

# Relazione della III Commissione permanente

ATTIVITA' PRODUTTIVE; PROBLEMI DEL LAVORO; EMIGRAZIONE; AGRICOLTURA E FORESTE;  
COOPERAZIONE; INDUSTRIA; ARTIGIANATO; COMMERCIO;  
TURISMO E INDUSTRIA ALBERGHIERA; ACQUE MINERALI E TERMALI; FORMAZIONE PROFESSIONALE; CACCIA E PESCA

*(Seduta del 23 giugno 2010)*

Relatore di maggioranza: PAOLO PERAZZOLI  
Relatore di minoranza: ERMINIO MARINELLI

## sulla proposta di atto amministrativo n. 8/10

a iniziativa della Giunta regionale

*presentata in data 9 giugno 2010*

PROGRAMMA PROMOZIONALE TURISTICO REGIONALE  
ANNO 2010

**RELAZIONE ORALE**

**PARERE ESPRESSO DALLA II COMMISSIONE ASSEMBLEARE PERMANENTE  
AI SENSI DELL'ARTICOLO 22 DELLO STATUTO**

*(Seduta del 1° luglio 2010)*

La seconda Commissione assembleare permanente nella seduta del 1° luglio 2010 esaminato il testo della proposta di atto amministrativo n. 8/10 avente ad oggetto "Programma promozionale turistico regionale anno 2010" già esaminato in sede referente dalla terza Commissione nella seduta del 23 giugno 2010

**esprime parere favorevole**

Il Presidente della Commissione  
Dino Latini

**Testo proposto****L'ASSEMBLEA LEGISLATIVA REGIONALE**

Premesso che l'articolo 3 della legge regionale 11 luglio 2006, n. 9: "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo" prevede che l'Assemblea legislativa approvi il Programma annuale di promozione turistica;

Considerato che il Programma per l'anno 2010 è stato elaborato sulla scorta degli indirizzi programmatici regionali, sulla base dello stato di attuazione del "Programma promozionale turistico regionale 2009" e del "Programma esecutivo annuale degli interventi di internazionalizzazione e di promozione nei settori di competenza regionale - anno 2010", e tenuto conto delle osservazioni e delle proposte dei soggetti di cui all'articolo 3, comma 1, del citato testo unico;

Vista la proposta della Giunta regionale;

Visto il parere favorevole di cui all'articolo 16, comma 1, lettera d), della l.r. 15 ottobre 2001, n. 20 in ordine alla regolarità tecnica e sotto il profilo di legittimità del Dirigente del servizio Internazionalizzazione, cultura, turismo e commercio, reso nella proposta della Giunta regionale;

Vista l'attestazione della copertura finanziaria di cui all'articolo 48 della l.r. 11 dicembre 2001, n. 31, resa nella proposta della Giunta regionale;

Visto l'articolo 21 dello Statuto regionale;

**DELIBERA**

di approvare il "Programma promozionale turistico regionale - anno 2010" (Allegato A) e le relative Modalità attuative (Allegato B) che ne costituiscono parte integrante e sostanziale.

**Testo approvato dalla Commissione****L'ASSEMBLEA LEGISLATIVA REGIONALE**

*Identico*

Preso atto che la predetta proposta è stata preventivamente esaminata, ai sensi del comma 1 dell'articolo 22 dello Statuto regionale, dalla Commissione assembleare permanente competente in materia;

Visto il parere obbligatorio, reso ai sensi del comma 3 dell'articolo 22 dello Statuto regionale dalla Commissione assembleare competente in materia finanziaria;

Dato atto che sono decorsi i termini indicati all'articolo 12, comma 2, della l.r. 10 aprile 2007, n. 4;

Dato atto che sono decorsi i termini indicati all'articolo 9, comma 2, lettera a), della l.r. 26 giugno 2008, n. 15;

Visto il comma 4 dell'articolo 12 della citata l.r. 4/2007;

Visto il comma 4 dell'articolo 8 della citata l.r. 15/2008;

**DELIBERA**

*Identico*

**ALLEGATO A)**

*(modificato dalla Commissione)*

**PROGRAMMA  
PROMOZIONALE TURISTICO REGIONALE  
ANNO 2010**

***Legenda:***

*Le parti aggiunte sono evidenziate in grigio, le parti soppresse sono barrate ed evidenziate in grigio, pagine 3 e 37.*

## **INDICE**

### **PREMESSA**

### **ANALISI DELLA DOMANDA TURISTICA**

### **OBIETTIVI E PRIORITA'**

#### **AZIONE 1 - OSSERVATORIO**

- 1.1 Analisi della domanda e monitoraggio dell'offerta

#### **AZIONE 2 - COMUNICAZIONE**

- 2.1 Editoria e materiale promo-pubblicitario
- 2.2 Sistemi online
- 2.3 Campagna promo-pubblicitaria
- 2.4 Informazione ed accoglienza turistica
- 2.5 Pubbliche relazioni, eductours per giornalisti, operatori di settore, troupe cinematografiche, Radio e TV
- 2.6 Formazione

#### **AZIONE 3 - PROMOZIONE**

- 3.1 Fiere, Borse ed iniziative all'estero
- 3.2 Fiere, Borse ed iniziative in Italia
- 3.3 Centri Commerciali in Italia e all'estero
- 3.4 Sviluppo dell'incoming turistico attraverso la valorizzazione dell'aeroporto regionale
- 3.5 Promozione delle iniziative culturali

#### **AZIONE 4 - COMMERCIALIZZAZIONE**

- 4.1 Workshop, sales promotion, roadshow ed iniziative speciali
- 4.2 Sostegno Commercializzazione
- 4.3 Consorzi turistici

#### **AZIONE 5 - RIQUALIFICAZIONE RICETTIVITA'**

- 5.1 Interventi a sostegno della ricettività
- 5.2 Marchio di qualità delle strutture ricettive
- 5.3 Turismo responsabile

#### **AZIONE 6 - PRODOTTO**

- 6.1 Progetti Accoglienza
- 6.2 Progetti sviluppo interregionali
- 6.3 Progetti complementari

### **ATTIVITA' CONNESSE ALL'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA E DISPOSIZIONI GENERALI**

## PREMESSA

Il Programma Promozionale Turistico Regionale per l'anno 2010, predisposto dalla Giunta regionale e sottoposto all'approvazione del Consiglio ai sensi dell'art. 3 del *Testo unico delle norme regionali in materia di turismo* (L.R. n. 9/2006), si prefigge l'obiettivo di sviluppare ed incrementare il movimento turistico verso il territorio regionale mettendo in atto strategie di marketing e strumenti di promozione e comunicazione sempre più finalizzati e integrati.

Già lo scorso anno con azioni promozionali mirate ed innovative (soggiorni/premio nelle Marche, iniziative di promo-commercializzazione nelle principali piazze italiane, spot radiofonici, partecipazione a fiere dei vari settori produttivi, realizzazione di materiale multimediale, ecc.) si è voluto creare un "brand Marche", cercando un nuovo ed efficace "effetto" pubblicitario che puntasse sull'affermazione, sulla riconoscibilità del marchio e sulla diversificazione dell'offerta per attrarre i potenziali turisti. E' stata definita anche una nuova campagna pubblicitaria - che ha come testimonial il famoso attore Dustin Hoffman - caratterizzata dallo slogan "*Marche. Le scoprirai all'infinito*" con la quale si intende veicolare un'immagine unitaria dell'offerta turistica della regione mirando a promuovere tutte le eccellenze del territorio.

Le diverse attività saranno affiancate e supportate da un piano di comunicazione rivolto al consumatore e al potenziale cliente, utilizzando tutti i più efficaci sistemi di informazione e razionalizzando le azioni al fine di perseguire risultati concreti.

Attraverso le azioni previste nel Programma Promozionale Turistico 2010 si cercherà di rafforzare nei mercati l'identità dell'offerta turistica regionale e di affermare il "brand Marche", favorendo anche, con adeguati sostegni, l'organizzazione e la qualificazione delle varie proposte per riuscire ad avere un prodotto valido ed attraente, capace di captare la domanda nel mercato globalizzato.

La partecipazione alle iniziative e fiere dei vari settori produttivi sarà un'ulteriore ed interessante opportunità per la promozione del "made in Marche" inteso come promozione di un prodotto integrato regionale che può sviluppare un valore aggiunto in termini di prodotto Marche.

Le varie azioni promozionali dovranno contribuire a determinare l'aumento del movimento turistico (nonché della spesa media pro-capite per turista), anche attraverso la destagionalizzazione e il riequilibrio delle presenze sul territorio, con effetti positivi sugli indicatori economici e occupazionali della regione.

In un settore in continua evoluzione come quello del turismo, ovviamente, la programmazione delineata con il presente documento non potrà che essere flessibile, duttile, in grado di fronteggiare con celerità i mutamenti e le trasformazioni in atto sui mercati e sulle aspettative dei consumatori.

Per quanto attiene alle risorse finanziarie da destinare alle attività coordinate o attuate direttamente dalla Regione, si farà ricorso alle disponibilità - ~~regionali, statali e comunitarie~~ - di cui ai capi del bilancio regionale 2010, con riferimento alle voci di entrata e spesa afferenti alla Posizione di Funzione Turismo e Promozione come evidenziate nella tabella del capitolo "**Risorse finanziarie previste per la realizzazione del Programma promozionale turistico regionale 2010**".

## ANALISI DELLA DOMANDA TURISTICA

La situazione congiunturale dell'economia internazionale, allo stato attuale, non permette di fare previsioni altamente attendibili, neanche nel breve periodo; per cui la caratteristica principale della programmazione turistica per l'anno 2010 dovrà attenersi essenzialmente a criteri e programmi che contemplino una considerevole flessibilità e una elevata apertura anche a decisi cambiamenti di strategia. Su questa base si intende quindi definire la programmazione di carattere generale, avendo consapevolezza della complessa situazione economica attuale. La fase di programmazione, infatti, risulta condizionata da fattori esogeni - in particolar modo relativamente ai mercati esteri - che possono condizionare le consolidate dinamiche dei flussi turistici provenienti dalle principali aree mondiali.

Le Marche ed il sistema turistico complessivo che fa riferimento al territorio regionale, sono fortunatamente in grado di rispondere in maniera sufficientemente autonoma a tale situazione, anche in virtù di uno storico e consolidato radicamento sul mercato turistico interno. Questa situazione ha i suoi risvolti positivi in un momento, come quello attuale, nel quale ci si trova ad affrontare un mercato internazionale che dovrebbe continuare a ridurre i propri consumi, quindi selezionare le vacanze in base a motivazioni strettamente connesse a criteri di convenienza, appetibilità e rapporto qualità-prezzo.

In questo contesto, appare evidente che si modificheranno anche i criteri di scelta e selezione dei prodotti turistici, in quanto sono destinati a perdere quote di mercato, in particolare, quelle destinazioni che rimangono ancorate a linee di azione obsolete quali:

- le offerte “generaliste” con scarsa caratterizzazione, senza legame con le altre caratteristiche del territorio legate alla cultura, alla natura, all'ambiente, in sintesi alle identità ed eccellenze regionali;
- le destinazioni ed i pacchetti di offerte che non sono disponibili sulla rete web, considerata uno strumento esclusivamente di conoscenza e comunicazione e non di vendita;
- le destinazioni e le offerte che non utilizzano sistemi di comunicazione tra loro integrati e non si avvalgono in particolare di articolate campagne promozionali sui media;
- le proposte turistiche che non tengono conto degli aspetti motivazionali ed emozionali in grado di soddisfare aspirazioni ed aspettative anche di tipo non esclusivamente turistico.

In questo particolare momento, di elevata incertezza ed altamente competitivo, si assiste all'aumento del cosiddetto “fenomeno dei weekend”, cioè l'affermarsi dei brevi soggiorni durante i fine settimana che, se da una parte garantisce flussi turistici nei periodi di medio-bassa stagione, dall'altro si sta consolidando anche nei mesi di alta stagione, generando una consistente diminuzione della durata media dei soggiorni e nuovi problemi legati alla programmazione ed all'organizzazione del lavoro delle strutture ricettive. Tale fenomeno si riscontra in tutti i segmenti del turismo, da quello balneare a quello montano, da quello naturalistico a quello del wellness.

Per cui lo sforzo, attuato finora, di attenuare e contrastare il fenomeno della stagionalità, si arricchisce di una nuova sfida legata alla contrazione e/o dilazione temporale delle giornate e dei periodi di vacanza. La sfida sarà quella di studiare, proporre e realizzare offerte promozionali che siano in grado di aumentare gli indici di occupazione delle strutture ricettive e dei servizi complementari non solo nei periodi di bassa stagionalità, ma anche nelle giornate che vanno dal lunedì al venerdì.

Con queste riflessioni di carattere generale, legate strettamente alla congiuntura economica ed alle tendenze del periodo, si rafforza la consapevolezza che occorra lavorare con sempre maggiore determinazione soprattutto sulle eccellenze che contraddistinguono l'anima turistica della nostra Regione, ma anche sulla necessità di un maggiore coinvolgimento ed integrazione di tutti gli attori pubblici e privati, di tutti i settori economici.

L'impostazione che si intende seguire per il 2010 fa quindi leva su due elementi:

- la consapevolezza delle difficoltà dei mercati, e la conseguente esigenza di non disperdere risorse ed energie, puntando su strategie ed obiettivi ben definiti e ponderati;
- la consapevolezza che la Regione e gli altri Enti cointeressati, intesi nel loro complesso organizzativo, nonché i prodotti e le offerte turistiche disponibili, siano affidabili, flessibili ed in grado di rispondere positivamente in ogni situazione.

### **Movimento turistico internazionale**

I dati relativi all'anno 2009, a livello mondiale, indicano che si sono registrati circa 880 milioni di arrivi turistici; il che indica una inversione di tendenza rispetto ai tassi di crescita positivi degli ultimi 5 anni, stimando la flessione dello scorso anno nell'ordine del 4,8% circa rispetto all'anno precedente. Il rallentamento si è evidenziato a partire dal secondo semestre 2008, con una decelerazione della crescita passata dal + 8,3% del primo trimestre al + 3,7 del secondo, per arrivare al - 1% del terzo trimestre ed addirittura al - 2,7% dell'ultimo periodo.

Per il 2010, a livello mondiale, si prevede la persistenza del clima di incertezza e di bassi livelli della domanda di turismo, con un calo soprattutto della domanda proveniente dagli USA e Paesi nordamericani (fondamentale sarà il livello del tasso di cambio euro/dollaro), nonché dal Giappone. Dovrebbero, invece, stabilizzarsi i flussi provenienti dai Paesi europei, Russia compresa, ed addirittura migliorare quelli in partenza dalla Cina e dall'India, tra i pochi Paesi ad aver già assorbito la recente, profonda crisi dell'economia mondiale.

### **Il turismo in Italia**

Nel 2009, l'azienda turistica Italia - a causa della congiuntura economica mondiale sfavorevole - ha dovuto rapportarsi con un rallentamento nelle prenotazioni degli ospiti stranieri. In generale, per l'Italia risulta una situazione meno critica rispetto al resto dell'Europa. Infatti nell' area europea, l'Italia mantiene la propria posizione fra le destinazioni scelte dagli ospiti tedeschi, a fronte di una tendenza negativa segnalata in occasione delle vacanze pasquali.

La crisi congiunturale ha colpito maggiormente i Paesi europei nostri concorrenti, come la Francia e la Spagna. Parlando del comparto alberghiero si sono registrate, infatti, in Francia, fino a luglio, minori presenze pari al -6,3% (circa -2,9% in Italia); in Spagna il tasso di occupazione è calato di oltre 4 punti percentuali nei mesi di giugno e luglio, con una diminuzione degli arrivi alberghieri del -13,6% da gennaio ad agosto.

Fino a giugno il turismo internazionale ha registrato cali in tutta Europa: in Francia i pernottamenti in hotel sono diminuiti del -14,9%, mentre in Italia si è verificata una flessione del -13,2%.



In Spagna si è avuta una partenza negativa nel primo trimestre con un migliore andamento in primavera ed estate.

In recupero le quote dei turisti tedeschi e di quelli provenienti dall'Austria; per quanto riguarda il Regno Unito, il nostro Paese mantiene il suo appeal, ma viene percepito come destinazione piuttosto cara; in tenuta l'incoming dalla Francia e dalla Spagna.

Si registrano decrementi, invece, sul fronte dell' Europa dell'Est, caratterizzata negli ultimi anni da tassi di crescita elevati, quantificabili intorno al 15-20% dalla Russia. Flessioni dall'Ungheria, a causa in particolare della perdita del potere d'acquisto, del 10% dalla Repubblica Ceca, mentre dalla Polonia si segnala un forte calo rispetto allo scorso anno.

Per quanto riguarda i mercati d' oltreoceano gli operatori segnalano flessioni dall'8 al 12% dagli USA, per il perdurare di un rapporto di cambio sfavorevole; un sensibile calo della domanda canadese ed un sostanzioso decremento dei flussi turistici dal Brasile.

Numeri in rosso anche per i flussi incoming provenienti dal Giappone, con flessioni dal 10 al 20% circa.

E' sempre più determinante ed urgente, quindi, per l'offerta turistica italiana di rispondere alle esigenze della clientela, sia con politiche di prezzo più aggressive e competitive, sia con una diversificazione e modernizzazione delle opportunità di soggiorno.

Relativamente alle principali tendenze in atto, con riferimento all'Italia, si possono riassumere in sintesi i punti seguenti:

- grande attenzione al prezzo e ricerca di offerte last minute;
- sempre maggiore ricorso alla formula denominata "all inclusive";
- forte attenzione alla qualità delle prestazioni e dei servizi;
- trend in continua, costante crescita delle offerte e degli operatori on line;
- difficoltà per i grandi competitors dell'Italia (Spagna, Grecia e Croazia) e crescita per le mete con un elevato rapporto qualità/prezzo (Turchia, Tunisia, Egitto);
- trend positivo per i viaggi in automobile e per i viaggi in bus;
- andamento negativo del settore MICE;
- crescita del turismo domestico europeo;
- crescita del segmento delle crociere.

Nel 2009 si sono inoltre verificate una serie di tendenze:

- gli hotel che hanno maggiore clientela internazionale, hanno applicato una politica di ribasso nei prezzi (-7,2%) per contrastare il calo registrato nei primi sei mesi;
- il turismo italiano ha visto diminuire le partenze all'estero e ha scelto l'Italia;
- l'attrattività del nostro Paese rimane costante, contenendo il calo mondiale dei flussi internazionali in Italia al -2,8%, mentre secondo la OMT la flessione generale dei flussi internazionali è tra il - 4% e il -6%;

- gli effetti della crisi economica hanno influenzato maggiormente la durata della vacanza e la spesa, spingendo i turisti italiani e stranieri a ridurre il budget per la vacanza e ad utilizzare maggiormente gli alloggi privati.

Peraltro l'andamento non è stato lineare, infatti il primo trimestre del 2009, grazie alle performance positive delle destinazioni montane e dell'extralberghiero, si è chiuso in pareggio rispetto al 2008. Nel secondo trimestre le imprese ricettive alberghiere ed extralberghiere hanno subito maggiormente gli effetti della congiuntura negativa, specie nel mese di giugno quando si sono registrati numerosi giorni di pioggia. In estate, ad agosto, il turismo è risalito negli hotel (+1,7%) ma ha recuperato meno nelle strutture extralberghiere; nelle due settimane a cavallo di ferragosto i flussi turistici negli hotel sono stati sostanzialmente pari, se non migliori, rispetto a quelli registrati nel 2008.

Secondo gli operatori italiani i due fattori che influiscono maggiormente sulla diminuzione dei flussi turistici, sono la crisi economica (indicata dal 37% delle strutture) e la problematica dei disservizi turistici (disagi legati alla mobilità, ai ritardi e disservizi del sistema infrastrutturale, alla carenza di informazioni, servizi e assistenza ai turisti, ecc.).

Ciò significa che nonostante i segnali congiunturali internazionali che indicano una ripresa dell'economia mondiale per il 2010, gli operatori del turismo individuano nelle problematiche strutturali e infrastrutturali del Paese il vero gap competitivo del nostro sistema turistico.

E' da sottolineare inoltre che il comparto ricettivo italiano comprende un sistema parallelo di offerta che sfugge alle rilevazioni ufficiali: Banca d'Italia indica che circa 75 milioni di pernottamenti internazionali sono imputabili agli alloggi in affitto, mentre 94 milioni di pernottamenti sono dovuti alle seconde case ed alla ospitalità di amici e parenti.

Allo stesso modo Unioncamere, attraverso le indagini sulla popolazione italiana, fornisce una stima delle presenze domestiche nelle abitazioni private pari a 285 milioni, di cui 89 milioni negli alloggi in affitto e 196 milioni nelle seconde case o ospiti di amici e parenti. Se si considera che la stima pubblicata dall'Istat delle presenze nelle strutture ricettive per il 2008 è pari a oltre 366 milioni, ciò porta ad ipotizzare che le presenze nelle abitazioni private rappresentino un universo di dimensioni molto superiori a quello rilevato ufficialmente.

## **La domanda turistica nella regione Marche**

Dal 1° giugno 2009, la rilevazione statistica del movimento arrivi e presenze nelle singole strutture ricettive della regione, ha subito una trasformazione ed un aggiornamento notevole: a partire da tale data, infatti, i titolari e/o gestori delle strutture ricettive possono inviare i dati direttamente on line, inserendoli tramite computer, evitando in tal modo, la compilazione del modello cartaceo C 59. Ciò al fine di una sempre maggiore semplificazione delle procedure, nonché diminuzione dei tempi di acquisizione ed elaborazione dei dati.

Naturalmente in questa prima fase di rodaggio si sono dovute affrontare problematiche e situazioni connesse con l'avvio del nuovo sistema, ma la procedura si sta affermando gradualmente tra gli operatori del settore, tanto che dopo sei mesi di operatività, si è passati dal 25% di operatori che a giugno hanno iniziato a compilare la statistica on line, all'80%, anche e soprattutto con l'ausilio dei 14 uffici IAT dislocati nel territorio regionale.

In generale nel 2009 nelle Marche si evidenzia un trend positivo in controtendenza rispetto all'andamento negativo del turismo nazionale. Infatti, a fronte di una diminuzione registrata nella maggior parte delle Regioni italiane, la prevista e generalizzata rarefazione dei consumi ha interessato solo marginalmente il settore turistico delle Marche, permettendo di raggiungere una performance migliore rispetto sia all'andamento nazionale, sia a quella dello scorso anno. La

soddisfacente tenuta del movimento turistico è dovuta principalmente agli arrivi sia dei turisti italiani che di quelli stranieri, anche se la quota del turismo estero rappresenta circa il 16% del totale ed ha fatto registrare una contrazione delle presenze.

Nel periodo Gennaio-Dicembre 2009 (raffrontato all'analogo periodo 2008), se si considerano globalmente i dati relativi a tutti gli esercizi, sia alberghieri che extralberghieri, si rileva un incremento del 2,7% negli arrivi e del 3,8% nelle presenze. Nello specifico, i turisti italiani sono aumentati del 2,9% negli arrivi e del 5,1% nelle presenze. L'aumento considerevole degli arrivi e delle presenze dei turisti italiani compensa la diminuzione delle presenze dei turisti stranieri che, pur aumentati negli arrivi dell'1,7%, hanno accorciato i periodi di permanenza con una riduzione nelle presenze del 4,3%. In un anno di congiuntura particolarmente sfavorevole, la situazione testimonia una giusta programmazione delle azioni promozionali attuate nel corso dell'anno, che hanno volutamente privilegiato il mercato nazionale per contrastare il previsto calo dei flussi turistici a livello internazionale. Nel settore alberghiero gli arrivi sono aumentati dello 0,2% e le presenze dell'1,7%; in quello extralberghiero si è verificato un incremento del 7,6% negli arrivi e del 5% nelle presenze.

Nel corso dell'anno 2009 sono arrivati complessivamente, 2.396.396 turisti di cui l'84% italiani, per un totale di 16.869.420 pernottamenti, facendo registrare una presenza media di circa 7 giorni, in linea con l'andamento dell'anno precedente.

Analizzando per Regione di provenienza, troviamo al primo posto i turisti che vengono dalla Lombardia (19% del totale), seguono il Lazio (13%), l'Emilia-Romagna (12%), il Veneto (7%) e l'Umbria (6%).

Relativamente ai Paesi esteri, il flusso maggiore proviene dalla Germania (17%), seguono la Francia (13%), l'Olanda (8%), la Svizzera (6%) e la Gran Bretagna (6%).

### **Movimento Turistico anno 2009/2008**

<b>2009/2008</b>	<b>Italiani</b>		<b>Stranieri</b>		<b>Totale</b>			
	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>	<b>Arrivi</b>	<b>Presenze</b>	<b>Arrivi</b>	<b>%</b>	<b>Presenze</b>	<b>%</b>
<i>Pesaro/Urbino</i>	558.979	3.639.861	114.883	710.531	673.862	+2,1	4.350.392	+2,1
<i>Ancona</i>	619.588	3.278.492	111.144	452.519	730.732	+3,3	3.731.011	+8,2
<i>Macerata</i>	345.875	3.125.885	51.042	391.618	396.917	+2,3	3.517.503	-0,9
<i>Ascoli Piceno</i>	328.731	2.608.066	45.212	394.792	372.943	+1,7	3.002.858	+6,8
<i>Fermo</i>	191.733	2.048.516	29.209	219.140	221.942	+5,6	2.267.656	+3,9
<b>Totale regionale</b>	<b>2.044.906</b>	<b>14.700.820</b>	<b>351.490</b>	<b>2.168.600</b>	<b>2.396.396</b>	<b>+2,7</b>	<b>16.869.420</b>	<b>+3,8</b>
<b>Variazioni %</b>	<b>+2,9</b>	<b>+5,1</b>	<b>+1,7</b>	<b>-4,3</b>	<b>+2,7</b>		<b>+3,8</b>	

Dall'esame delle **realità provinciali**, considerando tutte le strutture ricettive censite, emergono alcune differenze nella dinamica del movimento turistico relativo all'intero anno 2009, confrontato con i dati del 2008.

Nella provincia di **Ancona** si è rilevato un incremento del 3,3% negli arrivi (+ 23.565 turisti) e dell'8,2% nelle presenze (+ 283.164 pernottamenti).

Nella provincia di **Ascoli Piceno** si è riscontrato un aumento negli arrivi dell'1,7% (+ 6.133 turisti) e del 6,8% nelle presenze (+ 191.558 pernottamenti).

Nella nuova provincia di **Fermo** si è verificato un incremento del 5,6% (+ 11.765 turisti) negli arrivi e del 3,9% nelle presenze (+ 84.911 pernottamenti).

Nella provincia di **Macerata**, i dati relativi al periodo in questione hanno fatto registrare un incremento del 2,3% negli arrivi (+ 8.797 turisti) ed una diminuzione dello 0,9% nelle presenze (- 33.486 pernottamenti).

Nella provincia di **Pesaro-Urbino** si è rilevato complessivamente un aumento del 2,1% sia negli arrivi (+ 13.842 turisti) che nelle presenze (+ 87.407 pernottamenti).

#### Flussi per Regione di Provenienza

N°	<b>Regioni di Provenienza</b>	<b>Arrivi</b>	N°	<b>Regioni di Provenienza</b>	<b>Presenze</b>
	Anno 2009			Anno 2009	
1	Lombardia	380.175	1	Lombardia	2.751.333
2	Lazio	259.380	2	Lazio	1.540.548
3	Emilia Romagna	232.261	3	Emilia Romagna	1.473.296
4	Veneto	135.661	4	Umbria	1.078.606
5	Umbria	111.566	5	Veneto	761.686
6	Puglia	110.094	6	Piemonte	747.262
7	Piemonte	107.393	7	Puglia	695.930
8	Campania	100.675	8	Campania	594.824
9	Toscana	89.713	9	Abruzzo	436.645
10	Abruzzo	65.190	10	Toscana	380.826
11	Trentino Alto-Adige	32.148	11	Sicilia	226.009
12	Sicilia	31.755	12	Trentino Alto-Adige	222.654
13	Friuli-Venezia-Giulia	24.644	13	Calabria	123.710
14	Liguria	21.308	14	Friuli-Venezia-Giulia	104.585
	<b>Altre Regioni</b>	<b>342.943</b>		<b>Altre Regioni</b>	<b>3.562.906</b>
	<b>Totale</b>	<b>2.044.906</b>		<b>Totale</b>	<b>14.700.820</b>
	<b>Variazioni % 2009/08</b>	<b>+ 2,9%</b>		<b>Variazioni % 2009/08</b>	<b>+ 5,1%</b>

### Flussi per Nazionalità di Provenienza

N°	Nazionalità di Provenienza	Arrivi	N°	Nazionalità di Provenienza	Presenze
	Anno 2009			Anno 2009	
1	Germania	58.757	1	Germania	393.218
2	Francia	44.241	2	Olanda	211.854
3	Olanda	28.994	3	Repubblica Ceca	157.819
4	Svizzera	20.521	4	Francia	132.680
5	Gran Bretagna	19.118	5	Svizzera	109.480
6	Russia	14.853	6	Altri Paesi Europei	93.544
7	Repubblica Ceca	14.230	7	Spagna	91.203
8	Austria	14.175	8	Gran Bretagna	86.721
9	Polonia	14.052	9	Belgio	85.384
10	Belgio	12.627	10	Austria	83.145
11	Stati Uniti America	12.117	11	Stati Uniti America	65.956
12	Spagna	9.579	12	Russia	59.243
13	Altri Paesi Europei	8.674	13	Grecia	56.338
14	Grecia	7.205	14	Polonia	49.352
	<b>Altri paesi</b>	<b>72.347</b>		<b>Altri paesi</b>	<b>492.663</b>
	<b>Totale</b>	<b>351.490</b>		<b>Totale</b>	<b>2.168.600</b>
	<b>Variazioni % 2009/08</b>	<b>+1,7</b>		<b>Variazioni % 2009/08</b>	<b>- 4,3</b>

Analizzando per segmento, si evince che durante il 2009, il turismo balneare, che rappresenta quasi il 60% del totale, ha subito una flessione dell'1,6%; il turismo montano incide per il 4,5% ed è in aumento dell'1%. Molto soddisfacente il turismo legato alle città di interesse storico-artistico che rappresenta circa il 26% ed è risultato in aumento dell'1,3%, mentre quello religioso ha fatto registrare un incremento dell'1,4%.

Nel periodo **Giugno-Settembre 2009** (raffrontato all'analogo periodo 2008), se si considerano globalmente i dati relativi a tutti gli esercizi ricettivi della regione, si è rilevato un incremento del 4% negli arrivi e del 2,2% nelle presenze. Nello specifico, i turisti italiani sono aumentati del 3,5% negli arrivi e del 2,3% nelle presenze; quelli stranieri hanno fatto registrare un incremento del 6,9% negli arrivi e dell' 1,9% nelle presenze. Nel settore alberghiero gli arrivi sono aumentati dell'1,3% e le presenze del 5,4%; in quello extralberghiero si è verificato un incremento del 7,6% negli arrivi e dello 0,7% nelle presenze.

Nei quattro mesi estivi considerati, le Marche hanno ospitato, complessivamente, 1.445.012 turisti di cui l'84,5% circa italiani, per un totale di 12.307.288 pernottamenti, con una presenza media pari a 8,5 giorni, in leggero calo rispetto allo scorso anno quando era stata di 8,7% giornate.

Analizzando per Regione di provenienza, troviamo al primo posto i turisti che vengono dalla Lombardia (23% del totale ), seguono l'Emilia-Romagna (13%), il Lazio (12%), l'Umbria (10%) e il Veneto (8%).

Relativamente ai Paesi esteri, il flusso maggiore proviene dalla Germania (19%), seguono l'Olanda (11%), la Francia (7%), la Svizzera (7%) e la Repubblica Ceca (5%).

Nel mese di agosto 2009 - che incide per oltre il 23% del totale degli arrivi e quasi il 30% delle presenze dell'intero anno - si è registrato un buon incremento dei flussi turistici per quanto riguarda sia il totale degli arrivi (+ 5%) che il totale delle presenze (+1,6%).

### Movimento Turistico stagione estiva (Giugno – Settembre 2009/2008)

2009 su 2008	<i>Italiani</i>		<i>Stranieri</i>		<i>Totale</i>			
	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>Presenze</i>	<i>Arrivi</i>	<i>%</i>	<i>Presenze</i>	<i>%</i>
<b>Pesaro/Urbino</b>	303.831	2.270.816	79.698	534.707	383.529	+ 2,5	2.805.523	+ 1,2
<b>Ancona</b>	343.728	2.345.276	63.422	256.143	407.150	+ 3,3	2.601.419	+ 1,3
<b>Macerata</b>	212.162	2.250.780	30.368	240.338	242.530	+ 7,3	2.491.118	- 2,4
<b>Ascoli Piceno</b>	224.732	2.135.122	35.607	338.540	260.339	+ 0,4	2.473.662	+ 3,7
<b>Fermo</b>	136.439	1.815.196	15.025	120.370	151.464	+11,4	1.935.566	+ 9,9
<b>Totale Regionale</b>	1.220.892	10.817.190	224.120	1.490.098	1.445.012	+ 4,0	12.307.288	+ 2,2
<b>Variazioni %</b>	+ 3,5	+ 2,3	+ 6,9	+ 1,9	+ 4,0		+ 2,2	
* ITALIA	ND	ND	ND	ND	- 2%		- 8%	

\* Stime Banca d'Italia su proiezioni Istat

## **OBIETTIVI E PRIORITA'**

Gli interventi di promozione turistica previsti nel 2010 si prefiggono l'obiettivo di sviluppare ed incrementare il movimento turistico della regione. Attraverso iniziative mirate si cercherà di rafforzare l'azione, già avviata con forte determinazione nel 2009, volta a tradurre le risorse del territorio in prodotti d'appeal con valenza internazionale, sviluppando proposte turistiche innovative, costituite sulle tipicità marchigiane al fine di riposizionare nei mercati l'offerta turistica della regione. Si cercherà di favorire, anche con adeguati sostegni, l'organizzazione e la qualificazione dei vari progetti per garantire un prodotto valido ed attraente.

Le linee strategiche delle attività di promozione turistica della Regione possono essere così riassunte:

- attuazione della campagna di comunicazione volta a far emergere, in forma originale, il turismo marchigiano, al fine di rafforzare la percezione del "brand Marche", tenendo conto delle differenti filiere di turismo, quali ad esempio: climatico e balneare; culturale-archeologico; enogastronomico; termale e del benessere; religioso; rurale, naturalistico e di vacanza "attiva" (trekking, equestre, cicloturismo, ecc.); scolastico e giovanile; sociale; congressuale e fieristico;
- presentazione del "sistema Marche" in una logica integrata, puntando sulle grandi eccellenze nei settori della cultura, delle tradizioni, dell'enogastronomia, ecc., e sullo stile di vita tipico marchigiano, unico e non riproducibile;
- attuazione, con il diretto coinvolgimento degli operatori, di mirati interventi promozionali e di commercializzazione del "prodotto turistico Marche", realizzando anche azioni di co-marketing con le compagnie interessate allo sviluppo dell'aeroporto e del porto di Ancona, con le rispettive linee aeree e di navigazione, con particolare attenzione ai segmenti low cost e crociere;
- sostegno all'organizzazione e alla qualità dell'offerta per renderla più rispondente alle richieste della domanda, incentivando nuove proposte di attrazione e cercando di favorire la destagionalizzazione dei flussi turistici;
- concentrazione dell'attività su alcune iniziative e manifestazioni ad alto appeal di immagine, cercando di non disperdere le risorse in un numero troppo elevato di interventi;
- miglioramento dell'accoglienza, anche attraverso incentivi finanziari a favore delle imprese turistiche che vogliono migliorare la qualità delle strutture e dei servizi offerti;
- aumentare, anche con il diretto coinvolgimento delle Province, il livello organizzativo e di operatività del sistema informativo per il turista per poter offrire un servizio basato su qualità, efficienza ed efficacia, destinato a migliorare l'immagine ed il prestigio di tutto il territorio regionale, in modo da invogliare i turisti a visitare e a beneficiare delle opportunità artistico-culturali, naturalistico-ambientali e ricreative che lo caratterizza. Sarà data anche una migliore visibilità agli uffici, attraverso un attento posizionamento delle sedi individuando idonei elementi di comunicazione visiva sia interna che esterna.

La partecipazione alle fiere turistiche si concentrerà sugli appuntamenti promozionali e di commercializzazione di rilevante interesse su specifici mercati, individuati attraverso un'analisi dei flussi turistici e della potenziale domanda, interna ed estera. Si conferma il potenziamento di iniziative quali workshop, roadshow ed educational dedicati ai diversi prodotti tematici ed ai nuovi canali distributivi (motori di ricerca, portali, reti operative), nati grazie all'innovazione tecnologica e che stanno sostituendo quelli tradizionali.

Gli interventi promozionali integreranno quelli legati alle fiere e saranno mirati a:

- rafforzare la presenza nei tradizionali mercati (Italia, Germania, Gran Bretagna, Belgio, Paesi Bassi e nazioni del nord Europa, Svizzera, Austria, Francia, Repubblica Ceca);
- intensificare la presenza nei confronti di Paesi a potenziale crescita della domanda verso le Marche (in particolare Polonia, Slovenia, Croazia, Ungheria, Bulgaria);
- intraprendere azioni nei confronti dei bacini caratterizzati da un alto livello di spesa media pro-capite e contraddistinti da una sostenuta crescita dei flussi di outgoing negli ultimi anni interessati anche ad azioni di “internazionalizzazione” (Cina, Russia, America, Giappone e India).

Particolare attenzione sarà rivolta alle località interessate dai collegamenti aerei (Monaco, Düsseldorf, Londra, Mosca) al fine di sviluppare e consolidare i rapporti di collaborazione con i T.O. locali; nel contempo, si punterà a sostenere l’attivazione di nuove tratte, stante l’ormai evidente connessione tra incremento dei flussi turistici ed esistenza di collegamenti diretti tra territorio d’origine e di destinazione.

Nelle località sedi estere di fiere e centri commerciali o ritenute importanti per l’incremento del turismo nelle Marche, saranno realizzate azioni promozionali collaterali di p.r. e di commercializzazione, anche tramite desk di informazione e di tipicizzazione del prodotto Marche, con il coinvolgimento degli Enti locali, degli Operatori Incoming Marche e della stampa, per finalizzare l’intervento dell’attività istituzionale e privata. Nell’attuazione delle suddette iniziative saranno coinvolti, oltre alla Regione ed ai soggetti già menzionati, anche le Province, le Camere di Commercio, nonché i settori dell’industria agroalimentare, dell’artigianato e del commercio.

Si cercherà di attuare azioni di promo-commercializzazione unitarie e mirate, sfruttando tutte le opportunità, favorendo la creazione di nuovi prodotti turistici da parte degli operatori e promuovendo tutte le offerte che il settore è in grado di sviluppare. Saranno sostenuti i contatti degli operatori locali con quelli nazionali ed internazionali attuando azioni che non siano rivolte esclusivamente alla promozione ma contemplino anche una collaborazione e un supporto alla commercializzazione del prodotto turistico, orientando il territorio verso il mercato della domanda, ovvero verso le richieste dei potenziali turisti.

Soggetti pubblici e imprese dovranno lavorare in filiera, attraverso un’organizzazione di sistema ben definita nei ruoli e nell’apporto professionale, per conseguire una integrazione delle iniziative. La Regione dovrà rafforzare il coordinamento favorendo - quale “cabina di regia”- la collaborazione tra i vari soggetti nel perseguimento di una comunicazione e programmazione unitaria.

Le attività previste costituiscono, quindi, una piattaforma su cui si innesta e si coordina la pianificazione dei diversi soggetti del sistema, sia privati che pubblici. Oltre che per favorire sinergie operative, un articolato coordinamento è indispensabile anche per evitare duplicazioni e frammentazione nell’uso delle risorse finanziarie che devono essere, sempre più, razionalizzate e finalizzate.

## **AZIONE 1 – OSSERVATORIO**

### **1.1 ANALISI DELLA DOMANDA E MONITORAGGIO DELL’OFFERTA**

Nel corso dell’anno si prevede di collaborare in sinergia con gli altri Osservatori, a livello provinciale e nazionale, nonché con l’ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche di Unioncamere) e UNIONCAMERE, con i quali è stata sottoscritta un’apposita convenzione, per fornire strumenti aggiornati di conoscenza sui flussi turistici ed ottenere informazioni fondamentali per:



- pianificare le strategie territoriali per il turismo;
- programmare azioni di marketing e comunicazione più mirate.

Saranno attuate anche le seguenti attività:

- adozione di nuove forme di monitoraggio della domanda, con l'obiettivo di anticipare le tendenze e permettere alla Regione Marche di agire nei mercati con maggiore tempestività;
- diffusione dei risultati attraverso modalità diverse (incontri di aggiornamento, dossier, internet);
- produzione di quaderni di marketing sui singoli mercati e sui macro-segmenti considerati come mercati di riferimento;
- monitoraggio sulle fiere, sui workshop e sulle iniziative di promozione e commercializzazione attuate dalla Regione (rivolto agli operatori ed associazioni di settore);
- redazione di questionari rivolti ai turisti che pernottano nelle strutture ricettive della regione per conoscere meglio le loro motivazioni, le esigenze, i canali utilizzati;
- indagine sul sistema incoming regionale e sulla commercializzazione per conoscere la consistenza e la tipologia degli operatori (consorzi turistici, agenzie di viaggio, ecc.) e analisi dei sistemi di commercializzazione attivati dagli stessi (analisi cataloghi, prodotti, siti internet);
- realizzazione di un "Rapporto sul Turismo Marche", per il quale andranno ricercate collaborazioni con società specializzate nel settore, coinvolgendo anche le Università delle Marche, le Camere di Commercio, gli organismi di ricerca economica e sociale, senza fini di lucro, e gli operatori del settore.

Il sistema per la gestione delle strutture ricettive denominato ISTRICE (Sistema Informativo Strutture Ricettive) sarà potenziato al fine di disporre "in tempo reale" dei dati quantitativi e qualitativi dei flussi turistici. In particolare sarà intensificata l'attività di rilevazione anche attraverso il ricorso a società esterne che andranno a supportare l'inserimento dei dati, attualmente affidato ai Centri IAT, e la procedura telematica (on line) che viene effettuata direttamente dalle strutture ricettive verso l'Osservatorio della Regione. L'obiettivo è quello di avere la disponibilità di dati su base mensile attraverso rilevazioni giornaliere.

In collaborazione con vari soggetti ed organismi pubblici e privati potranno essere effettuati studi, ricerche, sondaggi ed indagini di mercato per una migliore conoscenza ed evoluzione dei mercati esteri al fine di individuare nuovi Paesi e programmare specifiche azioni di marketing.

I sondaggi e le indagini riguarderanno, in Italia e all'estero, il mantenimento delle aree consolidate, le aree da consolidare ed i nuovi mercati. Saranno organizzati direttamente dalla Regione per verificare e programmare iniziative di promozione dell'immagine e del prodotto Marche, nonché di sviluppo della domanda turistica.

Prioritaria sarà la collaborazione con le delegazioni estere dell'ENIT, nonché con gli Uffici ICE e Alitalia, con gli Istituti Italiani di Cultura ed altri organismi ed associazioni che si renderanno disponibili a collaborare. Particolari occasioni per conoscere meglio i mercati esteri saranno offerte dalle iniziative promozionali svolte dall'ENIT, dall'ICE, dagli Istituti di Cultura, dai Marchigiani che vivono all'estero, dalle Associazioni nazionali degli Agenti di Viaggio (ASTA, USTOA, ACTA, ABTA, JATA, FIAVET), ecc.

Le aree dove sviluppare i sondaggi di mercato sono riferite all'Europa centrale, al nord Europa, all'Europa dell'est, al nord e sud America, nonché ai Paesi emergenti dell'Asia.

## AZIONE 2 - COMUNICAZIONE

La comunicazione promozionale terrà conto principalmente degli elementi peculiari che connotano le Marche come caso unico nel panorama dell'offerta, basandosi su ciò che rende questa regione ricca di eccellenze e curiosità, di bellezze artistiche, architettoniche e paesaggistiche, all'interno di uno spazio geografico in cui è possibile concedersi molteplici e svariate esperienze di arricchimento personale, nonché momenti di incontro con una popolazione ospitale.

In tale ottica dovranno muoversi le iniziative legate direttamente o indirettamente alla comunicazione, quali l'editoria, la realizzazione e diffusione di materiale informativo e promozionale, la presenza regionale presso fiere, borse ed eventi legati al "prodotto Marche" e, soprattutto, l'attuazione di campagne pubblicitarie sia sul mercato interno che su quello internazionale. La strategia di comunicazione terrà conto dei "target" a cui si rivolge, della copertura territoriale, dei contenuti e della forma del messaggio, dei mezzi e delle uscite da pianificare, ma in particolare del prodotto e degli elementi integrativi che in esso interagiscono, utilizzando i più efficaci sistemi di informazione, dalla carta stampata, ai cdrom, dvd, pendrive, TV, multisale cinematografiche, siti web, televisione delle metropolitane e degli aeroporti, dalla certellonistica allestita presso vetrine, stand, ambienti pubblici al materiale informativo e divulgativo da realizzare, legato alle produzioni tipiche di maggiore interesse regionale.

Anche nelle aree interne degli stand degli altri settori produttivi sarà allestito, ove possibile, un punto informativo per la distribuzione del materiale promozionale turistico sulle Marche al fine di far conoscere e presentare le peculiarità della regione.

### 2.1 EDITORIA E MATERIALE PROMO-PUBBLICITARIO

Si provvederà a ristampare e realizzare specifico materiale editoriale e pubblicitario, in italiano e in lingua, al fine di promuovere le eccellenze delle Marche da veicolare nelle fiere, nelle iniziative e nelle occasioni di rappresentanza nei vari Paesi. Potrà essere altresì prodotta una nuova cartoguida della regione nella quale saranno messi in risalto i luoghi di maggior interesse, nonché le peculiarità che caratterizzano il territorio.

Verrà, inoltre, aggiornata la *fotooteca* e creato un archivio digitale di tutto il materiale fotografico ordinato per soggetto, tipologia, ambito territoriale, ecc., tale da qualificare il prodotto/immagine e permettere la consultazione in tempo reale delle immagini e dei testi.

Tutta l'editoria sarà realizzata sia su supporto cartaceo che con il sistema informatico digitale (CD-ROM, Avo-Card, PenDrive, ecc.), al fine di consentire la divulgazione sulle reti Intranet e Internet. Questa operazione consentirà, anche, di agevolare e supportare la commercializzazione del prodotto Marche.

La Regione provvederà a raccordare la produzione del materiale informativo, prodotto dai vari soggetti (enti locali, associazioni varie, T.O., ecc.), creando un "*manuale*" che ne regolamenti le caratteristiche e che fornisca indicazioni per una linea grafica omogenea al fine di identificare immediatamente e visibilmente il brand Marche.

## 2.2 SISTEMI ONLINE

Il nuovo portale turistico regionale [www.turismo.marche.it](http://www.turismo.marche.it), riorganizzato nei contenuti e nella base tecnologica, giocherà un ruolo determinante e strategico nell'ambito della comunicazione. Il sito sarà realizzato anche in inglese e sarà costantemente arricchito di nuovi contenuti, attraverso un'attenta attività redazionale, per dare la massima visibilità alle diverse filiere dell'offerta turistica marchigiana e mantenere vivo nel tempo e in forma dinamica l'interesse verso la regione Marche. La gestione, quindi, sarà attuata con il proposito di promuovere e valorizzare sulla rete internet l'offerta turistica con riguardo ai profili culturali, ambientali, enogastronomici e del made in Marche.

Sarà mantenuta anche nel 2010, nell'ambito del progetto "Marche Voyager", la collaborazione con la ditta "Le marche.com" di Peter Green, con il rinnovo delle convenzioni per le versioni in lingua inglese ([www.le-marche.com](http://www.le-marche.com)) e tedesca ([www.die-marche.com](http://www.die-marche.com)) della guida turistica online delle Marche. Si provvederà, poi, ad aggiornare il sito web [www.italy-marche.info](http://www.italy-marche.info), in lingua giapponese e cinese, al fine di fornire informazioni sull'offerta turistica della regione. Il sito in cinese, in particolare, rappresenterà un importante veicolo di promozione anche in concomitanza con le iniziative di carattere culturale ed economico in Cina, attivate dalla Regione Marche in occasione del IV centenario della morte di Padre Matteo Ricci.

Sarà necessario coinvolgere tutti gli operatori turistici nell'utilizzazione delle reti per promuovere la propria offerta, entrando in maniera originale e decisa nel mondo dei siti web che propongono viaggi e vacanze. Tutta l'offerta dovrà essere pensata per andare on-line, poiché oggi tutto ciò che viene concepito in termini di prodotto turistico deve essere necessariamente ideato anche per il web.

Gli utenti che visiteranno i siti internet della Regione Marche, navigando in rete, troveranno un ricco sistema di informazioni su tutto quello che riguarda la regione dal punto di vista turistico, culturale, naturalistico ed enogastronomico, unito ad una gamma di proposte vacanze ed itinerari.

A tal proposito si ritiene opportuno, in questo particolare momento di crisi economica, proporre forme nuove ed alternative di promozione per "catturare" maggiormente l'interesse dei potenziali turisti affinché scelgano le Marche come destinazione turistica, attuando l'iniziativa denominata "Dream Card".

Si tratta di una card promozionale, realizzata dalla Regione, con la collaborazione degli operatori del settore che dà diritto, a tutti coloro che intendono soggiornare nelle Marche e si registrano sul nuovo portale [www.turismo.marche.it](http://www.turismo.marche.it), a usufruire di sconti nelle strutture ricettive che aderiscono a tale iniziativa.

La Dream Card sarà distribuita gratuitamente in occasione degli appuntamenti di promocommercializzazione, in Italia ed all'estero, quali fiere di settore, centri commerciali, roadshow, educational tour, ecc.; sarà disponibile online oppure sarà possibile richiederla tramite e-mail. In tal modo il potenziale turista è invitato a visitare le Marche attraverso un viaggio virtuale sulla rete, prima di venirle a scoprire direttamente di persona. Un'operazione di web marketing, semplice ma efficace, che vuole anche dare impulso alla nascita di una community degli "Amici delle Marche".

Altro obiettivo del sistema telematico del turismo è quello di creare una società virtuale in cui gli operatori del comparto turistico e i soggetti pubblici, interagiscano tra loro e contribuiscano al successo del sistema riducendo il lavoro di immissione dei dati, ottenendo la massima accuratezza delle informazioni inserite.

Saranno valutate anche proposte di Società specializzate per la predisposizione e l'inserimento di "banner", "keyword" e "webcam" (su luoghi individuati dalla Regione, di particolare interesse turistico-culturale e naturalistico), sui motori di ricerca internazionali più visitati, come pure

iniziative tendenti alla realizzazione di specifiche strategie di “web marketing”, riferite ai sistemi on-line della Regione. Per rendere più accattivante il sito regionale saranno anche realizzate ed inserite foto a 360° (tecnologia QuickTime VR) su alcune locations suggestive delle Marche.

Nel corso dell'anno potranno essere costituiti nuovi siti nelle lingue di aree “big spender” e “paesi emergenti”, con l'obiettivo di raggiungere un pubblico sempre più vasto e di fornire informazioni aggiornate ed attuali sulla regione, ampliando la portata della comunicazione.

### **Call Center - Numero Verde**

Nel 2010 sarà mantenuta e potenziata l'attività del Call Center regionale del turismo che garantirà l'evasione, in tempo reale, delle richieste degli utenti tramite telefono, e-mail e posta ordinaria, provvedendo anche all'invio di materiale info-illustrativo. Il servizio, erogato in italiano e in quattro lingue straniere (inglese, francese, tedesco e spagnolo), sarà rivolto a tutti gli utenti nazionali ed esteri interessati all'offerta turistica e culturale delle Marche.

Il Centro Servizi collaborerà anche all'aggiornamento del sito web del turismo e del materiale editoriale.

La *baseline* della pubblicità delle Marche conterrà il “Numero Verde” per informazioni, suggerimenti, notizie utili ed aggiornamenti di carattere generale sulla regione.

Si prevede inoltre una sala operativa per la gestione dell'informazione e della promozione turistica, in termini di organizzazione dei servizi e di creazione degli archivi (videoteca su cassette e su compact disc, fototeca, diateca, lettura dei vari formati CD-ROM e riproduzione degli stessi, ecc.), dotazione di hardware e software.

## **2.3 CAMPAGNA PROMO-PUBBLICITARIA**

Nell'ottica di un riposizionamento competitivo del “brand Marche” si cercherà di rafforzare l'immagine della Regione, quale destinazione turistica, soprattutto mediante un'attenta campagna promo-pubblicitaria con gli spot televisivi e il nuovo slogan “*Marche. Le scoprirai all'infinito*”, appositamente realizzati con il testimonial Dustin Hoffman.

Sarà definito un piano strategico di intervento nel settore della comunicazione ed attivate campagne pubblicitarie sia in Italia che all'estero, previa selezione delle aree di maggior interesse con il diretto coinvolgimento delle Delegazioni ENIT, facendo ricorso, compatibilmente alle risorse finanziarie, come sopra evidenziato, anche a spot televisivi e radiofonici. Con particolare riferimento ai settori turistico, culturale ed agroalimentare si provvederà a pubblicare redazionali e/o pagine pubblicitarie su alcune riviste qualificate e specializzate italiane e estere, nonché sui media, allo scopo di promuovere il “prodotto Marche”.

La campagna estera potrà essere supportata da “flight magazine” veicolati su voli di linea tramite le compagnie aeree internazionali e distribuiti nelle sale lounge dei principali aeroporti, nonché saranno prese in considerazione anche le proposte di inserti in partnership su flight magazine di compagnie aeree che attuano voli con scalo sul territorio regionale.

Potranno essere approfonditi i rapporti con la RAI o altre TV al fine di verificare la possibilità di stipulare convenzioni che contemplino iniziative informative per far conoscere maggiormente le bellezze ambientali e la cultura della nostra regione.

Ciò potrà tradursi nell'elaborazione di specifici progetti di comunicazione mirati a esigenze informative/promozionali della realtà regionale ed articolati in una serie organica e pianificata di interventi all'interno di programmi televisivi e radiofonici.

Sarà altresì valutata la possibilità di realizzare postazioni multimediali “*touchscreen*”, con il design coordinato con l’immagine della nuova campagna, da posizionare nel territorio regionale e in luoghi di alta visibilità ed elevato passaggio - sia in Italia che all’estero - come aeroporti, porti, stazioni ferroviarie, musei, fiere, esposizioni, ecc., al fine di poter fornire informazioni gratuite e favorire un’ottimale azione di marketing e di promozione. La postazione multimediale, in modo interattivo, consentirà agli utenti di consultare il sito [www.turismo.marche.it](http://www.turismo.marche.it), attraverso il quale scaricare video, fruire di filmati, avere informazioni sulle peculiarità della regione e sui servizi di ospitalità dell’offerta Marche.

Verrà considerata anche la fattibilità di attuare un piano di marketing su apparati mobili di tipo telefonico (portali, network, piattaforme di mobile advertising, applicazioni, ecc.) di interesse e rilevanza per gli obiettivi della campagna di promozione e valorizzazione della regione, utilizzando lo spot con Dustin Hoffman. La campagna promozionale sarà realizzata attraverso i principali social network e sarà finalizzata alla promozione e valorizzazione dei territori e degli eventi che in essi si svolgono.

Per moltiplicare l’effetto delle azioni pubblicitarie sarà opportuno intervenire in altri punti strategici, come i porti e gli aeroporti, sia in Italia che nei Paesi esteri e sui mercati in potenziale crescita.

Verrà, quindi, valutata la possibilità di attuare, con compagnie aeree che operano sull’aeroporto di Ancona/Falconara M., attività in co-marketing attraverso allestimenti ed azioni promo-pubblicitarie mirate.

Nell’attuazione delle azioni pubblicitarie di cui trattasi si terrà conto anche di proposte e progetti relativi ad impianti posizionati in aree di interesse, quali metropolitane, circuiti autostradali, stazioni ferroviarie, centri commerciali, piazze, grandi magazzini, ecc.

Potranno altresì essere realizzate forme di pubblicità itinerante che utilizzino mezzi quali truck attrezzati, tram, bus, taxi, treni e autotreni, decorati esternamente con immagini in quadricromia rappresentative delle peculiarità delle Marche, che consentiranno un’ulteriore opportunità di visibilità della regione lungo strade, ferrovie o negli aeroporti in Italia ed all’estero.

## **2.4 INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA TURISTICA**

Nel 2009 è stato avviato il processo di riorganizzazione del sistema informativo per il turista, anche mediante la definizione delle caratteristiche strutturali ed operative dei Centri IAT (Informazione ed Accoglienza Turistica) secondo un modello omogeneo sul territorio, e si è provveduto al trasferimento dei suddetti centri alle Province territorialmente competenti.

L’obiettivo è quello di aumentare il livello organizzativo e di operatività nel settore dell’accoglienza e dell’informazione per poter offrire un servizio di qualità destinato a migliorare l’immagine del territorio regionale, in modo da invogliare i turisti a visitare e a beneficiare delle opportunità artistico-culturali, naturalistiche e ricreative delle Marche.

Il compito principale degli uffici dovrà essere quello di rappresentare adeguatamente l’offerta turistica per proporre al cliente un prodotto “integrato”, ovvero un prodotto in grado di erogare tutti quei servizi di cui il visitatore necessita.

### **Sistemi Turistici Locali**

Con la deliberazione n. 1533 del 28/12/2006 la Giunta regionale ha definito i criteri e le modalità per il riconoscimento dei Sistemi Turistici in attuazione dell’articolo 8 della L.R. n. 9/2006.

Le norme approvate pongono l'accento sulla valenza dell'offerta turistica che deve essere caratterizzata da spiccati elementi di identità culturale, integrità territoriale e competitività economica.

Il sistema turistico deve avere un'estensione territoriale ampia, adeguata a garantire un'offerta turistica integrata e competitiva. La significatività dell'area territoriale coinvolta (non inferiore all'80% del territorio della Provincia di riferimento) è elemento aggregante e significativo del Sistema in grado di individuare e meglio finalizzare, nell'ambito dell'offerta turistica regionale, le peculiarità e le eccellenze di un ambito vasto e integrato.

Pertanto i Sistemi Turistici Locali individuano, anche ai fini della loro commercializzazione, i prodotti turistici riconducibili al territorio di riferimento, valorizzando in modo integrato le risorse locali - con particolare attenzione alle specificità delle zone interne, montane e costiere - ed organizzano l'attività di accoglienza, armonizzandola ed integrandola con le altre attività presenti nell'ambito territoriale.

In tale contesto viene valorizzato il ruolo strategico delle Province che afferisce non solo alla promozione dei Sistemi turistici, coinvolgendo soggetti pubblici e privati, ma anche al loro coordinamento attraverso l'attività di controllo sulla progettualità dagli stessi promossa.

## **2.5 PUBBLICHE RELAZIONI, EDUCTOURS PER GIORNALISTI, OPERATORI DI SETTORE, TROUPE CINEMATOGRAFICHE, RADIO E TV**

Le attività di P.R. sono strategiche e fondamentali per promuovere in Italia ed all'estero una immagine unitaria e complessiva delle Marche e delle diverse componenti territoriali, imprenditoriali e culturali.

Con riferimento alle linee strategiche del piano di comunicazione verranno contattati giornalisti, tour operator, opinion leader, autorità, operatori culturali, fotografi, reti televisive e radiofoniche per stimolare il loro interesse a scoprire le Marche realizzando servizi redazionali, pagine pubblicitarie, ecc., per conoscere da vicino le bellezze naturalistiche, artistiche, culturali, le tradizioni, i prodotti tipici e le attività produttive del nostro territorio.

Durante l'anno sarà garantita una costante attività di comunicazione relativamente a tutti gli aspetti, le novità, gli eventi, le potenzialità, le promozioni del "prodotto", a supporto delle iniziative pubbliche e private presenti nelle diverse aree regionali. Si creerà una sorta di *redazione* che curerà schede informative costantemente aggiornate, che possano essere divulgate o messe a disposizione di vari interlocutori, e alle quali sarà possibile fare riferimento per i servizi giornalistici, i redazionali, le pubblicazioni, ecc.

Potranno essere stabilite, rafforzate, e se possibile formalizzate le relazioni con quanti, opinion leader, giornalisti ed esperti, sui media internazionali mostrano di agire da "testimonial" positivi dell'offerta turistica regionale.

Verranno, altresì, considerate proposte di ospitalità da parte di giornalisti, Radio/TV e Troupe cinematografiche per la realizzazione di redazionali, filmati promo-pubblicitari sulle Marche, documentari, spot, video, ecc., nonché proposte di compartecipazione ad azioni collaterali in occasione di convegni, congressi, ecc., di rilevante importanza.

## 2.6 FORMAZIONE

Saranno realizzati seminari ed incontri di sensibilizzazione del sistema imprenditoriale e delle comunità locali per la diffusione della *cultura dell'accoglienza*, al fine di promuovere un circuito partecipativo e di ascolto tra soggetti pubblici, enti territoriali, operatori turistici e cittadini, consentendo di valutare, individuare e raggiungere risultati certi a vantaggio di un settore così trainante per l'economia locale.

Altri incontri di formazione ed aggiornamento (supportati da materiale informativo) sono destinati ad adeguare le competenze culturali e professionali degli operatori del settore al fine di aumentare la qualità complessiva dell'accoglienza e dell'offerta nonché adeguare le prestazioni alle esigenze espresse dai vari segmenti di domanda.

Saranno altresì sostenuti progetti di sensibilizzazione ed informazione che si propongano di migliorare la fruibilità del territorio, i servizi di accoglienza ed abbiano finalità di prevenzione.

## AZIONE 3 – PROMOZIONE

Saranno privilegiati interventi di promozione e marketing di alto spessore e di grande qualità, evitando la frammentazione, per raggiungere la caratterizzazione dell'identità territoriale.

Nel corso dell'anno saranno aumentati i momenti di visibilità extra/fiere poiché si ritiene importante spostare gli investimenti verso azioni di marketing territoriale integrato, utilizzando il momento fieristico solamente come elemento di una più complessa azione sull'area, che vede il coinvolgimento di giornalisti, tour operator, clienti finali, testimonial, ecc.

Il coordinamento delle iniziative e la gestione delle strutture espositive, vengono svolti dalla competente Struttura organizzativa della Regione, utilizzando sia il personale di ruolo dell'Ente, con professionalità specifiche, sia personale incaricato tramite le delegazioni ENIT.

### 3.1 FIERE, BORSE ED INIZIATIVE ALL'ESTERO

Per la partecipazione alle Fiere e Borse estere, la Regione si avvale delle strutture messe a disposizione dagli enti fieristici di settore e dagli organismi partner per attività promo-commerciali, privilegiando - al fine di realizzare all'estero un'immagine complessivamente forte e unitaria del "prodotto Italia" - le iniziative promozionali proposte dall'ENIT. Per quelle di particolare rilevanza, dove sia importante personalizzare il prodotto Marche, potranno essere utilizzati stands regionali. Per gli allestimenti, qualora necessario, saranno realizzate nuove immagini, curando soprattutto l'aspetto tematico in linea con la nuova strategia di comunicazione che la Regione si è data di recente.

Per l'anno 2010 è prevista la partecipazione alle seguenti Fiere e Borse all'estero:

<b>FIERA</b>	<b>LOCALITA'</b>	<b>NAZIONE</b>	<b>PERIODO</b>
Vakantiebeurs	Utrecht	Olanda	12/17 gennaio
Ferien-Messe	Vienna	Austria	14/17 gennaio
CMT	Stoccarda	Germania	16/24 gennaio

Ferie 2010	Copenhagen	Danimarca	29/31 gennaio
Holiday World	Praga	Rep. Ceca	4/7 febbraio
Salone delle Vacanze	Bruxelles	Belgio	4/8 febbraio
F.RE.E.	Monaco	Germania	18/22 febbraio
ITB	Berlino	Germania	10/14 marzo
MITT	Mosca	Russia	17/20 marzo
WTM	Londra	Regno Unito	8/11 novembre

In relazione alle esigenze ed opportunità che possono emergere durante l'anno anche rispetto a specifiche richieste degli operatori marchigiani, con decreti del Dirigente della competente Struttura organizzativa regionale, tale elenco potrà essere integrato e modificato. In particolare, in rapporto a specifico interesse da parte degli operatori del settore sarà valutata la partecipazione alle seguenti manifestazioni fieristiche: RDA di Colonia, T&T di Varsavia, TOP RESA di Parigi, ABAV di Rio de Janeiro, FIT di Buenos Aires, CITM di Shanghai, ecc.

La presenza della Regione ad altre Fiere e Borse estere, potrà essere stabilita privilegiando le aree già consolidate e, tenendo conto sempre dell'interesse degli operatori, potrà essere valutata l'opportunità di partecipare ad eventi in aree emergenti o attinenti "nuove proposte", come pure a Fiere, Borse e Convention nei paesi extraeuropei qualora si ravvisi un concreto interesse.

Nella scelta delle località per l'attivazione di iniziative promozionali all'estero, si terrà conto anche delle aree collegate con l'aeroporto di Ancona/Falconara M. al fine di agevolare le azioni promozionali dirette ai mercati individuati.

### **3.2 FIERE, BORSE ED INIZIATIVE IN ITALIA**

In Italia la Regione intende partecipare con propri stand personalizzati a Fiere, Borse specializzate e ad iniziative promozionali presso Centri Commerciali selezionati o in spazi ed aree di rilevante interesse allo scopo di promuovere un'immagine integrata delle realtà artistiche, culturali, naturali, gastronomiche, nonché per favorire gli incontri di commercializzazione tra la domanda nazionale e l'offerta marchigiana.

Nell'ambito delle varie azioni promozionali, sarà presa in considerazione la possibilità di attuare iniziative di animazione (anche attraverso concorsi premio, eventi itineranti, ecc.) e di valorizzazione di prodotti tipici, con la collaborazione delle associazioni di categoria, degli Enti Locali e degli Enti Fieristici.

Nel corso dell'anno potranno essere stabilite partecipazioni ad altre manifestazioni fieristiche e/o workshop tematici che interessano l'offerta turistica marchigiana anche con l'allestimento di strutture istituzionali per favorire l'immagine ed il "brand Marche", nonché la commercializzazione. La presenza della Regione sarà estesa agli Operatori incoming marchigiani ai fini del loro diretto coinvolgimento.



Nel 2010, in Italia, si prevede la partecipazione alle seguenti Fiere e Borse:

<b>F I E R A</b>	<b>L O C A L I T A '</b>	<b>P E R I O D O</b>
BIT	Milano	18/21 febbraio
ECOTUR	Chieti Scalo	24/26 aprile
BTS-BORSA TURISMO SPORTIVO	Montecatini Terme	14/15 ottobre
TTI -TRAVEL TRADE ITALIA	Rimini	22/23 ottobre
AUREA-BORSA TURISMO RELIGIOSO	Foggia	26/28 novembre

### **3.3 CENTRI COMMERCIALI IN ITALIA E ALL'ESTERO**

Vista la positiva esperienza maturata negli anni passati, saranno attuate anche nel 2010 azioni promozionali presso ipermercati, supermercati, centri commerciali, catene specializzate ed altri importanti punti di passaggio con allestimenti ed iniziative mirate alla grande distribuzione sia in Italia che all'estero.

Per rendere maggiormente incisiva l'azione saranno prese in considerazione iniziative di animazione e di promozione di prodotti tipici (attraverso concorsi premio, degustazioni, ecc.) anche con la collaborazione di Operatori del settore, delle Associazioni di categoria e degli Enti Locali.

La Regione, soprattutto per l'Italia, si avvarrà della collaborazione operativa della collaudata struttura della FAITA Marche-Union Camping (Federazione delle Associazioni Campeggi e Villaggi Turistici), a sua volta raccordata con le Associazioni regionali del ricettivo, cui sarà demandato il compito, con il coordinamento della Regione, di predisporre un programma di iniziative nei centri di grande distribuzione, soprattutto nei periodi di bassa stagione.

La FAITA Marche dovrà inoltre provvedere, dietro rimborso delle spese sostenute, all'allestimento, alla gestione organizzativa e quant'altro necessario alla funzionalità di uno stand promozionale e di un servizio di animazione ed informazione turistica.

### **3.4 SVILUPPO DELL'INCOMING TURISTICO ATTRAVERSO LA VALORIZZAZIONE DELL'AEROPORTO REGIONALE**

Nel corso dell'anno sarà rivolta particolare attenzione alla collaborazione con la Società Aerdorica ai fini dello sviluppo dell'aeroporto regionale "Raffaello Sanzio", nella consapevolezza che esso rappresenta un importante "motore" per la crescita socio-economica del territorio e in particolare un valido supporto alla valorizzazione e alla commercializzazione dell'offerta turistica delle Marche. In particolare sarà presa in esame la possibilità di attuare i seguenti interventi:

- incentivi a favore di agenzie di viaggio o Tour Operator, in regola con le autorizzazioni amministrative previste dalla legge, che organizzino viaggi con utilizzo di voli, di provenienza da paesi esteri (charter, voli di linea – anche low cost - ed inclusive tour) con arrivo e partenza sull'aeroporto "Raffaello Sanzio" di Ancona/Falconara M. e con pernottamenti in strutture ricettive marchigiane;

- coinvolgimento dell'Aerdorica nelle azioni di promozione turistica, prevedendo la possibilità, per l'Aeroporto, di essere presente nelle pubblicità e nelle iniziative promozionali attivate in Italia e all'estero (ad esempio con l'installazione di banner negli aeroporti e nelle stazioni ferroviarie);
- azioni di co-marketing tra la Società Aerdorica Spa e la Regione Marche, in particolare sui mercati di comune interesse.

### **3.5 PROMOZIONE DELLE INIZIATIVE CULTURALI**

Nell'ambito delle iniziative promozionali programmate in Italia e all'estero, sarà valorizzato il patrimonio storico-artistico e le produzioni culturali della Regione Marche, nonché sarà incentivata l'organizzazione di mostre, eventi, spettacoli, convegni, meeting con operatori dei settori produttivi, giornalisti, autorità locali, ecc., anche per cogliere pienamente le potenzialità delle Marche, le eccellenze, le tradizioni e i suoi prodotti tipici, in collaborazione con altri servizi regionali.

I grandi eventi rappresentano, infatti, uno straordinario strumento per diffondere la conoscenza del nostro territorio e delle sue straordinarie risorse.

Saranno avviati contatti anche con gli Istituti di Cultura, i Consolati, gli Uffici dell'Agenzia ENIT e dell'ICE, presenti nelle aree di interesse regionale, per programmare ed attuare iniziative culturali che permettano di far conoscere ed apprezzare questo straordinario "museo diffuso" dove si producono articoli di qualità che hanno reso famoso il "made in Marche".

## **AZIONE 4 - COMMERCIALIZZAZIONE**

### **4.1 WORKSHOP, SALES PROMOTION, ROADSHOW ED INIZIATIVE SPECIALI**

La commercializzazione del prodotto turistico svolge un ruolo fondamentale all'interno della strategia di promozione che si intende attivare.

Nel 2010, facendo riferimento alle aree geografiche, in Italia ed all'estero, rilevanti per quanto concerne la provenienza dei flussi turistici, con il coinvolgimento degli operatori e delle associazioni di categoria, saranno realizzati educational tour, sales promotion e roadshow finalizzati alla presentazione dell'offerta regionale e all'attuazione di specifici workshop. Tali iniziative, rivolte ai professionisti del turismo, agenti di viaggi e soggetti diversi anche del sociale e religioso (cral, dopolavoro, centri sociali, diocesi...) si propongono di far conoscere, attraverso contatti diretti, le molteplici attrattive turistiche dell'offerta Marche.

Saranno organizzati anche appositi educational per giornalisti italiani e stranieri. Per la determinazione dei soggetti da coinvolgere si terrà conto anche delle proposte e delle indicazioni dell'ENIT e delle istituzioni italiane pubbliche operanti su mercati di riferimento.

Tra gli educational che saranno attuati, nel corso dell'anno, uno sarà realizzato in occasione del Buy Italy 2010, per circa 30 Buyer scelti tra quelli che parteciperanno al workshop della BIT con la collaborazione di EXPOCTS.

Potranno essere realizzate iniziative speciali sul mercato italiano ed estero, con particolare riguardo ai paesi emergenti, proposte dall'ENIT, da altre Regioni o da organismi privati per la presentazione di pacchetti-offerta mirati a specifici segmenti della domanda.

## **4.2 SOSTEGNO COMMERCIALIZZAZIONE**

E' confermata per il 2010, in analogia a quanto attuato negli anni precedenti, la concessione di interventi finanziari per la commercializzazione del prodotto, a favore degli Operatori Turistici Incoming Marche, diretti a sostenere le iniziative di commercializzazione ed a qualificare la realizzazione dei cataloghi di vendita, quali strumenti quantitativamente e qualitativamente indispensabili per la vendita del prodotto turistico.

Le attività di commercializzazione svolte dagli Operatori Turistici Incoming Marche, devono essere realizzate nel rispetto delle norme contenute nella L.R. 11 luglio 2006, n. 9 "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo".

Gli incentivi saranno rivolti a sostegno delle iniziative di commercializzazione oppure a sostegno dei costi di stampa di cataloghi di vendita, quali strumenti indispensabili per la vendita del prodotto turistico.

Saranno mantenuti gli incentivi per i vettori bus finalizzati ad abbattere i costi di viaggio di gruppi per raggiungere località marchigiane, nonché a favorire la destagionalizzazione, anche in occasione di grandi eventi culturali e sportivi. Tale incentivazione sarà rivolta ai Tour/Bus Operator italiani (extraregione) e stranieri, alle Associazioni dei Marchigiani all'estero, alle Associazioni e agli Enti Culturali, alle Organizzazioni Sportive, ai CRAL aziendali, agli Istituti Scolastici extraregionali e regionali, nonché alle associazioni e cooperative senza scopo di lucro che organizzano soggiorni di gruppi nelle Marche utilizzando il vettore bus.

Gli Operatori Turistici Incoming Marche possono optare tra gli incentivi a sostegno delle iniziative di commercializzazione (Azioni Dirette 4.2.a) e quelli a sostegno dei costi di stampa del catalogo (Azione Catalogo 4.2.b), non essendo gli stessi cumulabili.

### **4.2.a INIZIATIVE DIRETTE**

Gli Operatori Turistici Incoming Marche, iscritti alla mailing list regionale, residenti e con sede principale nella regione, per accedere agli incentivi finanziari, previsti nel Progetto Commercializzazione - Iniziative dirette - del PPTR 2010, devono presentare singolarmente (quindi con l'esclusione di compartecipazioni) un progetto (workshop, roadshow, sales promotion, allestimenti standistici su aree nazionali o estere, educational e press tour) inerente la realizzazione diretta di iniziative di promo - commercializzazione del proprio prodotto turistico Marche, che perseguano gli obiettivi previsti nel detto PPTR.

I progetti relativi alle iniziative dirette di cui al presente punto, per poter essere ammessi a finanziamento, devono prevedere la partecipazione di tutti gli operatori incoming Marche interessati. Il sostegno finanziario per l'attuazione dei detti progetti non potrà, in ogni caso, essere superiore al 50% delle spese massime ammissibili, dalle quali sono esclusi i costi relativi a studi e consulenze nonché quelli di programmazione ed organizzativi genericamente indicati.

Al fine di non creare concomitanze e per meglio distribuire le attività commerciali del prodotto turistico, sia in termini temporali che di aree interessate, i vari progetti, saranno ammessi a finanziamento solo se concordati preventivamente con la competente Struttura organizzativa dell'Ente che potrà svolgere così una proficua azione di coordinamento e di presentazione articolata ed unitaria dell'offerta regionale.

### **4.2.b - CONCESSIONE INCENTIVI PER REALIZZAZIONE CATALOGHI MONOGRAFICI MARCHE**

Sono concessi interventi finanziari a favore degli Operatori Turistici Incoming Marche per favorire la commercializzazione del prodotto, attraverso la produzione di cataloghi di vendita, quali strumenti quantitativamente e qualitativamente indispensabili per la vendita del prodotto turistico.

#### **4.2.c - SVILUPPO TOUR OPERATOR italiani (extraregionali) e stranieri**

La Regione attua azioni finalizzate al sostegno ed alla promozione delle attività e dei programmi dei Tour Operator/AdV che hanno la sede principale in Italia (extraregione) o all'estero, prioritariamente attraverso iniziative nel campo e della promo-pubblicità all'interno dei cataloghi di vendita, nonché tramite incentivi finalizzati a promuovere la vetrinistica e la predisposizione di pacchetti turistici legati a eventi di particolare rilievo.

La Regione può anche accordare eventuali sostegni finanziari ad operatori che svolgono la loro attività in aree considerate bacini importanti per il turismo marchigiano, per l'attuazione di iniziative finalizzate ad allestimenti vetrinistici con immagini delle Marche o a promuovere la commercializzazione di pacchetti turistici speciali, legati ad eventi di grande rilevanza attuati sul territorio regionale.

#### **4.2.d - INCENTIVAZIONE PER INIZIATIVE A FAVORE DELL'UTENZA DEL PRODOTTO TERME**

Le associazioni del ricettivo operanti in località sedi di impianti termali possono presentare progetti riguardanti l'organizzazione di escursioni sul territorio regionale e attività di animazione a favore dell'utenza del Prodotto Terme, al fine di ottenere incentivi finanziari.

#### **4.2.e - INCENTIVI PER L'UTILIZZO DEI VETTORI AEREO-CHARTER E BUS**

La Regione concede incentivi per l'uso dei vettori (aereo-charter e bus), ritenuti particolarmente importanti per chi organizza grandi flussi turistici.

##### **4.2.e/1 - INCENTIVI VETTORE AEREO**

Saranno valutate le proposte di Tour Operator e di Vettori Aerei con catalogo comprendente il prodotto Marche, disposti ad inserire nei propri circuiti di vendita la nostra regione, attraverso pacchetti/vacanze dove è compreso l'utilizzo del vettore aereo-charter.

##### **4.2.e/2 - INCENTIVI VETTORE BUS**

La Regione concederà incentivi per i vettori bus finalizzati ad abbattere i costi di viaggio di gruppi per raggiungere località marchigiane, nonché a favorire la destagionalizzazione, anche in occasione di grandi eventi culturali e sportivi. Tale incentivazione sarà rivolta ai Tour/Bus Operator italiani (extraregione) e stranieri, alle Associazioni dei Marchigiani all'estero, alle Associazioni e agli Enti Culturali, alle Organizzazioni Sportive, ai CRAL aziendali, agli Istituti Scolastici extraregionali e regionali, nonché alle associazioni e cooperative senza scopo di lucro che organizzano soggiorni di gruppi nelle Marche utilizzando il vettore bus.

#### **4.3 CONSORZI TURISTICI**

Ai sensi dell'art. 10 del DL 28 maggio 1981 n. 251, convertito in legge, con modificazioni, dalla Legge 29 luglio 1981 n. 394, sono concessi contributi finanziari annuali ai consorzi e alle società consortili limitatamente alle attività promozionali e alla realizzazione di progetti rivolti ad incrementare la domanda turistica estera. Tali contributi sono finalizzati ad incentivare lo svolgimento di specifiche attività promozionali di rilievo nazionale e la realizzazione di progetti volti a favorire l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese.

## **AZIONE 5 - RIQUALIFICAZIONE RICETTIVITÀ**

### **5.1 INTERVENTI A SOSTEGNO DELLA RICETTIVITÀ**

La Regione Marche, in questi anni, ha fortemente privilegiato la riqualificazione delle strutture ricettive sul proprio territorio nella consapevolezza che occorre individuare un modello di qualità selettivo e competitivo in grado di aumentare il grado di attrazione dell'offerta turistica regionale sul mercato nazionale ed estero.

Tale politica turistica ha privilegiato gli aspetti della concretezza nelle azioni, dello sviluppo e della qualificazione delle imprese, della competitività del proprio prodotto turistico.

Per tale ragione si cercherà di consolidare tali azioni, volte a favorire la riqualificazione delle strutture ricettive del territorio attraverso la concessione di contributi in conto interessi e la creazione di percorsi agevolati di accesso al credito per operazioni volte allo sviluppo e alla qualificazione delle imprese ricettive.

Negli ultimi tre anni sono stati investiti quasi 18 milioni di euro a sostegno della qualificazione delle strutture ricettive marchigiane per un totale di investimenti che supera i 150 milioni di euro.

Essendo la graduatoria delle domande ammesse a contributo valida per i prossimi tre anni, nel 2010 potranno essere finanziate altre imprese turistiche, utilizzando le risorse che si renderanno disponibili.

Si prevede, inoltre, di poter utilizzare le risorse dell'anno 2010 relative al POR Marche 2007/2013 finalizzate alla competitività ed all'innovazione tecnologica delle PMI del settore Turismo.

### **5.2 MARCHIO DI QUALITÀ DELLE STRUTTURE RICETTIVE**

I risultati dell'attività portata avanti fino ad ora hanno sottolineato l'importanza e l'interesse del sistema ospitale marchigiano: al progetto Ospitalità Italiana infatti hanno partecipato 206 alberghi, di cui 94 hanno già ricevuto il marchio.

Per il 2010 si intende divulgare, con un piano di sensibilizzazione sul territorio rivolto sia agli operatori che ai consumatori, la cultura della qualità, che trova uno strumento di eccellenza nel sistema di certificazione che la Regione Marche ha condiviso con le Camere di Commercio (marchio Ospitalità Italiana) e che risulta operativo sull'intero territorio nazionale ed è stato realizzato in collaborazione con l'ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche).

Tale iniziativa aiuta gli operatori ad orientarsi verso una cultura della qualità, che rappresenta, per il presente e il futuro, un'importante leva competitiva nei confronti dei mercati internazionali.

Per fare ciò, saranno illustrati i disciplinari contenenti gli standard di qualità che le imprese dovranno possedere, la cui verifica sarà effettuata direttamente presso le strutture da parte di esperti valutatori. A tale scopo saranno messi a disposizione delle imprese appositi manuali operativi per aiutarle a comprendere meglio i criteri di qualità del servizio e di *customer care*.

Sarà attivata inoltre la Commissione Regionale, che avrà lo scopo di implementare i criteri di qualità con ulteriori parametri relativi agli elementi distintivi del territorio e/o di specializzazione delle imprese. Infatti, un aspetto importante è quello della tipicità, che attualmente è già stato inserito nella scheda di valutazione, ma che potrebbe diventare un ulteriore elemento di caratterizzazione delle aziende.

Altri elementi da individuare riguardano i profili artistico/architettonico, culturale, enogastronomico, di artigianato e di fruizione del territorio attraverso le informazioni.

Saranno intraprese anche iniziative per potenziare la capacità delle imprese di rispondere alle esigenze della clientela in termini di ulteriori specializzazioni, come l'ecosostenibilità e l'accessibilità.

Importante sarà la predisposizione della creazione di possibili club di prodotto per le aziende che hanno ottenuto il marchio "Ospitalità Italiana-Regione Marche", in modo da coniugare la qualità ai vari concept di vacanza e rispondere in modo innovativo alle esigenze della domanda turistica.

Saranno avviati servizi rivolti al consumatore di natura informativa che prevedono specifiche azioni:

- sui siti web degli attori istituzionali che hanno partecipato al progetto saranno rese disponibili informazioni relative all'iniziativa e alle imprese certificate;
- sarà realizzata una Guida on-line (ed eventualmente in formato cartaceo) dell'offerta di Qualità dedicata esclusivamente alle Marche, in cui saranno riportate le strutture selezionate secondo i criteri del marchio Ospitalità Italiana e verranno proposti itinerari turistici che colleghino le principali risorse con le imprese di qualità presenti nelle province marchigiane;
- saranno attivati questionari di controllo (*customer satisfaction*) via Internet, per permettere alla clientela di poter segnalare eventuali disservizi ed impressioni positive sui loro soggiorni. La necessità di garantire maggiore visibilità alle imprese e di conoscere meglio il proprio pubblico, sta portando allo studio l'attivazione di nuove forme di interazione on-line con la clientela tramite i sistemi del web 2.0 e la pubblicità di tipo virale.

Per attirare l'attenzione dei media e del pubblico si potranno organizzare eventi ad hoc: ad esempio, si potrà presentare la propria candidatura per ospitare il Premio Ospitalità Italiana, un premio che si rivolge a tutte le imprese che sono state certificate con il relativo marchio e che concorrono all'assegnazione del Premio grazie ai voti dalla loro stessa clientela. Potrà essere attivato anche un circuito virtuoso che favorisca la notorietà della Regione, della sua cultura e della sua offerta di eccellenza, potranno essere organizzati eventi di workshop collegati ad altre iniziative regionali come QM, in modo da favorire l'interscambio con l'estero e far conoscere le proposte gastronomiche marchigiane, come pure special events, sia presso ristoranti italiani all'estero - puntando sui paesi turisticamente rilevanti per le Marche, anche in termini di potenzialità - sia a livello locale, ospitando nelle strutture di qualità regionali ristoratori italiani che operano all'estero.

### **5.3 TURISMO RESPONSABILE**

Nel 2010 alcune attività saranno dedicate alle tematiche del turismo responsabile. In particolare, con il marchio Ospitalità Italiana-Regione Marche si è posto l'accento sull'ecosostenibilità. Le imprese certificate con il marchio hanno infatti mostrato di possedere alcuni requisiti di base di sensibilità ambientale e di adottare determinate misure di tutela. Tuttavia, per far crescere la cultura della responsabilità dell'impresa è necessario implementare specifiche azioni di sostegno e di stimolo.

In particolare, si propone di avviare un percorso di verifica sulla base delle maggiori problematiche emerse durante le visite effettuate presso le aziende, avviando azioni specifiche per ciascuna tipologia di risposta.

Per le aziende che non hanno superato o sono al limite dei requisiti richiesti dal disciplinare del Marchio (che rappresentano il 23%) occorre avviare azioni di sensibilizzazione tecnica, coinvolgendo anche soggetti che già operano sul territorio; motivare la loro attenzione all'ambiente ricorrendo a informazioni specifiche, dati di mercato, ecc. Per quelle che stanno perseguendo la via della sostenibilità ambientale, ma che risultano ancora a metà del percorso per un'eventuale certificazione Ecolabel (pari al 75% degli hotel visitati per il marchio), occorre predisporre un manuale specifico sull'attivazione delle procedure di ecosostenibilità. Per le strutture che sono molto vicine all'avvio delle procedure di certificazione Ecolabel occorre, invece, approntare un percorso di accompagnamento in accordo con Regione, ARPAM, Camere di Commercio e ISNART.

Infine, occorre attivare azioni promozionali specifiche, come guide che segnalino aziende meritevoli, siti web, ecc., nonché organizzare seminari di informazione alle aziende sulle opportunità di mercato e sui vantaggi interni ed esterni.

La strada intrapresa sulla qualità del servizio non può fare a meno di considerare il concetto di accessibilità come una componente fondamentale di un territorio che si vuole fregiare dell'appellativo di terra ospitale.

Il turismo per tutti, o turismo accessibile, non significa soltanto turismo dedicato a persone con esigenze particolari, ma è un concetto più ampio, che interessa tutte le politiche dell'accoglienza, volta a rendere tutti gli aspetti di una vacanza fruibili da chiunque, indipendentemente dalle esigenze e dalle singole disabilità.

Non si tratta di turismo sociale, ma di un turismo che si rivolge a persone con difficoltà motorie o sensoriali, anziani, persone obese, famiglie con i passeggini, persone con allergie o intolleranze alimentari, o anche semplicemente a chi, alla vigilia della partenza, abbia subito un lieve infortunio che ne condiziona la mobilità.

In sostanza, la filosofia che sottende ai progetti è quella per cui "ciò che è accessibile alle persone con esigenze particolari risulta più comodo per tutti".

Un sistema turistico in grado di soddisfare le esigenze particolari di ogni turista è un sistema accogliente e in grado di creare le condizioni ideali per un soggiorno piacevole per chiunque.

Lavorare sul turismo per tutti significa, quindi, innalzare il livello complessivo della qualità dell'offerta turistica e prepararsi per conquistare un mercato dai numeri potenzialmente molto elevati. Infatti, in Europa si parla di oltre 50 milioni di potenziali clienti con specifiche capacità di spesa e il viaggiatore con esigenze particolari non chiede prezzi di favore, ma soltanto un servizio di qualità.

Occorre, pertanto, nella logica perseguita nell'iniziativa del marchio Ospitalità Italiana, creare un tavolo regionale che valuti attentamente il sistema della qualità dei servizi erogati al cliente, tenendo conto dei servizi e delle strutture in grado di rispondere a specifici bisogni originati da condizioni fisiche, di salute, permanenti o temporanee, o da particolari stati del percorso di vita.

Si avvierà, pertanto, una Commissione Regionale in collaborazione con i soggetti sul territorio, con ISNART e con soggetti che operano in tal senso a livello nazionale, comprendendo anche quelle associazioni di categoria locali che hanno dimostrato particolare sensibilità sull'argomento. Si potranno così proporre agli enti locali, ai consorzi turistici e alle associazioni di imprese turistiche, iniziative di promozione e di divulgazione sul turismo per tutti: educ-tour, workshop, seminari e convegni, iniziative di comunicazione nei confronti di operatori del settore, a favore dei media e dei singoli potenziali turisti.

## AZIONE 6 - PRODOTTO

### 6.1 PROGETTI ACCOGLIENZA

#### **Sostegno alla realizzazione di manifestazioni ed eventi, di particolare interesse ai fini del supporto all'offerta turistica territoriale**

I progetti dovranno essere presentati dai soggetti aventi titolo, sotto indicati, **entro il 31 luglio 2010** e dovranno prevedere la realizzazione, necessariamente in forma integrata, di iniziative di accoglienza finalizzate allo sviluppo ed alla valorizzazione del prodotto turistico ed alla qualificazione delle potenzialità del territorio.

Tali progetti dovranno essere coerenti con gli obiettivi programmatici regionali e con le finalità ed i criteri stabiliti con DGR n. 1.533 del 28/12/2006. In particolare dovranno essere orientati principalmente: alla riscoperta delle aree interne ed alla destagionalizzazione e diversificazione dei flussi turistici, favorendo uno sviluppo sostenibile del settore, orientato sia ai mercati nazionali che a quelli internazionali; a sviluppare alcune iniziative e manifestazioni ad alto appeal di immagine, cercando di non disperdere le risorse in un numero troppo elevato di interventi; alla valorizzazione delle risorse turistiche territoriali con particolare attenzione alle specificità delle differenti filiere di turismo; alla presentazione del "sistema Marche" in una logica integrata puntando sulle grandi eccellenze nei settori della cultura, delle tradizioni, dell'enogastronomia, ecc., favorendo l'affermazione del "brand Marche"; a favorire l'organizzazione e la qualità dell'offerta per renderla più rispondente alle richieste della domanda, sviluppando nuove proposte di attrazione così da permettere agli ospiti di vivere esperienze legate alle tradizioni ed alla cultura locale; al potenziamento e qualificazione, anche in termini di innovazione tecnologica, dei centri di informazione ed accoglienza ai turisti; alla riqualificazione delle imprese turistiche per promuovere il marketing telematico e la relativa commercializzazione dei prodotti turistici.

Per la presentazione dei progetti si deve tener conto che:

- nelle Province in cui sono presenti i "Sistemi Turistici Locali" già costituiti e riconosciuti, verranno finanziati esclusivamente i progetti presentati dagli stessi STL i quali si saranno fatti carico di recepire le varie istanze, pubbliche e private, provenienti dal territorio;
- nelle Province in cui non sono stati riconosciuti "Sistemi Turistici Locali" verrà data priorità ai progetti presentati dalle relative Amministrazioni Provinciali in unione con almeno 10 comuni della giurisdizione di competenza. Verranno, altresì, presi in considerazione i progetti presentati dalle associazioni di almeno 10 comuni preferibilmente integrati dall'apporto delle Pro Loco e da altre Associazioni locali pubbliche e/o private. In ogni caso non si potrà derogare dal limite minimo dei 10 comuni.

Le iniziative promozionali per le quali può essere riconosciuto il finanziamento devono essere state realizzate, o devono realizzarsi, nel corso dell'anno solare 2010.

Le Province devono attestare la rispondenza dei progetti con la programmazione provinciale.

Non sono ammissibili richieste di cofinanziamento per progetti che beneficino, in tutto o in parte per gli stessi scopi, di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Comunità Europea.

### 6.2 PROGETTI SVILUPPO INTERREGIONALI

L'attività di promozione turistica nell'ambito degli interventi cofinanziati dal Ministero delle Attività Produttive (ex Legge n. 135/01, art. 5) si articola in una serie di progetti pluriennali in ambiti interregionali o sovraregionali, che vedono la Regione Marche alternativamente capofila o partner.

Ciascun progetto è rivolto a valorizzare specifiche e peculiari potenzialità turistiche del territorio



marchigiano e si articola in elementi quali soggetti coinvolti, contenuti ed obiettivi, ambiti territoriali interessati, tipologia degli interventi, piano finanziario, programma delle azioni previste, modalità e strumenti di attuazione.

### **6.3 PROGETTI COMPLEMENTARI**

I progetti complementari riguardano le iniziative attuate direttamente dalla Regione, nonché progetti proposti da terzi, con priorità a favore di quelli promossi da Enti Locali, dalle Associazioni di categoria del settore a livello regionale o provinciale, dalle associazioni Pro loco iscritte all'albo regionale e dalle Associazioni senza scopo di lucro con finalità turistiche e storico-culturali, coerenti con gli obiettivi programmatici della Regione, che riguardano manifestazioni o attività "speciali" di forte rilevanza nazionale ed internazionale, atte a sviluppare consistenti presenze turistiche italiane e straniere. Le suddette attività dovranno essere caratterizzate dalla presenza dei media, per contribuire a far conoscere le tipologie dell'offerta turistica regionale e dei vari segmenti.

Rientrano tra i progetti complementari, Attività Dirette, Attività Indirette ed Iniziative Particolari, come di seguito meglio specificato.

#### **Attività Dirette**

In particolare le azioni attuate direttamente riguardano iniziative connesse all'attività di competenza della Regione e, per l'anno 2010, sono le seguenti:

##### **- Associazioni Marchigiani all'estero e gemellaggi**

Tra le attività di consolidamento dei rapporti di gemellaggio esistenti tra le città marchigiane e quelle estere, la promozione di un prodotto integrato può trovare terreno fertile per incrementare il flusso turistico verso la nostra regione. Saranno pertanto realizzate azioni finalizzate a sollecitare la "friendship" tra le diverse realtà per stabilizzare o creare forme di collaborazioni commerciali, culturali e turistiche, nonché sviluppare particolari iniziative tendenti a promuovere il turismo giovanile.

Si prevede anche di attuare un educational tour per i figli o discendenti degli emigrati marchigiani al fine di far conoscere i luoghi natii dei loro parenti e promuovere le bellezze e le peculiarità del nostro territorio nei Paesi esteri dove vivono.

In collaborazione con i Consolati, gli Istituti di Cultura, gli Uffici ICE, l'ENIT e le associazioni dei nostri corregionali, si cercherà di sviluppare azioni promozionali anche sul posto finalizzate ad attuare maggiori scambi culturali, turistici e soprattutto commerciali.

La presenza delle Marche alle fiere ed iniziative che vengono organizzate all'estero, dove esiste una forte presenza di marchigiani, può essere un'occasione per diffondere informazioni sul nostro territorio, sugli eventi e sulle possibilità commerciali che la regione è in grado di offrire e, ove necessario ed opportuno, saranno coinvolte le Associazioni dei marchigiani ed in particolare i giovani, che potranno fornire le informazioni al pubblico presso gli spazi o stand che vengono allestiti.

##### **- Turismo Vacanze per tutti**

Il progetto intende definire una strategia di informazione attraverso specifica depliantistica mirata ad individuare le strutture ricettive e i servizi che vengono offerti alle persone diversamente abili.

Si rende indispensabile, quindi, l'effettuazione di un'indagine conoscitiva sul grado di fruibilità delle strutture ricettive al fine di ottenere una serie di "informazioni accessibili" idonee a costruire

una cultura dell'accoglienza e offrire, anche attraverso interventi formativi, ospitalità senza barriere a disabili e persone anziane.

#### - **Premi/Soggiorni nelle Marche**

Il progetto ha come scopo principale la valorizzazione e promozione della regione e degli specifici segmenti di offerta (dalla domanda turistica balneare a quella inerente l'offerta del patrimonio storico-artistico, enogastronomico, religioso, termale, ambientale, giovanile, congressuale, etc.), nonché favorire la destagionalizzazione.

I premi saranno costituiti da vacanze/soggiorno offerte dalla Regione in collaborazione con le associazioni di categoria, in qualificate strutture ricettive, per un weekend (pensione completa o mezza pensione), con esclusione dei periodi di alta stagione.

#### - **Riconoscimenti Speciali**

Saranno realizzate iniziative nell'ambito del progetto "Bandiere Arancioni" - già avviato nel 2009 - destinato a località (non costiere) marchigiane. Il marchio di qualità turistico ambientale, istituito dal Touring Club Italiano, ha portato finora all'identificazione di 17 piccole località d'eccellenza del territorio e alla certificazione delle stesse con la "bandiera arancione". Attraverso tale progetto si intende ampliare e valorizzare i riconoscimenti che le Marche hanno ottenuto nonché promuovere le località interessate.

Saranno, altresì, attuati interventi di sostegno per le attività promo-pubblicitarie svolte dai comuni che nel 2010 avranno il riconoscimento Bandiera Blu d'Europa dalla FEE-Italia, Bandiere Verdi e Borghi più belli d'Italia.

Potranno essere incentivate anche attività che siano rivolte a promuovere le Marche quale entità territoriale particolarmente sensibile all'ambiente, informando gli utenti italiani e stranieri delle certificazioni ambientali e territoriali, valorizzando il lavoro ECORIVE, ECOLABEL (applicato alle strutture ricettive), ma anche gli altri marchi ambientali (EMAS, ISO, ecc.) che confermano l'importanza e l'attenzione rivolta ai temi della sostenibilità.

#### - **Matteo Ricci e la Cina**

La mostra itinerante "Matteo Ricci. Incontro nella Cina dei Ming", organizzata dalla Regione, che si terrà nel 2010 a Pechino, Shanghai e Nanchino, in occasione della ricorrenza del IV centenario della sua morte, costituisce un'occasione di altissimo livello per presentare il sistema Marche in Cina in tutte le sue componenti culturali, storiche, ma anche economico-produttive. Tali iniziative contribuiranno a dare una concreta visibilità alla regione e, nel contempo, offriranno una valida opportunità per gli operatori turistici marchigiani per avviare proposte volte ad inserire alcune eccellenze delle Marche nei pacchetti turistici che riguardano l'Italia.

#### - **Eventi Celebrativi**

La Regione potrà partecipare, in qualità di sponsor o partner, ad eventi celebrativi di interesse culturale e di rilievo promozionale organizzati da quotidiani di particolare valenza, legati alle Marche e al suo territorio. In tale ambito potranno essere realizzati strumenti informativi ed organizzati eventi in collaborazione tra la Regione Marche e i soggetti interessati.

### **Attività Indirette**

Le **Attività Indirette**, come detto, riguardano iniziative su settori di rilevante interesse turistico, proposte da terzi e dagli stessi realizzate con l'intervento tecnico e finanziario della Regione. In

particolare rientrano tra queste le seguenti tipologie verso le quali deve indirizzarsi la progettualità e il sostegno finanziario:

- **Cultura e Spettacolo**

Si riconferma per il 2010 il sostegno ad iniziative di particolare rilievo che abbiano come riferimento mostre, concerti, spettacoli ed eventi culturali in genere. In particolare saranno sostenute iniziative culturali di rilevante interesse ai fini della promozione turistica del territorio legate ai grandi personaggi delle Marche, conosciuti in tutto il mondo.

La partecipazione del settore Promozione e Turismo agli eventi di matrice culturale riveste un duplice interesse: da un lato promuovere nella sua globalità il "prodotto Marche", nel quale grande importanza rivestono il patrimonio culturale e la tradizione dello spettacolo; dall'altro riconoscere il peso che la componente storico-artistica ha tra le attrattive turistiche che la regione Marche può offrire.

- **Turismo scolastico**

Si prevede il sostegno ad iniziative proposte da Enti ed Organismi pubblici e privati e Associazioni senza scopo di lucro, aventi lo scopo di favorire e sviluppare il turismo scolastico e giovanile e che prevedono la realizzazione di pacchetti-offerta nelle Marche con pernottamenti e visite guidate nei musei, nei centri di educazione ambientale o nelle località che ricadono nelle aree protette della regione. Nell'ambito di tali interventi particolare attenzione sarà rivolta alle iniziative di divulgazione della figura e dell'opera del poeta Giacomo Leopardi di notevole richiamo per il segmento relativo al turismo scolastico.

- **Turismo naturalistico**

Saranno valutati progetti e proposte presentati da Enti ed Organismi pubblici e privati e Associazioni senza scopo di lucro inerenti la valorizzazione dell'ambiente, con particolare riferimento alle aree prettamente a vocazione turistico-naturalistica ed alla montagna, nonché iniziative dirette a valorizzare le aree protette anche con il coinvolgimento del mondo giovanile e scolastico. Saranno altresì sostenute azioni promo-pubblicitarie mirate alla divulgazione di risorse naturalistiche di particolare attrazione come le Grotte di Frasassi, attuate sul territorio nazionale ed estero.

I progetti e le proposte dovranno essere finalizzati a rendere maggiormente rappresentativo un prodotto turistico legato all'ambiente e parte attiva ed integrante di un' offerta che non può prescindere dai valori naturali del suo territorio, particolarmente appetibili da una domanda turistica sempre più alla ricerca di nuove tendenze.

- **Valorizzazione del Turismo religioso**

Il turismo religioso con i propri itinerari tematici legati alla spiritualità, associato al nostro contesto ambientale, costituisce una delle eccellenze dell'offerta regionale. Questo segmento, che ha interessanti ricadute economiche sul territorio, contribuisce in maniera significativa alla destagionalizzazione dei flussi turistici. Per tali ragioni, nel 2010, per promuovere maggiormente il ricco patrimonio religioso, culturale e ambientale dell'offerta regionale, saranno attuate iniziative mirate di promo-commercializzazione nelle località a forte valenza religiosa.

- **Corsi di lingua italiana**

Saranno sostenute con una capillare informazione, iniziative di organismi pubblici e privati delle Marche che offrono o cercheranno di attivare corsi per l'insegnamento della lingua e della cultura italiana a favore di stranieri, con particolare riferimento ai Paesi dove sono presenti nuclei consistenti di marchigiani. Saranno anche coinvolti gli operatori del settore turistico, gli enti locali e provinciali al fine di predisporre pacchetti offerta vantaggiosi per la permanenza nelle Marche.

Potranno inoltre essere attivate forme pubblicitarie attraverso media specializzati internazionali.

- **Sport Eventi**

Viene previsto il sostegno finanziario a proposte di iniziative sportive di valenza nazionale ed internazionale, in cui siano attivate azioni di promo-pubblicizzazione del prodotto Marche, che siano caratterizzate da grande interesse sul piano del coinvolgimento dei mass media e sviluppino presenze turistiche sul territorio regionale.

- **Manifestazioni di Tradizione Storica e Rievocazioni**

Sono previsti interventi finanziari a sostegno di manifestazioni e rievocazioni di tradizione storica che si svolgono nella nostra regione nel corso dell'anno organizzati da Enti pubblici e Organismi privati che, per livello di notorietà raggiunta, rappresentano un valore aggiunto al prodotto turistico marchigiano. Saranno concessi contributi anche per l'attività di pro-pubblicizzazione degli eventi.

- **Iniziativa Chef Marchigiani**

Sarà utilizzato e sostenuto il circuito degli chef marchigiani famosi, in Italia e all'estero, per promuovere un turismo legato all'alta cucina e per organizzare eventi ed iniziative, anche in collaborazione con il settore agroalimentare, finalizzati a far conoscere le Marche e i suoi prodotti tipici.

- **Turismo Congressuale**

La Regione intende sostenere gli interventi volti alla divulgazione dell'offerta *congressuale* ed *incentive*, attuando un educational tour e workshop con il coinvolgimento degli Operatori, rivolto in maniera mirata a questo particolare segmento di offerta, nonché realizzando un opuscolo tematico e specifiche inserzioni sulle principali testate del settore.

- **Terme e Beauty Center**

Il prodotto terme nelle Marche è un segmento dell'offerta non sufficientemente considerato dalla maggior parte degli operatori. Se si eccettuano quelli le cui strutture insistono su zone termali (per i quali sono previsti incentivi speciali per attività di escursioni ed animazioni), difficilmente si trovano pacchetti-offerta diretti alla vendita di un soggiorno in cui sia inserito un servizio di prestazioni termali o di beauty-farm.

E' importante pertanto valorizzare maggiormente questo segmento poiché la domanda turistica, soprattutto delle nuove generazioni, che ha da tempo individuato nel binomio benessere-salute, una tipologia d'offerta che va oltre la tradizionale cura, si inserisca nei circuiti termali unitamente ai servizi di fitness, integrati da attività sportive, ricreative e culturali.

- **Iniziativa "Marche mare sicuro"**

Con riferimento alle località "Bandiera Blu" delle Marche e, più in generale alle stazioni balneari della regione, sarà sostenuta l'attuazione di iniziative rivolte ad aumentare la sicurezza e la migliore fruibilità del mare soprattutto nel periodo di maggiore presenza dei turisti.

Lo scopo è quello di perseguire, anche attraverso il coinvolgimento degli operatori e delle strutture ricettive interessate, una migliore accoglienza, attribuendo alle spiagge della regione un ulteriore valore aggiunto di competitività rispetto alle altre regioni italiane. Sarà, quindi, favorita la divulgazione di strumenti di informazione, rivolti in particolare ai più giovani, con le norme comportamentali, nonché saranno attuate iniziative finalizzate a prevenire incidenti e a rendere l'estate al mare, nelle Marche, più sicura.

## - **Turismo della terza età e turismo sociale**

Il turismo della terza età è diventato, per la domanda turistica italiana e nord europea, di importanza consolidata anche per la sua complementarietà temporale rispetto al più consolidato turismo balneare. Esso si muove su comportamenti di consumo ben definiti e specifici, e necessita di attenzioni differenziate. E' un mercato molto segmentato ed è diverso anche il modello di fruizione turistica, essendo non di rado molto legato alla scelta di risiedere per periodi lunghi, magari intervallati, in un luogo diverso da quello abituale, e caratterizzato da una migliore qualità della vita. Le opportunità offerte dal progressivo invecchiamento della popolazione europea, che si traduce in un allargamento della clientela con più tempo libero a disposizione, riguardano, in particolare, il turismo del benessere e di tutte quelle attività per rimettersi in forma.

Ecco, quindi, che il turismo della terza età diventa un'opportunità di mercato sia come turismo sociale che come turismo di nicchia.

La regione Marche presenta tutte le caratteristiche per poter attrarre questo tipo di domanda. Del resto, le azioni del programma promozionale si pongono in linea con le iniziative connesse all'accessibilità alla sostenibilità e, soprattutto, alla qualità del servizio.

E' importante quindi attivare un tavolo regionale, composto da tutti gli stakeholders, che si impegni a concepire specificamente un prodotto turistico per la terza età secondo un approccio di tipo scientifico e metodologico.

Saranno attivati contatti con T.O. ed associazioni varie che si occupano di turismo sociale al fine di promuovere maggiormente nella regione questo particolare segmento e sensibilizzare le associazioni di categoria del ricettivo e gli enti locali per la predisposizione di specifiche offerte e servizi, verificando anche l'opportunità di usufruire di "Buoni Vacanze".

### **Iniziative Particolari**

Saranno prese in considerazione particolari iniziative proposte da terzi, di forte rilevanza turistica, che si svolgeranno durante l'anno, atte a sviluppare presenze turistiche di rilievo, dimostrabili dai soggetti proponenti, nonché a promuovere l'immagine delle Marche e del territorio regionale.

Tali manifestazioni dovranno essere caratterizzate dalla presenza dei media e dovranno contribuire a far conoscere le tipologie dell'offerta turistica regionale.

Possono essere attivate, compatibilmente alle risorse finanziarie effettivamente disponibili anche a seguito di economie accertate nel presente Programma o da maggiori disponibilità derivate dal bilancio regionale, iniziative speciali di rilevante interesse nazionale e internazionale, finalizzate allo sviluppo turistico regionale.

### **Modalità attuative dei Progetti Complementari**

Per le iniziative previste nelle **Attività Indirette** e **Iniziative Particolari**, proposte da terzi, si prevede la concessione di un contributo. Le istanze devono contenere oltre ad una dettagliata relazione sull'iniziativa, anche un preventivo che evidenzi le singole spese da sostenere e le eventuali entrate per contributi di sponsor.

Non sono ammessi ai benefici previsti nella presente Azione, i soggetti che beneficiano di contributi previsti in altre Azioni del presente Programma.

## **ATTIVITA' CONNESSE ALL'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA E DISPOSIZIONI GENERALI**

Per le attività di seguito elencate, che sono di supporto all'attuazione del PPTR 2010, potranno essere utilizzate specifiche risorse:

### **Attività connesse**

- a) Realizzazione, aggiornamento e ristampa di depliantistica, materiale promo-pubblicitario in generale e inserzioni pubblicitarie;
- b) realizzazione ed aggiornamento fototeca, cineteca;
- c) produzione, riproduzione ed aggiornamento di video, CD-ROM, filmati, anche d'Autore, spot, avocard;
- d) realizzazione o co-realizzazione di segnaletica turistica, impianti luminosi, sistemi multimediali;
- e) spedizione di materiale promo-pubblicitario in Italia e all'estero compresi i servizi di spedizione per urgenti necessità;
- f) disegni e fotografie d'Autore da utilizzare per campagne pubblicitarie e attività promozionali;
- g) attività editoriale, televideo per info-turistiche ENIT/Regioni;
- h) acquisto di pubblicazioni, quotidiani, riviste e abbonamento a pubblicazioni tecniche, specializzate e di settore;
- i) iscrizione ad organismi internazionali di operatori turistici (ASTA, ABTA, USTOA, ecc.) e spese per la partecipazione alle iniziative dagli stessi organizzate o altre inerenti al settore;
- j) esecuzione di pellicole, gigantografie, gadget ed altro materiale per attività promozionale;
- k) acquisto materiale d'uso ed attrezzature per iniziative promozionali fieristiche e collaterali e per aggiornamento attrezzature hardware e software, ad uso delle specifiche competenze di settore;
- l) compartecipazione alla realizzazione di iniziative promozionali promosse da enti, istituzioni, associazioni e soggetti vari operanti nel settore tramite rimborso forfettario per le spese sostenute e documentate;
- m) contratti per apparecchi di telefonia mobile ed acquisto attrezzature per trasporto materiale ad uso della P.F. Turismo e Promozione, finalizzati alle specifiche competenze di settore;
- n) redazione e traduzione testi;
- o) realizzazione impianti stampa per attività editoriale e pubblicità;
- p) realizzazione materiale pubblicitario ed informativo, di consumo, ecc., per iniziative promozionali;
- q) altre attività inerenti l'attuazione del Programma Promozionale Turistico Regionale 2010 qualora siano necessarie specifiche azioni promozionali, incontri per la programmazione e iniziative di presentazione e divulgazione del Programma medesimo;
- r) organizzazione di seminari, convegni, giornate di studio su tematiche del settore turismo ed ogni altra iniziativa riconducibile alle attività di promozione;

- s) spese per allestimenti standistici (trasporto, allestimento, montaggio, smontaggio, rimessaggio ed eventuali migliorie), noleggio stand, ecc., da utilizzare anche per manifestazioni fieristiche di rilievo in Italia o per grandi occasioni promozionali da realizzare sul territorio estero;
- t) spese per oggettistica promozionale da distribuire in occasioni di eventi, manifestazioni ed iniziative (gadget, oggettistica di pregio che rievochi le Marche e le sue peculiari attività artistiche ed artigianali);
- u) organizzazione di Educational Tour, spese per attività di P.R. ed assistenza operatori del settore;
- v) aggiornamento e formazione del personale della Struttura;
- w) attuazione progetti specifici per miglioramento della qualità delle attività del settore.

### **Disposizioni Generali**

Per l'attuazione del suddetto Programma e per le attività connesse, sono necessarie missioni in Italia ed all'estero per le quali sono autorizzati in via preventiva, nei mercati previsti nel presente Programma, l'Assessore pro-tempore di riferimento, il Dirigente pro-tempore del Servizio interessato, il Dirigente della P.F. Turismo e Promozione, nonché il personale della struttura, 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 contatti istituzionali ed operativi con l'Enit, l'ICE e i relativi uffici esteri, con operatori di settore nazionali ed internazionali, giornalisti, TV, Istituti Italiani di Cultura, Consolati, Associazioni di Marchigiani che vivono all'estero, ecc.

Si stabilisce che le delegazioni regionali che si recheranno in missione per la realizzazione di iniziative promozionali e le necessità di cui sopra, saranno formate, oltre che dal personale di supporto e collaborazione per le delegazioni e da quello addetto al banco informazioni, da non più di tre rappresentanti, salvo iniziative particolari per l'attuazione di attività collaterali di promozione e pubblicizzazione del prodotto Marche che richiedono un contingente maggiore di personale.

Qualora si utilizzino nell'ambito delle attività collaterali, particolari strumenti multimediali per i quali occorre una specifica preparazione tecnica, potrà essere utilizzato personale dei competenti Servizi regionali.

Oltre all'indennità di trasferta e al rimborso spese per il viaggio, competono ai titolari delle missioni i rimborsi, sia per l'andata che per il ritorno, delle spese per i taxi o altri mezzi noleggiati, anche per trasporto 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 il settore 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.

Le risorse finanziarie da assegnare all'attuazione delle diverse Azioni ed interventi previsti nel presente PPTR saranno determinate con decreto del dirigente della competente Struttura in relazione alle disponibilità di bilancio.

~~Nella considerazione che non tutto può essere previsto in anticipo, soprattutto nel~~ Tenuto conto del mutevole e dinamico settore della promozione e della comunicazione, proprio per la specificità delle iniziative turistico-promozionali e delle variabili tecniche che si possono presentare in fase di attuazione, sono consentite, con decreti del dirigente della competente Struttura organizzativa variazioni tecniche, ~~anche sostanziali a quelle programmate che, per comprovate esigenze, si rende necessario modificare, integrare o sostituire con altre.~~

~~Sarà~~ E' inoltre possibile, sempre con decreti del dirigente della competente Struttura attivare nuove iniziative, oppure integrare e/o rimodulare finanziariamente, ove necessario, gli stanziamenti previsti per l'attuazione di quanto contenuto nel PPTR 2010, impiegando sia disponibilità eventuali accertate in sede di esecuzione del detto PPTR 2010 o del precedente Programma Promozionale Turistico Regionale 2009 (economie) e sia ulteriori investimenti per effetto di maggiori accertamenti d'entrata o da economie derivate da fondi statali o comunitari.



**RISORSE FINANZIARIE PREVISTE PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA  
PROMOZIONALE TURISTICO REGIONALE 2010**

<b>Capitolo 31605106</b>	Fondi regionali in materia di promozione turistica	€	1.150.418,45
<b>Capitolo 31801103</b>	Fondi regionali per il turismo di accoglienza	€	802.583,40
<b>Capitolo 31801108</b>	Fondi regionali per Osservatorio del Turismo	€	83.568,82
<b>Capitolo 31605120</b>	Fondi statali per Progetti interregionali correlato al capitolo di entrata n. 20104015	€	373.790,68
<b>Capitolo 31801107</b>	Fondi statali per Progetti interregionali correlato al capitolo di entrata n. 20301011	€	29.366,50

## **MODALITÀ ATTUATIVE**

### **PROGRAMMA PROMOZIONALE TURISTICO REGIONALE 2010**

#### **DISPOSIZIONI PER LA PARTECIPAZIONE ALLE INIZIATIVE FIERISTICHE E DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE**

##### **A) Iscrizione alla Mailing List**

E' predisposta e aggiornata periodicamente dalla struttura P.F. Turismo e Promozione una Mailing List cui possono far parte i seguenti soggetti:

T.O., AdV Incoming Marche, Ass.ni e Consorzi di T.O. o di AdV, Ass.ni e Consorzi del ricettivo alberghiero ed extralberghiero delle Marche che sono in possesso di un proprio catalogo di vendita monografico Marche, cartaceo o su supporto informatico (cd-rom, dvd, PenDrive...), realizzato in almeno 5.000 copie e con rappresentate almeno 15 strutture ricettive o 500 posti letto. Per le Ass.ni e Consorzi di T.O./AdV il catalogo deve essere rappresentativo di strutture ricettive diffuse sul territorio, ovvero riferito a più località turistiche regionali.

I soggetti di cui sopra vengono qualificati "Operatori Turistici Incoming Marche":

Per essere inseriti nella mailing list di cui trattasi gli "Operatori Turistici Incoming Marche" interessati dovranno compilare e trasmettere alla P.F. Turismo e Promozione specifica istanza, utilizzando il modulo appositamente predisposto (**Mod. 01**).

##### **B) Accreditamenti presso gli stand regionali ed alle iniziative promozionali organizzate o alle quali partecipa la Regione Marche**

Gli accreditamenti presso gli stand regionali ed alle iniziative promozionali organizzate o alle quali la Regione Marche partecipa vengono effettuati, su istanza degli interessati, dalla P.F. Turismo e Promozione a:

- soggetti iscritti alla Mailing List;
- soggetti proponenti particolari prodotti specifici e/o emergenti dell'offerta turistica regionale, purché sostenuti da adeguato ed idoneo materiale promo-pubblicitario e di commercializzazione. In questo caso l'accredito è subordinato alla verifica ed accettazione del detto materiale da parte del competente Servizio della Regione Marche.

Note informative degli eventi in programma verranno inviate ai soggetti iscritti alla mailing list che entro e non oltre il termine stabilito per ogni singola iniziativa, devono obbligatoriamente far pervenire alla competente struttura della Regione formale richiesta di partecipazione secondo la scheda di seguito riportata (**Mod. 02**).

Nella richiesta deve essere indicato il/i nominativo/i del/i partecipante/i.

Le delegazioni formate da rappresentanti dei Soggetti aventi diritto all'accredito non possono di norma superare le due unità, compreso il personale di supporto e collaborazione.

Successivamente al ricevimento della richiesta di partecipazione, la struttura P.F. Turismo e Promozione, dopo aver verificato la sussistenza dei requisiti prescritti, provvederà ad effettuare gli accreditamenti e a trasmettere ogni utile informazione logistica.

Considerato il limitato quantitativo di accrediti solitamente a disposizione, la mancata partecipazione senza giustificato motivo alle iniziative per le quali si è ottenuto l'accredito può comportare la cancellazione dalla Mailing List.

Per la partecipazione agli incontri di commercializzazione, agli operatori dell'offerta Marche può essere richiesta una quota, a titolo di compartecipazione alle spese organizzative, il cui ammontare verrà di volta in volta stabilito dalla struttura P.F. Turismo e Promozione in rapporto alla tipologia dell'evento.

### **C) Disposizioni per la diffusione del materiale di promo-commercializzazione**

Oltre a quanto edito dalla Regione Marche, alle iniziative promozionali e di commercializzazione potrà essere esposto e divulgato esclusivamente il seguente materiale:

- pubblicazioni istituzionali delle Province e/o di altre istituzioni territoriali aventi particolare rilievo, a giudizio della Regione Marche, ai fini della promozione e valorizzazione del territorio;
- cataloghi di vendita degli Operatori Turistici Incoming Marche che abbiano chiesto l'accreditamento.

I soggetti di cui sopra devono inviare il materiale a propria cura e spese.

E' assolutamente vietata l'esposizione di materiale promo-pubblicitario riguardante le singole strutture.

Il materiale deve essere sempre aggiornato e nella lingua corrispondente alle esigenze del mercato al quale è rivolto.

Gli Operatori accreditati nello stand Marche o nel luogo di svolgimento dell'iniziativa promozionale organizzata o a cui partecipa la Regione non potranno proporre cataloghi diversi dal monografico Marche a pena di cancellazione dalla mailing list, di esclusione dagli accrediti alle successive iniziative turistiche, fieristiche e promozionali, organizzate dalla Regione o a cui la Regione partecipa, nonché di esclusione da qualsiasi finanziamento previsto dal PPTR 2010.

Le prescrizioni suddette vengono introdotte con la precisa volontà di garantire, nell'ambito delle strutture e delle iniziative promo-commerciali attivate dalla Regione Marche, l'osservanza dei principi e delle regole di concorrenza imprenditoriale degli Operatori turistici marchigiani e il rispetto dell'immagine istituzionale dell'Ente.

### **D) Modalità di partecipazione agli incontri di commercializzazione**

Le modalità di partecipazione agli incontri di commercializzazione collegati alle iniziative in programma, sia in Italia che all'Estero, saranno comunicate agli Operatori turistici interessati con apposite circolari da parte della competente Struttura della Regione. Eventuali gratuità saranno assegnate, su richiesta degli interessati, privilegiando le istanze di coloro che rappresentano una più ampia capacità ricettiva. In ogni caso saranno accreditati esclusivamente gli Operatori in possesso dei requisiti prescritti dagli organizzatori degli eventi di commercializzazione.

**SOGGETTO** \_\_\_\_\_

INDIRIZZO SEDE PRINCIPALE (indicare:  Sede legale  Sede amministrativa) \_\_\_\_\_

CAP \_\_\_\_\_ COMUNE \_\_\_\_\_ PROV. \_\_\_\_\_

TELEFONO \_\_\_\_\_ FAX \_\_\_\_\_

E-MAIL (generale) \_\_\_\_\_

SITO INTERNET \_\_\_\_\_

COD. FISC./PARTITA IVA \_\_\_\_\_

**LEGALE RAPPRESENTANTE:** Sig./Sig.ra \_\_\_\_\_

QUALIFICA \_\_\_\_\_

E-MAIL (personale) \_\_\_\_\_

TELEFONO \_\_\_\_\_ CELL. \_\_\_\_\_

**PROFILO OPERATORE (min. 15 strutture o 500 posti letto)**

**1. Tour operator/Agenzie di Viaggio Incoming Marche:**

- TO  Associazione di TO  Consorzio di TO  AdV  Associazione di AdV  
 Consorzio di AdV

**2. Associazione/Consorzio:**

- del ricettivo alberghiero  
 del ricettivo extralberghiero (specificare tipologia di offerta):  
\_\_\_\_\_  
 del ricettivo alberghiero ed extralberghiero (specificare tipologia di offerta):  
\_\_\_\_\_

**3. Aderente (non obbligatorio)**

- Confcommercio  Confesercenti  Confindustria  
 Regionale  Provinciale  Locale  
 Altro \_\_\_\_\_  Non aderente  
 Sistema Turistico Locale di \_\_\_\_\_  Non aderente

**CATALOGO (almeno 5.000 copie)**

**1. Catalogo monografico Marche cartaceo (100% Marche):**

- SI  NO Copie realizzate n° \_\_\_\_\_

**2. Catalogo monografico Marche su supporto informatico (100% Marche):**

- SI  NO Copie realizzate n° \_\_\_\_\_

**RICETTIVITÀ RAPPRESENTATA IN CATALOGO/CATALOGHI**

strutture alberghiere n° \_\_\_\_\_ extralberghiere n° \_\_\_\_\_ totale strutture n° \_\_\_\_\_

posti letto strutt. alberghiere n° \_\_\_\_\_ extralberghiere n° \_\_\_\_\_ totale posti letto n° \_\_\_\_\_

**TIPOLOGIA DEI PACCHETTI OFFERTI**

Indicare i prodotti principali e i prodotti integrativi dell'offerta turistica che si intende commercializzare:

---

---

**AREE D'INTERESSE NAZIONALI ED INTERNAZIONALI**

---

---

---

*(data)*

---

*(firma)*

**Mod. 02**

**ISTANZA DI PARTECIPAZIONE AD INIZIATIVE PROMOZIONALI**

Alla Regione Marche  
P.F.Turismo e Promozione  
Via Gentile da Fabriano,9  
60125 ANCONA

**RICHIESTA PARTECIPAZIONE FIERE ESTERE**

Programma Promozionale Turistico Regionale – Anno 2010

Ente/Soggetto:

\_\_\_\_\_

Via: \_\_\_\_\_ n° \_\_\_\_\_

Cap: \_\_\_\_\_ Città: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_ Tel: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_ e-mail \_\_\_\_\_

Nome/Cognome Legale Rappresentante/Titolare/Direttore/Presidente

\_\_\_\_\_

FIERA: denominazione \_\_\_\_\_

luogo \_\_\_\_\_

NOMINATIVO PARTECIPANTE

QUALIFICA

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

NOMINATIVO PARTECIPANTE

QUALIFICA

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*Timbro e firma del responsabile*

\_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_

Da inviare a mezzo telefax: n°071/8062154

## **MODALITÀ ATTUATIVE RELATIVE AL PUNTO 4. DEL PPTR 2010 – AZIONE COMMERCIALIZZAZIONE**

Sono concessi interventi finanziari per la commercializzazione del prodotto, a favore degli Operatori Turistici Incoming Marche, per sostenere le iniziative di commercializzazione e per qualificare la realizzazione dei cataloghi di vendita.

Le attività di commercializzazione svolte dagli Operatori Turistici Incoming Marche, devono essere realizzate nel rispetto delle norme contenute nella L.R. 11 luglio 2006, n. 9: "Testo unico delle norme regionali in materia di turismo".

**Gli Operatori possono optare tra gli incentivi a sostegno delle iniziative di commercializzazione (Azione Iniziative Dirette) o quelli a sostegno dei costi di stampa del catalogo (Azione Catalogo), non essendo gli stessi cumulabili.**

### **4.2.a INIZIATIVE DIRETTE**

Si indicano di seguito i requisiti che gli Operatori Incoming Marche, residenti e con sede principale nella regione Marche, devono obbligatoriamente possedere per accedere ai finanziamenti previsti nella Azione Commercializzazione - Iniziative Dirette - del PPTR 2010, nonché le modalità di presentazione dei progetti che devono pervenire alla Struttura P.F. Turismo e Promozione entro il 31 agosto 2010.

#### **REQUISITI**

1. Qualifica di Operatore Turistico Incoming Marche avente residenza e sede principale nella regione:
  - Tour operator/AdV, Associazioni e Consorzi di Tour Operator/AdV;
  - Associazioni e Consorzi del ricettivo alberghiero ed extralberghiero delle Marche;
2. Realizzazione di un catalogo monografico Marche 2010 in forma cartacea/supporto informatico (cd-rom, dvd, PenDrive....). Per le Associazioni e i Consorzi dei Tour Operator, il catalogo deve essere rappresentativo di strutture ricettive diffuse sul territorio regionale, ovvero riferito a più località turistiche regionali;
3. Quantitativi di cataloghi monografici Marche (stampa/supporto informatico) da realizzare:
  - 30.000 per Tour operator, Agenzie di Viaggio Incoming Marche, Associazioni e Consorzi di Tour Operator e di Agenzie di Viaggio Incoming Marche;
  - 10.000 per Associazioni e Consorzi del ricettivo alberghiero ed extralberghiero delle Marche;
4. Ricettività rappresentata in catalogo: almeno 30 strutture alberghiere e/o extralberghiere o almeno 1.000 posti letto.

I soggetti di cui sopra possono realizzare un quantitativo minore di cataloghi rispetto al numero stabilito, non inferiore comunque al 50%, fermo restando che il contributo sarà ridotto in proporzione al numero dei cataloghi effettivamente realizzati.

La mancanza di solo uno dei suddetti requisiti e/o del rispetto delle modalità, preclude l'ammissione ai benefici di cui trattasi.

#### **MODALITÀ**

1) Il progetto deve contenere le seguenti diverse tipologie di intervento:

- Workshop, Road show, sales promotion, allestimenti standistici, da realizzare su aree nazionali (extraregione) e/o all'estero;
- educational e press tour per operatori della domanda nazionale ed estera e per giornalisti, da realizzare sul territorio regionale;

2) nelle varie iniziative deve essere indicato il periodo di svolgimento e deve essere previsto il coinvolgimento di tutti gli operatori dell'offerta turistica marchigiana interessati a partecipare;

3) i soggetti possono presentare all'interno del progetto, le iniziative scegliendo le attività da realizzare, indistintamente tra le tipologie sopra elencate;

4) al progetto va allegato obbligatoriamente il catalogo monografico Marche cartaceo/su supporto informatico;

5) nel caso in cui le Associazioni e i Consorzi e loro aderenti presentino separatamente i progetti, gli stessi non devono contenere le medesime iniziative ed i rispettivi cataloghi devono differenziarsi nell'offerta in essi contenuta;

6) l'intervento finanziario per l'attuazione del progetto, è pari al 50% della spesa massima ammissibile, la quale non può superare € 50.000,00 per tutte le iniziative previste. Il contributo massimo concedibile, quindi, ammonta a € 25.000,00. Tale contributo, in ogni caso, non può essere superiore al deficit risultante dal rendiconto; esso terrà anche conto delle disponibilità di Bilancio per cui verrà proporzionalmente ridotto in rapporto a tali disponibilità;

7) presentazione dell'istanza a mezzo posta raccomandata A/R oppure a mezzo corriere o a mano, secondo l'allegato schema "Mod. 03" e relativi allegati e "Mod. 04" entro il 31 agosto 2010 (fa fede la data del timbro postale di spedizione, oppure del timbro di ricezione apposto dal Servizio). Nell'istanza, a firma del legale rappresentante, devono essere indicate:

- le iniziative che fanno parte del progetto (i progetti, purché attinenti all'anno 2010, possono anche riguardare iniziative già realizzate nel periodo antecedente la presentazione dell'istanza stessa);
- la spesa presunta del progetto;
- le entrate presunte del progetto, derivate da compartecipazioni finanziarie di enti pubblici e sponsorizzazioni di privati;
- il deficit presunto del progetto;
- relazione per ogni iniziativa contenuta nel progetto (tipologia: se workshop, educational, ecc., date, luoghi, ecc. );

#### Documenti da allegare, a pena di esclusione dalla istruttoria dell'istanza:

- copia cartacea o su supporto informatico del catalogo monografico Marche;
- copia autorizzazione per l'esercizio della attività di Tour Operator, rilasciata dal Comune;
- copia atto costitutivo e Statuto per Associazioni e Consorzi del ricettivo e dei Tour Operator ed AdV, oppure dichiarazione di aver trasmesso tale documentazione nell'anno 2009.

8) presentazione del rendiconto entro il 31 gennaio 2011 così composto:

- rendiconto delle spese sostenute per la realizzazione di ogni singola iniziativa (vedi "Modd. 04 e 05");
- elenco dettagliato delle fatture relative alle spese sostenute per la realizzazione di tutte le iniziative (vedi "Mod. 06");
- dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà (vedi "Mod. 07").

#### Documenti da allegare al rendiconto

-elenco dettagliato delle fatture relative alle spese sostenute per la realizzazione di tutte le iniziative (vedi "Mod. 08");

-per i workshop, sales promotion, educational e press tour, oltre alla relazione (i cui contenuti devono indicare tempi, luoghi, modalità di svolgimento, effetti correlati), deve essere allegata la lista nominativa dei Tour Operator, Agenzie di Viaggio e Giornalisti partecipanti all'iniziativa.

#### SPESA AMMISSIBILE

Sono finanziabili le spese di viaggio e di pernottamento sostenute per gli educational tour solo se relative ai partecipanti (operatori della domanda e giornalisti) in quanto considerate spese "per attività".

Le iniziative indicate nel rendiconto debbono essere le stesse per le quali è stata avanzata la richiesta di finanziamento.



Nel caso in cui alla data di scadenza di presentazione del rendiconto le iniziative previste non risultino completamente realizzate, il contributo concesso verrà ridotto proporzionalmente.

Non sono considerate ammissibili:

- le spese relative alla realizzazione del catalogo sia cartaceo che su supporto informatico;
- le spese di viaggio e di pernottamento per workshop, sales promotion e allestimenti standistici;
- l'IVA sulle fatture (esclusi i soggetti per i quali detta imposta rappresenta un costo);
- le spese che non compaiono nell'elenco delle fatture (**Mod. 08**);
- le spese fatturate a soggetti diversi dal produttore dell'istanza;
- le spese relative all'acquisto di beni strumentali;
- le spese relative a studi e consulenze nonché quelle di programmazione ed organizzative genericamente indicate;
- i compensi e i rimborsi spese agli amministratori e al personale dipendente;
- le spese per compartecipazioni ad altri progetti;
- le spese indicate in modo non intelligibili;
- ogni spesa non direttamente attinente all'iniziativa o ritenuta non appropriata.

Costituiscono motivo di esclusione dal finanziamento:

- la presentazione del progetto dopo il 31 agosto 2010;
- la mancata presentazione del catalogo;
- la presentazione dei rendiconti dopo il 31 gennaio 2011;
- la mancanza per i soggetti richiedenti di anche uno dei requisiti prescritti per accedere ai contributi;
- le istanze e i rendiconti non presentati secondo le modalità prescritte;
- i progetti non comprendenti le tipologie di interventi prescritti;
- i progetti non ammessi nella fase istruttoria;
- i soggetti con cataloghi non monografici Marche;
- i soggetti beneficiari di altri contributi della Regione Marche, dallo Stato o dalla Comunità Europea, per le medesime iniziative contenute nel progetto;
- la mancata apertura delle iniziative ammesse a finanziamento alla partecipazione di tutti gli operatori incoming Marche interessati.

***Per le Azioni di cui al punto 4.2.a, l'investimento sarà commisurato alle risorse disponibili e comunque non potrà superare € 180.000,00.***

**Mod. 03- ISTANZA** (da inviare entro il 31/08/2010)  
(da allegare alla richiesta per l' Azione 4.2.a)

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via G. da Fabriano, 9  
60125 Ancona

**OGGETTO: PPTR 2010 – Azione 4.2.a - ISTANZA**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_

nella sua qualità di  presidente,  titolare,  legale rappresentante della/del :

• Tour Operator/AdV \_\_\_\_\_

• Associazione/Consorzio di T.O./AdV \_\_\_\_\_

in ordine a quanto stabilito dal PPTR 2010 – Progetto 4.2.a, intende realizzare un progetto per l'attività di promo-commercializzazione della propria offerta turistica per l'anno 2010, attraverso le seguenti iniziative:

A) Indicare:

workshop,  sales promotion,  educational/press-tour,  allestimenti standistici come da schede allegate;

B) Piano finanziario complessivo

1. Spese presunte:

- |   |   |
|---|---|
| • Attività programmate                        | € |
| • Viaggi (solo educational/press tour)        | € |
| • Pernottamenti (solo educational/press tour) | € |
| TOTALE  | € |

2. Entrate complessive presunte €

3. Deficit presunto €

Il sottoscritto dichiara, sotto la propria responsabilità:

- che il catalogo di vendita è stato realizzato in n. \_\_\_\_\_ copie (cartaceo/supporto informatico) e contiene esclusivamente il prodotto Marche;
- che il catalogo contiene una ricettività n. \_\_\_\_\_ strutture o n. \_\_\_\_\_ posti letto;
- di avere attivato  di non avere attivato  altre procedure per il medesimo progetto, nei confronti della Regione Marche, dello Stato e della Comunità europea, anche in virtù di leggi o regolamenti comunitari;
- che le iniziative per cui si chiede il finanziamento saranno aperte alla partecipazione di tutti gli operatori incoming Marche interessati.

Allega alla presente:

- scheda Mailing List 2010;
- catalogo monografico Marche (cartaceo o supporto informatico);
- copia autorizzazione per l'esercizio della attività di Tour Operator, rilasciata dal Comune;
- copia atto costitutivo e Statuto per Associazioni e Consorzi del ricettivo e dei Tour Operator (oppure dichiarazione di aver trasmesso il documento nel 2009);
- relazione di ogni iniziativa contenuta nel progetto (**Mod. 02**), specificandone la tipologia (workshop, educational, ecc...), il luogo e le date di svolgimento.

Il sottoscritto dichiara di accettare le disposizioni relative alle modalità attuative del PPTR 2010.

---

*(Firma del legale rappresentante)*

**Mod. 04 (compilare una scheda per ogni iniziativa)**

- Tipologia d'intervento (workshop, sales promotion, educational/press tour, allestimenti standistici...)

.....  
.....  
.....

- Relazione (data, luogo, programma, finalità, ecc.)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- Preventivo:

- Spese per attività da realizzare: € .....
- Nel solo caso di educational/Press Tour  
(solo spese relative agli Operatori della domanda e giornalisti)
  - per viaggio € .....
  - per pernottamento € .....
  - Totale Spese € .....
- Entrate € .....
- Deficit € .....

\_\_\_\_\_  
(Firma del legale rappresentante)

**Mod. 05 – RENDICONTO** (entro il 31/01/2011)

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via G. da Fabriano, 9  
60125 Ancona

**OGGETTO: PPTR 2010 – Azione 4.2.a - RENDICONTO**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_ nella sua qualità di (Presidente, titolare, legale rappresentante) della/del:

- Tour Operator/AdV \_\_\_\_\_
- Associazione/Consorzio di T.O./AdV \_\_\_\_\_

con riferimento all'istanza presentata in data \_\_\_\_\_, dichiara di aver attuato le iniziative programmate, per le quali, presenta gli allegati rendiconti prescritti dal PPTR 2010 – Progetto 4.2.a, con le seguenti risultanze complessive:

**RENDICONTO FINANZIARIO**

1. Spese complessivamente sostenute ( al netto dell'IVA se la stessa non costituisce un costo,  al lordo dell'IVA se la stessa costituisce un costo)

- |   |   |
|---|---|
| • Attività realizzate                     | € |
| • Nel solo caso di educational/Press Tour |   |
| - Viaggi                                  | € |
| - Pernottamenti                           | € |
| TOTALE                                    | € |

2. Entrate complessive accertate €

3. Deficit accertato €

Allega alla presente:

- n. \_\_\_\_\_ rendiconti analitici (**Mod. 04**-uno per ogni iniziativa);
- Elenco fatture, ricevute fiscali (**Mod. 05**);
- Autocertificazione ai sensi del DPR n. 445/00 (**Mod. 06**).

Riferimenti fiscali e finanziari:

C.F./P.I.:	
Banca:	
c/c n°	
CIN	CAB
ABI	Codice IBAN

---

*(Firma del legale rappresentante)*

**Mod. 06 – RENDICONTO ANALITICO** *(uno per ogni iniziativa)*

1) Tipologia di intervento (workshop, sales promotion, educational/Press tour, allestimenti standistici) \_\_\_\_\_

2) Relazione sui risultati conseguiti:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3) Spese

- per attività realizzate

- per viaggio (elencare titoli di viaggio)  
*nel solo caso di educational/Press Tour*

.....  
.....

- per pernottamento (elencare le spese alberghiere)

.....  
.....

Totale spese €

4) Entrate €

5) Deficit €

\_\_\_\_\_  
*(Firma del legale rappresentante)*

**Mod. 07**  
**DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL'ATTO DI NOTORIETA'**  
**(da allegare al rendiconto della Azione 4.2.a)**  
*(art. 47 DPR 28/12/2000 n. 445)*

Il sottoscritto \_\_\_\_\_, nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_\_ e residente a \_\_\_\_\_  
Via \_\_\_\_\_,  
cittadino italiano, in qualità di legale rappresentante di \_\_\_\_\_

consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, richiamate dall'art. 76 del DPR 28/12/2000 n. 445, in relazione all'istanza presentata a valere sul PPTR 2010 – Azione 4.2.a

**D I C H I A R A**

- che le iniziative di commercializzazione sono state realizzate nel rispetto della vigente normativa regionale;
- che le iniziative per cui si è chiesto il finanziamento sono state aperte a tutti gli operatori incoming Marche interessati;
- che tutte le spese derivano dall'effettiva realizzazione del progetto, attuato conformemente all'istanza presentata;
- che l'IVA rappresenta un costo  / non rappresenta un costo
- che tutte le spese sono indicate al lordo  / al netto  di IVA;
- che le spese sostenute corrispondono a pagamenti già effettuati con relativo rilascio di quietanze;
- di essere  di non essere  soggetto alla ritenuta di acconto del 4% in quanto l'ente svolge  non svolge  attività d'impresa (art. 2082 del C.C.) ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 28 D.P.R. 600 del 29/09/1973;
- che non sono state accertate entrate alcune (qualora non risultassero dal rendiconto);
- che tutte le spese sono state sostenute per il progetto sopra denominato e che ad ogni prestazione o servizio resi, corrisponde la relativa documentazione (elencata nel **Mod. 06**) e che la stessa è idonea, completa e regolare e conservata in originale agli atti del soggetto beneficiario del contributo, dal sottoscritto rappresentato;
- che ai soggetti che hanno reso, per le iniziative realizzate, prestazioni o servizi sono stati effettivamente corrisposti gli importi indicati nel **Modello 06** allegato al rendiconto;
- che il c/c bancario è intestato a \_\_\_\_\_;



- conferma, altresì, di non beneficiare di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Comunità Europea, finalizzati ad ottenere interventi finanziari per il medesimo progetto, anche in virtù di leggi o regolamenti comunitari (qualora non risultassero dal rendiconto).

**ALLEGA**

- copia del proprio documento di riconoscimento.

Dichiaro di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 10 della Legge 675/96 che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

---

*(Firma)*

**Modello 08****Fac-simile elenco fatture relative alle spese sostenute per la realizzazione delle iniziative dirette anno 2010**

A) Tipologia di intervento (specificare iniziativa: workshop, sales promotion, ecc):

<b>Azioni</b> <i>(indicare la causale di spesa a cui corrisponde la fattura o la ricevuta fiscale)</i>	<b>Numero e data fatture/ricevute fiscali, ecc.</b>	<b>Nome del fornitore del bene o del servizio che ha emesso la fattura o la ricevuta fiscale</b>	<b>Importo al netto IVA se non costituisce un costo (Euro)</b>	<b>Intestazione della fattura, ricevuta fiscale, ecc.</b>
		<b>Totale</b>		

B) Tipologia di intervento (specificare iniziativa: workshop, sales promotion, ecc):

<b>Azioni</b> <i>(indicare la causale di spesa a cui corrisponde la fattura o la ricevuta fiscale)</i>	<b>Numero e data fatture/ricevute fiscali, ecc.</b>	<b>Nome del fornitore del bene o del servizio che ha emesso la fattura o la ricevuta fiscale</b>	<b>Importo al netto IVA se non costituisce un costo (Euro)</b>	<b>Intestazione della fattura, ricevuta fiscale, ecc.</b>
		<b>Totale</b>		

<b>PROGETTO INIZIATIVE DIRETTE PRESENTATO ANNO 2010</b>	
<b>COSTO TOTALE INIZIATIVE A + B + .....</b>	<b>Euro.....</b>

Il sottoscritto, consapevole delle conseguenze civili e penali in caso di dichiarazioni mendaci e falsità in atti (art. 76 del DPR 445/2000) dichiara che la documentazione di spesa di cui sopra è pertinente alla iniziativa ammessa a contributo nell'ambito dell'Azione "Iniziativa Dirette" delle modalità applicative PPTR 2010 della Regione Marche e conforme alle norme che regolano la concessione del contributo in questione; si impegna a rendere disponibili i relativi documenti originali per ogni eventuale verifica da parte di codesta Amministrazione nonché (prescindendo dalle altre conseguenze civili e penali) a restituire il contributo ricevuto in caso di inadempienza degli obblighi di legge o di dichiarazioni non veritiere.

\_\_\_\_\_  
*Firma del legale rappresentante*  
 (autenticata ovvero accompagnata dalla fotocopia  
 del documento di riconoscimento ai sensi dell'art.  
 38 DPR 445/2000)

*Nota: Le ricevute delle carte di credito non costituiscono documentazione di spesa fiscalmente valida e, pertanto, non vanno riportate in elenco.*

#### **4.2.b - CONCESSIONE INCENTIVI PER REALIZZAZIONE CATALOGHI MONOGRAFICI MARCHE**

Tali interventi finanziari sono rivolti agli Operatori Turistici Incoming Marche per favorire la commercializzazione del prodotto, attraverso la produzione di cataloghi di vendita, quali strumenti quantitativamente e qualitativamente indispensabili per la vendita del prodotto turistico.

Per accedere a tali incentivi gli Operatori Turistici Incoming Marche devono obbligatoriamente attenersi ai criteri di seguito elencati.

##### **CRITERI DI AMMISSIONE**

1. Qualifica di Operatore Turistico Incoming Marche;
2. Fasce stampa catalogo: minimo 30.000 per Tour Operator, Associazioni e Consorzi di T.O. e minimo 10.000 per Associazioni e Consorzi del ricettivo;
3. Ricettività rappresentata: 30 strutture ricettive o 1.000 posti letto;
4. Catalogo: monografico Marche 2010 realizzato in forma cartacea e/o su supporto informatico (cd-rom, dvd, PenDrive, ecc.). Per le Associazioni ed i Consorzi di Tour Operator, il catalogo deve essere rappresentativo di strutture ricettive diffuse sul territorio regionale, ovvero riferito a più località turistiche regionali;
5. Presentazione dell'istanza a mezzo posta raccomandata A/R oppure a mezzo corriere o a mano, secondo l'allegato "**Mod. 09**" entro il 30 settembre 2010 (fa fede la data del timbro postale di spedizione, oppure del timbro di ricezione apposto dal Servizio). La documentazione da allegare è obbligatoria e la mancata o incompleta presentazione della stessa costituisce motivo di esclusione dalla istruttoria dell'istanza;
6. Dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà (vedi "**Mod. 10**");
7. Nel caso in cui Associazioni e Consorzi e loro aderenti presentino separatamente istanza, i rispettivi cataloghi devono differenziarsi nell'offerta in essi contenuta.

##### **CRITERI DI CONCESSIONE E DI EROGAZIONE DEGLI INCENTIVI**

L'incentivo è concesso esclusivamente per la stampa e/o realizzazione su supporto informatico -*cd-rom, dvd, pen driv, ecc.* (esclusa la progettazione grafica ed ogni altra spesa diversa) del catalogo monografico Marche 2010.

L'assegnazione dell'incentivo a favore dei soggetti ammessi, sarà effettuata ad avvenuta completa acquisizione, entro il 15 novembre 2010, a pena di esclusione, della documentazione di cui ai criteri di ammissione.

##### **DETERMINAZIONE DELL'INCENTIVO**

L'incentivo concesso è pari al 50% della spesa ammissibile che non può superare € 50.000,00. Il contributo dell'importo massimo di € 25.000,00 sarà comunque commisurato alle effettive disponibilità di bilancio.

Al fine di uniformare l'immagine grafica dei cataloghi monografici Marche, è necessario che nei cataloghi siano inseriti i seguenti elementi tecnici:

1. pagina pubblicitaria e notizie sulla regione (dati geografici, collegamenti, ecc.);
2. dati di riferimento per ogni struttura ricettiva rappresentata in catalogo (nome, località, indirizzo, telefono, fax, sito internet, e-mail, immagine/foto);
3. pacchetti di offerta suddivisi per stagionalità, special offers per eventi, week-end od altro, prezzi all inclusive, ecc.;
4. altri elementi ritenuti di utilità per il prodotto Marche.

***Per le Azioni di cui al punto 4.2.b, l'investimento sarà commisurato alle risorse disponibili e comunque non potrà superare € 80.000,00.***

**Mod 09**

**ISTANZA** (da inviare entro il 30/09/2010)

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via G. da Fabriano, 9  
60125 Ancona

**OGGETTO: PPTR 2010 – Azione 4.2.b - ISTANZA**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_ nella sua qualità di legale rappresentante della/del: Agenzia Viaggi \_\_\_\_\_ quale Tour Operator, Associazione/Consorzio di \_\_\_\_\_ con la qualifica di Operatore Turistico Incoming Marche, in ordine a quanto stabilito dal PPTR 2010, **Progetto 4.2.b** fa domanda per ottenere gli incentivi finanziari per la realizzazione di:

1. catalogo cartaceo monografico Marche 2010: n. \_\_\_\_\_ copie, ricettività rappresentata di n. \_\_\_\_\_ strutture ricettive, per un totale di n. \_\_\_\_\_ posti letto; stampato con un costo finale di € \_\_\_\_\_ - IVA esclusa - come da fatture e note di consegna allegate;
2. catalogo monografico Marche su supporto informatico (cd-rom, dvd, PenDrive, ecc.): realizzato con un costo finale - IVA esclusa - di € \_\_\_\_\_ come da fatture e note di consegna allegate.

Allega alla presente:

- copia del catalogo cartaceo o su supporto informatico;
- copia della fattura relativa alla stampa del catalogo cartaceo oppure copia della fattura relativa alla realizzazione del catalogo su supporto informatico;
- copia delle note di consegna del catalogo o dei cataloghi cartacei o dei supporti informatici;
- relazione dettagliata sulle attività di commercializzazione effettuate e di distribuzione del catalogo;
- scheda Mailing List 2010;
- copia autorizzazione per l'esercizio della attività di Tour Operator, rilasciata dal Comune (se non trasmessa nel 2009);
- copia atto costitutivo e Statuto per Associazioni e Consorzi del ricettivo e dei Tour Operator (se non trasmessa nel 2009);
- dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà' **-Mod. 10-** (art. 47 DPR 28/12/2000, n. 445).

Il sottoscritto dichiara di accettare le disposizioni relative alle modalità attuative del PPTR 2010 della Regione Marche.

Riferimenti fiscali e finanziari:

C.F./P.I. \_\_\_\_\_  
Banca \_\_\_\_\_ c/c n° \_\_\_\_\_  
CIN \_\_\_\_\_ CAB \_\_\_\_\_ ABI \_\_\_\_\_  
Codice IBAN \_\_\_\_\_

(Firma)

\_\_\_\_\_

**Mod. 10**

**DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL'ATTO DI NOTORIEA' - Azione 4.2.b**

**(da allegare al Mod. 09)**

**(Art. 47 DPR 28/12/2000, n. 445)**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_, nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_\_ e residente a \_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_, cittadino italiano, in qualità di legale rappresentante di \_\_\_\_\_ consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, richiamate dall'art. 76 del DPR 28/12/2000 n. 445, in relazione all'istanza presentata sul Progetto 4.2.b del PPTR 2010,

**DICHIARA**

- che le iniziative di commercializzazione sono state realizzate nel rispetto della vigente normativa regionale;
- che la spesa di € \_\_\_\_\_ si riferisce alla realizzazione del catalogo monografico Marche 2010, di cui € \_\_\_\_\_ per quello cartaceo e/o € \_\_\_\_\_ per il catalogo su supporto informatico (cd-rom, dvd, PenDrive....);
- che l'IVA rappresenta / non rappresenta un costo;
- che tutte le spese sono indicate al lordo/al netto di IVA;
- che le spese sostenute corrispondono a pagamenti già effettuati con relativo rilascio di quietanze;
- di essere  di non essere  soggetto alla ritenuta di acconto del 4% in quanto l'ente svolge  non svolge  attività d'impresa (art. 2082 del C.C.) ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 28 D.P.R. 600 del 29/09/1973;
- che non sono state accertate entrate alcune (qualora non risultassero dal rendiconto);
- che tutte le copie delle fatture e delle bolle di consegna, allegate alla presente, sono conformi all'originale;
- che il c/c bancario \_\_\_\_\_ è intestato a \_\_\_\_\_;
- conferma, altresì, di non beneficiare di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Comunità Europea, finalizzati ad ottenere interventi finanziari per il medesimo progetto, anche in virtù di leggi o regolamenti comunitari (qualora non risultassero dal rendiconto).

**ALLEGA**

- copia del proprio documento di riconoscimento;
- copia conforme all'originale delle fatture e delle bolle di consegna.

Dichiara inoltre di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 10 della Legge 675/96 che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

*(Firma )*

\_\_\_\_\_

#### 4.2.c - SVILUPPO TOUR OPERATOR italiani (extraregionali) e stranieri

##### MODALITA' ATTUATIVE

Nell'ambito del Progetto Commercializzazione del PPTR 2010, la Regione attua azioni finalizzate al sostegno ed alla promozione delle attività e dei programmi dei Tour Operator/AdV che hanno la sede principale in Italia (extraregione) o all'estero, prioritariamente attraverso iniziative nel campo e della promo-pubblicità all'interno dei cataloghi di vendita, nonché attraverso incentivi finalizzati a promuovere la vetrinistica e la confezione di pacchetti turistici legati a eventi di particolare rilievo.

**L'acquisto di spazi promo-pubblicitari sui cataloghi di Tour Operator italiani (extraregionali) e stranieri**, che presentano le Marche quale meta di vacanze, è regolamentato dalle seguenti modalità, che sono obbligatorie per accedere ai benefici:

- *spazi riservati alla Regione*: una pagina pubblicitaria oltre alle pagine dedicate alle strutture ricettive delle Marche;
- *importo benefici*:
  - € 2.000,00 - stampa di minimo 50.000 copie - minimo 10 strutture ricettive in due pagine del catalogo, oltre alla pagina pubblicitaria;
  - € 5.000,00 - stampa di minimo 100.000 copie - minimo 30 strutture ricettive in cinque pagine del catalogo, oltre alla pagina pubblicitaria.

La pagina pubblicitaria deve essere inserita o in copertina o subito prima delle pagine dedicate alle strutture ricettive delle Marche.

La richiesta di incentivo relativo alla pubblicazione della pagina pubblicitaria della Regione Marche, va presentata entro il 31 agosto 2010, alla Regione Marche – P.F. Turismo e Promozione – Via Gentile da Fabriano, 9 – 60125 Ancona (ITALIA) – P.I. 00481070423.

Tale richiesta deve contenere:

- copia della fattura (con possibilmente allegate le bolle di consegna), a dimostrazione del numero dei cataloghi stampati, della Ditta che ha stampato il catalogo, quietanzata, con l'indicazione del mezzo di pagamento. Le Agenzie straniere devono produrre copia della suddetta fattura anche in lingua italiana;
- copia del catalogo contenente la pagina pubblicitaria e le strutture ricettive delle Marche;
- dichiarazione di accettazione incondizionata delle norme attuative del PPTR 2010 della Regione Marche.

Prioritariamente saranno tenute in considerazione le istanze corredate da una illustrazione sul movimento turistico sviluppato e comprovato da presenze ripartite per singole strutture ricettive marchigiane, riferite all'anno precedente.

Il mancato rispetto dei criteri sopra stabiliti, costituirà motivo di esclusione.

La pagina pubblicitaria è fornita dalla Regione Marche, a titolo gratuito su supporto informatico.

Successivamente alla comunicazione da parte della Regione Marche della avvenuta concessione dell'incentivo, il cui importo è comprensivo di IVA, il soggetto beneficiario dovrà trasmettere la seguente documentazione:

- regolare fattura di importo pari al beneficio concesso e comunicato dalla Regione Marche. Le Agenzie straniere devono produrre copia della suddetta fattura anche in lingua italiana. Nella fattura vanno indicati i dati necessari per l'accredito presso la banca dove il soggetto beneficiario è titolare di conto corrente;
- relazione sugli effetti correlati al movimento turistico sviluppato e comprovato da presenze ripartite per singole strutture ricettive della regione Marche.

Il pagamento viene effettuato esclusivamente al soggetto beneficiario che in alcun modo non può delegare ad altri la riscossione della fattura.

Con riferimento ai Tour Operator/AdV che operano nelle aree considerate bacini più importanti per il turismo marchigiano, possono essere concordati incentivi finalizzati ad allestimenti vetrinistici con

immagini Marche o a promuovere la confezione di pacchetti turistici in occasione di eventi di grande rilevanza attuati sul territorio marchigiano.

I benefici previsti nella presente Azione 4.2.c sono concessi fino alla concorrenza delle risorse finanziarie complessivamente disponibili che non potranno superare € 15.000,00. Pertanto qualora le richieste superassero le suddette risorse, l'ammontare dei benefici sarà ridotto proporzionalmente. La riduzione sarà operata privilegiando le istanze corredate da una illustrazione sul movimento turistico sviluppato e comprovato da presenze ripartite per singole strutture ricettive marchigiane, riferite all'anno precedente.

Ogni Agenzia può beneficiare di un solo incentivo, quindi non saranno considerate le istanze presentate da filiali o succursali dell'Agenzia stessa.

### **Incremento di nuovi flussi turistici**

Saranno valutate proposte di Tour Operator di spessore nazionale ed internazionale, che propongono attività di promozione e di commercializzazione del prodotto Marche, finalizzate all'incremento di nuovi flussi turistici interni ed esteri.

I programmi dovranno prevedere: azioni promo-pubblicitarie mirate sui territori di interesse per il turismo Marche, su cui operano i Tour Operator; la stampa di apposito catalogo dell'offerta turistica delle Marche o la presenza di una consistente rappresentanza dell'offerta turistica delle Marche sul catalogo generale del Tour Operator.

In particolare saranno valutate proposte contenenti l'uso dei vettori aereo-charter, treno e bus, nonché l'impegno di garantire nuovi flussi turistici, incrementando le presenze nelle strutture ricettive della nostra regione.

***Per le Azioni di cui al punto 4.2.c, l'investimento sarà commisurato alle risorse disponibili e comunque non potrà superare € 15.000,00.***

### **4.2.d - INCENTIVAZIONE PER INIZIATIVE A FAVORE DELL'UTENZA DEL PRODOTTO TERME**

Le associazioni del ricettivo operanti in località sedi di impianti termali possono presentare progetti riguardanti l'organizzazione di escursioni sul territorio regionale e attività di animazione a favore dell'utenza del Prodotto Terme, al fine di ottenere incentivi finanziari.

#### **MODALITA'**

I progetti devono essere presentati alla Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione – Via Gentile da Fabriano, 9 – 60125 Ancona, entro il 31 agosto 2010.

L'istanza deve contenere:

- 1 la relazione esplicativa del progetto;
- 2 le attività previste;
- 3 il preventivo di spesa e le entrate presunte;
- 4 la data di conclusione del progetto.

All'istanza deve essere allegato il catalogo monografico Marche, in forma cartacea e/o su supporto informatico.

Il rendiconto da presentare, entro 60 giorni dalla data di conclusione del progetto, deve contenere:

- una relazione sulle attività svolte con lista nominativa dei partecipanti alle iniziative finanziate;
- rendiconto analitico delle spese e delle entrate;
- dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà di cui all'allegato **'Mod. 11'**;
- Riferimenti fiscali e finanziari:

C.F./P.I. \_\_\_\_\_  
Banca \_\_\_\_\_ c/c n° \_\_\_\_\_  
CIN \_\_\_\_\_ CAB \_\_\_\_\_ ABI \_\_\_\_\_  
Codice IBAN \_\_\_\_\_



I contributi sono concessi nella misura del 50% della spesa ammessa e comunque fino ad un massimo di contributo concedibile di € 16.000,00.

Non sono considerate ammissibili le spese seguenti:

- 1 le spese per l'acquisto di beni d'uso che restano in dotazione dei soggetti beneficiari;
- 2 le spese mancanti di fattura o ricevuta fiscale;
- 3 le fatture o ricevute fiscali non regolari;
- 4 le spese per il personale dipendente;
- 5 l'IVA non costituente un costo;
- 6 imposte (IRPEF, IRPEG, ecc.);
- 7 telefono, luce, gas, acquedotto, se non riferiti ad allacci temporanei connessi al progetto;
- 8 le spese per carburanti, guasti, cellulari ed altre spese non riconducibili direttamente al progetto;
- 9 le spese di rappresentanza;
- 10 i compensi agli organi istituzionali;
- 11 le spese e gli interessi bancari;
- 12 i contributi a qualsiasi titolo erogati;
- 13 le spese non intelligibili;
- 14 ogni altra spesa non direttamente attinente alla manifestazione o ritenuta non appropriata.

***Per le Azioni di cui al punto 4.2.d, l'investimento sarà commisurato alle risorse disponibili e comunque non potrà superare € 16.000,00.***

**Mod. 11**

**DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL'ATTO DI NOTORIETA'**

**(da allegare alla richiesta per l' Azione 4.2.d)**

**(Art. 47 DPR 28/12/2000, n. 445)**

Il sottoscritto \_\_\_\_\_, nato a \_\_\_\_\_(prov.\_\_\_\_\_) il \_\_\_\_\_ residente a \_\_\_\_\_ in Via \_\_\_\_\_, cittadino italiano, in qualità di legale rappresentante di \_\_\_\_\_, con sede a \_\_\_\_\_(Prov. \_\_\_\_), in Via \_\_\_\_\_, consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere, di formazione o uso di atti falsi, richiamate dall'art. 76 del DPR 445 del 28/12/2000, in relazione all' istanza presentata sulla Azione 4.2.d del PPTR 2010,

**DICHIARA**

- che le iniziative di commercializzazione sono state realizzate nel rispetto della normativa regionale vigente;
- che tutte le spese derivano dall'effettiva realizzazione del progetto, attuato conformemente all'istanza presentata;
- che l'IVA rappresenta  / non rappresenta un costo  ;
- che tutte le spese sono indicate al lordo  / al netto di IVA  ;
- che le spese sostenute corrispondono a pagamenti già effettuati con relativo rilascio di quietanze;
- che non sono state accertate entrate alcune (qualora non risultassero dal rendiconto);
- che tutte le spese sono state sostenute per il progetto sopra denominato e che ad ogni prestazione o servizio resi elencati nel presente rendiconto, è corredata la prescritta documentazione e che la stessa è idonea, completa e regolare e acquisita agli atti dell'ente da lui rappresentato;
- che tutte le copie delle fatture e ricevute fiscali, allegare alla presente, sono conformi all'originale;
- che il c/c bancario \_\_\_\_\_ è intestato a \_\_\_\_\_;
- conferma, altresì, di non beneficiare di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Comunità Europea, finalizzati ad ottenere interventi finanziari per il medesimo progetto, anche in virtù di leggi o regolamenti comunitari (qualora non risultassero dal rendiconto).

**ALLEGA:**

- copia del proprio documento di riconoscimento;
- copia conforme all'originale delle fatture e/o ricevute fiscali.

Dichiara, inoltre, di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 10 della Legge 675/96 che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

\_\_\_\_\_  
*Firma*

## 4.2.e - INCENTIVI PER L'UTILIZZO DEI VETTORI AEREO-CHARTER E BUS

### 4.2.e/1 - INCENTIVI PER AGENZIE DI VIAGGIO E TOUR OPERATOR CON CATALOGO COMPREDENTE IL PRODOTTO MARCHE CON PACCHETTI CHE PREVEDANO L'UTILIZZO DEI VETTORI AEREO-CHARTER

#### MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE E DOCUMENTAZIONE CONSUNTIVA

##### Destinatari

Possono presentare domanda per ottenere tali incentivi le Agenzie di Viaggio e i Tour Operator, in regola con le autorizzazioni amministrative previste dalla legge, che hanno organizzato viaggi con utilizzo di voli charter, voli di linea - anche low cost - ed inclusive tour, con arrivo e partenza sull'aeroporto "Raffaello Sanzio" di Ancona (Falconara M.) e con pernottamenti in strutture ricettive marchigiane. I voli dovranno essere di provenienza da paesi esteri. Il contributo sarà calcolato sul numero dei pernottamenti generati dal progetto in strutture ricettive marchigiane e dimostrati attraverso specifica documentazione.

Per strutture ricettive si intendono:

- Alberghi;
- Residence turistico alberghiere;
- Campeggi;
- Villaggi Turistici;
- Country House;
- Agriturismi;
- Case per ferie e Ostelli per la Gioventù;
- Case e appartamenti per vacanze a carattere imprenditoriale;
- Bed & Breakfast;
- Affittacamere.

##### Criteri di assegnazione

I contributi vengono concessi fino alla concorrenza delle risorse finanziarie complessivamente **disponibili**, pertanto, qualora le richieste superassero tali risorse, l'ammissione a contributo sarà ridotta proporzionalmente.

##### Ammontare del contributo

Il contributo sarà pari a Euro 60,00 a persona, per soggiorni di almeno 7 notti consecutive. Sarà calcolato sul numero dei pernottamenti generati dal progetto in strutture ricettive marchigiane e dimostrati attraverso specifica documentazione.

I contributi vengono concessi secondo i criteri di assegnazione sopra specificati.

##### Presentazione della domanda

I beneficiari degli interventi devono far pervenire un'apposita richiesta a Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione - Via Gentile da Fabriano, 9 - 60125 Ancona.

Il termine di decadenza dell'ammissibilità delle istanze di contributo per i viaggi organizzati dal 1 gennaio fino al 31 dicembre 2010 è fissato entro e non oltre le ore 12.00 del 1 febbraio 2011.

La data di arrivo delle domande sarà comprovata dal timbro d'arrivo apposto dall'ufficio protocollo della competente Struttura della Regione Marche. Per le domande spedite con lettera raccomandata farà fede la data apposta sul plico dall'ufficio postale di partenza.

##### Contenuto della domanda

Le istanze devono contenere:

- i voli effettuati, la provenienza e l'aeroporto di arrivo;
- per ogni volo: le date di effettuazione, la lista delle persone componenti il gruppo, il numero dei pernottamenti effettuati e le strutture ricettive del territorio della regione Marche ospitanti.

##### Documentazione da allegare alla domanda

Le istanze di contributo, devono essere corredate dalla documentazione seguente:

- autocertificazione sulla natura giuridica del soggetto e sull'attività principale dell'impresa, attestante l'appartenenza tra quelle previste dalla misura;

- copie conformi, autocertificate, delle fatture emesse dalle strutture ricettive, contenenti il numero delle persone ospitate, il periodo di soggiorno e gli importi corrisposti. Tali fatture, rilasciate dall'esercizio ricettivo ospitante, devono essere intestate al soggetto richiedente il contributo, devono essere quietanzate e recare l'indicazione del mezzo di pagamento;
- elenco nominativo delle persone ospitate con l'indicazione dei relativi voli di arrivo e partenza sottoscritto dalla struttura ricettiva;
- dichiarazione rilasciata dalla Aerdorica spa sull'effettuazione dei viaggi relativi ai passeggeri per i quali si richiede il contributo, contenente, per ogni richiesta, l'elenco nominativo delle persone arrivate e quello delle persone ripartite, i dati relativi ai voli con le date e gli orari di arrivo e di partenza.

La competente struttura della Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione - potrà richiedere ulteriori documenti ritenuti necessari per l'istruttoria della richiesta.

La documentazione a consuntivo, presentata da Agenzie di Viaggio e Tour Operator con sede legale fuori del territorio italiano, dovrà essere tradotta ed autenticata dalla competente Ambasciata Italiana all'estero.

Fattura del soggetto richiedente da emettere dopo la comunicazione di concessione del contributo

Esclusivamente dopo la comunicazione da parte della Regione Marche della concessione del contributo e dell'ammontare dello stesso, il soggetto dovrà emettere specifica fattura (secondo le indicazioni ricevute) che costituirà titolo per l'erogazione dei benefici. La fattura dovrà recare le opportune modalità di accredito, con indicazione completa di tutte le coordinate bancarie necessarie all'eventuale bonifico, di importo pari all'ammontare del contributo concesso (IVA compresa nel contributo), la quale dovrà essere trasmessa alla Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione.

***Per l'Azione di cui al punto 4.2.e/1 viene prevista la somma di € 100.000,00. L'investimento sarà comunque commisurato alle risorse disponibili.***

4.2.e/2 - INCENTIVI PER TOUR/BUS OPERATOR ITALIANI (extraregione) E STRANIERI, AGENZIE DI VIAGGIO, ASSOCIAZIONI MARCHIGIANI, ASSOCIAZIONI ED ENTI CULTURALI, ORGANIZZAZIONI SPORTIVE ISTITUTI SCOLASTICI EXTRAREGIONALI E REGIONALI CON SOGGIORNI CHE PREVEDANO L'UTILIZZO DEL VETTORE BUS

CONDIZIONI PER ACCEDERE AL CONTRIBUTO

**A) Tour/Bus Operator, CRAL aziendali, Agenzie di viaggio, Associazioni Sportive extraregionali**

- 1) Periodo validità: tutto l'anno, escluso il periodo 05/07 - 30/8/2010;
- 2) Soggiorno: minimo 5 (cinque) pernottamenti in strutture ricettive marchigiane;
- 3) Contributo: - € 600,00 per ogni viaggio di provenienza estera;  
- € 350,00 per ogni viaggio di provenienza dalle altre regioni italiane.

**B) Federazioni/Associazioni Marchigiani (Viaggi vacanze)**

- 1) Periodo validità: tutto l'anno;
- 2) Soggiorno: minimo 2 (due) pernottamenti in strutture ricettive marchigiane;
- 3) Contributo: - € 600,00 per ogni viaggio di provenienza estera;  
- € 350,00 per ogni viaggio di provenienza dalle altre regioni italiane.

**C) Istituti scolastici (Gite studenti) , Associazioni Giovanili e Associazioni Sportive regionali**

- 1) Periodo validità: tutto l'anno;
- 2) Soggiorno: minimo 2 (due) pernottamenti in strutture ricettive marchigiane;
- 3) Contributo: - € 600,00 per ogni viaggio di provenienza estera;  
- € 350,00 per ogni viaggio di provenienza dalle altre regioni italiane;  
- € 250,00 per ogni viaggio di provenienza da città delle Marche.

**D) Tour Operator, Agenzie di viaggio, Associazioni ed Enti Culturali che organizzano Viaggi-Vacanze Studio**

- 1) Periodo validità: tutto l'anno ;
- 2) Soggiorno: minimo 7 (sette) pernottamenti in strutture ricettive marchigiane;
- 3) Contributo: - € 600,00 per provenienza estera;  
- € 350,00 per provenienza dalle altre regioni italiane.

Nota: tutti gli importi dei contributi di cui sopra sono comprensivi di IVA.

REQUISITI DI AMMISSIBILITÀ

- a) Provenienza dall'estero o da altre regioni italiane, fatta eccezione per le gite degli studenti e delle Associazioni Giovanili e Sportive di cui alla lettera "C";
- b) Destinazione località delle Marche;
- c) Minimo 30 (trenta) persone per ogni bus.

PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Le domande e la documentazione da presentare per ottenere i benefici per la presente Azione vanno inoltrate a:

REGIONE MARCHE - P.F. Turismo e Promozione - Via Gentile da Fabriano, 9 -  
60125 Ancona

Le richieste preventive redatte su carta intestata, vanno inoltrate prima dell'effettuazione del viaggio o dei viaggi e devono contenere, i seguenti dati:

Elenco dei viaggi preventivati nel corso dell'anno con specifica di:

- Località di partenza e di arrivo per ogni bus previsto;
- Numero di partecipanti per ogni gruppo;
- Periodo di pernottamento per ogni gruppo;
- Denominazione della struttura ricettiva dove alloggerà il gruppo;

- Per le Associazioni di Marchigiani, copia dello Statuto o autocertificazione resa ai sensi del DPR n.445/2000 e successive modificazioni ed integrazioni attestante l'avvenuta costituzione;
- Per le Associazioni (Giovanili e Sportive) e per gli Enti Culturali, copia dello Statuto, autocertificazione resa ai sensi del DPR n.445/2000 e successive modificazioni ed integrazioni attestante l'avvenuta costituzione e le finalità culturali del sodalizio;
- Per i soggetti che organizzano viaggi / vacanze studio (lett. D) copia della documentazione atta a dimostrare l'iscrizione e la frequenza al corso rilasciata da un istituto scolastico o altro soggetto abilitato.

Per i viaggi previsti nei mesi di novembre e dicembre 2010, le domande devono pervenire entro il 31 ottobre 2010, la documentazione giustificativa degli stessi deve pervenire entro e non oltre il 31 gennaio 2011.

## DOCUMENTAZIONE RICHIESTA

Ai fini di beneficiare del contributo, i soggetti richiedenti ed ammessi devono presentare alla Regione Marche, la seguente documentazione per ogni Tour-Bus:

### 1. Documentazione Bus

a) Esclusivamente per i soggetti non proprietari del Bus.

Produrre copia della fattura quietanzata per l'avvenuto pagamento, relativa al noleggio del bus per ogni viaggio di ciascun gruppo trasportato;

b) Esclusivamente per i soggetti proprietari del Bus.

Produrre dichiarazione in originale sottoscritta dal legale rappresentante, con indicazione della targa del pullman, delle località e date di partenza e di arrivo del tour e il numero di passeggeri trasportati;

### 2. Documentazione struttura ricettiva

- Lista nominativa dei passeggeri sottoscritta dall'esercizio ricettivo ospitante;

- Copia della fattura quietanzata per l'avvenuto pagamento e con l'indicazione del mezzo di pagamento, rilasciata dall'esercizio ricettivo ospitante, intestata al soggetto richiedente o al partner regionale intermediario del booking. In questo caso il soggetto richiedente allega una dichiarazione nella quale viene indicato il nominativo del partner regionale;

### 3. Fattura del soggetto richiedente

Recante le opportune modalità di accredito e con indicazione completa di tutte le coordinate bancarie necessarie all'eventuale bonifico, di importo pari all'ammontare del contributo concesso (IVA compresa nel contributo), la quale dovrà essere trasmessa alla P.F. Turismo e Promozione esclusivamente dopo la comunicazione da parte della Regione Marche della concessione del contributo e dell'ammontare dello stesso, e costituirà titolo per l'erogazione dei benefici.

## TERMINI

La documentazione di cui sopra, deve essere trasmessa o consegnata alla Regione Marche, entro 45 giorni dalla data di conclusione di ogni singolo soggiorno al seguente indirizzo:

REGIONE MARCHE - P.F. Turismo e Promozione - Via Gentile da Fabriano, 9  
60125 Ancona

Per strutture ricettive si intendono:

- Alberghi;
- Residenze turistico-alberghiere;
- Campeggi;
- Villaggi Turistici;
- Country House;
- Agriturismi;

- Case per ferie e Ostelli per la Gioventù;
- Case e appartamenti per vacanze a carattere imprenditoriale.

I contributi vengono concessi fino alla concorrenza delle risorse finanziarie complessivamente **disponibili**, pertanto, qualora le richieste superassero tali risorse, l'ammissione a contributo sarà ridotta proporzionalmente.

***Per l'Azione di cui al punto 4.2.e/2 viene prevista la somma di € 80.000,00. L'investimento sarà comunque commisurato alle risorse disponibili.***

## MODALITA' ATTUATIVE RELATIVE AL PUNTO 4.3 DEL PPTR 2010 – INIZIATIVA CONSORZI TURISTICI (L. 394/81 art. 10)

### FINALITA'

I contributi sono concessi ad attività promozionali e alla realizzazione di progetti rivolti ad incrementare la domanda turistica estera al fine di convogliare i flussi turistici verso l'Italia. Tali contributi sono destinati ai consorzi turistico - alberghieri per favorire il processo di internazionalizzazione in forma aggregata delle piccole e medie imprese associate. Possono essere oggetto di finanziamento unicamente i costi delle azioni promozionali rivolte al mercato estero. Non sono finanziabili progetti ed azioni volti al diretto sostegno delle vendite.

### SOGGETTI BENEFICIARI E REQUISITI

Consorzi o società consortili monoregionali le cui imprese associate (turistiche - alberghiere) devono avere la sede legale nella regione Marche.

Le consorziate devono essere piccole e medie imprese ai sensi della normativa U.E.

Il Consorzio deve essere costituito da un numero di imprese non inferiore a 8.

### PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Le domande di contributo vanno presentate, utilizzando il **"Mod. A"**, entro il 30 settembre 2010 a Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione - Via Gentile da Fabriano, 9 - 60125 Ancona per mezzo posta raccomandata A/R oppure a mezzo corriere o a mano, secondo gli allegati schemi. Farà fede la data del timbro postale di spedizione.

I progetti, purché attinenti all'anno 2010, possono anche riguardare iniziative già realizzate nel periodo antecedente la presentazione dell'istanza stessa.

### TIPOLOGIE DI INTERVENTO

Vengono finanziate le seguenti tipologie di interventi:

- Partecipazioni a fiere estere;
- Partecipazioni a fiere internazionali in Italia;
- Realizzazione, stampa e distribuzione di cataloghi, depliant, materiale informatico, ecc. redatti in lingua estera. Le spese relative alla semplice ristampa non sono ammesse a contributo. Per la concessione del contributo devono essere espressamente comunicate le modalità di distribuzione all'estero;
- Pubblicità all'estero su giornali, riviste specializzate, radio e televisione;
- Educational per operatori esteri; workshop, conferenze e incontri promozionali con operatori esteri e/o all'estero;
- Azioni dimostrative e degustazioni con operatori esteri e/o all'estero;
- Ricerche di mercato finalizzate a successive azioni promozionali sul mercato prescelto, da descrivere;
- Apertura e aggiornamento sito internet predisposto in lingua estera. Gli aggiornamenti sono ammessi qualora comportino evidenti e sostanziali variazioni strutturali e grafiche;
- Realizzazione e promozione all'estero del marchio consortile;
- Corsi professionali per operatori esteri in Italia.

### MISURA DEL CONTRIBUTO

La misura del contributo concesso dipende dalle risorse finanziarie di bilancio, dal numero delle istanze pervenute e dai finanziamenti ammessi a contributo. In ogni caso non può superare il 50% delle spese sostenute.

*Il contributo pubblico concesso per gli interventi ammessi a finanziamento non è cumulabile con altre agevolazioni pubbliche previste da normative regionali, statali e comunitarie per i medesimi costi ammissibili.*

### SPESE AMMISSIBILI

Sono ammissibili le seguenti spese:



- Spese sostenute direttamente dal consorzio per la realizzazione dei progetti;
- Spese generali di gestione e di personale imputabili alle iniziative limitatamente ad una percentuale massima del 20% delle spese di progetto purché il consorzio sia dotato di struttura stabile. Tali spese devono riferirsi all'attività svolta nella struttura per le iniziative per cui è stato richiesto il contributo;
- Spese di viaggio (aereo, treno) e pernottamento per un dipendente del consorzio o titolare di contratto a progetto riferito all'iniziativa per cui si chiede il contributo, nonché quelle sostenute da un amministratore del consorzio o persona specificamente incaricata dal consorzio stesso, per un totale di 2 persone.

#### SPESE NON AMMISSIBILI

Non sono ammissibili le seguenti spese:

- le spese di allestimenti personalizzati per la partecipazione alle fiere. Le aree espositive, così come la pubblicità su stampa estera, dovranno mettere in evidenza il consorzio nel suo complesso e non le singole imprese;
- le spese non pertinenti e imputate in modo generico;
- le spese relative ad azioni dirette a sostenere le vendite o la rete di distribuzione;
- le spese indicate in modo non intelligibile;
- l'IVA sulle fatture (esclusi i soggetti per i quali detta imposta rappresenta un costo);
- le spese relative al finanziamento di azioni o attività aventi natura commerciale.

#### PRESENTAZIONE DEL RENDICONTO

La richiesta di liquidazione del contributo deve essere presentata entro il mese di gennaio dell'anno successivo a quello in cui è stata realizzata e deve essere redatta secondo i **Modelli B, D, E, F**.

Le attività rendicontate devono essere le stesse per cui è stato chiesto il contributo.

Nel caso in cui le iniziative rendicontate siano in numero minore a quelle preventivate il finanziamento concesso verrà ridotto proporzionalmente.

**MOD. A**

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via Gentile da Fabriano, 9  
60125 ANCONA

**Oggetto: Legge 394/81, art. 10 - Richiesta di contributo**

Il sottoscritto..... legale rappresentante del Consorzio .....  
con sede in .....(indicare la sede legale), Via/Piazza ..... c.a.p.  
.....telefono n..... fax n. ....e-mail ..... sito web ..... iscritto  
alla CCIAA di ....., al n. ...., chiede la concessione del contributo  
finanziario previsto dalla legge 394/81, art. 10, a fronte del Programma Promozionale Turistico  
Regionale 2010 composto di n. .... progetti, per la spesa di € ....., che si sottopone  
per l'approvazione.

A tal fine comunica di avere incaricato il sig. .... quale referente per i  
rapporti con la Regione Marche, tel....., fax ....., e-mail.....

Il sottoscritto, consapevole delle conseguenze civili e penali in caso di dichiarazioni mendaci e  
falsità in atti (art. 76 del DPR 445)

**dichiara che il consorzio:**

- a) è stato costituito il .....
- b) ha natura monoregionale
- c) appartiene alla seguente tipologia:  
.....
- d) è formato da piccole e medie imprese
- e) è costituito da n. .... imprese;
- f) dispone di una struttura operativa stabile in Italia, costituita da una sede propria  
(*indicare il titolo di possesso*).....  
e da proprio personale dipendente o titolare di contratto a progetto riferito alle iniziative per cui si  
chiede il contributo  
(*indicare numero di persone e tipo di contratto*).....  
.....  
*ovvero*  
dispone di personale e sede messi a disposizione da .....

**Allega:**

1. fotocopia autenticata dell'atto costitutivo e dello statuto vigente  
*ovvero*  
- dichiarazione che gli stessi sono stati già presentati in passato alla competente struttura  
della Regione e non hanno subito variazioni  
*ovvero*  
fotocopia dello statuto variato
2. certificato della Camera di commercio competente, rilasciato in data non anteriore a tre  
mesi rispetto a quella di presentazione della domanda, attestante che il consorzio svolge  
attività e non è soggetto a procedure concorsuali  
*ovvero, in sostituzione,*  
- dichiarazione di responsabilità resa dal legale rappresentante che il consorzio svolge  
attività e non è soggetto a procedure concorsuali;
3. sintesi del programma di attività come da Modello B;
4. n. ....schede-progetto redatte, come da Modello C, per ciascun progetto;

5. elenco delle imprese turistiche associate con l'indicazione, per ciascuna, della sede legale ed operativa;
6. copia leggibile del documento di identità del legale rappresentante (*da allegare qualora la firma della domanda non sia autenticata*).

---

*Firma del legale rappresentante*  
(autenticata ovvero accompagnata dalla fotocopia del documento di riconoscimento ai sensi dell'articolo 38 del DPR 28.12.2000, n. 445)

**MOD. B***(da allegare sia alla domanda di contributo per le spese preventivate sia al rendiconto)*

n.ro del progetto	Denominazione progetto	data di svolgimento	paese	importo progetto escluse spese generali di gestione e di personale al netto dell'Iva se non costituisce un costo *	spese gen.li gestione e di personale (solo il 20%) al netto dell'Iva se non costituisce un costo	costo totale del progetto al netto dell'Iva se non costituisce un costo
			TOTALI			

*\* Gli importi vanno indicati al lordo dell'IVA se essa costituisce un costo.*

**MOD. C**

**Scheda da compilare per ciascun singolo progetto ex legge 394/81 art.10 (mantenere numerazione del modello B).**

Progetto n. ....(mantenere numerazione del modello B) denominato:  
.....

Costo totale del progetto (incluso 20 % spese gestione e di personale), al netto dell'Iva se non costituisce un costo

€ .....

Scelta del mercato estero .....

Obiettivo del progetto .....

Azioni (per ciascuna azione descrivere in modo breve ed esauriente):

- contenuto

.....  
.....  
.....

- fasi

.....  
.....  
.....

- luogo

.....  
.....

- date

.....

- elenco dettagliato delle voci di spesa e relativo costo (preventivi al netto dell'Iva se non costituisce un costo):

Spazio espositivo mq .....	€
Allestimento	€
Interpretariato – n.ro interpreti e n.ro giorni.....	€
Viaggio – nominativo, ruolo ricoperto da chi viaggia, data del viaggio A/R..... ..... .....	€
Alloggio – nominativo, ruolo ricoperto, numero giorni di permanenza ..... ..... .....	€
Pubblicità su stampa estera – indicazione delle testate e numero di inserzioni..... ..... .....	€

Sito web – costituzione o ristrutturazione (specificare) .....	€
Invito di operatori esteri – numero e tipologia invitati, Paese di provenienza, periodo, tipo di ospitalità offerta..... ..... .....	€
Altro – descrivere voce come da tipologia di intervento ammesso a finanziamento:	€
	€
	€
	€
<b>TOTALE</b>	€

Spese generali di gestione e di personale (specificare sia il totale della spesa sia il 20% finanziabile al netto dell'iva se non costituisce un costo)  
(*descrivere*).....  
.....  
.....

TOTALE SPESE DI GESTIONE E PERSONALE € .....

20% SPESE DI GESTIONE E PERSONALE € .....

Ruolo di eventuali soggetti partecipanti privati se è prevista la partecipazione finanziaria  
.....  
.....

Costo totale del progetto (compreso solo il 20% spese di gestione e personale) al netto dell'iva se non costituisce un costo euro.....	<b>Copertura</b>	
	Risorse proprie (*)	euro.....
	Contributo atteso della Regione	euro.....
	Ricavi vari e sponsorizzazioni private	euro.....

(\*) per risorse proprie si intendono: le riserve disponibili e le quote associative ordinarie e straordinarie versate dai soci.

*Firma del legale rappresentante*

\_\_\_\_\_

**MOD. D**

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via Gentile da Fabriano, 9  
60125 ANCONA

**Oggetto: Legge 394/81 art. 10 – Rendicontazione del programma svolto.**

Il sottoscritto..... legale rappresentante del Consorzio .....  
con sede in .....(legale), Via/Piazza ..... c.a.p. .... telefono  
n..... fax n. .... e-mail .....  
sito web ..... iscritto alla CCIAA di ....., al n.  
....., presenta la rendicontazione relativa al programma realizzato ai sensi dell'art. 10  
Legge 394/81, composto di n. ....progetti, le cui spese ammontano complessivamente a €  
....., al fine di ottenere il contributo richiesto.

A tal fine comunica di avere incaricato il Sig. .... quale referente per  
i rapporti con la Regione Marche, tel. ...., fax .....  
e-mail .....

Il sottoscritto, consapevole delle conseguenze civili e penali in caso di dichiarazioni mendaci e  
falsità in atti (art. 76 del DPR 445/2000), dichiara:  
che le spese sostenute corrispondono a pagamenti già effettuati con relativo rilascio di quietanze.  
Che il contributo pubblico concesso da codesta Regione non sarà cumulato con altre agevolazioni  
pubbliche previste da normative regionali, statali e comunitarie per i medesimi costi ammissibili.  
Che l'IVA rappresenta un costo  / non rappresenta un costo

Che tutte le spese sono indicate al lordo  / al netto  di IVA.

Che le spese sostenute corrispondono a pagamenti già effettuati con relativo rilascio di quietanze.

Di essere  di non essere  soggetto alla ritenuta di acconto del 4% in quanto l'ente  
svolge  non svolge  attività d'impresa (art. 2082 del C.C.) ai sensi e per gli effetti di cui all'art.  
28 D.P.R. 600 del 29/09/1973.

Che, qualora il consorzio abbia richiesto finanziamenti per allestimenti standistici, le aree espositive  
non erano personalizzate ma mettevano in evidenza il Consorzio nel suo complesso.

Che tutte le spese sono state sostenute per i progetti di cui al **Modello B**.

Con la presente inoltre il sottoscritto attesta che la documentazione di spesa elencata nel  
consuntivo è pertinente all'iniziativa ammessa e conforme alle norme che regolano la concessione  
del contributo in questione, e si impegna a rendere disponibili la relativa documentazione originale  
per ogni eventuale verifica da parte di codesta Amministrazione e a restituire il contributo ricevuto in  
caso di inadempienza degli obblighi di legge o di dichiarazioni non veritiere.

Allega:

- sintesi del programma realizzato, come da **Modello B** presentato con la richiesta di contributo;
- n.....schede, redatte secondo il **Modello E**, concernenti i singoli progetti realizzati;
- elenco delle fatture relative alle spese effettivamente sostenute (**Modello F**);
- copia leggibile del documento di identità del legale rappresentante (*da allegare qualora la firma della domanda non sia autenticata*).

Infine comunica che:

- la somma può essere accreditata sul c/c n. ...., intrattenuto presso la banca ....., codice ABI n. ...., codice CAB n. ...., codice CIN n. ....IBAN n. ....
- il consorzio non è tenuto all'obbligo dell'esibizione della bolletta d'incasso;
- il consorzio è intestatario del codice fiscale n. .... (partita IVA .....

Data \_\_\_\_\_

---

*Firma del legale rappresentante*  
(autenticata ovvero accompagnata dalla fotocopia del  
documento di riconoscimento ai sensi dell'articolo 38  
DPR 445/2000)



**MOD. E****Scheda concernente i singoli progetti promozionali ex legge 394/81 art. 10**

Progetto n.....<sup>1</sup> denominato.....  
 .....

Costo totale del progetto (incluso 20% spese generali di gestione e di personale) al netto dell'Iva se non costituisce un costo € .....

Attuazione delle azioni – (per ciascuna azione descrivere in modo breve ed esauriente)

- contenuto .....

.....

.....

.....

- fasi .....

.....

- luogo .....

- date.....

- elenco dettagliato delle voci di spesa e relativo costo al netto dell'Iva se non costituisce un costo (vedi fac simile sottostante):

Spazio espositivo mq .....	€
Allestimento	€
Interpretariato – n.ro interpreti e n.ro giorni	€
Viaggio – nominativo, ruolo ricoperto, data del viaggio A/R ..... ..... .....	€
Alloggio – nominativo, ruolo ricoperto, numero giorni di permanenza ..... ..... .....	€
Pubblicità su stampa estera - indicazione delle testate, numero e date delle inserzioni ..... ..... .....	€
Sito web – costituzione o ristrutturazione (specificare) ..... ..... .....	€
Invito di operatori esteri – numero e tipologia degli invitati, Paese di provenienza, periodo, tipo di ospitalità offerta ..... ..... ..... ..... .....	€
	€

Altro – descrivere come da tipologia di intervento ammesso a finanziamento ..... ..... ..... .....	
	€
	€
	€
<b>TOTALE</b>	€

Spese generali di gestione e di personale (specificare sia il totale della spesa sia il 20% finanziabile al netto dell'iva se non costituisce un costo)

.....  
.....

**TOTALE SPESE GESTIONE E DI PERSONALE** €.....

**20% SPESE GESTIONE E DI PERSONALE** € .....

Ruolo di eventuali soggetti partecipanti privati <sup>2</sup>

.....  
.....

	<b>Copertura</b>	
	Costo totale del progetto (compreso solo il 20% spese di gestione e personale) euro.....	Risorse proprie (*)
	Contributo atteso della Regione	euro.....
	Ricavi vari e sponsorizzazioni private	euro.....

(\*) per risorse proprie si intendono: le riserve disponibili e le quote associative ordinarie e straordinarie versate dai soci.

\_\_\_\_\_  
(firma del legale rappresentante)

1 *Mantenere la stessa numerazione e le stesse voci di spesa dei progetti presentati per l'approvazione (Mod. C).*

2 *Partecipazione finanziaria di eventuali soggetti privati (denominazione, rapporto con il richiedente, valore del contributo) e/o ricavi.*

**Modello F**

**Fac simile elenco fatture intestate al consorzio relative alle spese sostenute per la  
realizzazione del programma dell'anno 2010**

**Progetto n. 1 denominato .....**\*

<b>Azioni</b> <i>(indicare la causale di spesa a cui corrisponde la fattura o la ricevuta fiscale e precisare quando si tratta di spese generali e di personale per un max del 20%)</i>	<b>Numero e data fatture/ricevute fiscali, ecc. intestate al Consorzio</b>	<b>Nome del fornitore del bene o del servizio che ha emesso la fattura o la ricevuta fiscale</b>	<b>Importo al netto IVA (Euro)</b>	<b>Intestazione della fattura, ricevuta fiscale, ecc.</b>
		<u>Totale</u>		

**Progetto n. 2 denominato .....**

<b>Azioni</b> <i>(indicare la causale di spesa a cui corrisponde la fattura o la ricevuta fiscale e precisare quando si tratta di spese generali e di personale per un max del 20%)</i>	<b>Numero e data fatture/ricevute fiscali, ecc. intestate al Consorzio</b>	<b>Nome del fornitore del bene o del servizio che ha emesso la fattura o la ricevuta fiscale</b>	<b>Importo al netto IVA (Euro)</b>	<b>Intestazione della fattura, ricevuta fiscale, ecc.</b>
		<u>Totale</u>		

<b>PROGRAMMA PRESENTATO ANNO 2010</b>	
<b>COSTO TOTALE PROGETTI N.1 + N.2 + .....</b>	<b>Euro.....</b>

Il sottoscritto, consapevole delle conseguenze civili e penali in caso di dichiarazioni mendaci e falsità in atti (art. 76 del DPR 445) dichiara che la documentazione di spesa di cui sopra è pertinente all'iniziativa ammessa e conforme alle norme che regolano la concessione del contributo

in questione, si impegna a rendere disponibili i relativi documenti originali per ogni eventuale verifica da parte di codesta Amministrazione nonché (prescindendo dalle altre conseguenze civili e penali) a restituire il contributo ricevuto in caso di inadempienza degli obblighi di legge o di dichiarazioni non veritiere.

---

*Firma del legale rappresentante*  
(autenticata ovvero accompagnata dalla fotocopia del documento di riconoscimento ai sensi dell'art. 38 DPR 445/2000)

*Nota: Le ricevute delle carte di credito non costituiscono documentazione di spesa fiscalmente valida e, pertanto, non vanno riportate in elenco.*

---

*\* Mantenere la numerazione del modello B*

## AZIONE 6 - PRODOTTO

### 6.1 PROGETTI ACCOGLIENZA

Sostegno alla realizzazione di manifestazioni ed eventi di particolare interesse ai fini del supporto all'offerta turistica territoriale.

#### MODALITÀ PER L' ACCESSO AI CONTRIBUTI

Per i progetti presentati in forma aggregata, la domanda di accesso ai benefici del cofinanziamento ed il rendiconto dei progetti ammessi, devono essere presentati da un soggetto capofila ed essere sottoscritti dai legali rappresentanti di tutti gli altri eventuali soggetti coinvolti. In questo caso tutti i documenti di spesa e di entrata devono essere intestati al soggetto capofila in quanto unico beneficiario del contributo.

Per i progetti presentati dai Sistemi Turistici Locali, tutti i documenti di spesa e di entrata devono essere inerenti l'attuazione del progetto ed essere intestati al soggetto richiedente che ha presentato l'istanza.

Nel caso in cui i documenti di spesa e di entrata risultino - in tutto o in parte - intestati agli altri soggetti aderenti al Sistema alla data di presentazione del progetto, il STL dovrà chiarirne le motivazioni con una relazione giustificativa, pena la revoca del contributo concesso.

Non sono ammissibili richieste di cofinanziamento per progetti che beneficino, in tutto o in parte per gli stessi scopi, di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Unione Europea.

**I progetti devono essere inoltrati, entro e non oltre il 31 luglio 2010, utilizzando la modulistica allegata,** a mezzo posta raccomandata AR, tramite corriere o consegnati a mano a:

Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione, via Gentile da Fabriano, 9, 60125 ANCONA - accompagnati dalla domanda di contributo, a firma del legale rappresentante, formulata con riferimento a "Progetti Accoglienza Settore Turismo - Anno 2010".

Per la presentazione dei progetti si deve tener conto che:

- nelle Province in cui sono presenti i "Sistemi Turistici Locali" già costituiti e riconosciuti dalla Regione marche, verranno finanziati esclusivamente i progetti presentati dagli stessi STL i quali si saranno fatti carico di recepire le varie istanze, pubbliche e private, provenienti dal territorio;
- nelle Province in cui non sono stati riconosciuti "Sistemi Turistici Locali" verrà data priorità ai progetti presentati dalle relative Amministrazioni Provinciali in unione con almeno 10 comuni della giurisdizione di competenza. Verranno, altresì, presi in considerazione i progetti presentati dalle associazioni di almeno 10 comuni preferibilmente integrati dall'apporto delle Pro Loco e da altre Associazioni locali pubbliche e/o private. In ogni caso non si potrà derogare dal limite minimo dei 10 comuni.

I progetti devono essere accompagnati da una attestazione di rispondenza alla programmazione provinciale rilasciata dalla Provincia territorialmente competente.

#### ISTRUTTORIA, VALUTAZIONE DEI PROGETTI E RIPARTIZIONE DELLE RISORSE

1. I progetti pervenuti entro la data sopra indicata verranno istruiti dalla P.F. Turismo e Promozione, in ordine alla regolarità tecnico-formale e, qualora considerati ammissibili, valutati da una Commissione interna nominata con decreto del Dirigente della P.F. Turismo e Promozione e collocati in apposita graduatoria, sulla base di una griglia da dettagliare in fase valutativa tenendo conto degli elementi indicati nel punto successivo;
2. nella valutazione dei progetti, fermi restando i criteri di cui ai precedenti punti, si dovrà tenere conto dei seguenti fattori correlati con il carattere strategico dei progetti ai fini della promozione e valorizzazione turistica delle Marche, assegnando a ciascun progetto un punteggio massimo di 90 punti così suddiviso:

- coerenza del progetto con gli obiettivi programmatici regionali e con le finalità ed i criteri stabiliti con DGR n. 1533/06 (punteggio massimo attribuibile 14);
  - numero dei soggetti aggregati ed estensione territoriale (punteggio massimo attribuibile 6);
  - importanza turistica del territorio rappresentato dai soggetti aggregati con riferimento al numero di arrivi e di presenze turistiche registrato nel 2009 (punteggio massimo attribuibile 18);
  - capacità di accoglienza turistica - posti letto del territorio rappresentato (punteggio massimo attribuibile 10);
  - incremento percentuale delle presenze dell'anno 2009 rispetto all'anno 2008 del territorio rappresentato (punteggio massimo attribuibile 12);
  - particolare interesse del progetto in termini di promozione integrata del territorio (punteggio massimo attribuibile 20);
  - rapporto costo-benefici in termini di presenze turistiche del territorio di riferimento del progetto (punteggio massimo attribuibile 10);
3. con decreto del Dirigente della competente struttura, preso atto dell'esito delle valutazioni tecnico-amministrative effettuate sulla base dei fattori definiti sopra, viene approvata la graduatoria delle istanze, la ripartizione delle risorse disponibili, nonché l'elenco dei progetti non ammissibili, con l'indicazione delle motivazioni sintetiche di non ammissibilità.
- Le risorse regionali indicate saranno assegnate fino ad esaurimento della disponibilità complessiva, in base alla graduatoria di merito.

## RENDICONTO E AMMISSIBILITA' DELLE SPESE

A conclusione delle iniziative programmate i Soggetti Titolari ammessi a contributo - a pena di esclusione dal cofinanziamento regionale - devono presentare:

- il rendiconto finanziario delle iniziative realizzate con l'elenco analitico delle spese e delle entrate redatto in base agli schemi allegati al presente bando e completo di copia conforme di tutti i documenti giustificativi delle spese sostenute. Per i progetti a titolarità pubblica (sia attuati in forma singola che in qualità di capofila) la rendicontazione, salvo eventuali vincoli normativi che dispongano diversamente, può limitarsi alla presentazione della dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà, relativa all'entità ed alla tipologia della spesa sostenuta, sottoscritta in termini di legge dal legale rappresentante dell'Ente titolare (in tal caso la Regione si riserva comunque il diritto di effettuare controlli a campione per verificare la veridicità di quanto dichiarato);
- la relazione dettagliata sugli esiti della manifestazione.

Il rendiconto va presentato entro e non oltre il 30 aprile 2011.

I rendiconti devono essere presentati entro i predetti termini a mezzo posta raccomandata AR, tramite corriere (in questi casi fa fede la data del timbro datario di partenza) o a mano a:

Regione Marche - P.F. Turismo e Promozione, Via Gentile da Fabriano, 9 - 60125 ANCONA - accompagnati da nota di trasmissione, a firma dei legali rappresentanti, utilizzando la modulistica allegata al presente PPRT.

I beneficiari sono tenuti a fornire in sede di rendicontazione tutti i dati e le informazioni utili alla valutazione e al monitoraggio delle attività realizzate.

I giustificativi di spesa (documento fiscalmente valido: fatture, ricevute, ecc.) intestati a soggetti privati debbono essere allegati in copia conforme e debitamente quietanzati.

Sono esclusi dai benefici tutti i progetti non attinenti i contenuti previsti nei precedenti punti ed in particolare:

- i progetti presentati fuori dei termini indicati nella presente Azione (sia per la domanda di finanziamento che per la presentazione del rendiconto);
- i progetti che non siano conformi alle modalità di presentazione;
- i progetti la cui realizzazione non sia coerente con quella prevista nella domanda di finanziamento approvata dalla Regione;
- i progetti presentati da Soggetti che beneficino, per il medesimo titolo, di altri contributi della Regione, dello Stato, della Unione Europea;
- i progetti presentati da Enti ed Associazioni non aventi titolo o requisiti;
- i progetti il cui rendiconto venga presentato fuori dai termini stabiliti o che non risultino conformi alle modalità di presentazione stabilite.

*Sono considerate spese non ammissibili:*

- le spese non correttamente intestate;
- le spese non comprovate da idonea documentazione;
- i rimborsi spese forfetari;
- i rimborsi spese non corredati dalla relativa documentazione giustificativa;
- le spese per l'acquisto di beni che restano in dotazione dei soggetti beneficiari e le spese d'investimento;
- le spese per il personale dipendente di ruolo;
- le spese per collaborazioni coordinate e continuative, nonché quelle di consulenza;
- qualunque imposta a vario titolo (IRPEF, IRPEG, ecc.);
- le spese per utenze telefoniche, luce, gas, acquedotto e simili, se non riferibili ad allacci temporanei connessi al progetto;
- le spese non direttamente riconducibili al progetto;
- le spese di rappresentanza;
- i compensi agli organi istituzionali;
- le spese e gli interessi bancari;
- le spese di investimento;
- i contributi a qualsiasi titolo erogati;
- le spese non intelligibili;
- ogni altra spesa non direttamente attinente al progetto o ritenuta non appropriata, nonché l'IVA non costituente un costo.

Qualora, in fase di rendicontazione, le spese effettive di attuazione dei progetti ammessi a cofinanziamento non raggiungano il 75% delle spese preventivate in fase di richiesta di accesso ai contributi, il soggetto titolare perde totalmente il diritto al contributo regionale previsto. Allo stesso modo, qualora dalla rendicontazione risulti una spesa accertata inferiore a quella del costo di attuazione del progetto ammesso a contributo, il finanziamento concesso verrà ridotto in proporzione. In ogni caso l'ammontare del contributo regionale non può essere superiore al deficit (inteso come differenza tra spese effettivamente sostenute e considerate ammissibili ed entrate effettive) risultante dal rendiconto finanziario e riferito al costo del progetto, cofinanziamento regionale escluso.

***Per l'Azione di cui al punto 6.1 viene prevista la somma di € 500.000,00. L'investimento sarà comunque commisurato alle risorse disponibili.***



**MODULISTICA**

**1. SCHEMA DI DOMANDA DI CONTRIBUTO PER PROGETTI PRESENTATI IN FORMA SINGOLA O ASSOCIATA**

Raccomandata A.R.

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via Gentile da Fabriano, 9  
60125 ANCONA

**PROGETTI DI ACCOGLIENZA - SETTORE TURISMO - ANNO 2010.**

Il sottoscritto ..... nella sua  
qualità di .....

In associazione con:

- .....
- .....
- .....
- .....

**CHIEDE**

di accedere al contributo regionale ai sensi del PPTR 2010 per la realizzazione del seguente progetto di accoglienza:

**Denominazione:**

.....

**Luogo e data di svolgimento:**

.....

**Previsione piano finanziario:**

Totale Spese (esclusa IVA se non costituisce un costo):

.....

Totale Entrate:.....

Deficit:

.....

**Informazioni sul progetto ai fini della valutazione:**

*- numero dei soggetti aggregati; importanza turistica del territorio rappresentato dai soggetti aggregati con riguardo al numero di arrivi e di presenze turistiche del 2009; capacità di accoglienza*

turistica; incremento percentuale delle presenze dell'anno 2009 rispetto all'anno 2008; rapporto costo-benefici in termini di presenze attivate; coinvolgimento dei media a diffusione nazionale ed internazionale);

- si deve far riferimento all'ambito territoriale del STL o dei comuni coinvolti nella realizzazione del progetto

.....  
.....  
.....  
.....

### DICHIARA

- che il totale delle spese indicate nella presente richiesta non è comprensivo di quelle ritenute non ammissibili dai criteri per l'accesso ai contributi finanziari per l'attuazione di progetti di accoglienza turistica;
- di non partecipare ad altri progetti di accoglienza in forma associata;
- di non beneficiare di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Comunità Europea, finalizzati ad ottenere interventi finanziari per il medesimo progetto, anche in virtù di leggi o regolamenti comunitari;
- che il/la Responsabile del Procedimento è il/la Sig/Sig.ra .....

tel. ....

fax.....

e-mail.....

Si allegano i seguenti documenti:

- la dichiarazione di rispondenza alla programmazione provinciale rilasciata dalla Provincia territorialmente competente;
- copia del progetto con l'elenco dettagliato delle varie azioni programmate.

.....

(timbro e firma)

I sottoscritti dichiarano di approvare il presente progetto e di non partecipare ad altri progetti di accoglienza in forma associata.

1) SOGGETTO.....

FIRMA DEL LEGALE  
RAPPRESENTANTE.....

2) SOGGETTO.....

FIRMA DEL LEGALE  
RAPPRESENTANTE.....

.....

3) SOGGETTO.....

FIRMA DEL LEGALE  
RAPPRESENTANTE.....

.....

2. **SCHEMA DI RENDICONTO PER PROGETTI PRESENTATI IN FORMA SINGOLA E/O ASSOCIATA**

**Raccomandata A.R.**

Alla Regione Marche  
P.F. Turismo e Promozione  
Via Gentile da Fabriano, 9  
60125 ANCONA

**PROGETTI DI ACCOGLIENZA - SETTORE TURISMO - ANNO 2010.**

*Rendiconto*

Il sottoscritto .....  
nella sua qualità di .....

**DICHIARA**

di aver dato attuazione al progetto presentato ai sensi del PPTR 2010 realizzato il.....  
a.....

Il rendiconto riepilogativo dell'iniziativa è il seguente:

Totale Spese (esclusa IVA se non costituisce un costo) :  
.....

Totale Entrate:  
.....

Deficit:  
.....

Allega alla presente (riportare solo la documentazione necessaria):

- il rendiconto analitico contenente le singole spese sostenute e le singole entrate (Allegato 1);
- copia conforme di tutti i documenti giustificativi delle spese sostenute;
- dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà, resa ai sensi dell'art. 47 del DPR 28 dicembre 2000, n. 445 (Allegato 2);
- ampia e documentata relazione sulla organizzazione, svolgimento e risultati conseguiti dalla manifestazione oggetto di che trattasi, ivi compreso l'apporto di sponsor pubblici e privati a qualunque titolo;
- il modulo contenente i riferimenti fiscali e finanziari (Allegato 3).

-----  
(timbro e firma)

**SCHEMA DI RENDICONTO ANALITICO (Allegato 1)**

**SPESE**

Soggetto creditore	Oggetto della prestazione	N°e data fattura, ricevuta o scontrino fiscale	Importo della fattura, ricevuta o scontrino fiscale (escluso IVA se non costituisce un costo)
1)			
2)			
3)			
Ecc.			
TOTALE			

**ENTRATE**

Soggetto erogatore	Causale	Importo
1)		
2)		
3)		
Ecc.		
TOTALE		

TOTALE SPESE (escluso IVA se non costituisce un costo) Euro \_\_\_\_\_

TOTALE ENTRATE Euro \_\_\_\_\_

DEFICIT Euro \_\_\_\_\_

.....

*(timbro e firma)*

*Luogo e data, \_\_\_\_\_*

## **SCHEMA DI DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DELL'ATTO DI NOTORIETA' (Allegato 2)**

(art. 47 DPR 28/12/2000 n. 445)

Il sottoscritto \_\_\_\_\_ nato a \_\_\_\_\_, provincia \_\_\_\_\_  
il \_\_\_\_\_ residente a \_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_  
n° \_\_\_\_\_ in qualità di \_\_\_\_\_

consapevole delle sanzioni penali previste dall'art. 76 del DPR 28/12/2000 n. 445, per la falsità degli atti e dichiarazioni mendaci e previamente informato, in relazione al Progetto approvato con D.D.P.F. Turismo e Promozione n. . . . . del . . . . . denominato

---

### **DICHIARA**

- che tutte le spese derivano dall'effettiva realizzazione del progetto, attuato conformemente all'istanza presentata;
- che tutte le fatture, ricevute e scontrini fiscali indicati nel rendiconto sono intestati al soggetto attuatore dal sottoscritto rappresentato;
- che le copie dei documenti di spesa allegati sono conformi agli originali;
- che tutte le spese sono indicate al lordo  al netto  dell'IVA;
- che l'IVA rappresenta un costo  non rappresenta un costo .
- che per l'acquisizione dei beni e servizi sono state rispettate le norme in materia di appalti pubblici;
- che le spese sostenute corrispondono a pagamenti già effettuati con relativo rilascio di quietanze;
- che non sono state accertate entrate  
oppure
- che sono state accertate entrate per Euro \_\_\_\_\_, come si evince dal rendiconto finanziario;
- che ad ogni prestazione o servizio resi, elencati nel presente rendiconto, è corredata la prescritta documentazione e che la stessa è idonea, completa, regolare e acquisita agli atti del soggetto attuatore dal sottoscritto rappresentato;
- conferma, altresì, di non beneficiare di altri contributi da parte della Regione, dello Stato e della Unione Europea, finalizzati ad ottenere interventi finanziari per il medesimo progetto, anche in virtù di leggi o regolamenti comunitari.

Dichiara inoltre di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 10 della Legge 675/96 che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

Si allega fotocopia del proprio documento di riconoscimento.

.....  
(*timbro e firma*)

*Luogo e Data,* \_\_\_\_\_

**SCHEMA MODULO RIFERIMENTI FISCALI E FINANZIARI (Allegato 3)**

**PROGETTI DI ACCOGLIENZA - SETTORE TURISMO - ANNO 2010**

Denominazione.....  
Indirizzo.....  
Cap.....Comune.....Provincia (.....)  
Tel.....fax.....  
Codice fiscale..... Partita Iva.....

Il sottoscritto.....in qualità di  
.....

**DICHIARA**

Sotto la propria responsabilità di essere  di non essere  soggetto alla ritenuta di acconto del 4% in quanto svolge  non svolge  attività d'impresa (art. 2082 del C.C.) ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 28 D.P.R. 600 del 29/09/1973.

**MODALITA' DI PAGAMENTO**

C/C bancario n.....

Agenzia/filiale.....

Intestato a.....

*(è esclusa l'intestazione a qualsiasi persona fisica)*

ABI.....CAB.....CIN.....

IBAN.....

*oppure*

C/C postale responsabilità.....

*oppure*

Il sottoscritto, rappresentando un soggetto che non dispone di conto corrente bancario o postale autorizza codesta Regione ad emettere assegno circolare non trasferibile con spese a carico del beneficiario, esonerandola da ogni responsabilità.

.....

*(timbro e firma)*



### 6.3 PROGETTI COMPLEMENTARI

Oltre ai progetti che riguardano le iniziative attuate direttamente dalla Regione sono ricomprese tra i progetti complementari le **attività indirette** e le **iniziative particolari**, promosse da Enti Locali, dalle Associazioni di categoria del settore a livello regionale o provinciale, dalle associazioni Pro loco iscritte all'albo regionale e dalle Associazioni senza scopo di lucro con finalità turistiche e storico-culturali, coerenti con gli obiettivi programmatici della Regione, che riguardano manifestazioni o attività "speciali" di forte rilevanza nazionale ed internazionale, atte a sviluppare consistenti presenze turistiche italiane e straniere.

#### ATTIVITA' INDIRETTE ED INIZIATIVE PARTICOLARI

Riguardano iniziative su prodotti di rilevante interesse turistico, proposte da terzi e dagli stessi realizzate con l'intervento tecnico e finanziario della Regione, **nel periodo 01.01.2010-31.12.2010**. Non sono ammessi ai benefici previsti nella presente Azione, i soggetti che beneficiano di contributi previste in altre Azioni del presente Programma.

Potrà essere ammessa ai benefici non più di una manifestazione per soggetto richiedente.

Le istanze devono contenere oltre ad una dettagliata relazione sull'iniziativa, anche un preventivo che evidenzia le singole spese da sostenere e le eventuali entrate per contributi di sponsor.

L'entità del contributo regionale per le iniziative proposte nelle *Attività Indirette* e nelle *Iniziative Particolari* non può essere superiore al 40% della spesa ammissibile.

Il contributo massimo concedibile è determinato in € 35.000,00; in ogni caso non può essere superiore al deficit desunto dal rendiconto finale.

**I progetti devono essere inoltrati alla Regione Marche, entro e non oltre il 30 settembre 2010,** a mezzo posta raccomandata AR, tramite corriere o consegnati a mano a:

Regione Marche, P.F. Turismo e Promozione, via Gentile da Fabriano, 9, 60125 ANCONA - accompagnati dalla domanda di contributo, a firma del legale rappresentante, formulata con riferimento a "Progetti Complementari Settore Turismo - Anno 2010".

Qualora i soggetti richiedenti abbiano presentato domanda di contributo precedentemente all'approvazione del PPTR 2010, dovranno provvedere all'integrazione dell'istanza, sulla base dei criteri stabiliti nel Piano stesso.

#### ISTRUTTORIA, VALUTAZIONE DEI PROGETTI E RIPARTIZIONE DELLE RISORSE

I progetti pervenuti entro la data sopra indicata verranno istruiti dalla P.F. Turismo e Promozione, in ordine alla regolarità tecnico-formale e, qualora considerati ammissibili, valutati da una Commissione interna nominata con decreto del Dirigente della P.F. Turismo e Promozione e collocati in apposita graduatoria, sulla base di una griglia da dettagliare in fase valutativa tenendo conto degli elementi sotto indicati, assegnando a ciascun progetto un punteggio massimo di 80 punti, suddiviso come di seguito specificato:

- carattere strategico dell'iniziativa ai fini dello sviluppo turistico e dell'immagine del territorio delle Marche (punteggio massimo attribuibile 8);
- estensione dell'area interessata dalla manifestazione ai fini della promozione e valorizzazione (punteggio massimo attribuibile 12);
- storicità della manifestazione, in termini di continuità del progetto (punteggio massimo attribuibile 15);
- particolare interesse dell'iniziativa in termini di promozione integrata del territorio (punteggio massimo attribuibile 12);
- numero di enti e organismi coinvolti nell'organizzazione dell'iniziativa (punteggio massimo attribuibile 10);
- presenze turistiche di rilievo che la manifestazione sviluppa, dimostrabili dai soggetti proponenti (punteggio massimo attribuibile 8);
- coinvolgimento dei media per contribuire a far conoscere l'offerta turistica regionale (punteggio massimo attribuibile 10);
- costo dell'iniziativa tenuto conto della spesa ammissibile (punteggio massimo attribuibile 5).

Con decreto del Dirigente della competente struttura, preso atto dell'esito delle valutazioni tecnico-amministrative effettuate sulla base dei fattori definiti sopra, viene approvata la graduatoria delle istanze, la ripartizione delle risorse disponibili, nonché l'elenco dei progetti non ammissibili, con l'indicazione delle motivazioni sintetiche di non ammissibilità.

Le risorse regionali indicate saranno assegnate fino ad esaurimento della disponibilità complessiva, in base alla graduatoria di merito.

## PROCEDURA PER LA PRESENTAZIONE DEL RENDICONTO

Le istanze devono contenere oltre ad una dettagliata relazione sull'iniziativa che evidenzii gli elementi sopra evidenziati ai fini della valutazione del progetto, anche un preventivo delle singole spese da sostenere e le eventuali entrate per contributi di sponsor.

La documentazione da produrre ai fini della rendicontazione tecnico-economica delle spese sostenute, deve essere presentata entro e non oltre la data del 31 marzo 2011, pena la revoca del contributo, e deve essere la seguente:

- relazione conclusiva che illustra l'intervenuto conseguimento delle finalità dell'iniziativa;
- rendiconto dettagliato delle entrate e delle uscite sottoscritto dal legale rappresentante del soggetto beneficiario o altro atto emesso in conformità alle disposizioni in materia di finanza pubblica;
- dichiarazione che il soggetto ammesso a contributo non ha goduto per la stessa iniziativa di altri finanziamenti erogati da altre Strutture della Regione Marche, dallo Stato o dalla Comunità Europea;
- copia dei giustificativi di spesa (documento fiscalmente valido: fatture, ricevute, ecc.), debitamente quietanzati.

I beneficiari in sede di rendicontazione sono tenuti a fornire tutti i dati e le informazioni utili alla valutazione e al monitoraggio delle attività realizzate.

Gli enti pubblici ai fini della rendicontazione, in sostituzione della documentazione richiesta, come sopra indicato, possono produrre provvedimento di Giunta o atto del Dirigente responsabile del settore, dichiarando contestualmente che, relativamente alla realizzazione dell'iniziativa ammessa a contributo, la documentazione amministrativa e contabile è agli atti d'ufficio ed è stata regolarmente liquidata.

### *Sono considerate spese non ammissibili:*

- le spese non intestate al soggetto ammesso a contributo;
- le spese non comprovate da idonea documentazione;
- i rimborsi spese forfetari;
- i rimborsi spese non corredati dalla relativa documentazione giustificativa;
- le spese per l'acquisto di beni che restano in dotazione dei soggetti beneficiari e le spese d'investimento;
- le spese per il personale dipendente di ruolo;
- le spese per collaborazioni coordinate e continuative;
- qualunque imposta a vario titolo (IRPEF, IRPEG, ecc.);
- le spese per utenze telefoniche, luce, gas, acquedotto e simili, se non riferibili ad allacci temporanei connessi al progetto;
- le spese non direttamente riconducibili al progetto;
- le spese di rappresentanza;
- i compensi agli organi istituzionali;
- le spese e gli interessi bancari;
- le spese di investimento;
- i contributi a qualsiasi titolo erogati;
- le spese non intelligibili;
- ogni altra spesa non direttamente attinente al progetto o ritenuta non appropriata, nonché l'IVA non costituente un costo.

Qualora, in fase di rendicontazione, le spese effettive di attuazione dei progetti ammessi a cofinanziamento non raggiungano il 75% delle spese preventivate in fase di richiesta di accesso ai

contributi, il Soggetto Titolare perde totalmente il diritto al contributo regionale previsto. Allo stesso modo, qualora dalla rendicontazione risulti una spesa accertata inferiore a quella del costo di attuazione del progetto ammesso a contributo, il finanziamento concesso verrà ridotto in proporzione. In ogni caso l'ammontare del contributo regionale non può essere superiore al deficit (inteso come differenza tra spese effettivamente sostenute e considerate ammissibili ed entrate effettive) risultante dal rendiconto finanziario e riferito al costo del progetto, cofinanziamento regionale escluso.

***Per l'Azione di cui al punto 6.3 Attività Indirette ed Iniziative Particolari viene prevista la somma di € 300.000,00. L'investimento sarà comunque commisurato alle risorse disponibili.***