivolti ai principali Tour operator internazionali;
- Attività di B2B per territori e prodotti turistici;
- Buy Marche: workshop B2B aperto agli operatori stranieri provenienti dai mercati selezionati;
- Buy Marche on the road: presentazione dell'offerta turistica regionale e delle peculiarità dei territori marchigiani nei mercati di nuova destinazione al fine di favorire la conoscenza diretta da parte dei buyers;
- Partecipazione e sostegno ad eventi del territorio a forte attrazione (eventi espositivi, iniziative promozionali, eventi sportivi, grandi centenari) realizzati in collaborazione con istituzioni e realtà associative nazionali e del territorio, pensati per valorizzare e promuovere le peculiarità e le eccellenze del territorio marchigiano in Italia e all'estero;

C) DESTINATION MARKETING. Promozione dell'offerta turistica territoriale nei mercati italiano ed esteri mediante:

- Sviluppo dei prodotti turistici;
- Presidio dei mercati turistici;
- Piano di promozione dei cluster attraverso i media (tv, radio, giornali, riviste, cartellonistica, social media, promozione online, circuiti cinematografici) e gestione sito web e attività social in collaborazione con la Fondazione Marche Cultura, le Camere di Commercio e gli operatori turistici, finalizzata a potenziare funzionalmente la struttura ai fini di un'azione più incisiva di presentazione e divulgazione dei contenuti dell'offerta turistica e dei servizi di accoglienza. Tale attività, destinata ad incrementarsi in futuro, mira a favorire un complessivo potenziamento dei social media, del sito internet tematico, specie in ottica internazionale, con particolare riferimento ad azioni di marketing ed advertising ed in parallelo a tutta l'attività di programmazione nazionale ed internazionale sopra descritta.

Il piano operativo indicato, allegato al presente atto, è stato illustrato e condiviso con il sistema regionale del turismo, in particolare con ANCI Marche e con le associazioni di categoria rappresentative degli operatori del turismo nel corso di uno specifico incontro allo scopo convocato, tenutosi in data 16 ottobre 2018. L'incontro, utile a sensibilizzare gli operatori del settore e a cogliere elementi utili di confronto per la redazione del piano, ha visto l'approvazione dello stesso da parte degli operatori presenti che hanno, altresì, evidenziato, con particolare riferimento alle fiere di settore, la necessità di favorire la partecipazione diretta degli operatori ricettivi, da individuarsi previa determinazione congiunta di criteri specifici di selezione, ed il pagamento, da parte degli stessi, di una quota di partecipazione, come previsto anche da altre regioni italiane (es. Umbria).



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

I mercati di riferimento delle attività di cui al presente atto sono quelli individuati nella DA n. 64 del 14 novembre 2017 e nelle DDGGRR n. 475 del 16/04/2018 e n. 829 del 18/06/2018.

La Direzione del Servizio Sviluppo e Valorizzazione delle Marche provvederà, a seguito dell'adozione del presente atto di indirizzo, contenente gli interventi specifici elencati nell'Allegato 1, all'adozione degli atti di impegno delle risorse finanziarie occorrenti per ciascuna iniziativa, individuando, altresì, le modalità operative di concreta realizzazione delle stesse, tra le quali anche la predisposizione (e la successiva gestione) di specifici capitolati di appalto occorrenti per la realizzazione degli obiettivi e degli interventi sopra elencati.

Il costo complessivo delle azioni previste nel piano di cui all'allegato 1) è attualmente quantificato in complessivi € **5.091.536,56**. Le azioni potranno essere realizzate in maniera modulare sulla base delle esigenze contingenti dei mercati di riferimento e delle disponibilità finanziarie aggiuntive derivanti da ulteriori risorse dei fondi regionali, statali, comunitari e reiscrizioni che si renderanno disponibili, da destinare all'attuazione delle iniziative previste nel piano stesso e che saranno oggetto di opportuna DGR integrativa.

La copertura finanziaria degli oneri di cui al presente atto quanto ad € **3.591.536,56**, rideterminata rispetto a quanto previsto con DGR 829/2018, come di seguito specificato:

Capitolo 2070210033- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210034- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210035- Importo 1.161.152,74

Capitolo 2070210036- Importo 1.161.152,74

trattasi di risorse coerenti, quanto alla natura della spesa, con le finalità di utilizzo previste dall'atto, fatte salve le eventuali variazioni finanziarie necessarie alla puntuale identificazione della spesa in base ai livelli di articolazione del piano dei conti integrato di cui al d. Lgs. n. 118/2011 e SIOPE.

Si fa presente, inoltre, che con nota ID 15591052 del 8/01/2019 è stata trasmessa la proposta della presente DGR al Dirigente della P.F. Programmazione nazionale e comunitaria per il prescritto parere di conformità, il quale ha risposto, con nota ID 15599643 del 09/01/2019, che "esprime parere favorevole di conformità delle attività proposte agli obiettivi del POR e ai contenuti della scheda MAPO di riferimento" e autorizza l'utilizzo delle relative risorse "con riserva di formulare, come da prassi, ulteriori singoli pareri all'atto della presentazione dei successivi decreti dirigenziali di attuazione" della DGR in questione.

La copertura finanziaria degli oneri di cui al presente atto quanto ad € 1.500.000,00 è prevista come segue:

Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00 (annualità 2019)

Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00 (annualità 2020)

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

di approvare le attività di marketing e promozione del brand Marche e dei cluster turistici per il biennio 2019/2020 ricomprese nel Piano Operativo di Promozione turistica delle Marche di cui all'Allegato 1 che costituisce parte integrante della presente deliberazione, riferite all'intero



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

territorio regionale e alle aree del sisma, in particolare, comprendenti le attività di marketing e promozione integrata del brand Marche e dei cluster turistici tematici, in coerenza con gli indirizzi strategici generali di cui alla D.A. 64/2017 ed ai programmi di cui alla DGR 829 del 18/06/2018, per complessivi € **5.091.536,56**;

che la copertura finanziaria, delle attività di cui sopra, viene rideterminata rispetto a quanto previsto con la DGR 829/2018 nell'importo di € **3.591.536,56** in relazione al Programma Operativo Regionale (POR) – Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) – 2014-2020-Asse 8 - prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma - modalità attuative del programma operativo MAPO - nuovo volume 3-, ed è assicurata dalla disponibilità esistente sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2019-2021, annualità 2019, in ragione dell'esigibilità dell'obbligazione nell'anno 2019, correlati ai capitoli di entrata 1201050111 (accertamento 123/2019) e 1201010324 (accertamento 124/2019); trattasi di risorse coerenti, quanto alla natura della spesa, con le finalità di utilizzo previste dall'atto, fatte salve le eventuali variazioni finanziarie necessarie alla puntuale identificazione della spesa in base ai livelli di articolazione del piano dei conti integrato di cui al d. Lgs. n. 118/2011 e SIOPE:

Capitolo 2070210033- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210034- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210035- Importo 1.161.152,74

Capitolo 2070210036- Importo 1.161.152,74

che la copertura finanziaria di € **1.500.000,00** è assicurata dalla disponibilità esistente sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2019-2021, annualità 2019 e 2020:

Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00 (annualità 2019)

Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00 (annualità 2020)

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

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

LA RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

(Irene Manzi)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

AUTORIZZAZIONE DELLA P.F. PROGRAMMAZIONE NAZIONALE E COMUNITARIA

Si autorizza l'utilizzo dei fondi a carico dei seguenti capitoli di spesa del Bilancio 2019- 2021 annualità 2019 per l'importo complessivo di € **3.591.536,56** secondo lo schema che segue, conforme al Piano Finanziario del POR-FESR Marche 2014 - 2020" con riferimento Asse 8 - prevenzione sismica e idrogeologica, miglioramento dell'efficienza energetica e sostegno alla ripresa socio-economica delle aree colpite dal sisma - modalità attuative del programma operativo MAPO - nuovo volume 3. Modifica della deliberazione di Giunta n. 1143 del 21/12/2015";:

Capitolo 2070210033- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210034- Importo 634.615,54

Capitolo 2070210035- Importo 1.161.152,74

Capitolo 2070210036- Importo 1.161.152,74

IL DIRIGENTE DELLA P.F.
(Andrea Pellei)

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

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

IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO
(Raiondo Orsetti)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

ATTESTAZIONE CONTABILE

Si attesta che sono stati registrati sul bilancio di previsione 2019/2021 i seguenti accertamenti di entrata per i capitoli, gli importi e le annualità di seguito elencati:

Capitolo	Quota	Fondo	Annualità	Importo	N. Accertamento
1201050111	UE	FESR	2019	4.937.640,17	123/2019
1201010324	Stato	FESR	2019	4.937.640,17	124/2019

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

ATTESTAZIONE DELLA DISPONIBILITA' FINANZIARIA

Si attesta la copertura finanziaria, intesa come disponibilità, della somma complessiva di € **5.091.536,56** sui seguenti capitoli di spesa del bilancio di previsione 2019/2021 sulle annualità 2019-2020:

Annualità 2019

Per € **3.591.536,56**, rideterminato rispetto a quanto già attestato con DGR 829/2018, come di seguito specificato:

- Capitolo 2070210033- Importo 634.615,54
- Capitolo 2070210034- Importo 634.615,54
- Capitolo 2070210035- Importo 1.161.152,74
- Capitolo 2070210036- Importo 1.161.152,74

Per € 750.000,00

- Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00

Annualità 2020

- Capitolo 2070110172 – Importo 750.000,00

09 GEN 2019

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

La presente deliberazione si compone di n. ³⁰ pagine, di cui n. ¹⁰ pagine di allegati che formano parte integrante della stessa.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
(Deborah Giraldi)

Deborah Giraldi

[Handwritten mark]



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Allegato 1

POR FESR 2014 -2020

PIANO OPERATIVO

DI

PROMOZIONE TURISTICA DELLE MARCHE

BIENNIO 2019-2020



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

DISPOSIZIONI GENERALI

Il Piano Operativo di Promozione Turistica individua al suo interno un complesso di attività di comunicazione e promozione, in Italia ed all'Estero dirette, nello specifico, a favorire un rafforzamento e un riposizionamento del brand Marche verso l'Italia (dove si sono registrati in questi anni risultati importanti e significativi in termini di incremento delle presenze turistiche verso la nostra regione) e verso l'estero (dove l'azione promozionale deve ancor più rafforzarsi al fine di determinare risultati più significativi in termini di ulteriore incremento delle presenze turistiche).

Tali interventi dovranno garantire un aumento del tasso di presenze su tutto il territorio regionale e, più ancora, nei territori colpiti dal sisma 2016, particolarmente bisognosi dell'adozione di azioni miranti a favorire nuove forme di sviluppo che, facendo leva sulle eccellenze culturali, artistiche, paesaggistiche, enogastronomiche di quei luoghi, garantiscano una piena ripresa di quei luoghi.

Il presente Piano si articola dunque, a livello di strategia generale, secondo le seguenti linee guida:

- Rafforzare il posizionamento dell'immagine turistica della Regione Marche e dell'offerta regionale attraverso la progettazione e la realizzazione di interventi di rilevanza strategica
- Consolidare la presenza marchigiana nei mercati tradizionali e sviluppo dei mercati emergenti attraverso strategie di marketing differenziate (azioni di comunicazione e di promo – commercializzazione mirata per tipologia di prodotto/mercato)
- Attivare risorse integrative attraverso l'aggregazione di soggetti e lo sviluppo di collaborazioni strategiche e progettualità interne ed esterne alla regione. Coinvolgimento partecipativo del territorio (stakeholder engagement: Camera Commercio, Aeroporto, Associazioni di settore, Associazioni del territorio)
- Rafforzare l'attività su digitale promossa dalla Regione Marche per centrare le sfide della rivoluzione digitale in corso;
- Riquilibrare le strutture alberghiere, attraverso lo specifico bando emesso nei mesi scorsi, oggetto di ulteriore rifinanziamento ad opera della Regione Marche;
- Migliorare l'operatività del Sistema regionale attraverso lo sviluppo di processi e strumenti. Valutazione dei risultati e dell'impatto delle attività.

Capisaldi della strategia turistica sono:

- aumentare il tasso di presenza della destinazione nei mercati italiano e straniero attraverso una valorizzazione dei cluster turistici innovando e reingegnerizzando quelli con maggiore potenzialità di crescita;
- supportare e rafforzare la promocommercializzazione on line che faciliti l'accessibilità al mercato della destinazione Marche;
- valorizzare la sinergia strategica tra i comparti della cultura e del turismo;
- attivare risorse integrative attraverso l'aggregazione di soggetti e lo sviluppo di collaborazioni strategiche e progettualità interne ed esterne alla regione al fine di promuovere un coinvolgimento partecipativo del territorio (stakeholder engagement: Camera di Commercio, italiana e straniera, Aeroporto, Associazioni di settore e del territorio);
- sviluppare il concetto di Marche- regione degli eventi tutto l'anno per favorire la destagionalizzazione;
- posizionare le Marche come location a cielo aperto, favorendo la sinergia tra destination marketing e cineturismo;

SCENARIO OPERATIVO INTERNAZIONALE

I mercati di tradizionale destinazione sono i seguenti:

Germania
Austria
Svizzera
Belgio
Olanda
Norvegia
Inghilterra
Polonia
Repubblica Ceca
Paesi Baltici
Repubblica Popolare Cinese
Canada
Stati Uniti d'America

I mercati di nuova destinazione saranno i seguenti:

Russia



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Francia
Macedonia
Albania
Svezia
Romania

ATTIVITA' DA SVOLGERE IN BASE AI PROGRAMMI OPERATIVI DEFINITI DAL SERVIZIO REGIONALE.

Le attività promozionali svolte dalla Regione Marche, in linea con quanto definito a livello di strategia generale con la D.A. 64/2017, sono articolate in un programma di interventi, funzionali allo sviluppo dei prodotti turistici regionali e alla presenza dell'offerta marchigiana sui mercati target. Al fine di rendere l'azione di promozione più efficace, il programma di interventi mette in campo un mix di diversi strumenti, da quelli tradizionali, a quelli più innovativi: fiere, workshop, roadshow, press ed educational tour mirati sono affiancati da eventi che qualificano l'immagine della Regione e offrono concrete opportunità di business agli operatori, da azioni di co-marketing e di promozione integrata.

Nella realizzazione degli interventi, particolare attenzione sarà dedicata allo sviluppo di relazioni di sistema e di valorizzazione del territorio. Il tutto con lo scopo di qualificare il territorio attraverso quegli elementi di attrattività che fanno leva sul concetto della qualità della vita, della bellezza dei luoghi e della ricchezza artistica, paesaggistica e di tipicità che fanno di questa terra un unicum a livello nazionale, resa desiderabile dai consumatori, dai turisti e dagli investitori di tutto il mondo.

Promozione Turistica

- Partecipazione a fiere B2C e B2B, nazionali ed estere, da realizzarsi in collaborazione con Enit ed altre istituzioni e soggetti locali e nazionali (quali ambasciate, associazioni di categoria, Camere di commercio italiane e estere), dirette a consolidare l'azione promozionale in Italia e nei paesi dell'Europa centrale che, in questi anni, si sono rivelati destinazioni particolarmente interessate al Made in Marche e ai cluster turistici proposti (come dimostrano anche i dati relativi alla provenienza dei turisti stranieri presenti nelle Marche);
- Organizzazione eventi
- Progettazione attività di co-marketing

Matching & events

Iniziative per favorire l'incontro tra l'offerta turistica territoriale e il trade internazionale con:

- Workshop all'estero, da realizzarsi in collaborazione con Enit ed altre istituzioni e soggetti del territorio (quali ambasciate, associazioni di categoria, Camere di commercio italiane e estere), dirette a promuovere nelle destinazioni estere (in particolare nei Paesi europei, come Francia, Germania e Repubblica Ceca, oggetto di una consolidata strategia promozionale attuata negli anni dalla Regione Marche) la destinazione turistica regionale;
- Educatinal tour rivolti ai principali Tour Operator Internazionali;
- Attività di B2B per territori e prodotti turistici;
- Buy Marche: workshop B2B aperto agli operatori stranieri provenienti dai mercati selezionati;
- Buy marche On the Road: presentazione dell'offerta turistica regionale e delle peculiarità dei territori marchigiani nei mercati di nuova destinazione al fine di favorire la conoscenza diretta da parte dei buyers;
- Partecipazione e sostegno ad eventi del territorio a forte attrazione (eventi espositivi, iniziative promozionali, eventi sportivi, grandi centenari) realizzati in collaborazione con istituzioni e realtà associative nazionali e del territorio, pensati per valorizzare e promuovere le peculiarità e le eccellenze del territorio marchigiano in Italia e all'estero;

Destination marketing

Promozione dell'offerta turistica territoriale nei mercati esteri mediante:

- Sviluppo dei prodotti turistici;
- Presidio dei mercati turistici;
- Piano di promozione dei cluster attraverso i media (tv, radio, giornali, riviste, cartellonistica, social media, promozione on line, (tv, radio, giornali, riviste, cartellonistica, social media, promozione online, circuiti cinematografici) e gestione sito web e attività social in collaborazione con la Fondazione Marche Cultura, le Camere di Commercio e gli operatori turistici, finalizzata a potenziare funzionalmente la struttura ai fini di un'azione più incisiva di presentazione e divulgazione dei contenuti dell'offerta turistica e dei servizi di accoglienza. Tale attività, destinata ad incrementarsi in futuro, mira a favorire un complessivo potenziamento dei social media, del sito internet tematico, specie in ottica internazionale, con particolare riferimento ad azioni di marketing ed advertising ed in parallelo a tutta l'attività di programmazione nazionale ed internazionale sopra descritta.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Per l'attuazione del presente programma e per le attività connesse ai vari settori, sono necessarie missioni in Italia ed all'estero per le quali sono autorizzati in via preventiva, il Presidente della Giunta, o suo sostituto, L'Assessore delegato, il Dirigente pro-tempore del Servizio interessato, nonché il personale del Servizio, attraverso singoli ordini di missione. Ciò scaturisce dalla necessità di organizzare missioni istituzionali ed economiche, gestire ed essere presenti alle fiere, alle manifestazioni collaterali, ai workshop, ai sondaggi di mercato, ecc., per svolgere funzioni ispettive e di controllo volte a garantire il buon esito delle stesse, nonché per avviare, mantenere o consolidare contatti istituzionali ed operativi, con l'ENIT, con operatori di settore nazionali ed internazionali, giornalisti, TV, Camere di Commercio italiane e straniere, Istituti Italiani di Cultura, Consolati, Associazioni di Marchigiani che vivono all'estero, ecc...

Competono ai titolari delle missioni, secondo la normativa vigente, il rimborso delle spese-di viaggio, che comprende, sia per l'andata che per il ritorno, le spese per i taxi (o per altri mezzi noleggiati), le spese sostenute per trasporto del materiale, nonché per i mezzi urbani di trasporto. In particolare l'uso del taxi è consentito per raggiungere le varie sedi di partenza ferroviarie, aeree e marittime, comprese quelle di connessione per raggiungere l'albergo, nonché le sedi delle manifestazioni e delle iniziative promozionali, ivi comprese riunioni ed incontri riguardanti i settori in oggetto, anche nelle fasi di programmazione, qualora non adeguatamente servite e nel caso che gli orari delle iniziative non consentano l'uso di idonei mezzi urbani. Per raggiungere l'aeroporto di Ancona/Falconara M., è consentito l'uso del taxi da e per le due località. Nel caso si utilizzi l'auto propria per raggiungere le sedi iniziali di partenza, competono i rimborsi di parcheggio e dell'eventuale custodia del mezzo. Sono altresì, comprese tra le spese ammesse a rimborso, qualora necessario, l'acquisto di biglietti d'ingresso alle manifestazioni borsistiche e fieristiche.

Nella considerazione che non tutto può essere previsto in anticipo, soprattutto nel mutevole e dinamico settore della promozione e della comunicazione, proprio grazie alla specificità delle iniziative promozionali e delle variabili tecniche che si possono presentare in fase di attuazione, sono consentite, con decreti del Dirigente del Servizio Sviluppo e Valorizzazione delle Marche variazioni alle attività e ai progetti programmati che, per comprovate esigenze, si renda necessario modificare, integrare o sostituire con altre, nel limite del 10% delle attività previste dal presente atto.

Sarà inoltre possibile, sempre con decreti del Dirigente del Servizio di cui sopra, implementare, ove necessario, gli stanziamenti previsti per l'attuazione di quanto contenuto nel presente piano, impiegando sia disponibilità eventuali accertate (economie) e sia ulteriori investimenti per effetto di maggiori accertamenti d'entrata o da economie derivate da fondi statali o comunitari. L'esecutività delle attività previste nel presente Programma viene attuata con decreti del Dirigente del Servizio Sviluppo e Valorizzazione delle Marche.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

PIANO OPERATIVO DI PROMOZIONE TURISTICA
LINEA ATTIVITA' N. 1
Periodo Gennaio 2019 – Marzo 2020
PARTE I - CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITA'

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Gennaio 2019			
1-10	NAZIONALE	Prime time R1- R2 – R3: n. 10 passaggi con spot promozionali da 1'	RAI
1-10	NAZIONALE	Spot 1' nei circuiti cinematografici italiani (n. 1500 sale)	RAI – UCI Cinemas - Movieland
1	RUSSIA E PAESI BALTICI	Speciale Marche inserito nella rivista di bordo "Tez - nuove idee per le tue vacanze estive in italia 2019" (prime sei pagine della pubblicazione)	Tez Tour
10-13	UTRECHT (Olanda)	Vakantiebeurs . Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
11-13	OSLO (Norvegia)	Fiera del Turismo. Reiselivs Messen – promozione bike	
25-27	VILNIUS (Lituania)	Adventur . Fiera B2B e B2C; Spazio comune stand Tez Tour	Tez Tour Aerdorica
2019	NAZIONALE	Piano per le trasmissioni radiofoniche del calcio (Tutto il calcio, Champions League, Europa League, Coppa Italia, Nazionale) La proposta comprende uno spot flash da 7" o 15" all'interno della telecronaca diretta.	Radio RAI
2019	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Promozione della destinazione Marche attraverso i canali web e social media	Fondazione Marche Cultura
d.d.	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Sviluppo progetto "Federico II e le Marche"	Comune Jesi
Febbraio 2019			
1-3	RIGA (Lettonia)	Balttour - Baltic International Travel Trade Fair. Fiera B2B e B2C; Spazio comune stand Tez Tour	Tez Tour Aerdorica
5-9	NAZIONALE	Festival della Canzone Italiana di Sanremo , promozione con spot televisivi da 30" per n. 5 passaggi	RAI Uno
5-17	NAZIONALE	Spot video Multiplatforma RAI modulo "Pacchetto Sanremo" per due settimane	RAI Play Digital
7-10	BRUXELLES (Belgio)	Salon des Vacances . Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
10-12	MILANO	B.I.T. Borsa Internazionale del Turismo . Fiera Milano City. Incontri B2B e B2C e programma attività promozionali	Enti e soggetti delle Marche
11	MILANO	"Fuori BIT - Serata Condè Nast dedicata alle Marche".	Condè Nast
13-14	MARCHE	Educational tour operatori stranieri post BIT promosso da ENIT	Enit
16-17	VERONA	Fiera Cosmobike	
16-18	VICENZA	1° Meeting Nazionale del turismo spirituale	Coinè
21-24	PRAGA (Repubblica Ceca)	Holiday World . Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
20-24	MONACO (Germania)	F.R.E.E. – Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

20	MONACO (Germania)	The Long Lucky Road – alla scoperta delle Marche. Promozione della offerta turistica regionale a Monaco	Camera Commercio Italo Tedesca
2019	NAZIONALE E INTERNAZION ALE	Piano off line. Promozione dell'offerta turistica e dei cluster tematici, nel corso dell'anno 2019, da realizzarsi nelle principali testate nazionali, quali i Gruppi editoriali italiani e stranieri (Manzoni, RCS, Cairo, Condè Nast, QN, Il Messaggero, Why Marche, National Geographic, Geoseison e altri)	Gruppi editoriali italiani e stranieri
2019	NAZIONALE	Programmazione tabellare di spot radiofonici da 30" e 15" per il 2019, in media due settimane al mese per sei mesi, per un totale di 1000 spot	Radio RAI Radio Private Nazionali
d.d.	NAZIONALE E INTERNAZION ALE	<i>"Le Marche del saper fare – di bottega in bottega nella terra delle eccellenze"</i> progetto di valorizzazione degli itinerari del cluster artigianale e manifatturiero della regione	CNA Marche
Marzo 2019			
d.d.	MARCHE	Famtrip dei giornalisti tedeschi in previsione della conferma del volo EasyJet su Berlino	Aerdorica Spa
3-5	FERMO	Tipicità. Stand promozione turistica della Regione Marche	
6-10	BERLINO (Germania)	Fiera ITB. Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
8-10	MILANO	Fa la cosa Giusta! Fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili. Fiera Milano City. Incontri B2C e presentazione iniziative Marche negli spazi per dibattiti e incontri all'interno del padiglione	Associazioni e operatori categoria.
9-12	NAZIONALE	53[^] Tirreno-Adriatico , con 4 arrivi di tappa. Attività promozionale nel contenitore sportivo a livello nazionale ed internazionale	Gazzetta dello Sport Reti TV nazionali e estere Stampa e media nazionali e internaz.
11	MOSCA (Russia)	Workshop by ITW Comitel in occasione del MITT	Comitel Operatori turistici
12-14	MOSCA (Russia)	Fiera MITT. Fiera B2B e B2C, stand ENIT	Enit
d.d.	URBINO	Mostra <i>"Da Raffaello a Raffaellino del Colle"</i> a cura di V. Sgarbi, nell'ambito delle celebrazioni nazionali per il V centenario di Raffaello	MIBAC Comune Urbino
16/3 – 30/11	NAZIONALE	MOTO GP – Annunci da 5" (n. 360) e spot da 15" (n. 72) – Totale n. 432 spot	Radio RAI
17/3 – 30/11	NAZIONALE	FORMULA 1 – Annunci da 5" (n. 400) e spot da 15" (n. 80) – Totale n. 480 spot	Radio RAI
20-21	FIRENZE	Buy Tourism Online (BTO)	
23	ASCOLI PICENO	Mostra <i>"Tullio Pericoli. Forme del Paesaggio. 1970-2018"</i> Palazzo dei Capitani, Ascoli Piceno 23 marzo 2019 – 2 maggio 2020	Comune di Ascoli Piceno
Aprile 2019			
3-6	MINSK (Biellorussia)	Leasure 2019 – evento promozione in collaborazione con Ambasciata Italiana	
4-6	BAKU (Azerbaijan)	Aitf – Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
13-14	LONDRA (UK)	National Wedding Show di Londra	Regioni Centro Italia
28	DUBAI (E.A.U.)	ITW by Comitel Dubai	Comitel Operatori turistici
28-1/5	DUBAI (E.A.U.)	Arabian Travel Market 2019 – Fiera B2B e B2C – stand ENIT	Enit
2019	NAZIONALE E INTERNAZION ALE	Attività di comunicazione a supporto del nuovo cluster del BIKE	Media specializzati



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Maggio 2019			
11-2/6	NAZIONALE	102 ^a edizione del Giro d'Italia , nel corso delle dirette n. 90 spot radiofonici da 15"	Radio RAI
9-13	TORINO	XXXII edizione Salone del Libro . Fiera B2C- Stand Regione Marche	Consiglio Regionale
15-17	SHANGHAI (Cina)	ITB China	Enit
18-19	MARCHE	Giornata Internazionale dei Musei (ICOM) - Grand Tour Musei Marche	ICOM MIBAC Comuni interessati
21-23	FRANCOFORTE (Germania)	IMEX . Fiera B2B e B2C – stand ENIT	Enit
Giugno 2019			
10-15	FABRIANO	XIII Meeting Internazionale delle Città Creative dell'Unesco, con 400 delegati provenienti da 180 città e da 72 Paesi diversi dei cinque continenti.	Unesco Comune Fabriano Fondazione Merloni
14-16	MONTREAL (Canada)	Comitato esecutivo dei Marchigiani nel Mondo. Conferenza continentale dei Marchigiani nel Mondo. Promozione della destinazione Marche con attività rivolte ai tour operator locali	Associazione dei Marchigiani nel Mondo
27	ROMA	" <i>Destinazione Marche</i> " serata di promozione delle eccellenze del territorio offerta al Corpo Diplomatico, Direttori Generali dei Ministeri, Personalità nazionali ed internazionali	Camera Commercio Organizz. Agricole Tipicità
Giugno 2019	RECANATI	Celebrazioni per il II centenario della lirica " <i>L'Infinito</i> "	Centro Studi Leop. Comune Recanati Comune Visso
d.d.	d.d.	Cerimonia di consegna delle Bandiere Blu e delle Bandiere Arancioni	Comuni interessati Associazione Bandiere Blu e Bandiere Arancioni
23	MACERATA	Musicultura - Serata finale. Attività promozionale e di co marketing	Musicultura RAI Uno
24	ANCONA	Nel segno di Francesco a 800 anni dal suo passaggio: " <i>Ancona via della pace, del dialogo e della fratellanza universale</i> ". Iniziative culturali di promozione del territorio.	Arcidiocesi Ancona Comune Ancona Autorità portuale ANCI Marche
Giugno Sett.	FABRIANO	Ciclo mostre per la valorizzazione del patrimonio culturale colpito dal sisma Mostrare le Marche: " Orazio Gentileschi caravaggesco errante nelle Marche "	Mibac Comune Fabriano
Luglio 2019			
1-31	MARCHE AREA SISMA	RisorgiMarche 3 . Concerti e spettacoli nei territori montani colpiti dal sisma promossi e organizzati da Neri Marcorè	TAM – Comuni Prefetture - MIBAC
19-11/8	MACERATA	Macerata Opera Festival con Carmen, Macbeth e Rigoletto .	
26	MARCHE	La Notte dei desideri	Comuni interessati
Agosto 2019			
11-23	PESARO	XXIX edizione Rossini Opera Festival con Semiramide, L'equivoco stravagante e Demetrio e Polibio .	
Settembre 2019			
d.d.	S. BENEDETTO DEL TRONTO	Borsa M.U.L.A. – Borsa del Turismo delle Regioni del Centro Italia (seconda edizione)	
14-22	PARMA	Salone del camper	Ass. Camperisti
26-28	S. BENEDETTO DEL TRONTO	New Buy Marche – II edizione. Incontro con i principali tour operator internazionali per la promozione del brand Marche	
30	PARIGI (Francia)	Workshop by ITW Comitel, in occasione di IFTM Top Resa, Fiera B2B del turismo in Francia	Comitel



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Ottobre 2019			
1-4	PARIGI (Francia)	IFTM ex Top Resa, Fiera B2B del turismo in Francia	Enit
9-11	RIMINI	Fiera TTI. Fiera B2B	
Ott. 2019- Gen 20	URBINO	Mostra " <i>Raffaello e gli amici di Urbino</i> ", nell'ambito delle celebrazioni nazionali del V centenario di Raffaello	MIBAC Galleria Nazionale Urbino
1-31	PROVINCIA PESARO	Fiere mostre nazionali del tartufo pregiato (Acqualagna, Sant'Angelo in Vado, ecc...). Promozione nazionale con piano media dedicato.	
d.d.	SENIGALLIA	Mostra con i 50 capolavori d'arte restaurati con i fondi dell'ANCI Marche	Anci Marche
Novembre 2019			
4-6	LONDRA (UK)	WTM. Fiera B2B e B2C	
d.d.	VARSAVIA (Polonia)	Fiera Internazionale del Turismo TT Warsaw	Enit
1-30	MARCHE	Itinerari del vino e dell'olio nelle Marche. Promozione nazionale con piano media dedicato.	
Nov 19 Gen 20	MARCHE	Grand Tour Cultura. Viaggio tra biblioteche, musei e archivi delle Marche.	MIBAC Comuni interessati
30- 8/12	MILANO	AF - Artigiano in fiera. Fiera B2C	CNA Confartigianato
Dicembre 2019			
1-25	PROVINCIA PESARO	Natale nelle Marche - Mercatini di Natale (Candelara, Mombaroccio, ecc...). Promozione nazionale con piano media dedicato.	UNPLI Pesaro
10	PESARO	XV Giornata delle Marche	Comune Pesaro
Gennaio 2020			
d.d.	UTRECHT (Olanda)	Vakantiebeurs. Fiera B2B e B2C	Enit
d.d.	ZURIGO (svizzera)	Fespo. Fiera B2B e B2C	Enit
2020	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Promozione della destinazione Marche attraverso i canali web e social media	Fondazione Marche Cultura
Febbraio 2020			
d.d.	RIGA (Lettonia)	Balttour - Baltic International Travel Trade Fair. Fiera B2B e B2C	
d.d.	BRUXELLES (Belgio)	Salon des Vacances. Fiera B2B e B2C	Enit
d.d.	MILANO	B.I.T. Borsa Internazionale del Turismo. Fiera Milano City. Incontri B2B e B2C e programma attività promozionali	Enti e soggetti delle Marche
d.d.	PRAGA (Repubblica Ceca)	Holiday World. Fiera B2B e B2C - stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
Marzo 2020			
d.d.	FERMO	Tipicità. Stand promozione turistica della Regione Marche	
d.d.	BERLINO (Germania)	Fiera ITB. Fiera B2B e B2C	Enit
d.d.	NAZIONALE	54^ Tirreno-Adriatico, con 4 arrivi di tappa. Attività promozionale nel contenitore sportivo a livello nazionale ed internazionale	Gazzetta dello Sport Reti TV e media nazionali e estere
d.d.	MILANO	Fa la cosa Giusta! Fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili. Fiera Milano City. Incontri B2C e presentazione iniziative Marche negli spazi per dibattiti e incontri all'interno del padiglione	Associazioni e operatori categoria.
d.d.	MOSCA (Russia)	Fiera MITT. Fiera B2B e B2C, stand ENIT	Enit



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

d.d.	PARIGI (Francia)	Smt Destination Nauture. Fiera B2B	Enit
d.d.	URBINO	Mostra su Baldassarre Castiglione e la corte dei Montefeltro , curata da Vittorio Sgarbi e Jack Lang	MIBAC Galleria Nazionale Comune Urbino
d.d.	ROMA	Attività di promozione permanente alle Scuderie del Quirinale in occasione della grande mostra dedicata a Raffaello in occasione del V Centenario della sua morte (1520-2020)	MIBAC
d.d.	DUBAI (E.A.U.)	Expo Universale Dubai 2020 "Connecting Minds, Creating the Future". Attività promozionali preparatorie all'evento che si inaugura il 20.10.2020.	Università Camera Commercio Enit - ICE

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

PIANO OPERATIVO DI PROMOZIONE TURISTICA
Periodo Gennaio 2019 – Marzo 2020

PARTE II - CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITA' RAGGRUPPATE PER CATEGORIE OMOGENEE

FIERE NAZIONALI ED ESTERE

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Gennaio 2019			
10-13	UTRECHT (Olanda)	Vakantiebeurs. Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
11-13	OSLO (Norvegia)	Reiselivs Messen Fiera del Turismo – promozione bike	
25-27	VILNIUS (Lituania)	Adventur. Fiera B2B e B2C; Spazio comune stand Tez Tour	Tez Tour Aerdorica
Febbraio 2019			
1-3	RIGA (Lettonia)	Balttour - Baltic International Travel Trade Fair. Fiera B2B e B2C; Spazio comune stand Tez Tour	Tez Tour Aerdorica
7-10	BRUXELLES (Belgio)	Salon des Vacances. Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
10-12	MILANO	B.I.T. Borsa Internazionale del Turismo. Fiera Milano City. Incontri B2B e B2C e programma attività promozionali	Enti e soggetti delle Marche
16-17	VERONA	Fiera Cosmobike	
16-18	VICENZA	1° Meeting Nazionale del turismo spirituale	Coinè
21-24	PRAGA (Repubblica Ceca)	Holiday World. Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
20-24	MONACO (Germania)	F.R.E.E. – Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
Marzo 2019			
6-10	BERLINO (Germania)	Fiera ITB. Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
8-10	MILANO	Fa la cosa Giusta! Fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili. Fiera Milano City. Incontri B2C e presentazione	Associazioni e operatori categoria.



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

		iniziative Marche negli spazi per dibattiti e incontri all'interno del padiglione	
12-14	MOSCA (Russia)	Fiera MITT. Fiera B2B e B2C, stand ENIT	Enit
20-21	FIRENZE	Buy Tourism Online (BTO)	
Aprile 2019			
3-6	MINSK (Biellorussia)	Leasure 2019 – evento promozione in collaborazione con Ambasciata Italiana	
4-6	BAKU (Azerbaijan)	Aitf – Fiera B2B e B2C – stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
13-14	LONDRA (UK)	National Wedding Show di Londra	Regioni Centro Italia
28-1/5	DUBAI (E.A.U.)	Arabian Travel Market 2019 – Fiera B2B e B2C – stand ENIT	Enit
Maggio 2019			
15-17	SHANGHAI (Cina)	ITB China	Enit
21-23	FRANCOFORTE (Germania)	IMEX. Fiera B2B e B2C – stand ENIT	Enit
Settembre 2019			
14-22	PARMA	Salone del camper	Ass. Camperisti
Ottobre 2019			
1-4	PARIGI (Francia)	IFTM ex Top Resa, Fiera B2B del turismo in Francia	Enit
9-11	RIMINI	Fiera TTI. Fiera B2B	
Novembre 2019			
4-6	LONDRA (UK)	WTM. Fiera B2B e B2C	
d.d.	VARSAVIA (Polonia)	TT Warsaw Fiera Internazionale del Turismo	Enit
30-8/12	MILANO	AF – Artigiano in fiera. Fiera B2C	CNA Confartigianato
Gennaio 2020			
d.d.	UTRECHT (Olanda)	Vakantiebeurs. Fiera B2B e B2C	Enit
d.d.	ZURIGO (svizzera)	Fespo. Fiera B2B e B2C	Enit
Febbraio 2020			
d.d.	RIGA (Lettonia)	Balttour - Baltic International Travel Trade Fair. Fiera B2B e B2C	
d.d.	BRUXELLES (Belgio)	Salon des Vacances. Fiera B2B e B2C	Enit
d.d.	MILANO	B.I.T. Borsa Internazionale del Turismo. Fiera Milano City. Incontri B2B e B2C e programma attività promozionali	Enti e soggetti delle Marche
d.d.	PRAGA (Repubblica Ceca)	Holiday World. Fiera B2B e B2C - stand ENIT con le 4 regioni del centro Italia	Enit
Marzo 2020			
d.d.	BERLINO (Germania)	Fiera ITB. Fiera B2B e B2C	Enit
d.d.	MILANO	Fa la cosa Giusta! Fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili. Fiera Milano City. Incontri B2C e presentazione iniziative Marche negli spazi per dibattiti e incontri all'interno del padiglione	Associazioni e operatori categoria.
d.d.	MOSCA (Russia)	Fiera MITT. Fiera B2B e B2C, stand ENIT	Enit
d.d.	PARIGI (Francia)	Smt Destination Nature. Fiera B2B	Enit

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



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

WORKSHOP ESTERI

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Febbraio 2019			
20	MONACO (Germania)	The Long Lucky Road – alla scoperta delle Marche. Promozione della offerta turistica regionale a Monaco	Camera Commercio Italo Tedesca
Marzo 2019			
11	MOSCA (Russia)	Workshop by ITW Comitel in occasione del MITT	Comitel Operatori turistici
Aprile 2019			
28	DUBAI (E.A.U.)	ITW by Comitel Dubai	Comitel Operatori turistici
Giugno 2019			
14-16	MONTREAL (Canada)	Comitato esecutivo dei Marchigiani nel Mondo. Conferenza continentale dei Marchigiani nel Mondo. Promozione della destinazione Marche con attività rivolte ai tour operator locali	Associazione dei Marchigiani nel Mondo
Settembre 2019			
30	PARIGI (Francia)	Workshop by ITW Comitel, in occasione di IFTM Top Resa, Fiera B2B del turismo in Francia	Comitel

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

INCOMING OPERATORI ESTERI

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Febbraio 2019			
13-14	MARCHE	Educational tour operatori stranieri post BIT promosso da ENIT	Enit
Marzo 2019			
d.d.	MARCHE	Famtrip dei giornalisti tedeschi in previsione della conferma del volo EasyJet su Berlino	Aerdorica Spa
Aprile 2019			
2019	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Attività di comunicazione a supporto del nuovo cluster del BIKE	Media specializzati
Settembre 2019			
d.d.	S. BENEDETTO DEL TRONTO	Borsa M.U.L.A. – Borsa del Turismo delle Regioni del Centro Italia (seconda edizione)	
26-28	S. BENEDETTO DEL TRONTO	New Buy Marche – II edizione. Incontro con i principali tour operator internazionali per la promozione del brand Marche	
Ottobre 2019			



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

1-31	PROVINCIA PESARO	Fiere mostre nazionali del tartufo pregiato (Acqualagna, Sant'Angelo in Vado, ecc...). Promozione nazionale con piano media dedicato.	
Novembre 2019			
1-30	MARCHE	Itinerari del vino e dell'olio nelle Marche. Promozione nazionale con piano media dedicato.	

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

**PARTECIPAZIONE E SOSTEGNO AD EVENTI DEL TERRITORIO A FORTE
ATTRAZIONE**

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Gennaio 2019			
d.d.	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Sviluppo progetto " <i>Federico II e le Marche</i> "	Comune Jesi
Febbraio 2019			
11	MILANO	" <i>Fuori BIT - Serata Condè Nast dedicata alle Marche</i> ".	Condè Nast
d.d.	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	" <i>Le Marche del saper fare – di bottega in bottega nella terra delle eccellenze</i> " progetto di valorizzazione degli itinerari del cluster artigianale e manifatturiero della regione	CNA Marche
Marzo 2019			
3-5	FERMO	Tipicità. Stand promozione turistica della Regione Marche	
9-12	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	53^a Tirreno-Adriatico , con 4 arrivi di tappa. Attività promozionale nel contenitore sportivo a livello nazionale ed internazionale	Gazzetta dello Sport Reti TV nazionali e estere Stampa e media nazionali e internaz.
23	ASCOLI PICENO	Mostra " Tullio Pericoli. Forme del Paesaggio. 1970-2018 " Palazzo dei Capitani, Ascoli Piceno 23 marzo 2019 – 2 maggio 2020	Comune di Ascoli Piceno
d.d.	URBINO	Mostra " Da Raffaello a Raffaellino del Colle " a cura di V. Sgarbi, delle celebrazioni nazionali per il V centenario di Raffaello	MIBAC Comune Urbino
Maggio 2019			
9-13	TORINO	XXXII edizione Salone del Libro. Fiera B2C- Stand Regione Marche	Consiglio Regionale
18-19	MARCHE	Giornata Internazionale dei Musei (ICOM) - Grand Tour Musei Marche	ICOM MIBAC Comuni interessati
Giugno 2019			
10-15	FABRIANO	XIII Meeting Internazionale delle Città Creative dell'Unesco, con 400 delegati provenienti da 180 città e da 72 Paesi diversi dei cinque continenti.	Unesco Comune Fabriano Fondazione Merloni
Giugno 2019	RECANATI	Celebrazioni per il II centenario della lirica " <i>L'Infinito</i> "	Centro Studi Leop. Comune Recanati



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

			Comune Visso
d.d.	d.d.	Cerimonia di consegna delle Bandiere Blu e delle Bandiere Arancioni	Comuni interessati Associazione Bandiere Blu e Bandiere Arancioni
23	MACERATA	Musicultura - Serata finale. Attività promozionale e di co marketing	Musicultura RAI Uno
24	ANCONA	Nel segno di Francesco a 800 anni dal suo passaggio: " <i>Ancona via della pace, del dialogo e della fratellanza universale</i> ". Iniziative culturali di promozione del territorio.	Arcidiocesi Ancona Comune Ancona Autorità portuale ANCI Marche
27	ROMA	" <i>Destinazione Marche</i> " serata di promozione delle eccellenze del territorio offerta al Corpo Diplomatico, Direttori Generali dei Ministeri, Personalità nazionali ed internazionali	Camera Commercio Organizz. Agricole Tipicità
Giugno Sett.	FABRIANO	Ciclo mostre per la valorizzazione del patrimonio culturale colpito dal sisma Mostrare le Marche: " Orazio Gentileschi caravaggesco errante nelle Marche "	Mibac Comune Fabriano
Luglio 2019			
1-31	MARCHE AREA SISMA	RisorgiMarche 3. Concerti e spettacoli nei territori montani colpiti dal sisma promossi e organizzati da Neri Marcorè	TAM – Comuni Prefetture - MIBAC
19- 11/8	MACERATA	Macerata Opera Festival con Carmen, Macbeth e Rigoletto.	
26	MARCHE	La Notte dei desideri	Comuni interessati
Agosto 2019			
11-23	PESARO	XXIX edizione Rossini Opera Festival con <i>Semiramide, L'equivoco stravagante e Demetrio e Polibio.</i>	
Ottobre 2019			
Ott. 2019- Gen 20	URBINO	Mostra " Raffaello e gli amici di Urbino ", nell'ambito delle celebrazioni nazionali del V centenario di Raffaello	MIBAC Galleria Nazionale Urbino
d.d.	SENIGALLIA	Mostra con i 50 capolavori d'arte restaurati con i fondi dell' ANCI Marche	Anci Marche
Novembre 2019			
Nov 19 Gen 20	MARCHE	Grand Tour Cultura. Viaggio tra biblioteche, musei e archivi delle Marche.	MIBAC Comuni interessati
Dicembre 2019			
1-25	PROVINCIA PESARO	Natale nelle Marche - Mercatini di Natale (Candelara, Mombaroccio, ecc...). Promozione nazionale con piano media dedicato.	UNPLI Pesaro
10	PESARO	XV Giornata delle Marche	Comune Pesaro
Marzo 2020			
d.d.	FERMO	Tipicità. Stand promozione turistica della Regione Marche	
d.d.	NAZIONALE	54^ Tirreno-Adriatico , con 4 arrivi di tappa. Attività promozionale nel contenitore sportivo a livello nazionale ed internazionale	Gazzetta dello Sport Reti TV e media nazionali e estere
d.d.	URBINO	Mostra su Baldassarre Castiglione e la corte dei Montefeltro , curata da Vittorio Sgarbi e Jack Lang	MIBAC Galleria Nazionale Comune Urbino
d.d.	ROMA	Attività di promozione permanente alle Scuderie del Quirinale in occasione della grande mostra dedicata a Raffaello in occasione del V Centenario della sua morte (1520-2020)	MIBAC
d.d.	DUBAI (E.A.U.)	Expo Universale Dubai 2020 "Connecting Minds, Creating the Future". Attività promozionali preparatorie all'evento che si inaugura il 20.10.2020.	Università Camera Commercio Enit - ICE



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

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

**PROMOZIONE TV – RADIO – CARTA STAMPATA
PROMOZIONE SALE CINEMATOGRAFICHE E SOSTEGNO PRODUZIONI**

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

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Gennaio 2019			
1-10	NAZIONALE	Prime time R1- R2 – R3: n. 10 passaggi con spot promozionali da 1'	RAI
1-10	NAZIONALE	Spot 1' nei circuiti cinematografici italiani (n. 1500 sale)	RAI – UCI Cinemas - Movieland
1	RUSSIA E PAESI BALTICI	Speciale Marche inserito nella rivista di bordo "Tez - nuove idee per le tue vacanze estive in italia 2019" (prime sei pagine della pubblicazione)	Tez Tour
2019	NAZIONALE	Piano per le trasmissioni radiofoniche del calcio (Tutto il calcio, Champions League, Europa League, Coppa Italia, Nazionale) La proposta comprende uno spot flash da 7" o 15" all'interno della telecronaca diretta.	Radio RAI
2019	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Promozione della destinazione Marche attraverso i canali web e social media	Fondazione Marche Cultura
Febbraio 2019			
5-9	NAZIONALE	Festival della Canzone Italiana di Sanremo , promozione con spot televisivi da 30" per n. 5 passaggi	RAI Uno
5-17	NAZIONALE	Spot video Multipiattaforma RAI modulo " Pacchetto Sanremo " per due settimane	RAI Play Digital
2019	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Piano off line. Promozione dell'offerta turistica e dei cluster tematici, nel corso dell'anno 2019, da realizzarsi nelle principali testate nazionali, quali i Gruppi editoriali italiani e stranieri (Manzoni, RCS, Cairo, Condè Nast, QN, Il Messaggero, Why Marche, National Geographic, Geoseison e altri)	Gruppi editoriali italiani e stranieri
2019	NAZIONALE	Programmazione tabellare di spot radiofonici da 30" e 15" per il 2019, in media due settimane al mese per sei mesi, per un totale di 1000 spot	Radio RAI Radio Private Nazionali
Marzo 2019			
16/3 – 30/11	NAZIONALE	MOTO GP – Annunci da 5" (n. 360) e spot da 15" (n. 72) – Totale n. 432 spot	Radio RAI
17/3 – 30/11	NAZIONALE	FORMULA 1 – Annunci da 5" (n. 400) e spot da 15" (n. 80) – Totale n. 480 spot	Radio RAI
Aprile 2019			



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

2019	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Attività di comunicazione a supporto del nuovo cluster del BIKE	Media specializzati
Maggio 2019			
11-2/6	NAZIONALE	102^ edizione del Giro d'Italia , nel corso delle dirette n. 90 spot radiofonici da 15"	Radio RAI
Gennaio 2020			
2020	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	Promozione della destinazione Marche attraverso i canali web e social media	Fondazione Marche Cultura

[Handwritten signature]



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

LINEA ATTIVITA' N. 2 PIANO STRATEGICO PER LO SVILUPPO DEI NUOVI MERCATI ESTERI DI DESTINAZIONE LINEE GUIDA PER LA PREDISPOSIZIONE DEL CAPITOLATO D'APPALTO

La Regione intende valorizzare e promuovere in modo integrato le **Marche** sui mercati esteri in coerenza con le linee guida tracciate nel Piano di Sviluppo di cui alla D.A. 64/2017 e sulla base delle rotte attivate dall'aeroporto delle Marche.

Si prevede di indire quindi una gara avente per oggetto il **Piano di comunicazione e marketing** destinato a rafforzare la conoscenza dell'offerta turistica regionale e ad aumentare la visibilità del Brand "MARCHE" nei mercati esteri in riferimento a quelli di **nuova destinazione** dove sono previsti nel **2019 e 2020 nuovi voli aerei** con destinazione finale l' **Aeroporto di Ancona – Falconara** (www.marcheairport.com).

Nel 2019 e 2020 dall'Aeroporto delle Marche sono previste le seguenti nuove rotte aeree che allo stato attuale risultano:

1. **Russia - Mosca - volo annuale;**
2. **Francia – Parigi - volo annuale;**
3. **Macedonia – Skopje - volo stagionale in estate;**
4. **Albania – Tirana - volo annuale;**
5. **Svezia – Stoccolma - volo stagionale in estate;**
6. **Romania-Bucarest - volo annuale.**

Il budget a disposizione è di **1.500.000, 00 €** da suddividere in due annualità (2019 e 2020). Il budget sarà articolato sulla base del **Piano di comunicazione e marketing** oggetto di procedura di gara pubblica.

Il **Piano dettagliato di comunicazione e marketing** dovrà contenere le seguenti sezioni:

1. Analisi

- Analisi della concorrenza
- Comportamento di ricerca dei consumatori nei mercati di nuova destinazione
- Analisi della reputazione on-line del brand Marche nei mercati di nuova destinazione
- Identificazione degli stakeholder/ influencer da coinvolgere

2. Definizione

- Studio della domanda e individuazione target specifico
- Definizione obiettivi
- Definizione strategie posizionamento on-line

3. Costruzione

- Definizione delle tattiche e dei metodi
- Individuazione canali e strumenti di promozione e comunicazione in piani dettagliati
- Definizione scadenze e budget

4. Misurazione

- Monitoraggio risultati
- Verifica del piano e valutazione eventuali correttivi e nuovi strumenti

Il **Piano di comunicazione e marketing** dovrà presentare i seguenti piani dettagliati:

1. *Piano visual campagna e materiali off line e on line*
2. *Piano Media planning off line e on line*
3. *Piano Ufficio stampa*
4. *Piano Attività promozionali B2b e B2c*



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

**LINEA ATTIVITA' N. 3
COMUNICAZIONE INTEGRATA**

Per il periodo 2019-2020, la Regione Marche intende proseguire lungo la linea già intrapresa negli anni passati e, in particolare, nel 2018 con il lancio di una nuova campagna di comunicazione finalizzata a incrementare l'appeal della destinazione e nuovi flussi turistici, partendo dall'elemento chiave del *racconto del territorio* attraverso la voce narrante dell'attore Giancarlo Giannini.

In particolare, visti i positivi riscontri ottenuti nella programmazione 2018, si intende anche per il periodo 2019-2020 puntare sulla trasmissione di comunicazioni promozionali sulle emittenti radiotelevisive sia generaliste che tematiche (canali dedicati alla cultura, al turismo, allo sport ecc..).

Maggiori risorse saranno destinate alla trasmissione di comunicazioni promozionali sui canali televisivi e radiofonici, anche all'interno di trasmissioni di grande seguito sia di intrattenimento che culturale, di approfondimento e sportivo, in occasione nonché sulla piattaforma digital di Rai Radiotelevisione italiana e nelle sale cinematografiche del circuito Rai pubblicità e ciò in considerazione dello share raggiunto dai programmi Rai e del fatto che RAI è leader di ascolti soprattutto nella fascia di prime time, come risulta dalla documentazione conservata agli atti.

Con la Rai pubblicità s.p.a., concessionaria di pubblicità in esclusiva per la raccolta delle comunicazioni commerciali sui mezzi della RAI Radiotelevisione italiana, sarà stipulato un accordo quadro che disciplinerà gli investimenti promozionali nel periodo 2019-2020, secondo quanto di seguito dettagliato.

Pertanto, tenuto conto di quanto sopra esposto, la comunicazione integrata per il periodo 2019-2020, in Italia e all'estero, si articolerà secondo la seguente programmazione:

MACROVOCI	BENEFICIARIO	DESCRIZIONE AZIONE
TV	RAI	SPOT DA 60'' / DA 30'' / DA 15''
	RAI SANREMO	SPOT DA 30'' PER SANREMO 2019 – RAI 1 PACCHETTO RAI PLAY
	MEDIASET	SPOT DA 30'' / DA 15''
	LA7	SPOT DA 30'' / DA 15''
	SKY	SPOT DA 30'' / DA 15''
	DISCOVERY MEDIA	SPOT DA 30'' / DA 15''
CINEMA	RAI	SPOT DA 30'' / DA 60''
	DCE - UCICINEMAS	SPOT DA 30'' / DA 60''
	MOVIEMEDIA	SPOT DA 30'' / DA 60''
MAXI IMPIANTI	GRANDI STAZIONI RETAIL	Maxi impianti
	IGP DECAUX	Impianti presso Aeroporti di Milano, Orio al Serio e Fiumicino e altre sedi in esclusiva
RADIO	RADIO RAI	Spot da 15'' Formula 1, Champions League, Moto GP, Sanremo, Giro D'Italia, Campionato di calcio
	RADIO RAI	Spot da 30'' e 15'' Giancarlo Giannini
PIANO MEDIA OFF LINE/ ON LINE	SPEED- QN	Speciale Marche-QN,, piedoni pubblicitari durante l'anno, servizi editoriali
	PIEMME	Speciale I Quaderni delle Marche, piedoni pubblicitari durante l'anno, servizi editoriali
	ITALIA	Speciali, Native, Insetti pubblicitari
	MANZONI	Speciali, Native, Insetti pubblicitari
	RCS	Speciali, Native, Insetti pubblicitari
	CONDENAST	Speciale e branded content



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

	TOURING CLUB	Speciali, Inserti pubblicitari
	TURISTI PER CASO	Pubblicità, redazionali
PIANO MEDIA OFF LINE/ ON LINE ESTERO	GEO SEISON	Germania, Austria, Svizzera. Geo sesion è il travel magazine in lingua tedesca più autorevole e prestigioso, venduto anche in Austria. Pubblicità, native, social e redazionali
	DER SPIEGEL	Speciali, inserti pubblicitari, web
	NEWS	Settimanale offline e online. Settimanale da 120.000 copie e 325.000 lettori. Target medio/alto. La versione online new.at ha circa 1 milione utenti al mese. ADV sulle sezioni "Travel" Speciali, inserti pubblicitari
	ALL ABOUT ITALY	Promozione Italia in USA. Pubblicità, servizi native, social e redazionali
	ITALIE MAGAZINE	Pubblicità, servizi native, social e redazionali
	NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER UK	Pubblicità, psrvizi native, social e redazionali
	TRAVEL QUOTIDIANI	Pubblicità, servizi redazionali su quotidiani UK/ DE/AU
	ITALIA! UK	Servizi redazionali e pagine tabellari
TRASPORTI	.Italo	Pagine e servizi redazionali
	ULISSE	Pagine e servizi redazionali
	La Freccia	Pagine e servizi redazionali
PIANO MEDIA PRODOTTI		WEDDING - Servizi di marketing e comunicazione
		CINEMA - Servizi di marketing e comunicazione
		BORGHI - Servizi di marketing e comunicazione rivista Borghi
		TREKKING - Servizi di marketing e comunicazione Rivista Trekking
		CAMMINI- Servizi di marketing e comunicazione relativi al progetto dei Cammini
SERVIZI VARI	Agenzia di grafica	Cura e gestione impianti visual off line e on line
	Ufficio stampa e piani media su estero	Mercati EU e di interesse
	Giancarlo Giannini	Rinnovo diritti 2019
	Agenzia marketing turistico	Disciplinari e piano di sviluppo ITA/ESTERO cluster cinema, wedding, turismo scolastico
	Traduzioni	Traduzioni testi nuove brochure e press text
	Agenzia editoriale	Revisione e adattamento testi nuove brochure
	Materiali promo BIT	Stampa materiali
	Gadgets	Rinnovo gadget per fiere e attività promozionali
	Produzione musica	Servizi musicali per video e attività promozionali
	Azioni di valorizzazione turistica e comunicazione degli eventi sostenuti e promossi dalla PF Cultura	
	Piano media su TV private a diffusione nazionale e locale	

PROMOZIONE TV – RADIO –CARTA STAMPATA

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
Anno 2019			



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

/1	RUSSIA E PAESI BALTICI	Speciale Marche inserito nella rivista di bordo "Tez - nuove idee per le tue vacanze estive in italia 2019" (prime sei pagine della pubblicazione)	Tez Tour
----	------------------------	---	----------

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

GESTIONE SITO WEB E ATTIVITA' SOCIAL

Data	Luogo o Ambito	Genere di Attività	Collaborazioni Partnership
2019 2020	NAZIONALE E INTERNAZIONALE	<p>Revisione generale del sito web del turismo della Regione Marche e degli strumenti digitali collegati nell'ottica di un potenziamento funzionale della struttura ai fini di una azione più incisiva di presentazione e divulgazione dei contenuti dell'offerta turistica e dei servizi di accoglienza.</p> <p>Definizione di una struttura editoriale per i contenuti, di una struttura tecnica per il funzionamento informatico e di una struttura marketing per la divulgazione in ottica di sistema regionale, dedicate.</p> <p>Acquisizione di informazioni provenienti dai big data, loro analisi ed utilizzo, servizi di riposizionamento sui motori di ricerca, per apportare le prime migliorie a SEO, SEM, analisi segmenti mercato, pubblicità display, azioni per miglioramento traffico e reperimento informazioni.</p> <p>Potenziamento dell'attività del settore dei social media, specie in ottica internazionale, con particolare riferimento ad azioni di marketing e di advertising (come da pianificazione definita)</p>	<p>Fondazione Marche Cultura</p> <p>Camera Commercio</p> <p>Aziende Speciali Camera Commercio</p> <p>Operatori turistici</p>
2019 2020	NAZIONALE E INTERNAZ.	Piano attività social in accompagnamento della programmazione nazionale ed estera	

[Handwritten signature]

