

Allegato A) alla deliberazione di C.d.A. n. del



**Bando per la predisposizione di
progetti di accoglienza,
animazione/intrattenimento
turistico e promozione turistica
locale – PTPL 2021**

LINEE STRATEGICHE E PROGRAMMATICHE PER LO SVILUPPO DELLA PROMOZIONE TURISTICA LOCALE – PTPL 2021

“*Un'emergenza sanitaria globale senza precedenti*”. È così che UNWTO (United Nations World Tourism Organization) ha definito il 24 marzo la situazione legata alla diffusione di Covid-19 (UNWTO, 2020). In effetti, è proprio in queste parole “globale” e “senza precedenti”, che si sottolinea l'unicità di questa crisi e delle sue ripercussioni sanitarie, sociali, economiche ed occupazionali.

Quella legata alla diffusione del virus Covid-19, tuttavia, non è la prima crisi che il settore turistico si trova ad affrontare ma, la sua dimensione globale e le limitazioni imposte per evitarne la diffusione la rendono sicuramente una delle più intense.

Una situazione mai verificatasi in precedenza nella storia contemporanea, e che ha colpito in maniera particolare una industria come il turismo, che non importa merci ma esporta persone e che si fonda sulle relazioni - tanto più in una terra come la Romagna che ha fatto dell'ospitalità e della convivialità il proprio DNA turistico.

Pur nella consapevolezza che le strategie mai come in questo momento dovrebbero avere un respiro pluriennale e puntare al vero cambiamento facendo sì che dalla crisi mondiale ne si possa uscire con una serie di opportunità, siamo tenuti a presentare una programmazione di brevissimo periodo che deve fare i conti inevitabilmente con l'incertezza e la consapevolezza che il settore turistico subisce insieme agli altri danni irreparabili.

Tornare a viaggiare su ampia scala sembra essere una possibilità ancora remota in questo momento; tuttavia, il turismo domestico è un primo passo verso il lento ritorno alla normalità, la compensazione al calo del turismo internazionale e soprattutto avrà un ruolo determinante nel far riprendere l'economia. Riscoprire, riqualificare e valorizzare le nostre tradizioni, le bellezze culturali e paesaggistiche, nella consapevolezza dell'enorme mole di patrimonio che abbiamo sarà uno tra gli obiettivi principali di quest'anno.

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.

In considerazione delle difficoltà e della incertezza del periodo, che indirizzano verso una programmazione di brevissimo periodo, considerando anche che il mercato turistico è notevolmente mutato portando principalmente la nostra attenzione verso il mercato domestico e di corto raggio, i principali obiettivi strategici da perseguire per l'anno 2021 saranno:

- Recuperare quote di movimento turistico e di mercato a seguito del forte 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.
- Evolgere 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.

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 la Destinazione turistica realizzerà di concerto con gli altri enti territoriali:

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

In particolare, compito della Destinazione sarà coordinare gli Iat e Uit del territorio, un compito che la Destinazione si assume insieme a quello di sostenere, con risorse economiche, i servizi e le attività di coordinamento, per garantire così il mantenimento dei parametri di qualità previsti dalle direttive regionali. Gli uffici informazione turistica, in attuazione delle nuove norme di sicurezza anti Covid, devono continuare ad essere luoghi fisici accoglienti dove il turista può trovare tutte le informazioni necessarie, ma devono anche raccogliere, organizzare e distribuire le informazioni degli attori della destinazione, attraverso l'uso della rete e dei nuovi mezzi di comunicazione, diventando, di fatto, anche uffici virtuali digitali, e fornire al turista tutte le informazioni di cui ha bisogno nell'ottica di promuovere il territorio, con consigli di viaggio online ed offline. In questo contesto è indispensabile realizzare iniziative formative per gli operatori degli uffici di informazione turistica nei quali trattare temi come l'accoglienza, il nuovo ruolo degli uffici, l'attività di comunicazione sul web ed i social media, nell'ottica di creare una rete relazionale in grado di promuovere il territorio in maniera maggiormente efficace.

A supporto dell'accoglienza e dell'informazione turistica la Destinazione 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 la Destinazione 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' 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 anche oltre il livello locale.

La Programmazione della promozione turistica locale 2021 sarà improntata principalmente a garantire continuità tra obiettivi di Destinazione e di territorio in modo unitario all'interno della programmazione della Destinazione Turistica, sostenendo gli eventi per le loro peculiarità, e le eccellenze che insistono in ambito locale, purché di valore per l'incremento turistico, sulla loro strutturazione di rete territoriale, sulla loro valorizzazione delle tematiche locali.

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, Arte e Cultura, 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.

Saranno premiati progetti di sistema i cui ambiti di azione verteranno su scala sovra provinciale e comunale incentrati sullo sviluppo di nuove narrazioni che partano da temi e suggestioni identitarie forti e riconoscibili 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.

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.

Poiché il tema della plastica e dell'usa e getta ormai da tempo è diventata parola chiave all'ordine del giorno, la Destinazione Turistica intende porre l'attenzione nei confronti della sostenibilità e favorire processi di miglioramento e di salvaguardia ambientale premiando gli eventi a basso impatto ecologico che decidano di bandire l'uso della plastica - "**Plastic free**". Un modo per valorizzare la bellezza dello stare insieme, dai piccoli eventi alle grandi manifestazioni, senza danneggiare l'ambiente, anzi tutelandolo.

Ambiti di intervento strategico:

- 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**

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, Natale e Capodanno, il Rinascimento, le Vie di Dante, la Nove colli, il Giro d'Italia ed il motomondiale "Gran premio di San Marino e della Riviera di Rimini"**. Particolare attenzione verrà data alle celebrazioni del VII centenario della morte di Dante Alighieri. L'anno celebrativo del Poeta parte da Ravenna (la città dove il Sommo morì nella notte tra il 13 e il 14 settembre 1321) e passa da Forlì, che gli dedicherà la grande mostra annuale, e prosegue nei luoghi tra Romagna e Toscana, dove si snodano le "**Vie di Dante**", **itinerari inseriti da Lonely Planet nella classifica "Best in Travel 2021"** quali meta irrinunciabile ed esempio di turismo culturale sostenibile e slow. Anche il Rinascimento, uno dei fil rouge più importanti del territorio capace di collegare in un unico prodotto gli Este, i Da Polenta, i Malatesta, le Terre di Piero della Francesca, sarà al centro della programmazione al fine di innescare nuove narrazioni e nuove motivazioni di viaggio per attirare flussi turistici autonomi soprattutto in periodi di bassa stagione.

I territori hanno già nel corso del 2020 potuto testare modalità e format interessanti per far fronte alla situazione di emergenza, dare risposta al turista, creando alternative, gestendo le situazioni, controllando i flussi e determinandoli. L'anno 2021 sarà molto probabilmente ancora caratterizzato dal contingentamento degli ingressi, controllo e organizzazione saranno prioritari.

La Destinazione 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, intende valorizzare attrattori con forte capacità destagionalizzante, impattanti sulle community oltre che sui turisti individuali, impattanti sui media, che generano un volume di comunicazione che ottimizza gli investimenti, 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 2021 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.***

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 2020 la vacanza nei piccoli borghi, da sempre fortemente caratterizzati dalla presenza dell'agricoltura, delle tradizioni e dell'artigiano, ha rappresentato un esempio di turismo sostenibile prezioso per la Romagna, che se adeguatamente valorizzato, può diventare 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.

Il prodotto turistico entroterra, fondato 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 rientra tra gli obiettivi di investimento.

Un processo d'investimento le cui motivazioni, non lo dimentichiamo, risiedono in ragioni specifiche di natura economica, essendo strettamente connesse all'esigenza di sviluppo economico, sociale e culturale di una parte importante e ben definita del territorio, ma dipendono anche da esigenze più generali legate alla necessità di arricchire l'offerta e le opportunità turistiche di tutta la Riviera. 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.***

3. PROMOZIONE DEI 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 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 inaugurato a settembre 2020 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 verrà inaugurato nel 2021 e che porterà a dialogare la Rimini romana con quella rinascimentale in un percorso che andrà dal nuovo teatro Galli, attraverso la piazza rinascimentale e passando per il Fulgor, fino alla nuova piazza pedonale sul ponte Tiberio.

Grande attenzione verrà data alle celebrazioni del VII centenario della morte di Dante Alighieri. L'anno celebrativo del Poeta parte da Ravenna con un ricco programma di conversazioni, letture, mostre e concerti e passa da Forlì, che al San Domenico che gli dedicherà la grande mostra "Dante. La visione dell'arte" che esporrà capolavori da tutto il mondo per un percorso complessivo sulla figura dell'Autore, simbolo dell'Italia e sul suo immenso lascito.

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.

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 Destinazione turistica Romagna come una Destinazione ricca di arte e cultura.

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.

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 miscelano 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 **Ciclovía Turística "Adriatica"** Venezia-Lecce in un percorso costiero di oltre 100 km da Comacchio a Cattolica e, **VENTO**, la ciclovía che collegherà Torino a Venezia costituiscono progetti molto ambiziosi per promuovere il turismo slow, le eccellenze e le bellezze naturali del territorio.

Particolare attenzione verrà data alla "**Via Romagna**", una nuova Ciclovía in Emilia Romagna che aprirà i battenti nel prossimo 2021. 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.

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.

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 2021, 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.

La Destinazione 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.

BANDO PER L'ACCESSO AI FINANZIAMENTI 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 2021 i seguenti soggetti attuatori:

- i Comuni, singolarmente o congiuntamente tra loro, le Unioni di Comuni e 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 o organismi operativi.

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;

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

Art. 2) MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Le domande devono essere inviate **esclusivamente**, pena inammissibilità, mediante posta elettronica certificata all'indirizzo 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.** 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), schede 1, 2, 3 reperibile anche sul sito internet della Destinazione turistica Romagna www.destinazioneromagna.emr.it nella sezione Leggi atti bandi/ Bandi di gara e contratti /Bando PTPL 2021.

Art. 3) TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Al fine dell'effettuazione dell'istruttoria sui progetti, le domande, indirizzate al Presidente della Destinazione turistica Romagna, Andrea Gnassi, dovranno pervenire **entro le ore 13.00 del giorno 01/02/2021** a mezzo posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo: romagnaturismo@legalmail.it

La Destinazione Turistica declina ogni e qualsiasi responsabilità in merito ad eventuali smarrimenti o ritardi della domanda o dei documenti spediti

Art. 4) REQUISITI DI AMMISSIBILITÀ E AMMONTARE DEL CONTRIBUTO (art. 6 c.2 lett.a) della L.R. 4/2016)

AMBITO AI Gestione servizio informazioni ed accoglienza turistica

- **Requisiti di ammissibilità**

Le risorse regionali verranno assegnate agli uffici turistici cui sia stata riconosciuta la qualifica di IAT, IAT-R e UIT, sulla base degli standard minimi di qualità approvati dalla deliberazione di Giunta della Regione Emilia-Romagna 20 giugno 2005, n. 956.

Possono rientrare in questo ambito quelle azioni che garantiscono il servizio di informazioni ed accoglienza turistica agli ospiti con formule innovative più moderne e diversificate che vedono un

maggior coinvolgimento e partecipazione dei residenti, ad esempio gli IAT diffusi o i greeters, purchè l'Ente abbia comunque una struttura di informazione ed accoglienza turistica riconosciuta dalle Province competenti.

La domanda per l'accesso al finanziamento dovrà essere presentata utilizzando il modulo di cui alla scheda 1 dell'Allegato A del presente bando.

Ciascun soggetto partecipante a questo ambito potrà presentare un solo progetto.

Gli interventi in quest'ambito saranno finalizzati ad assicurare a tutti gli uffici IAT e UIT già riconosciuti il sostegno all'attuazione della normativa regionale per il mantenimento degli standard di qualità previsti e/o per il miglioramento dei servizi resi.

In particolare si ritiene prioritario che la destinazione delle risorse assegnate dalla Regione venga finalizzata anche alla formazione del personale, che deve conoscere, oltre alle lingue, il territorio e avere doti relazionali, che gli consentano di instaurare un dialogo che ottenga la massima soddisfazione del turista, in un'ottica di offerta di area vasta quale è quella della Destinazione Turistica Romagna, sarà pertanto ritenuto criterio premiante la previsione di obiettivi formativi. Prioritari anche gli interventi di miglioramento di servizi correnti di tipo duraturo, come ad es. l'incremento delle attività di prenotazione dei servizi turistici e l'aumento dell'accessibilità ai servizi offerti, nonché l'integrazione tra attività di informazione ed accoglienza di più uffici informazione tra territori limitrofi.

Spese ritenute ammissibili

- spese di personale direttamente addetto al front-office e al back-office;
- spese di formazione professionale e aggiornamento degli addetti;
- spese di gestione, quali affitto di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze telefoniche ed elettriche, spese di cancelleria e postali, spese per assistenza sussidi audio-visivi ed informatici;
- solo per gli uffici IAT – IAT-R, abbonamenti a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
- spese per sperimentazione di servizi innovativi a servizio del turista e in accordo con gli altri uffici di informazione turistica sul territorio regionale;

Spese ritenute non ammissibili

- spese relative ad acquisto di immobili, attrezzature di servizio, arredi e strumentazione informatica;
- spese relative a realizzazione e stampa di materiale promozionale (che devono essere inserite fra le azioni di promozione turistica);

- spese di manutenzione 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 (che devono essere inserite fra le azioni di promozione turistica);
- spese di personale di ruolo se superiori al 10% del costo complessivo del progetto;
- spese varie non esplicitate, comprese la voce generica di "utenze" non verranno considerate ammissibili

- **Ammontare del contributo**

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

-Totale spesa ammessa e coerenza con la spesa storica consolidata;

-Qualità del servizio prestato (valutata in relazione al riconoscimento della qualifica posseduta – IAT, IAT-R o UIT, al miglioramento del servizio rispetto agli standard regionali);

-Presenza di un programma continuativo di formazione e aggiornamento coerente con il ruolo ricoperto (tematiche: Gestione delle informazioni turistiche, Promozione del prodotto, Assistenza al turista, Organizzazione del servizio, Marketing del Turismo e progettazione, Informatica, reti e strumenti innovativi). L'obiettivo è quello di migliorare, aggiornare e riqualificare le capacità professionali dei nostri operatori in funzione delle continue evoluzioni ed innovazioni cui assistiamo nel settore del turismo, così da consentire agli operatori stessi di crescere insieme al sistema turistico che intendiamo realizzare.

-presenza di relazioni convenzionali e progettualità condivise ed integrate tra uffici informazione di territori limitrofi.

-Vocazione turistica del Comune

(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);

-Numero dei punti di informazione.

Art. 5) REQUISITI DI AMMISSIBILITA' DEI PROGETTI (art. 6 c.2 lett.a) della L.R. 4/2016)

AMBITO A2 Servizi turistici relativi all'animazione ed intrattenimento turistico

Gli eventi ed iniziative di animazione ed intrattenimento costituiscono un interessante strumento di attrattività e di valorizzazione del territorio. La Destinazione Turistica Romagna 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 attirare significativi flussi di pubblico non solo locale;
- incrementino le presenze turistiche e la permanenza sul territorio della destinazione turistica
- rafforzino la percezione del senso di sicurezza e organizzazione della destinazione

Le iniziative devono essere articolate in progetti organici, coerenti con gli obiettivi della programmazione turistica regionale e della Destinazione turistica Romagna, presentati utilizzando il modulo di cui alla scheda 2 dell'Allegato A del presente bando, nei quali siano evidenziati:

- i soggetti coinvolti,
- la descrizione del progetto,
- gli obiettivi da perseguire,
- target e segmenti della domanda
- le azioni programmate
- i criteri e le modalità di riscontro dei risultati.

I progetti dovranno essere:

- coerenti con le linee strategiche dell'Ente ed in particolare riconducibili agli 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**

- iniziative di richiamo turistico in grado di generare presenze turistiche, seppur controllate e

contingentati alla luce della situazione sanitaria. 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;

-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.

I progetti dovranno presentare una previsione di costi non inferiore a € 15.000,00

Spese ritenute non ammissibili

- le “spese generali” non specificate e di personale di ruolo;
- le iniziative volte alla commercializzazione;
- le spese relative ad acquisto di immobili, attrezzature di servizio, arredi, materiali di consumo e contratti di manutenzione;
- le spese di promozione eventualmente candidabili nell'ambito B.

Art. 6) REQUISITI DI AMMISSIBILITA' DEI PROGETTI (art. 6 c.2 lett.b) della L.R. 4/2016)

AMBITO B) Iniziative di promozione turistica di interesse locale

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 della Destinazione Turistica 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, work shop 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 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 sottoposto alla preventiva approvazione da parte di APT Servizi.

Spese ritenute non ammissibili:

- “spese generali” non specificate e di personale di ruolo;
- le iniziative volte alla commercializzazione;
- 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.

Art. 7) CRITERI DI VALUTAZIONE E PRIORITÀ PER I PROGETTI DI ANIMAZIONE, INTRATTENIMENTO E PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE

I progetti saranno valutati in base a:

A) complementarietà con i progetti della Destinazione 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 o presenza di accordo e collaborazione tra Comuni e realtà di organismi locali;

E) coinvolgimento imprese del comparto turistico in rafforzamento alle azioni di promocommercializzazione;

F) presenza di azioni e iniziative per il miglioramento e la salvaguardia ambientale per ridurre l’uso

della plastica in relazione all'obiettivo Romagna Plastic free 2023.

Qualora uno dei soggetti di cui all'Art. 1 del presente bando presenti, sullo stesso ambito di attività, più progetti in forma singola o associata verrà considerato ammissibile un solo progetto, ossia quello che avrà conseguito una valutazione più alta. In caso di parità di valutazione verrà ammesso quello la cui richiesta di contributo risulta maggiore.

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. 5 parametri su 6;
- Categoria media: rispondenza ad almeno n. 4 parametri su 6;
- Categoria bassa: rispondenza a n. 3 parametri su 6;
- Non ammissibili: rispondenza ad un numero di parametri inferiore a tre

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

Ai fini della definizione della graduatoria dei progetti nell'ambito di ciascuna categoria, verranno considerati prioritari i progetti che concorreranno nell'ordine a:

- costruzione di itinerari ed experience in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione attuate da Visit Romagna;
- creare aggregazioni progettuali tra Comuni, Unioni di Comuni, e realtà di organismi locali e soggetti privati chiamati alla commercializzazione.

Art. 8) 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 Destinazione.

La concertazione verrà effettuata tenendo conto

- dell'esito dell'istruttoria effettuata sulla base della qualità dei progetti presentati;
- dell'aderenza rispetto alle linee strategiche della Destinazione turistica Romagna;
- del peso turistico dei territori.

Art. 9) MODIFICHE AL PROGETTO

In relazione alla situazione di emergenza ed in presenza di una forte necessità di flessibilità e cambiamento, anche per l'anno 2021 si prevedono due momenti di verifica tesi a permettere eventuali e necessarie modifiche di progetto:

Entro e il 31 maggio ed entro il 31 ottobre 2021 è possibile inoltrare eventuali richieste di modifica al progetto, da trasmettere alla Destinazione Turistica 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. 10) 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 #inemiliaromagna. Nell'utilizzo del logo "Romagna, la terra della dolce vita" online, questo dovrà rimandare al sito turistico www.visitromagna.it

I loghi sono scaricabili dal sito www.destinazioneromagna.emr.it nella sezione Leggi atti bandi/ Bandi di gara e contratti /Bando PTPL 2021.

Art. 11) MODALITÀ E PROCEDURE PER LA RENDICONTAZIONE E LIQUIDAZIONE DEI CONTRIBUTI

Visit Romagna inserirà nel Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2021 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 31/12/2021.**

I contributi sono concessi dalla Destinazione 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 15/01/2022, pena la revoca del contributo**, (utilizzando l'apposita modulistica scaricabile dal sito www.destinazioneromagna.emr.it nella sezione Leggi atti bandi/ Bandi di gara e contratti /Bando PTPL 2021), la seguente documentazione:

- 1) una dettagliata relazione tecnico-finanziaria consuntiva, descrittiva del progetto realizzato nel corso del 2021, 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 2021, sul quale dovranno essere apposti i loghi previsti dall'art)10 del presente bando.

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, il finanziamento concesso non verrà ridimensionato;
- nel caso in cui i costi scendano non oltre il 60% dell'importo di spesa ammesso a finanziamento, 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 31.12.2021, 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 2022.

Le eventuali economie che dovessero verificarsi in fase di attuazione del P.T.P.L. 2021 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 della Destinazione Turistica.

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:

Oriella Tamburini, oriella.tamburini@regione.emilia-romagna.it,

Wilma Dal Cin, wilma.dalcin@regione.emilia-romagna.it.

Maria Elena Occhi, mariaelena.occhi@regione.emilia-romagna.it, .



Bando per la predisposizione di progetti di accoglienza, animazione/intrattenimento turistico e promozione turistica locale – PTPL 2021 - MODULISTICA: SCHEDE 1, 2, 3

(SCHEDA 1)

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE - Anno 2021 “SERVIZI TURISTICI RELATIVI ALL’INFORMAZIONE ED ACCOGLIENZA”

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI NOTORIETA’

(Art. 47 D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445)

Al Presidente
della Destinazione Turistica Romagna
P.le Fellini 3 - 47921 Rimini

Il sottoscritto, _____, nato a _____,
il _____, e residente in _____,
in qualità di legale rappresentante del COMUNE di _____,
oppure
in qualità di legale rappresentante della/di _____ soggetto
gestore, in forza di convenzione, del servizio di informazione e accoglienza turistica del
COMUNE di _____,

C H I E D E

nell’ambito del P.T.P.L. 2021, il FINANZIAMENTO dei seguenti UFFICI TURISTICI:

1) UFFICIO TURISTICO di: _____			
<small>(specificare INDIRIZZO)</small>			
<small>POSSIEDE la qualifica di IAT-R NON POSSIEDE qualifica in quanto non ha tutti gli standard regionali (*)</small>	<small>POSSIEDE la qualifica di IAT</small>	<small>POSSIEDE la qualifica di UIT</small>	<small>NON POSSIEDE qualifica in quanto non ha tutti gli standard regionali (*)</small>

2) UFFICIO TURISTICO di: _____			
<small>(specificare INDIRIZZO)</small>			

POSSIEDE la qualifica di IAT-R	POSSIEDE la qualifica di IAT	POSSIEDE la qualifica di UIT	NON POSSIEDE qualifica in quanto non ha tutti gli standard regionali (*)
--------------------------------	------------------------------	------------------------------	--

(*) Soltanto nel caso in cui l'Ufficio non possieda tutti gli standard regionali, compilare la seguente tabella:

Indicare qui a fianco l'Ufficio a cui gli standard si riferiscono	_____
	(specificare INDIRIZZO)
	ELENCAZIONE DEGLI STANDARD MINIMI POSSEDUTI:
	1 _____
	2 _____
3 _____	
4 _____	

DICHIARA ALTRESI'

- che l'Ufficio/gli Uffici turistici:

viene/vengono gestito/i direttamente dal Comune

viene/vengono gestito/i, attraverso apposita convenzione allegata alla presente domanda, stipulata in data _____, da:

che i costi di gestione complessivi per l'Ufficio/i per il/i quale/i si chiede il finanziamento sono pari a € _____ =
così distinti per ogni singolo ufficio:

ovvero, per:

1) UFFICIO TURISTICO di: _____ _____ (specificare INDIRIZZO)
<u>INDICARE SUPERFICIE UFFICIO</u> (intesa come superficie front office + back office + servizi <u>escluso</u> vani adibiti a <u>magazzino</u>) mq. _____

il preventivo dei costi di gestione è il seguente:

PREVENTIVO DI SPESA PER LA GESTIONE DEL SERVIZIO nell'ANNO 2021				
(per la compilazione delle singole voci, la previsione delle spese deve basarsi sui costi effettivamente sostenuti per la gestione del servizio negli anni precedenti)				
1	Spese di personale addetto al front-office	Indicare il nr. delle unità impiegate: nr. _____	€	

2	Spese di personale addetto al back-office	Indicare il nr. delle unità impiegate: nr. _____	€	
3	Affitto immobili		€	
4	Riscaldamento Locali		€	
5	Pulizia Locali		€	
6	Utenze telefoniche/Idriche		€	
7	Utenze energia elettrica		€	
8	Corsi di formazione		€	
9	Spese di cancelleria		€	
10	Spese postali		€	
11	Spese per assistenza sussidi audio-visivi ed informatici		€	
12	Spese per abbonamento a quotidiani locali - precisare a quali: _____ (spesa ammessa solo per gli uffici turistici con qualifica di IAT e IAT-R)		€	
TOTALE			€	

PIANO FINANZIARIO		
FONDI PROPRI	€	
COFINANZIAMENTO RICHIESTO ALLA D.T. ROMAGNA	€	
ALTRE FONTI DI FINANZIAMENTO (da specificare)	€	
TOTALE	€	

ovvero, per:

2) UFFICIO TURISTICO di: _____

(specificare INDIRIZZO)			
	INDICARE SUPERFICIE UFFICIO (intesa come superficie front office + back office + servizi <u>escluso</u> vani adibiti a <u>magazzino</u>)		mq. _____

il preventivo dei costi di gestione è il seguente:

PREVENTIVO DI SPESA PER LA GESTIONE DEL SERVIZIO nell'ANNO 2021 (per la compilazione delle singole voci, la previsione delle spese deve basarsi sui costi effettivamente sostenuti per la gestione del servizio negli anni precedenti)				
1	Spese di personale addetto al front-office	Indicare il nr. delle unità impiegate: nr. _____	€	
2	Spese di personale addetto al back-office	Indicare il nr. delle unità impiegate: nr. _____	€	
3	Affitto immobili		€	
4	Riscaldamento Locali		€	
5	Pulizia Locali		€	
6	Utenze telefoniche/idriche		€	
7	Utenze energia elettrica		€	
8	Corsi di formazione		€	
9	Spese di cancelleria		€	
10	Spese postali		€	
11	Spese per assistenza sussidi audiovisivi ed informatici		€	
12	Spese per abbonamento a quotidiani locali - precisare a quali: _____ _____ (spesa ammessa solo		€	

	per gli uffici turistici con qualifica di IAT e IAT-R)			
TOTALE			€	

PIANO FINANZIARIO		
FONDI PROPRI	€	
COFINANZIAMENTO RICHIESTO ALLA D.T. ROMAGNA	€	
ALTRE FONTI DI FINANZIAMENTO (da specificare)	€	
TOTALE	€	

Data, _____

Firma
del Legale Rappresentante

(SCHEDA 2)

**PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE - Anno 2021
"PROGETTO DI ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO"**

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI NOTORIETA'

(Art. 47 D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445)

Al Presidente
della Destinazione Turistica Romagna
P.le Fellini 3, 47921 - Rimini

Il sottoscritto, _____, nato a _____,
il _____, e residente in _____,

in qualità di legale rappresentante del COMUNE di _____,
oppure

in qualità di legale rappresentante della/di _____,

CHIEDE

nell'ambito del P.T.P.L. 2021, il FINANZIAMENTO delle seguenti INIZIATIVE:

TITOLO DEL PROGETTO:

--

AMBITO DI INTERVENTO:

--

REFERENTE TECNICO DEL PROGETTO:

Cognome e Nome:	
Recapito telefonico/ e-mail	

SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO

(indicare gli eventuali soggetti attuatori, se diversi dal proponente, e tutti gli altri soggetti coinvolti):

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

(nel caso di progetto presentato congiuntamente da più soggetti, la relazione dovrà dettagliatamente evidenziare la unitarietà del progetto e la convergenza delle azioni da esso previste, ivi incluse le risorse impegnate dai rispettivi Enti partecipanti):

<u>OBIETTIVI (FINALITA' TURISTICHE):</u>

<u>TARGET E SEGMENTI DELLA DOMANDA</u>
(precisare i target):

<u>AZIONI PROGRAMMATE</u>
(con la relativa tempistica):

<u>CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI:</u>

PREVENTIVO DI SPESA

DESCRIZIONE VOCI DI SPESA		
	€	

	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
TOTALE DELLE SPESE	€	

PIANO FINANZIARIO		
FONDI PROPRI	€	
FINANZIAMENTI DI ALTRI SOGGETTI PUBBLICI COINVOLTI DOCUMENTATI (DA SPECIFICARE)	€	
COFINANZIAMENTO RICHIESTO ALLA D.T. ROMAGNA	€	
ENTRATE DIVERSE (SPONSOR ECC. SPECIFICARE)	€	
	€	
TOTALE	€	

Data, _____

Firma
del Legale Rappresentante

(SCHEDA 3)

**PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE - Anno 2021
"PROGETTO DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE"**

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI NOTORIETA'

(Art. 47 D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445)

Al Presidente
della Destinazione Turistica Romagna
P.le Fellini 3, - 47921 - Rimini

Il sottoscritto, _____, nato a _____,
il _____, e residente in _____

in qualità di legale rappresentante del COMUNE di _____,
oppure

in qualità di legale rappresentante della/di _____

C H I E D E

nell'ambito del P.T.P.L. 2021, il finanziamento del seguente PROGETTO:

<u>TITOLO DEL PROGETTO:</u>
<u>AMBITO DI INTEVENTO:</u>
<u>REFERENTE TECNICO DEL PROGETTO:</u>

Cognome e Nome/	
Recapito telefonico/e-mail	

<u>SOGGETTI COINVOLTI NEL PROGETTO</u> (indicare gli eventuali soggetti attuatori, se diversi dal proponente, e tutti gli altri soggetti coinvolti):

<u>DESCRIZIONE DEL PROGETTO</u> (nel caso di progetto presentato congiuntamente da più soggetti, la relazione dovrà dettagliatamente evidenziare la unitarietà del progetto e la convergenza delle azioni da esso previste, ivi incluse le risorse impegnate dai rispettivi Enti partecipanti):

OBIETTIVI (FINALITA' TURISTICHE)

AZIONI PROGRAMMATE

(con la relativa tempistica):

TARGET E SEGMENTI DELLA DOMANDA

(precisare i target):

MERCATI DI INTERVENTO:

<u>CRITERI E MODALITÀ DI RISCONTRO DEI RISULTATI:</u>

PREVENTIVO DI SPESA

DESCRIZIONE VOCI DI SPESA		
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
	€	
TOTALE DELLE SPESE	€	

PIANO FINANZIARIO

FONDI PROPRI	€	
FINANZIAMENTI DI ALTRI SOGGETTI PUBBLICI COINVOLTI DOCUMENTATI (DA SPECIFICARE)	€	

COFINANZIAMENTO RICHIESTO ALLA D.T. ROMAGNA	€	
ENTRATE DIVERSE (SPONSOR ECC.)	€	
	€	
TOTALE	€	

Data, _____

Firma
del Legale Rappresentante
