



**Legge regionale n.4/2016**  
**Bando per il finanziamento di progetti di**  
**accoglienza, animazione/intrattenimento**  
**turistico e promozione turistica locale**  
**Programma Turistico di Promozione**  
**Locale 2024**

## **LINEE STRATEGICHE E PROGRAMMATICHE PER LO SVILUPPO DELLA PROMOZIONE TURISTICA LOCALE – PTPL 2024**

Nel 2022, abbiamo assistito all'ascesa del fenomeno del "revenge travel", ovvero la tendenza a recuperare le vacanze perdute per circa un biennio, con conseguente impennata di tutti i prezzi, compresi aerei e alberghi. Il 2023 indica piuttosto uno spostamento verso il turismo consapevole, che spinge i turisti a considerare i propri viaggi da un punto di vista più generale. I risultati sono i viaggi in bassa stagione o verso mete emergenti, le decisioni più consapevoli sulle aziende a cui ci si rivolge e la scelta di mezzi di trasporto sostenibili. La riscoperta di nuovi territori e destinazioni turistiche meno note, alternative alle località di massa.

Ogni destinazione, quindi, nella sua più ampia concezione, sta attraversando una fase di riprogrammazione della propria attività sulla base di un cambiamento socio-economico che non si è ancora assestato.

Gli scenari quindi inducono ad un approccio quanto mai flessibile nella programmazione degli interventi promozionali e di informazione e accoglienza.

Occorrerà intensificare la collaborazione fra pubblico e privato in particolare attraverso la partecipazione a progetti in stretta collaborazione con altri Enti e con i Club di Prodotto, in modo da attuare una sempre maggiore compenetrazione tra soggetti pubblici e privati per creare offerte interessanti ed efficaci in una politica di sistema.

Considerata l'esigenza ancor più sentita oggi, dopo la disastrosa alluvione subita dalle aree interne della Romagna, di valorizzare e raccontare il territorio, le sue tradizioni, così da rilanciare l'offerta turistica, i principali obiettivi strategici da perseguire per l'anno 2024 saranno:

- Recuperare quote di movimento turistico e di mercato a seguito del calo registrato a danno di tutti gli operatori del settore;
- Sostenere progetti e idee innovative che tengano conto dei cambiamenti nel turismo e delle diverse fasi di organizzazione di viaggio;
- Sostenere progetti che promuovano un turismo più sostenibile;
- Sostenere l'ampliamento del periodo di soggiorno delle vacanze, a garantire la differenziazione delle offerte nei periodi di bassa stagione, a supportare i prodotti turistici più in difficoltà, stimolando le aggregazioni.
- Evolvere la comunicazione sul web, superando la tradizionale logica di comunicazione unidirezionale, attraverso il potenziamento dei canali social: questo strumento è quello che deve assumere il valore relazionale e di comunicazione primario.
- Partecipare al network di siti turistici del Sistema turistico regionale, al fine di creare condivisione delle informazioni, semplificazione nel flusso informativo e dunque nell'attività di aggiornamento. Indispensabile sarà sviluppare una più forte sinergia tra tutti coloro che investono energie e risorse in questo ambito, affinché non vi sia sovrapposizione di siti, portali, strumenti fra loro slegati e non funzionali all'interesse della comunicazione;
- Innalzare il livello di coordinamento della comunicazione e promozione, in particolare con riferimento ai materiali promozionali e alla partecipazione alle fiere;
- Valorizzare e migliorare l'informazione turistica attraverso azioni di "informazione/formazione" sia degli operatori degli uffici turistici che di tutti coloro che per varie ragioni entrano in contatto con i turisti;
- Sostenere la programmazione di eventi e manifestazioni di grande qualità in grado di determinare la scelta della destinazione e di generare presenze turistiche, che coinvolgano più ambiti territoriali

e che possano essere valorizzati attraverso i canali promozionali della programmazione regionale di APT Servizi;

- Sviluppare e sostenere la programmazione di iniziative rivolte a nicchie di mercato, relative a prodotti che hanno bisogno di "maturazione" ma che rappresentano, sulla base di precise analisi dei richiedenti, un bacino di utenza rilevante anche al fine di destagionalizzare l'offerta turistica;
- Sviluppare l'integrazione fra le province di prodotti turistici simili.
- Valorizzare le progettualità di sistema che negli ultimi anni si sono venute a definire sul territorio della destinazione.

Ai fini dell'elaborazione dei progetti per cui si presenta domanda di contributo, il quadro di riferimento strategico-programmatico è costituito dalle Linee strategiche e programmatiche per lo sviluppo della promozione turistica locale 2024 di Visit Romagna

### **Azioni e strumenti:**

A questi obiettivi, che puntano al rafforzamento della cooperazione tra i diversi livelli istituzionali, e al rafforzamento della collaborazione con soggetti privati, corrisponderanno le seguenti azioni che Visit Romagna realizzerà di concerto con gli altri enti territoriali:

- i servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni dei Comuni relativi all'accoglienza, all'animazione e all'intrattenimento turistico;
- le iniziative di promozione turistica d'interesse locale;
- le iniziative di promozione e valorizzazione turistica dei territori, realizzate nell'ambito delle Destinazioni turistiche.

Per quanto riguarda i servizi turistici di base, la Regione Emilia Romagna con la DGR 2188/2022 e ss.mm.ii si è prefissata di rispondere alle mutate e diversificate esigenze dei turisti e dei visitatori e di determinare un processo graduale di semplificazione e razionalizzazione del sistema da realizzare attraverso una devoluzione verso altre forme organizzative, una maggiore propensione alla digitalizzazione dei servizi e una conseguente forte implementazione dell'efficacia, efficienza ed economicità del sistema sul territorio regionale. La riforma ha demandato alla competenza delle destinazioni turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena di declinare, integrare e modellare i criteri e le modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento. Uno degli obiettivi della riforma è quello di superare la distinzione fra Uffici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) e Uffici di Informazione Turistica (UIT) di cui alla DGR 956/2005, che viene eliminata a favore di un sistema più dinamico e flessibile volto a diversificare le scelte organizzative in rapporto alle esigenze e alle caratteristiche dell'ambito territoriale interessato.

Con deliberazione n. 14 del 2 agosto 2023 del Cda di Visit Romagna è stato approvato il **REGOLAMENTO PER LA DEFINIZIONE DEI CRITERI E MODALITÀ ORGANIZZATIVE PER LA GESTIONE DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA E PER IL LORO FINANZIAMENTO**

**L'anno 2024 sarà dedicato a ottimizzare ed efficientare la funzione in attuazione della riforma regionale di cui sopra e vedrà quindi l'avvio di una nuova conformazione della funzione di informazione ed accoglienza turistica anche a livello operativo.**

**Alle destinazioni il compito non solo di controllo ma di monitoraggio della funzione e di avvio delle nuove forme di informazione ed accoglienza turistica, iat digitale, welcome room e iat diffusi.**

A supporto dell'accoglienza e dell'informazione turistica Visit Romagna avvierà la sua attività editoriale redigendo e producendo il materiale promozionale rivolto al mercato nazionale ed internazionale distribuendolo nelle principali fiere turistiche, ai convegni, negli eventi, alle strutture ricettive e negli Uffici di informazione turistica dislocati sul territorio.

Nel contempo Visit Romagna valorizzerà le manifestazioni e gli eventi turistici sia offrendo supporto finanziario all'organizzazione di manifestazioni di alto valore culturale e turistico sul proprio territorio, sia collaborando al coordinamento e alla promozione degli eventi e facendosi carico del coordinamento unitario degli eventi di sistema quali la Notte Rosa e il Natale e Capodanno. E' indispensabile favorire la realizzazione di iniziative di animazione ed intrattenimento turistico che incentivino la conoscenza e la fruibilità del territorio e siano in grado di suscitare interesse oltre il livello locale.

La Programmazione della promozione turistica locale 2024 sarà improntata principalmente a garantire continuità tra obiettivi di Visit Romagna e di territorio in modo unitario, sostenendo gli eventi per le loro peculiarità, e le eccellenze che insistono in ambito locale, i progetti di marketing territoriali tesi a proporre animazione e promozione turistica coordinata, purché di valore per l'incremento turistico.

In particolare si tenderà a promuovere la realizzazione e la promozione di prodotti turistici specifici e integrati che connotano e danno identità al nostro territorio, integrando fra loro i nostri asset di qualità: Food, Leisure, Motor, Wellness, Culture, Family, Bike, per sostenere il progetto trasversale Via Emilia: Experience the Italian Lifestyle che, come noto, punta sulla strada simbolo del territorio romagnolo, perché tocca, unendole, tutte le eccellenze regionali, dall'enogastronomia, ai brand dei motori più famosi al mondo, dalle Città d'Arte con i loro monumenti patrimonio Unesco alla Wellness Valley.

Grande opportunità di promozione e visibilità internazionale per la nostra regione sarà data quest'anno dall'edizione 2024 del Tour de France con le tre tappe Firenze-Rimini, Cesenatico-Bologna, Piacenza-Torino. Sarà una vetrina memorabile per tutta l'Emilia-Romagna e, in particolare, per i territori coinvolti. Il Tour è un evento sportivo di portata mondiale che ha enormi potenzialità di promozione per il nostro territorio, che nel corso degli anni si è affermato terra di sport a livello internazionale.

Secondo uno studio commissionato dalla Regione, per le prime tre tappe del Tour si possono prevedere circa 1,8 milioni di spettatori presenti in Italia, di cui oltre 730 mila in Emilia-Romagna. E circa 130mila presenze negli alberghi, la metà in Emilia-Romagna. Con un indotto diretto di 59 milioni di euro di cui 29 milioni in Emilia-Romagna, oltre all'indotto e ai benefici indiretti a livelli nazionale per ulteriori 47 milioni, con altri 13 milioni per la filiera del ciclismo.

**Saranno premiati progetti di sistema** i cui ambiti di azione verteranno su **scala sopra comunale e/o sopra provinciale**, incentrati sullo sviluppo di nuove narrazioni che partano da temi e suggestioni identitarie forti e riconducibili a livello nazionale ed internazionale intorno alle quali si costruiscono i prodotti turistici della Destinazione. Si premieranno quei soggetti in grado di fare rete per promuovere in modo più efficace il proprio territorio attraverso progetti frutto della condivisione e coinvolgimento su più ambiti e settori di pubblico e privato.

Si intende favorire e supportare le iniziative volte alla realizzazione di manifestazioni ed eventi che incentivino la conoscenza e la fruizione del territorio e siano in grado di incrementare le presenze turistiche.

E'auspicabile infatti che ogni progetto che sarà presentato ai fini del finanziamento PTPL 2024 venga concertato con gli operatori turistici del territorio, rappresentativi sia della promo-commercializzazione (agenzie, tour operator, dmc, ecc..) che delle attività turistiche (categorie economiche rappresentative dell'offerta turistica, associazioni guide turistiche, ecc).

Visit Romagna intende supportare il processo di sensibilizzazione del comparto turistico sia pubblico che

privato, incentivando e favorendo processi di miglioramento e di salvaguardia ambientale, premiando gli eventi a basso impatto ambientale ed in particolare che bandiscano l'uso della plastica: "Plastic free", anche in relazione al protocollo d'intesa sottoscritto con l'Ass.ne basta Plastica in mare, che impegna l'Ente a divulgare e sostenere buone pratiche di turismo sostenibile.

Un modo per valorizzare la bellezza dello stare insieme, dai piccoli eventi alle grandi manifestazioni, senza danneggiare l'ambiente, anzi tutelandolo.

Il tema della sostenibilità sarà apprezzato sotto tutti gli aspetti: è sostenibilità l'accessibilità di un evento e di una destinazione, è sostenibilità l'economicità di un servizio, è sostenibilità l'attenzione allo spreco 0 e l'utilizzo di risorse rinnovabili.

Gli **Ambiti di intervento strategico** per l'anno 2024 sono:

- Potenziamento e promozione dei grandi eventi e eventi di Sistema
- Romagna dei Borghi, Rocche, dimore storiche
- Promozione dei grandi contenitori culturali
- Romagna Food experience
- Romagna Bike experience
- Romagna Slow experience

## **1. POTENZIAMENTO E PROMOZIONE DEI GRANDI EVENTI E EVENTI DI SISTEMA**

Un importante prodotto tematico è quello che nasce dal sistema degli eventi, un sistema che trae la sua forza dall'articolazione delle proposte e dalla loro efficacia in termini mediatici. Se si analizza l'offerta "eventi" emergono rapidamente aspetti che impongono una riflessione sulla linea da adottare per svilupparne al meglio il potenziale. Nel corso degli anni l'enfasi si è spostata da una concezione quantitativa tradotta in numero di proposte da offrire al turista, ad una sì quantitativa ma in termini di capacità attrattiva. Una sostanziale differenza che evidenzia due funzioni distinte: gli eventi che nella loro numerosità ed estrema frammentazione sul territorio costituiscono il "core" dell'intrattenimento per tutti sono quella fascia di prodotto che intercetta un pubblico già presente, aggiunge valore alla permanenza, ne accresce il senso di accoglienza; gli altri, i cosiddetti "Grandi eventi" di numero inferiore ma dotati di capacità espositiva nei confronti del grande pubblico, distinguendosi dalla molteplicità delle proposte o per l'unicità tematica o per la specificità del target a cui sono destinati, hanno la funzione di richiamare pubblico e quindi di incrementare le presenze; fa invece parte di una storia relativamente recente, la sperimentazione e il successo di eventi identitari di questo territorio quindi non replicabili altrove o eventi integrati in un sistema complesso difficilmente riproducibile, i cosiddetti eventi di sistema come:

- la Notte Rosa, [www.lanotterosa.it](http://www.lanotterosa.it)
- la Notte Celeste, [www.lanotteceleste.it](http://www.lanotteceleste.it)
- il Natale e Capodanno, [www.capodannoromagna.it](http://www.capodannoromagna.it)
- la Nove colli e il circuito delle Gran Fondo,
- il Giro d'Italia
- il Tour de France, che attraverserà la nostra Regione e interesserà tante località della Romagna
- il motomondiale "Gran premio di San Marino e della Riviera di Rimini" e il World Ducati Week
- Oh che bel castello con aperture ed iniziative straordinarie all'interno di borghi e castelli [www.castelliemiliaromagna.it](http://www.castelliemiliaromagna.it)
- Monasteri aperti, [www.monasteriemiliaromagna.it](http://www.monasteriemiliaromagna.it)
- Cammini di notte, [www.camminiemiliaromagna.it](http://www.camminiemiliaromagna.it)
- nuove proposte legate ai percorsi Rinascimentali capaci di collegare in un unico prodotto gli Este, i Da Polenta, i Malatesta, le Terre di Piero della Francesca, [www.visitromagna.it/culture/romagna-rennaissance](http://www.visitromagna.it/culture/romagna-rennaissance)
- eventi di sistema legati alle stagionalità con particolare attenzione alle iniziative che valorizzano

tradizioni, enogastronomia ed escursionismo tra borghi e colline.

**Tutti gli eventi di sistema godono di una particolare e specifica azione promozionale da parte di Visit Romagna e di APT servizi Emilia Romagna.**

**Nello specifico gli eventi di sistema La Notte Rosa, Natale e Capodanno, Notte Celeste, Vele storiche, Giro d'Italia, la Moto GP e il World Ducati Week, Tour de France seguono una particolare azione di intervento.**

Visit Romagna intende puntare alla valorizzazione dei grandi eventi e degli eventi di sistema riconosciuti al fine di non disperdere posizionamenti che in tanti anni sono stati acquisiti. Inoltre intende valorizzare attrattori con forte capacità destagionalizzante, impattanti sulle community oltre che sui turisti individuali e sui media, che generano un volume di comunicazione che ottimizza gli investimenti e che possono attirare risorse aggiuntive private.

Il loro successo dipende dalle sinergie territoriali e di prodotto innescate, sviluppano senso di appartenenza interno ed esterno, coinvolgono la filiera di prodotto, generano fidelizzazione, sono utili a migliorare il posizionamento di una destinazione e a raccontarla al grande pubblico.

**Obiettivi sono:**

- *attirare nuovi flussi di turisti principalmente italiani,*
- *accrescere la qualità degli eventi per attirare un pubblico meno generalista,*
- *individuare quei territori che sapranno essere originali, che sapranno sviluppare atmosfere, fortemente identitarie.*

**Per il 2024 si chiede di lavorare su iniziative di qualità che raccontino la Romagna, veicolino messaggi positivi, comunichino la destinazione, siano in grado di ampliare la partecipazione delle aggregazioni private, implementare le sinergie e azioni di sistema, fino a diventare vero e proprio prodotto turistico oggetto di commercializzazione da parte dei soggetti del turismo organizzato.**

## **2. ROMAGNA DEI BORGHI, ROCHE E DIMORE STORICHE**

Il vasto patrimonio storico, artistico e culturale della Romagna rappresenta un asset fondante della promozione e della commercializzazione. La storia e i tesori custoditi dalle città d'arte, dai piccoli centri e nei borghi della Romagna sono attrattive tali da attirare un turismo autonomo e non unicamente vocato alla vacanza balneare. Nell'estate 2023 la vacanza nei piccoli borghi, da sempre fortemente caratterizzati da autenticità espressa con le tradizioni enogastronomiche, l'artigiano, la fruizione degli ambiti naturalistici che ha rappresentato un esempio di turismo sostenibile prezioso per la Romagna, che se adeguatamente valorizzato, è diventato una risorsa strategica per il rilancio economico e occupazionale dopo la crisi causata dall'emergenza sanitaria.

Anche per questa offerta, fortemente connotata dalle risorse territoriali, si dovrà attuare quell'azione di individuazione di "fil rouge" capaci di innescare nuove narrazioni, nuove letture, e nuove motivazioni di viaggio e quindi nuovi prodotti. E' questa la strategia che permette di sviluppare e innovare il prodotto, mettendolo in relazione con tutta la filiera.

Si intende sollecitare i territori nel proporre iniziative fondate su realtà depositarie di testimonianze storiche, artistiche, naturali e paesaggistiche, ma al tempo stesso rappresentative di quella parte di identità del territorio più legata alla storia antica e medioevale, alla natura, alle tradizioni artigiane, al folklore locale, alla vacanza attiva, ai prodotti eno-gastronomici.

Di norma la preparazione di un evento richiede un investimento non solo in risorse finanziarie ed umane ma in processi sociali e culturali, motori di uno sviluppo economico, sociale e culturale legato al proprio ambiente, alle relazioni innescate con altre realtà e all'arricchimento di proposte ed opportunità turistiche.

Ogni evento può sorgere ad autonomia propria e contribuire così alla creazione di un prodotto turistico autonomo oppure arricchirne uno maturo come ad esempio il prodotto balneare.

Significa quindi lavorare, facendo tesoro degli investimenti realizzati con successo negli ultimi anni, per compiere un salto di qualità nel processo di valorizzazione turistica di tutto il nostro entroterra, affinché sviluppi sinergicamente un prodotto turistico da esportare. La Romagna è terra di castelli e di fortezze. Un territorio esposto agli attacchi, costretto a difendersi nel Medioevo e fino al Rinascimento. Un territorio dove fiorirono le signorie dei Malatesta, degli Estensi, e dei Da Polenta e dove l'espressione del loro potere si ritrova in rocche e fortificazioni, castelli che dominano le vallate, ma anche bellezze artistiche conservate al sicuro tra le loro mura: affreschi, ceramiche, sculture, musei e biblioteche. Castelli che possono essere collegati tra loro da itinerari tematici o di prodotto (ad es.: castelli per bambini, castelli con fantasmi, castelli dove poter pernottare ...).

*L'obiettivo per il territorio sarà creare le condizioni per cui tutta la filiera di prodotto collegata ai borghi e alle rocche, possa presentarli come luoghi di narrazione di viaggio che attraversano epoche diverse, dal Medioevo al Rinascimento, dal Seicento Barocco al secolo dei Lumi, dal romantico Ottocento alla Belle Epoque fino al Novecento, con particolare attenzione alle suggestive location per meeting e wedding, soggiorni di charme, itinerari di visita e spettacolo.*

*Gli eventi potranno così confluire sulle piattaforme oggetto di promozione da parte degli enti di area vasta, Visit Romagna e APT servizi Emilia Romagna, [www.castelliemiliaromagna.it](http://www.castelliemiliaromagna.it) e [www.visitromagna.it/culture](http://www.visitromagna.it/culture) nonché tra le esperienze commercializzabili sulla piattaforma [www.emiliaromagnawelcome.com](http://www.emiliaromagnawelcome.com).*

### **3. PROMOZIONE GRANDI CONTENITORI CULTURALI**

La posizione geografica centrale della nostra Destinazione la configura fin dalla sua nascita come crocevia naturale e storico delle più importanti culture: etrusche, romane, bizantine, medioevali, rinascimentali. Una collocazione strategica che ha sempre consentito alla nostra destinazione di essere compresa e promossa quale tappa dei più importanti itinerari storici, nazionali e internazionali.

I grandi della letteratura, dell'arte, della musica e del cinema a cui la Romagna ha dato i natali o che qui hanno trovato ispirazione durante i lunghi periodi di permanenza, l'hanno fatta conoscere a tutto il mondo esprimendone il carattere aperto, accogliente e al tempo stesso intraprendente e passionale che si è impresso nell'immaginario collettivo.

Il binomio identità e cultura: un investimento concreto, serio, integrato e continuo sulla valorizzazione turistica della nostra offerta culturale è infatti l'ulteriore direzione fondamentale d'investimento per la destagionalizzazione di tutta la nostra offerta turistica. Un settore d'intervento su cui occorre intensificare risorse ed energie, mettere in campo strumenti e progettualità concrete, partendo dalle esperienze già in campo: il MIC a Faenza legato alla via della ceramica, il Museo Meis di Ferrara, il Museo della Città e del Territorio di Ravenna presso l'ex zuccherificio di Classe, il Museo del Delta Antico a Comacchio, in una cornice rinnovata dai grandi cantieri disseminati per il territorio, così come i nuovi percorsi ed itinerari della Romagna Empire con il Visitor Center di Rimini, il PART nuovo sito museale che riunisce in un progetto unitario la riqualificazione a fini culturali di due edifici storici nel cuore della città fino all'innovativo Museo Internazionale Federico Fellini che valorizza l'intero Patrimonio artistico cinematografico del '900 italiano.

Le varie mostre ed iniziative culturali nel momento difficile che tutto il mondo vive, intendono essere

anche un simbolo di riscatto e di rinascita non solo del nostro Paese, ma del mondo dell'arte e dello spirito di civiltà che essa rappresenta.

Tra i contenitori culturali si intendono non solo quelli fisici ma anche diffusi ed aperti nelle piazze, per le vie, la cui proposta risulta coinvolgente.

Solo riconoscendo nelle grandi strutture museali e teatrali un prodotto turistico possiamo portare i territori della Destinazione a mettersi in rete per trovare le sinergie tali da affermare ancora una volta la Romagna come una destinazione ricca di arte e cultura, di intrattenimento diffuso a valenza culturale, di importanti proposte internazionali.

#### **4. ROMAGNA FOOD EXPERIENCE**

Mai come quest'anno accanto ad arte, tradizione, relax e puro divertimento, la ricerca del cibo e il vino locale è diventato il vero valore aggiunto delle vacanze Made in Italy. La tematica dell'esperienza è fondamentale per un territorio, che intende mantenere alto il livello del proprio percepito e della propria immagine; l'esperienza è essenziale anche per tutto ciò che è "food and beverage": tematica nei confronti della quale la nostra Regione investe da diversi anni, in forte evoluzione, che ha visto nascere, recentemente, alcune aggregazioni che lavorano su questo tema.

Ovviamente l'enogastronomia è strettamente connessa all'identità ed alle tradizioni del nostro territorio, e rappresenta sempre di più un elemento che condiziona la scelta degli ospiti italiani e stranieri; è pertanto importante far sì che ogni proposta sia costruita attorno alla nostra identità culinaria, vinicola e delle nostre produzioni di eccellenza. Passione per la tradizione, ma anche innovazione e azioni coordinate offrono grandi opportunità per prodotti quali il Sangiovese, la piadina ed il pesce che saranno valorizzati con le altre eccellenze del territorio, portando allo sviluppo di eventi di sistema in grado di generare flussi autonomi significativi di presenze turistiche.

***Obiettivo è affermare l'offerta enogastronomica con l'immagine identitaria del territorio, e con le sue tradizioni, attraverso nuove iniziative di rete quali il sistema degli eventi volti a valorizzare i prodotti di eccellenza, ed integrando il tema con altre tematiche trasversali, quali ad esempio lo slow, experience, ecc. e conquistare maggiori flussi turistici grazie proprio all'appeal che possono generare la cucina del territorio e i prodotti tipici.***

Le proposte confluiranno nel sistema di comunicazione di Visit Romagna e APT Servizi Emilia Romagna in stretto raccordo con la redazioni locali incrementando così i contenuti delle piattaforme istituzionali su cui continuamente sono organizzate campagne e azioni di comunicazione con la stampa nazionale.

#### **5. ROMAGNA BIKE EXPERIENCE**

Il cicloturismo sembra ben posizionarsi rispetto alle parole d'ordine della Low Touch Economy (sicurezza, salute, distanziamento, corto raggio) ed alla nuova normalità dettata dalla convivenza con il coronavirus. La bici rappresenta un'ottima soluzione per le vacanze, porta spesso in percorsi e luoghi poco affollati ed è quindi un'ideale risposta al bisogno di rigenerarsi dopo una fase di disagio senza per questo dover rinunciare alla bellezza dei posti, ed è particolarmente adatto ad un turismo di prossimità per soggiorni brevi.

Come una grande tela, impreziosita da una miriade di colori e decori, la Romagna si adagia su due assi portanti, il primo è la lunga striscia azzurra che la proietta sul grande polmone adriatico, il secondo è quella striscia verde che si snoda sulle colline, i picchi e i dolci declivi. Una trama che racchiude infiniti percorsi, ricchi di attrattive ed eccellenze che, come un ordito, collegano, intrecciano e diventano la narrazione di questa Romagna. La bici rappresenta un'ottima soluzione per le vacanze: ancora una volta, solo nell'identificazione precisa dei luoghi quali ambienti in cui vi è la possibilità di vivere e/o ri-scoprire il piacere della bellezza del territorio, all'interno di aree vaste dove si miselano esperienze legate all'apprendimento ed alla conoscenza, alle pratiche di movimento dolci, ai valori della comunità e della vivibilità sostenibile, si può ottenere un innalzamento reale dell'economia locale, garantendo agli ospiti di

trascorrere il proprio “tempo libero” in un ambiente piacevole, avendo a disposizione una pluralità di opzioni di soggiorno, anche breve.

E’ necessario allora innalzare il livello partecipativo e di condivisione tra gli enti pubblici e le imprese private su obiettivi comuni, finalizzati a conquistare nuove fette di mercato. Eventi come la Nove Colli saranno il volano per lo sviluppo di nuove bike experience. Eventi che possono costituire il trait d’union fra tematiche diverse, come ad esempio il food, borghi e castelli.

Inoltre, le ciclovie che attraversano il territorio della Romagna quali la Ciclovia Turistica “Adriatica” Venezia-Lecce in un percorso costiero di oltre 100 km da Comacchio a Cattolica e, VENTO, la ciclovia che collegherà Torino a Venezia oltre alla Ciclovia di Dante, la Ciclovia delle Terme e la Ciclovia della Romagna Toscana, costituiscono progetti molto ambiziosi per promuovere il turismo slow, le eccellenze e le bellezze naturali del territorio. Particolare attenzione verrà data alla “Via Romagna” ([www.viaromagna.com](http://www.viaromagna.com)). Un percorso protetto e mappato di quasi 500 km che unirà idealmente le aree più affascinanti e ricche di storia e tradizione della Regione: dalle Valli del Delta del Po (partendo da Comacchio), agli Appennini al confine con la Toscana, le colline dell’entroterra romagnolo, attraversando splendidi borghi medievali, la “Sangiovese valley”, il Parco Naturale delle Foreste Casentinesi, la Repubblica di San Marino, fino alla parte più a sud, con la Riviera al confine con il Parco di San Bartolo sconfinando nelle Marche. Un itinerario tra mare e collina che diventerà nel breve periodo un prodotto cicloturistico commercializzato sui mercati esteri.

I progetti locali e sovralocali avranno così l’opportunità di rientrare nella promozione di Visit Romagna legata al cicloturismo, si vedano infatti i contenuti proposti e in continua evoluzione del sito web [www.romagnabike.com](http://www.romagnabike.com).

I territori attraversati saranno coinvolti in fase di programmazione e di realizzazione della Via Romagna, così i Gruppi di Azione Locale e la Regione Emilia Romagna.

***L’obiettivo è rafforzare l’immagine e la sua visibilità quale territorio ricco di varietà tematiche legate alle colline e al verde: da quelle storico paesaggistiche a quelle legate alle produzioni tipiche, da quelle della vacanza attiva a quelle della vacanza slow, da quelle sportive a quelle esperienziali, incrementare la quota di clientela internazionale, intercettare nuove presenze provenienti dall’area italiana, proporre offerte tematizzate per i diversi target di riferimento: dalle famiglie con bambini agli sportivi della vacanza attiva e del wellness, da gli amanti del plein air a quelli dello slow, valorizzare nuovi prodotti o prodotti già presenti in forma embrionale legati alla sfera dell’experience, agli scenari e alle atmosfere ideali, ai percorsi ed agli itinerari per amanti della natura.***

***Il 2024 segnerà poi un primato negli eventi con il tour de France che partirà per la prima volta nella storia dall’Italia.***

## **6. ROMAGNA SLOW EXPERIENCE**

Partendo dalla constatazione che a seguito della pandemia, le aree naturali hanno avuto un aumento significativo di visitatori, in particolare da parte dei turisti nazionali, si suppone che anche per il 2024, gli spazi liberi acquisiranno sempre maggior valore portando vantaggi ed effetti collaterali che richiederanno una gestione più responsabile per trovare nuove soluzioni e costruire un turismo più sostenibile. Il turismo in modalità slow, “lenta e autentica”, coinvolge il viaggiatore in un’attività fisica con tutti i benefici del caso. Protagonista il ricco patrimonio naturalistico della Romagna che, grazie alle sue caratteristiche e alla sua versatilità è un perfetto palcoscenico per attività sportive, trekking, bike, golf, o attività di birdwatching, tutte organizzate all’insegna del rispetto dell’ambiente.

Questo turismo può sostenere l’economia locale e le produzioni agroalimentari tipiche dei luoghi, e riportare speranza e ottimismo in realtà oggi in crisi, perchè l’ingegno e la resilienza che da sempre accompagnano questo territorio, possano sovrastare la rassegnazione e condurre verso nuove soluzioni creative per affrontare le difficoltà del momento.

Visit Romagna intende puntare in azioni di promozione e valorizzazione della vacanza attiva, in modalità “slow” che apra le porte alla scoperta di grandi aree di pregio naturalistico come le riserve e i parchi naturali (Parco delle Foreste Casentinesi, Parco del Delta del Po,...) le Pinete, l’Appennino. Azioni che possono intrecciarsi anche con i progetti regionali come quello dedicato ai “Cammini dell’Emilia

Romagna” alla scoperta di itinerari storici e naturalistici tra i panorami e i boschi dell’Appennino, i luoghi di fede, i castelli medievali percorribili a piedi, in mountain bike per la promozione di un turismo slow e green.

In questo ambito si inseriscono anche i numerosi centri termali della Romagna che con le loro preziose acque minerali particolarmente efficaci per la cura, la prevenzione, la riabilitazione e la remise en forme, offrono al visitatore un’esperienza rigenerante e di relax in un contesto naturale di grande pregio.

*L’obiettivo è valorizzare il periodo di pre e post stagione estiva, ideale per la pratica sportiva, di qualsiasi tipologia, promuovendo nel contempo le colline, i borghi, le riserve e i parchi naturali della Romagna rilevanti da un punto di vista ambientale ed esperienziale, ciò al fine di qualificare e diversificare l’offerta turistica nel suo complesso. Supportare quei progetti che investono in azioni di promozione e di supporto alle aggregazioni specializzate sulla vacanza attiva.*

*Gli eventi confluiranno sulle piattaforme specializzate [www.camminiemiliaromagna.it](http://www.camminiemiliaromagna.it), all’interno di macro eventi per es. La notte celeste o Cammini di notte, e sulle piattaforme istituzionali quali [www.visitromagna.it/nature](http://www.visitromagna.it/nature) nonché tra le esperienze promosse e commercializzabili sulla piattaforma [www.emiliaromagnawelcome.com](http://www.emiliaromagnawelcome.com).*

Complessivamente, i progetti proposti nel presente PTPL 2024 sono stati raggruppati nei 4 capitoli d’intervento:

## PTPL 2024 PROSPETTO FINANZIARIO

<b>INIZIATIVE E PROGETTI DI ATTIVITA’</b>	<b>Contributo richiesto</b>
a1) Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni dei Comuni relativi all’accoglienza – gestione Uffici informazione ed accoglienza turistica (IAT e UIT)	1.360.000,00
a2) Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni dei Comuni relativi all’animazione e di intrattenimento turistico	1.147.177,00
b) Iniziative di promozione turistica locale realizzate dai Comuni	400.000,00
c) Iniziative di promozione e valorizzazione turistica dei territori, realizzate nell’ambito delle D.T. -promozione e sostegno degli eventi strategici di sistema	323.823,00
<b>Totali Programma Turistico di Promozione Locale</b>	<b>€ 3.231.000,00</b>

# **BANDO PER L'ACCESSO AI FINANZIAMENTI PTPL 2024 PER AMBITO**

## **A) SERVIZI TURISTICI DI BASE:**

- AMBITO a1 Gestione servizio informazioni ed accoglienza turistica
- AMBITO a2 Servizi turistici relativi all'animazione ed intrattenimento turistico

## **B) INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE**

### **Art. 1) SOGGETTI BENEFICIARI**

Ai sensi dell'art. 6 della L.R. n. 4/2016 e succ. mod., sono ammessi a presentare progetti nell'ambito del PTPL 2024 i seguenti soggetti attuatori:

- i Comuni, singolarmente o congiuntamente tra loro, le Unioni di Comuni, loro società e organismi operativi, tale disposizione deve intendersi nel senso che il Comune può scegliere di presentare domanda di finanziamento in proprio oppure, e dunque in via alternativa, delegare proprie società partecipate affidatarie di funzioni pubbliche.

Si precisa inoltre che con la locuzione "loro società" si intende fare riferimento sia alle società di natura giuridica privatistica a capitale misto, cui il Comune abbia delegato la gestione dei servizi turistici di base relativi all'accoglienza e/o l'organizzazione di manifestazioni di intrattenimento o altre iniziative di animazione e promozione turistica, sia ad organismi associativi di Comuni di natura pubblica, come per es. le Unioni dei Comuni.

I Comuni e le Unioni di Comuni, per poter presentare domanda, devono essere soci della Destinazione Turistica Romagna. Le Unioni di Comuni possono presentare domanda se fa parte dell'Unione almeno un comune socio che abbia delegato la funzione del turismo all'Unione stessa;

- gli enti pubblici, le Pro Loco, i Gruppi di Azione Locale (GAL), le Strade dei vini e dei sapori;

I soggetti privati, così come individuati dall'art. 6, comma 2, del Decreto Legge 31 maggio 2010, n.78, convertito con Legge 30 luglio 2010 n. 122, dovranno presentare autocertificazione inerente i requisiti previsti in materia di assegnazione di contributi pubblici.

## **Art. 2) MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE**

Le domande devono essere inviate **esclusivamente**, pena inammissibilità, mediante posta elettronica certificata all'indirizzo [romagnaturismo@legalmail.it](mailto:romagnaturismo@legalmail.it) possibilmente con un unico invio per tutti i progetti presentati.

**Per i soggetti diversi dagli enti pubblici, indicati all'Art.1, la domanda dovrà essere redatta in bollo da 16 euro.** Ai fini della validità dell'invio telematico è ammessa la sottoscrizione con firma digitale, ai sensi di quanto previsto dall'art. 65 del D.Lgs. 82/2005 e s.m. oppure con firma autografa, ai sensi dell'art. 38, comma 3 del DPR 445/2000 e s.m., nonché dell'art. 65, comma 1, lettera c) del D.Lgs. 65/82. In caso di firma autografa è necessario **allegare copia fotostatica di un valido documento di identità del sottoscrittore.**

Le domande dovranno essere redatte **esclusivamente utilizzando l'apposita modulistica**, si veda l'Allegato A), reperibile anche sul sito internet della Destinazione turistica Romagna [www.destinazioneromagna.emr.it](http://www.destinazioneromagna.emr.it) nella sezione Leggi atti bandi/ Bandi di gara e contratti /Bando PTPL 2024.

## **Art. 3) TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE**

Al fine dell'effettuazione dell'istruttoria sui progetti, le domande, indirizzate al Presidente Jamil Sadegholvaad di Visit Romagna, dovranno pervenire **entro le ore 13.00 del giorno 15/01/2024** a mezzo posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo: [romagnaturismo@legalmail.it](mailto:romagnaturismo@legalmail.it)

Visit Romagna declina ogni e qualsiasi responsabilità in merito ad eventuali smarrimenti o ritardi della domanda o dei documenti spediti.

## **Art. 4) REQUISITI DI AMMISSIBILITA'**

### **4.1. AMBITO AI Gestione servizio informazione ed accoglienza turistica**

La Regione Emilia Romagna ha modificato con la L.R. n. 9 del 28.07.2022 il testo della L.R. n. 4/2016 ed in particolare l'art. 13 comma 3 prevede che la Giunta regionale stabilisca i criteri e le modalità organizzative del sistema regionale dei Servizi di accoglienza e di informazione turistica individuando le funzioni delle Destinazioni Turistiche e del Territorio Turistico Bologna-Modena.

Con la DGR 2188/2022 e ss.mm. si supera la distinzione fra Uffici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT) e Uffici di Informazione Turistica (UIT), di cui alla previgente DGR 956/2005, a favore di un sistema più dinamico e flessibile volto a diversificare le scelte organizzative in rapporto alle esigenze e alle caratteristiche dell'ambito territoriale interessato.

Le risorse regionali verranno assegnate per l'anno 2024 e successivi agli uffici di Informazione e Accoglienza Turistica che avranno già ottenuto conferma del riconoscimento da parte della Destinazione Turistica come IAT, IAT-R, WELCOME ROOM, IAT DIGITALI E IAT DIFFUSI sulla base dei requisiti previsti dalla DGR 2188/2022 e dal Regolamento "Criteri e modalità organizzative per la gestione dei servizi di informazione e accoglienza turistica e per il loro finanziamento" approvato con Cda n.14 del 2/08/2023. Le attività oggetto di finanziamento devono svolgersi nell'anno solare di riferimento (01/01 – 31/12)

Con riferimento alle richieste di riconoscimento delle nuove forme di uffici informazione turistica presentate nel 2023, ove non in possesso dei requisiti stabiliti dal suddetto Regolamento, gli uffici si impegnano a dimostrare il possesso dei requisiti al 15 gennaio 2024 mediante apposita documentazione da trasmettersi entro tale data al fine di consentire la conclusione dell'istruttoria in tempo utile per l'approvazione del piano di assegnazione.

#### **4.1.1. TIPOLOGIA DI SPESE PER CIASCUN UFFICIO IATR/IAT, IAT DIGITALE, IAT DIFFUSO, WELCOME ROOM**

##### **IAT R/IAT**

###### **Tipologia di spese ammesse:**

- spese di personale addetto al front-office e al back-office; nel caso di uffici gestiti in appalto potranno essere rendicontate spese di personale in pianta organica dei Comuni o delle Unioni dei Comuni beneficiari in misura non superiore al 15% dell'importo totale ammissibile di tutte le ulteriori altre spese di progetto;
- spese per la partecipazione a percorsi di aggiornamento;
- spese di gestione quali locazione di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze telefoniche ed elettriche, spese postali, spese per assistenza tecnica;
- abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
- spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione;
- realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali sia cartacei che in formato elettronico.

###### **Tipologia di spese non ammesse:**

- spese relative ad acquisto di immobili, spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature, materiali di consumo (sono escluse anche le spese di cancelleria);
- spese per la realizzazione e promozione di eventi;
- spese di manutenzione ordinaria e straordinaria dei locali e degli impianti e comunque interventi di ristrutturazione dell'immobile;
- spese di personale per la partecipazione a manifestazioni fieristiche e promozionali in genere;
- spese varie non esplicitate, comprese la voce generica "utenze".

##### **IAT DIGITALE (totem o piattaforma multimediale)**

###### **Tipologia di spese ammesse:**

- canoni di locazione totem multimediali;
- canoni e/o acquisto software, comprese le spese eventuali di progettazione, sviluppo e canoni per piattaforme multimediali (anche applicazioni) di promozione e informazione turistica;
- spese software house;
- spese di installazione e manutenzione degli strumenti informatici e multimediali;
- spese per l'alimentazione elettrica e per la connettività internet;
- spese per l'acquisto di contenuti redazionali e/o per personale dedicato alla sua realizzazione;
- spese per traduzioni;
- spese di grafica.

###### **Tipologia di spese non ammesse:**

- spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature;
- spese di gestione quali locazione di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze telefoniche, spese postali, spese per assistenza tecnica.

## **WELCOME ROOM**

### **Tipologia di spese ammesse:**

- spese di gestione, quali locazione di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze elettriche e telefoniche, spese per la connettività internet, spese per la guardiania, spese per il noleggio sussidi audio-visivi, informatici e immersivi;
- abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
- spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio a titolo esemplificativo e non esaustivo: abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione;
- realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali sia cartacei che in formato elettronico;

### **Tipologia di spese non ammesse:**

- spese relative ad acquisto di immobili, spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature, materiali di consumo (comprese le spese di cancelleria);
- spese di manutenzione ordinaria e straordinaria dei locali e degli impianti e comunque interventi di ristrutturazione dell'immobile;
- spese varie non esplicitate, comprese la voce generica "utenze";

Nel caso in cui il Comune o Unione dei Comuni intenda dotare una Welcome room delle strumentazioni previste per lo IAT Digitale, potrà presentare domanda di riconoscimento e di finanziamento per entrambe le tipologie di ufficio (IAT Digitale e Welcome room).

## **IAT DIFFUSI**

### **Tipologia di spese ammesse:**

- abbonamenti a piattaforme multimediali per la promozione turistica e a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
- spese per il rafforzamento e miglioria del sistema d'informazione ed accoglienza turistica in ottica 4.0: noleggio attrezzature e acquisto abbonamenti, ad esempio abbonamenti ad applicazioni multimediali, noleggio attrezzature per realtà aumentata e videoproiezione;
- realizzazione o acquisto di materiali illustrativi, informativi e promozionali sia cartacei che in formato elettronico;
- spese di organizzazione percorso iniziale e di aggiornamento degli aderenti.

### **Tipologia di spese non ammesse:**

- spese relative ad acquisto di immobili, spese per gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli compresi arredi e attrezzature, materiali di consumo (comprese le spese di cancelleria);
- spese di manutenzione ordinaria e straordinaria dei locali e degli impianti e comunque interventi di ristrutturazione dell'immobile;
- spese varie non esplicitate, comprese la voce generica "utenze".

#### **4.1.2. SISTEMI PREMIANTI**

##### **Sistemi premianti a livello generale:**

- a. presentazione di progetto omogeneo di vallata e/o area, con sviluppo integrato tra le varie formule di informazione ed accoglienza, senza sovrapposizioni e/o duplicazioni. Nel progetto vi è la presenza di IATR o IAT collocato nel punto turisticamente più rilevante;
- b. presentazione di progetto omogeneo d'area per la realizzazione e l'utilizzo congiunto di un sistema di informazione ed accoglienza mobile. Tale punto mobile viene utilizzato su più destinazioni in occasione di eventi, kermesse, appuntamenti di grande affluenza di pubblico;
- c. presentazione di progetto che prevede l'integrazione degli uffici previsti dalla presente normativa con altri progetti di valorizzazione territoriale già attivi e presenti sul territorio o in fase di realizzazione, senza duplicazioni o sovrapposizioni.

##### **Sistemi premianti per gli IATR:**

- a. la capacità di trasformare lo IAT R in un "centro servizi per il turismo", vale a dire offrire anche servizio di noleggio e-bike (stessa localizzazione), servizio sportello bancomat, presenza redazione locale Situr, punto di partenza per experience, degustazioni e presentazione prodotti, local point per trasporti, location di accredito eventi, etc.;

##### **Sistemi premianti per gli IAT:**

- a. la capacità - nel periodo di massima affluenza - di dislocare l'ufficio al centro dei flussi turistici e/o nelle immediate vicinanze del luogo di primaria attrazione, nelle destinazioni ove lo IAT è solitamente posizionato in luogo di transito o presso sede istituzionale;
- b. essere redazione locale Situr;

##### **Sistemi premianti per le Welcome room:**

- a. prevedere, al fine di favorire la consultazione delle informazioni (su monitor e/o cartacee), la presenza di 4 sedute (divano, poltrone, sedie etc.) e relativo tavolo/tavolino di appoggio + tavolino e sedia per almeno 2 baby turisti, con set intrattenimento a disposizione (set colori, quaderni, giochi di base, etc.);
- b. quantità dei monitor a disposizione.

In questi casi il progetto a valenza sovracomunale, è dimostrato attraverso una gestione che coinvolga e responsabilizzi i Comuni o le Unioni dei Comuni facenti parte di un comprensorio turistico riconosciuto e coerente con la programmazione della Destinazione Turistica Romagna. Dovranno essere indicati gli estremi del protocollo di intesa/convenzione o altro tipo di accordo in forza del quale il soggetto che presenta la domanda di accesso al contributo svolge una funzione comprensoriale in favore di altri Comuni.

#### **4.1.3. SISTEMA DEI FINANZIAMENTI DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA**

La Destinazione Turistica Romagna:

- a) può destinare all'Ambito del PTPL - Servizi Turistici di base dei Comuni (ambito 1) fino a un massimo del 50% del budget complessivo del PTPL;

- b) deve utilizzare una percentuale di almeno il 15% per l'anno 2024 e il 30% per l'anno 2025 delle risorse finanziarie destinate all'ambito 1 del PTPL - Servizi Turistici di base dei Comuni, per finanziare le nuove forme dei Servizi Turistici di Informazione e Accoglienza Turistica (IAT Diffuso, IAT Digitale e piattaforme multimediali e Welcome Room).
- c) il finanziamento, concesso dalla Destinazione Turistica Romagna ai Comuni o alle Unioni dei Comuni per la realizzazione degli interventi di cui all'Ambito "Servizi Turistici di base dei Comuni" del PTPL, non potrà superare la percentuale massima del 50% dell'importo ammissibile per ciascun intervento;
- d) l'importo concedibile di cofinanziamento per ciascuna tipologia di ufficio potrà risultare fino alle seguenti soglie massime:
- IAT R/IAT fino a un massimo di € 100.000,00
  - IAT Digitale e Piattaforme multimediali fino a un massimo di € 30.000
  - Welcome room fino a un massimo di € 15.000
  - IAT Diffuso fino a un massimo di € 10.000

Le domande per l'accesso al finanziamento per i Servizi di informazione e accoglienza turistica dovranno essere presentate utilizzando la modulistica di cui all'Allegato A del presente Bando ossia: SCHEDA 1a per IAT IATR e SCHEDA 1b per IAT DIGITALE, WELCOME ROOM E IAT DIFFUSI

#### **4.2. AMBITO A2 Servizi turistici relativi all'animazione ed intrattenimento turistico**

- **Requisiti di ammissibilità**

Saranno ammessi gli eventi ed iniziative di animazione ed intrattenimento che costituiscono un interessante strumento di attrattività e di valorizzazione del territorio, vadano ad arricchire la proposta turistica dell'intera destinazione, costituiscano la base per la promozione di esperienze turistiche. Visit Romagna intende favorire e supportare le iniziative di animazione turistica:

- volte alla realizzazione di manifestazioni ed eventi che incentivino la conoscenza e la fruizione del territorio;
- volte ad attirare significativi flussi di pubblico non solo locale;
- incrementino le presenze turistiche e la permanenza sul territorio della destinazione turistica. Tali eventi, possibilmente collegati ad iniziative di promo-commercializzazione dei club di prodotto e degli operatori privati in genere, devono essere promossi con azioni specifiche;
- volte ad attuare le politiche sostenibili dei territori perseguendo la riduzione dell'impatto ambientale tanto nella fase di progettazione quanto in quella di realizzazione.
- eventi di nicchia, relativi a prodotti che hanno bisogno di "maturazione" ma che rappresentano, sulla base di precise analisi dei richiedenti, un bacino di utenza rilevante anche al fine di destagionalizzare l'offerta turistica.
- manifestazioni di intrattenimento e rilievo secondario, purché inserite nell'ambito di un organico circuito promosso in forma coordinata (calendari unici di vallata, di stagione, di prodotto).

**E'auspicabile che ogni progetto presentato ai fini del finanziamento PTPL 2024 venga concertato con gli operatori turistici del territorio, rappresentativi sia della promo-commercializzazione (agenzie, tour operator, dmc, ecc..) che delle attività turistiche (categorie economiche rappresentative dell'offerta turistica del territorio su cui insiste la proposta, associazioni guide turistiche, ecc).**

Le iniziative devono essere articolate in progetti organici, coerenti con gli obiettivi della programmazione turistica regionale e di Visit Romagna, presentati utilizzando il modulo di cui alla SCHEDE 2a dell'Allegato A del presente bando.

Per la presentazione di progetti relativi agli eventi di sistema (La Notte Rosa, Natale e Capodanno, Notte Celeste, Vele storiche, Moto GP, Giro d'Italia, Tour de France) si dovrà utilizzare il modulo di cui alla SCHEDE 2b dell'Allegato A del presente bando.

Tutti i progetti dovranno evidenziare:

- i soggetti coinvolti,
- la descrizione del progetto,
- gli obiettivi da perseguire,
- target e segmenti della domanda

- le azioni programmate e i tempi di attuazione
- i criteri e le modalità di riscontro dei risultati.

I progetti dovranno essere riconducibili alle linee strategiche dell'Ente ed in particolare riconducibili agli ambiti strategici:

1. **Potenziamento e promozione dei grandi eventi ed eventi di sistema**
2. **Romagna dei Borghi, Rocche, dimore storiche**
3. **Promozione dei grandi contenitori culturali**
4. **Romagna Food experience**
5. **Romagna Bike experience**
6. **Romagna Slow experience**

**I progetti dovranno presentare una previsione di costi non inferiore a € 15.000,00** (tranne che per gli eventi di sistema)

#### **Spese ritenute non ammissibili**

- le “spese generali” non specificate e di personale di ruolo;
- le spese relative ad acquisto di immobili, attrezzature di servizio, arredi, materiali di consumo e contratti di manutenzione e comunque tutte le spese in conto capitale;
- le spese di promozione superiori al 20% del costo del progetto.
- le spese associative

#### **4.3. AMBITO B) Iniziative di promozione turistica di interesse locale**

- **Requisiti di ammissibilità**

In questo ambito di attività rientrano i progetti finalizzati alla promozione dell'immagine, delle peculiarità e delle caratteristiche di qualità dei servizi e dei prodotti turistici locali presenti nel nostro territorio. Qui più che altrove risulta fondamentale attenersi ad una **strategia di sistema**, realizzando iniziative in grado di descrivere e informare sulle opportunità e risorse di una località come facente parte di un sistema territoriale di offerta più ampia e variegata.

Le iniziative devono essere articolate in progetti organici, coerenti con gli obiettivi della programmazione turistica regionale e di Visit Romagna, presentati utilizzando il modulo di cui alla scheda 3 dell'Allegato A del presente bando, nei quali siano evidenziati:

- i soggetti coinvolti,
- la descrizione del progetto,
- gli obiettivi da perseguire,
- le azioni programmate,

- target e segmenti della domanda,
- i mercati di intervento,
- i criteri e le modalità di riscontro dei risultati.

**I progetti dovranno presentare una previsione di costi non inferiore a € 10.000,00.**

**Spese ritenute ammissibili:**

- organizzazione di educational per giornalisti, workshop per imprenditori del turismo;
- organizzazione di un archivio fotografico finalizzato alla promozione turistica, che tenga conto, per evitare dispersione di risorse, del materiale fotografico già raccolto da Visit Romagna e dotato di liberatoria d'uso a fini promozionali;
- ideazione e realizzazione di materiali su itinerari tematici ed experience (in caso di cartellonistica permanente si intende l'ideazione grafica e la materiale realizzazione del cartello, sono escluse le spese relative ai supporti e all'installazione);
- stampa o ristampa di materiale (guide, folder, pubblicazioni, prodotti multimediali, ecc.) finalizzato alla promozione turistica locale se coordinato con una definita strategia di comunicazione del Comune e se collegato a un piano di distribuzione che dovrà essere presentato in allegato alla domanda;
- sviluppo o implementazione di siti internet turistici e azioni di web marketing, se coordinate con il Sistema Turistico Regionale/ Visit Romagna;
- campagne pubblicitarie su stampa, radio, televisione, affissioni e promo-redazionali;
- partecipazione con proprio stand a fiere e workshop ove non sia presente la Regione Emilia-

Romagna attraverso l'APT Servizi S.r.l. o la stessa Visit Romagna, con spese di personale non di ruolo, con l'obbligo di specificare le motivazioni della scelta, le destinazioni e i prodotti offerti;

- azioni di valorizzazione della destinazione turistica attraverso iniziative connesse a progetti interregionali, a progetti speciali o trasversali della Regione/APT Servizi/Visit Romagna.
- **nel caso in cui il progetto presentato sia rivolto a mercati stranieri occorre dettagliare le azioni che verranno realizzate all'estero. Tale progetto dovrà essere motivato e sottoposto alla preventiva approvazione da parte di APT Servizi.**

**Spese ritenute non ammissibili:**

- “spese generali” non specificate e di personale di ruolo;
- tutte le spese in conto capitale;
- spese generiche di stampa/ristampa di materiale, qualora non siano specificati: tipologia di materiale, quantitativi, eventuali edizioni in lingua straniera, target di riferimento e canali di distribuzione.
- le spese di animazione eventualmente candidabili nell'ambito A.

- le spese associative

**E' auspicabile che ogni progetto presentato ai fini del finanziamento PTPL 2024 venga concertato con gli operatori turistici del territorio, rappresentativi sia della promo-commercializzazione (agenzie, tour operator, dmc, ecc..) che delle attività turistiche (categorie economiche rappresentative dell'offerta turistica, associazioni guide turistiche, ecc).**

## **Art. 5) CRITERI DI VALUTAZIONE E PRIORITÀ PER I PROGETTI PER I SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA, DI ANIMAZIONE, INTRATTENIMENTO E PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE**

### **AMBITO AI Gestione servizio informazioni ed accoglienza turistica**

#### **Criteri di valutazione**

Il progetto sarà valutato tenuto conto della tipologia di ufficio al quale si riferisce e valutando il livello degli obiettivi di riqualificazione e/o potenziamento delle proprie specifiche funzioni.

L'assegnazione del contributo verrà effettuata tenendo conto dei seguenti criteri:

- qualità del progetto inteso come insieme dei servizi prestati;
- presentazione di progetto omogeneo di vallata e/o area, con sviluppo integrato tra le varie formule di informazione ed accoglienza, senza sovrapposizioni e/o duplicazioni. Nel progetto vi è la presenza di IATR o IAT collocato nel punto turisticamente più rilevante;
- presentazione di progetto omogeneo d'area per la realizzazione e l'utilizzo congiunto di un sistema di informazione ed accoglienza mobile. Tale punto mobile viene utilizzato su più destinazioni in occasione di eventi, kermesse, appuntamenti di grande affluenza di pubblico;
- presentazione di progetto che prevede l'integrazione degli uffici previsti dalla presente normativa con altri progetti di valorizzazione territoriale già attivi e presenti sul territorio o in fase di realizzazione, senza duplicazioni o sovrapposizioni.
- possesso dei sistemi premianti riferiti a ciascuna tipologia di ufficio di informazione e accoglienza turistica;
- potenziamento e innovazione organizzativa e/o tecnologica di servizi di informazione e accoglienza coerenti con l'evoluzione del mercato turistico e con obiettivi di turismo inclusivo e sostenibile;
- vocazione turistica del Comune/raggruppamento (valutata in base ai dati statistici riferiti agli arrivi, alle presenze e alla capacità ricettiva nonché in base all'attività informativa - numero di richieste di informazioni pervenute ed evase - svolta nel corso dell'anno solare precedente a quello di presentazione della domanda);

## **AMBITO A2) Servizi turistici relativi all'animazione ed intrattenimento turistico**

### **Criteri di valutazione**

I progetti saranno valutati in base a:

A) complementarità con i progetti di Visit Romagna e coerenza con gli ambiti strategici:

- 1)Potenziamento e promozione dei grandi eventi e eventi di sistema**
- 2)Romagna dei Borghi, Rocche, dimore storiche**
- 3)Promozione dei grandi contenitori culturali**
- 4)Romagna Food experience**
- 5)Romagna Bike experience**
- 6)Romagna Slow experience**

B) effettiva valenza turistica dell'iniziativa, ovvero una reale capacità di promuovere e incentivare l'offerta non di una località turistica, ma di un sistema turistico. Tale capacità dovrà essere misurabile in termini di ricaduta sul movimento turistico (arrivi e presenze presso le strutture ricettive), come incremento al numero di presenze, oppure prolungamento dei soggiorni medi, oppure con finalità di "destagionalizzazione turistica", ossia volti alla promozione dei periodi di bassa stagione;

C) capacità di valorizzare le tradizioni, l'identità, la socialità della destinazione e di arricchire il prodotto di elementi emozionali, che permettano al turista di vivere un'esperienza e che generino un ricordo;

D) aggregazione di Comuni su scala provinciale e/o sovraprovinciale tesa a costruire e a definire un calendario comune di eventi, un progetto comune di marketing territoriale e la costruzione di itinerari ed experience in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione attuate da Visit Romagna;

E) coinvolgimento imprese del comparto turistico in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione;

F) presenza di azioni e iniziative che perseguono il miglioramento e la salvaguardia ambientale nella loro progettazione e realizzazione

G) presenza di azioni che promuovono il turismo accessibile: in particolare si fa riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive;

## **AMBITO B) Iniziative di promozione turistica di interesse locale**

### **Criteri di valutazione**

I progetti saranno valutati in base a:

A) complementarità con i progetti di Visit Romagna e coerenza con gli ambiti strategici:

- 1)Potenziamento e promozione dei grandi eventi e eventi di sistema**

**2)Romagna dei Borghi, Rocche, dimore storiche**

**3)Promozione dei grandi contenitori culturali**

**4)Romagna Food experience**

**5)Romagna Bike experience**

**6)Romagna Slow experience**

B) effettiva valenza turistica dell'iniziativa, ovvero una reale capacità di promuovere e incentivare l'offerta non di una località turistica, ma di un sistema turistico. Tale capacità dovrà essere misurabile in termini di ricaduta sul movimento turistico (arrivi e presenze presso le strutture ricettive), come incremento al numero di presenze, oppure prolungamento dei soggiorni medi, oppure con finalità di "destagionalizzazione turistica", ossia volti alla promozione dei periodi di bassa stagione;

C) aggregazione di Comuni su scala provinciale e/o sovraprovinciale tesa a costruire e a definire un calendario comune di eventi, un progetto comune di marketing territoriale e la costruzione di itinerari ed experience in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione attuate da Visit Romagna;

D) coinvolgimento imprese del comparto turistico in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione;

E) presenza di azioni e iniziative che perseguono il miglioramento e la salvaguardia ambientale nella loro progettazione e realizzazione

F) presenza di azioni che promuovono il turismo accessibile: in particolare si fa riferimento all'accessibilità a persone con disabilità motorie, sensoriali o cognitive;

G) coerenza con i mercati target definiti nelle Linee strategiche regionali e nel Programma Annuale

**Sarà possibile presentare un solo progetto per ambito (animazione e promozione -schede 2, 3) oltre a quello riferito agli eventi di sistema (scheda 2b)**

NOTA BENE: Conclusa la fase di verifica amministrativa delle domande presentate, i progetti verranno valutati in categoria alta, media, bassa o non ammissibili:

- Categoria alta: rispondenza ad almeno n. 6 parametri su 7;
- Categoria media: rispondenza ad almeno n. 5 parametri su 7;
- Categoria bassa: rispondenza a n. 4 parametri su 7;
- Non ammissibili: rispondenza ad un numero di parametri inferiore a quattro

In ogni caso i progetti dovranno rispondere almeno ai criteri di cui ai punti A, B e C.

## **Art. 6) GESTIONE DELLE RISORSE E PRIORITA'**

I contributi per i progetti di animazione/intrattenimento e promozione turistica locale verranno assegnati previo confronto con i rappresentanti del territorio in Consiglio di Amministrazione di Visit Romagna.

La concertazione in Consiglio di Amministrazione verrà effettuata tenendo conto

- dell'esito dell'istruttoria effettuata sulla base della qualità dei progetti presentati;
- dell'aderenza rispetto alle linee strategiche di Visit Romagna;
- del peso turistico dei territori.
- della strategicità del progetto nell'ambito degli eventi di sistema

#### **Art. 7) MODIFICHE AL PROGETTO**

**Entro il 31 maggio ed entro il 30 settembre 2024** è possibile inoltrare eventuali richieste di modifica al progetto da trasmettere a Visit Romagna con le stesse modalità previste per la presentazione dei progetti. Le richieste di modifica dovranno essere dettagliatamente motivate e corredate di nuovo piano finanziario.

Si intendono modifiche al progetto la soppressione o la sostituzione di una o più macro-azioni del progetto stesso. Le modifiche non devono comportare variazioni tali da snaturare e/o modificare sostanzialmente il progetto. In ogni caso, non sono ammesse richieste di modifica al progetto che comportino una riduzione superiore al 30% dell'importo del progetto ammesso nel PTPL.

#### **Art. 8) IL MARCHIO TURISTICO**

Ogni progetto inserito nel Programma turistico di promozione locale usufruisce automaticamente (senza previa richiesta) del patrocinio di Visit Romagna.

Gli Enti che propongono i progetti hanno l'autorizzazione ad apporre il logo di Visit Romagna già nella fase della candidatura indipendentemente dall'eventuale assegnazione del contributo.

Si dovrà quindi apporre su tutto il materiale prodotto (brochure, manifesti, cartoline, siti internet, ...) il logo di Visit Romagna, "Romagna, la terra della dolce vita" e il brand di prodotto più adatto, affiancati dal logo turistico [visitemiliaromagna](http://visitemiliaromagna.it). Nell'utilizzo del logo "Romagna, la terra della dolce vita" online, questo dovrà rimandare al sito turistico [www.visitromagna.it](http://www.visitromagna.it)

**I loghi sono scaricabili dal sito [www.destinazioneromagna.emr.it](http://www.destinazioneromagna.emr.it) nella sezione Leggi atti bandi/ Bandi di gara e contratti /Bando PTPL 2024.**

## **Art. 9) MODALITÀ E PROCEDURE PER LA RENDICONTAZIONE E LIQUIDAZIONE DEI CONTRIBUTI**

Visit Romagna inserirà nel Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2024 i progetti relativi ad attività di accoglienza, animazione/intrattenimento e promozione turistica locale ordinati in base all'esito della concertazione con i soggetti attuatori, ritenuti ammissibili sulla base dell'istruttoria degli uffici e relativa approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione. **Tutte le azioni devono essere realizzate entro il 31/12/2024.**

I contributi sono concessi da Visit Romagna e, successivamente, liquidati ed erogati dalla stessa, a seguito della presentazione, da parte degli interessati, della regolare documentazione di spesa e di quella occorrente ai sensi della vigente normativa. In particolare i soggetti beneficiari devono trasmettere tramite posta certificata **entro il 15/01/2025, pena la revoca del contributo**, (utilizzando l'apposita modulistica scaricabile dal sito [www.destinazioneromagna.emr.it](http://www.destinazioneromagna.emr.it) nella sezione Leggi atti bandi/ Bandi di gara e contratti /Bando PTPL 2024), la seguente documentazione:

- 1) una dettagliata relazione tecnico-finanziaria consuntiva, descrittiva del progetto realizzato nel corso del 2024, dei risultati ottenuti e contenente il consuntivo delle spese effettivamente sostenute;
- 2) la documentazione comprovante il conseguimento di tutti o di parte dei risultati originariamente previsti. In particolare dovranno essere prodotti tutti i materiali realizzati anche grazie al contributo finanziario ottenuto attraverso il PTPL 2024, sul quale dovranno essere apposti i loghi previsti dall'art)8 del presente bando.
- 3) per gli uffici di informazione e accoglienza turistica, oltre ai punti 1) e 2), sarà richiesto un modulo con i dati di monitoraggio previsti dalle disposizioni condivise in sede regionale.
- 4) per i privati, la dichiarazione della ritenuta del 4% sui contributi assegnati.

In fase di rendicontazione, le attività realizzate dovranno conservare caratteristiche di coerenza ed inerenza col progetto che il beneficiario ha presentato, con particolare riferimento al piano finanziario approvato. Tutte le rendicontazioni dovranno essere sottoscritte dal Dirigente del Servizio responsabile del procedimento.

I contributi potranno essere ridotti in relazione alle spese effettivamente documentate secondo le seguenti modalità:

- qualora i costi non scendano oltre il 70% dell'importo di spesa ammesso a finanziamento senza però scendere oltre la soglia prevista per i diversi ambiti (15.000,00 per i progetti di animazione e 10.000,00 per i progetti di promozione), il finanziamento concesso non verrà ridimensionato;
- nel caso in cui i costi scendano non oltre il 60% dell'importo di spesa ammesso a finanziamento, senza però scendere oltre la soglia prevista per i diversi ambiti, il finanziamento concesso verrà ridimensionato con una riduzione del 10%;
- qualora i costi scendano oltre il 60% della spesa ammissibile a finanziamento il finanziamento verrà

revocato.

- qualora i progetti non vengano realizzati entro il 31.12.2024, il finanziamento verrà revocato.

L'Ente corrisponderà le risorse finanziarie in due rate: la prima nella misura del 20% del contributo assegnato successivamente all'introito dell'acconto liquidato dalla Regione Emilia Romagna; la seconda nella misura dell'80% entro settembre 2024.

Le eventuali economie che dovessero verificarsi in fase di attuazione del P.T.P.L. 2024 saranno destinate al completamento degli interventi già previsti o rafforzando i progetti, le azioni e le iniziative già previste oppure nella realizzazione di nuovi progetti, azioni, iniziative coerenti con le Linee strategiche di Visit Romagna.

Per quanto non espressamente previsto dal presente bando, si intende richiamata a tutti gli effetti la L.R. n. 4/2016, e succ. mod., e le disposizioni stabilite dalla Giunta Regionale Emilia-Romagna con deliberazioni n. 786/2017 e succ. mod..

Ulteriori informazioni e chiarimenti in ordine al presente bando potranno essere richiesti a:

Wilma Dal Cin, [wilma.dalcin@regione.emilia-romagna.it](mailto:wilma.dalcin@regione.emilia-romagna.it).

Maria Elena Occhi, [mariaelena.occhi@regione.emilia-romagna.it](mailto:mariaelena.occhi@regione.emilia-romagna.it),

Oriella Tamburini, [oriella.tamburini@regione.emilia-romagna.it](mailto:oriella.tamburini@regione.emilia-romagna.it).