Approvato con deliberazione di Consiglio di Amministrazione n. 8 del 23.10.2019

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

PTPL 2020

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

Gli scenari, le tendenze rilevate e soprattutto il rinnovato quadro normativo dell'ordinamento turistico regionale inducono ad un approccio quanto mai flessibile nella programmazione degli interventi promozionali e di informazione e accoglienza.
L'obiettivo principale della promozione turistica di interesse locale è 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, non solo intensificare il rapporto tra obiettivi di Destinazione e territorio.

A fronte di un lavoro sinergico tra Regione, Destinazioni e realtà locali, l'impostazione del programma 2020 sarà in un'ottica di continuità, confermando le strategie generali e mantenendo le stesse priorità.

Obiettivi:

- 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.

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 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 2020 sarà improntata principalmente a garantire continuità tra obiettivi di Destinazione e di territorio integrando i programmi delle Province 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.

Poichè nel 2019 il tema della plastica e dell'usa e getta 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.

I positivi risultati dei consistenti investimenti nell'attività di comunicazione dell'immagine territoriale attuati nell'ultimo anno dall'ente, offrono sostegno alle strategie perseguite fin'ora.

Ambiti di intervento strategico:

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

1. POTENZIAMENTO E PROMOZIONE DEI GRANDI EVENTI

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, Il Capodanno, Romagna Osteria, Mare e vele storiche, Wellness e terme, Centenario Fellini 2020, Giro d'Italia ed il motomondiale "Gran premio di San Marino e della Riviera di Rimini". Particolare attenzione verrà data alle celebrazioni in vista del centenario della nascita di Tonino Guerra, del bicentenario della nascita di pellegrino Artusi e del VII centenario della morte di Dante Alighieri. La Destinazione intende puntare alla valorizzazione dei grandi eventi e degli eventi di sistema consapevole di altre importanti funzioni svolte da questi attrattori: forte capacità destagionalizzante, sono impattanti sulle community oltre che sui turisti individuali, sono impattanti sui media, 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, accrescere il livello di internazionalizzazione, accrescere la qualità degli eventi per attirare un pubblico meno generalista, individuare eventi originali, unici, fortemente identitari e riconoscibili, utilizzare gli eventi per raccontare la Romagna, veicolare messaggi positivi, comunicare la destinazione, ampliare la partecipazione delle aggregazioni private, implementare le sinergie e azioni di sistema.***

2. ROMAGNA DEI BORGHI, ROCCHE 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. 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, affinchè sviluppi sinergicamente un prodotto turistico da esportare non solo a livello nazionale ma anche internazionale. 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 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 Teatro Galli di Rimini inaugurato nel 2018, il Museo Meis di Ferrara che ha inaugurato a dicembre 2017, il Museo della Città e del Territorio di Ravenna presso l'ex zuccherificio di Classe inaugurato nel 2018 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, fino al Museo Fellini che ci proietta fin da subito al 2020.

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

La tematica dell'esperienza è fondamentale per un territorio, come quello della Romagna, 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. Come non ricordare che nel 2020 ricorre il bicentenario della nascita di Pellegrino Artusi, padre riconosciuto della lingua e della cucina domestica italiana. ***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 provenienti dai mercati***

esteri, grazie proprio all'appeal che possono generare la cucina del territorio e i prodotti tipici.
Si tratta di un'azione tesa ad individuare le eccellenze in termini di prodotti e di filiera per lo sviluppo nell'arco delle future programmazioni di eventi di sistema a sostegno di questo prodotto fortemente identitario, affinché tale offerta possa generare flussi autonomi significativi di presenze turistiche.

5. ROMAGNA BIKE EXPERIENCE

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.
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 ed Ironman Emilia Romagna 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.
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.

BANDO PER L'ACCESSO AI FINANZIAMENTI

Come da normativa regionale, gli ambiti di intervento del PTPL sono:

AMBITO A) Servizi Turistici di Base:

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

AMBITO 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 2020 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 a 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 Società d'Area, le Pro Loco, i Gruppi di Azione Locale (GAL), le Strade dei vini e dei sapori, le Associazioni di imprese e le Associazioni di volontariato i cui progetti abbiano finalità di promozione e valorizzazione turistica;

Art. 2) MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Le domande devono essere inviate **esclusivamente**, pena inammissibilità, mediante posta elettronica certificata all'indirizzo romagnaturismo@legalmail.it. **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: https://destinazioneromagna.emr.it/amministrazione-trasparente/bandi-di-gara-e-contratti/bando-per-la-predisposizione-di-progetti-di-accoglienza-animazione-intrattenimento-turistico-e-promozione-turistica-locale

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 il giorno 25.11.2019** 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 AMMISSIBILITA' E AMMONTARE DEL CONTRIBUTO (art. 6 c.2 lett.a) della L.R. 4/2016)

AMBITO a1 Gestione servizio informazioni ed accoglienza turistica

- **Requisiti di ammissibilità**

Le risorse regionali verranno assegnate agli uffici turistici cui sia stata riconosciuta dalle rispettive Province 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 maggiore coinvolgimento e partecipazione dei residenti, ad esempio gli IAT diffusi o i greeters.

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 che le 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.

- **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;
- 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 varie non esplicitate, non verranno considerate ammissibili.

- **Ammontare del contributo**

I contributi per progetti relativi al filone delle attività di accoglienza e informazione turistica non potranno essere inferiori al 30% delle risorse assegnate dalla Regione per il finanziamento del PTPL. 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.
-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.

L'importo massimo del cofinanziamento non potrà superare il 70% dell'importo ammissibile del progetto.

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.

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.

Per essere ammesso a contributo il progetto deve essere in possesso dei seguenti requisiti:

1) riguardare alternativamente o congiuntamente iniziative con le seguenti caratteristiche:

a) iniziative di grande rilievo, eventi di sistema, ossia manifestazioni di notevole richiamo turistico in grado di generare presenze turistiche. Tali eventi, possibilmente collegati ad iniziative di promo-commercializzazione dei club di prodotto, devono essere promossi con azioni specifiche e adeguate il cui costo aggiuntivo rispetto a quello organizzativo, sia compatibile con i vincoli imposti dalla normativa vigente;

b) 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.

c) manifestazioni di intrattenimento e rilievo secondario, purché inserite nell'ambito di un organico circuito pubblicizzato 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.

Verranno considerati prioritari i progetti:

- **presentati da Comuni o da aggregazioni di Comuni, specie se frutto della collaborazione e dell'accordo con organismi locali, operatori del turismo con i quali condividere lo sviluppo del prodotto turistico;**
- **che concorreranno alla definizione di itinerari ed experience in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione sostenute da imprese del comparto turistico.**

Art. 6) REQUISITI DI AMMISSIBILITA' DEI PROGETTI (art. 6 c.2 lett.a) 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 ampio e variegato .

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.

Verranno considerati prioritari i progetti:

- **presentati da Comuni o da aggregazioni di Comuni, specie se frutto della collaborazione e dell'accordo con organismi locali, operatori del turismo con i quali condividere lo sviluppo del prodotto turistico;**
- **che concorreranno alla definizione di itinerari ed experience in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione sostenute da imprese del comparto turistico**

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;
- stampa di nuovo 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;
- ristampa di materiale promozionale 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/di 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 il prodotto 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.

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) 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;

B) caratterizzati dal reale legame con le tradizioni, l'identità, la socialità della destinazione e volti ad arricchire il prodotto di elementi emozionali, che permettano al turista di vivere un'esperienza e che generino un ricordo;

C) complementarietà con la programmazione della Destinazione:

Potenziamento e promozione dei grandi eventi
Romagna dei Borghi, Rocche e dimore storiche

Promozione dei grandi contenitori culturali
Romagna Food experience
Romagna Bike experience

D) aggregazione di più Comuni su scala provinciale e/o sovraprovinciale o presenza di accordo e collaborazione tra Comuni ed organismi locali;

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

F) favorire processi di miglioramento e di salvaguardia ambientale – iniziative "Plastic free".

Sulla base dei parametri di cui sopra verrà valutata la qualità dei progetti e secondo i relativi punteggi previsti per un massimo di 50 punti:

A-Effettiva valenza turistica, ovvero capacità di promuovere e incentivare l'offerta di un sistema turistico	fino a 15 punti
B-Capacità di valorizzare le tradizioni, l'identità, la socialità della Destinazione turistica	fino a 5 punti
C-Complementarietà con la programmazione della Destinazione turistica	fino a 15 punti
D-Presenza di aggregazione di più Comuni o Unione di Comuni (2 punti per ogni ente locale coinvolto oltre a quello che presenta il progetto su scala provinciale, 5 punti su scala sovraprovinciale)	fino a 5 punti
E-Coinvolgimento imprese del comparto turistico in rafforzamento alle azioni di promo-commercializzazione	Fino a 5 punti
F- Presenza di azioni e iniziative di salvaguardia ambientale per ridurre l'uso della plastica.	Fino a 5 punti

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 il punteggio più alto in sede di istruttoria. In caso di parità di punteggio verrà ammesso quello la cui richiesta di contributo risulta maggiore.

Tale disposizione non sarà applicata nei confronti dei progetti di sistema promossi direttamente da Visit Romagna.

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

Entro e non oltre il 31 marzo 2020 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 pervia richiesta) del patrocinio di Visit Romagna.
Il soggetto beneficiario 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, oltre al 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 al seguente link:
https://destinazioneromagna.emr.it/amministrazione-trasparente/bandi-di-gara-e-contratti/bando-per-la-predisposizione-di-progetti-di-accoglienza-animazione-intrattenimento-turistico-e-promozione-turistica-locale

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

La Destinazione turistica Romagna inserirà nel Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2020 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 della Destinazione Turistica. **Tutte le azioni devono essere realizzate entro il 31/12/2020.**

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 10/01/2021, pena la revoca del contributo,** la seguente documentazione utilizzando l'apposita modulistica scaricabile dal link: https://destinazioneromagna.emr.it/amministrazione-trasparente/bandi-di-gara-e-contratti/bando-per-la-predisposizione-di-progetti-di-accoglienza-animazione-intrattenimento-turistico-e-promozione-turistica-locale

1) una dettagliata relazione tecnico-finanziaria consuntiva, descrittiva del progetto realizzato nel corso del 2020, 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 2020, 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 31.12.2020, il finanziamento verrà revocato

La Destinazione Turistica corrisponderà le risorse finanziarie in due rate: la prima nella misura del 20% del contributo assegnato entro il mese di ottobre 2020 e comunque successivamente all'introito dell'acconto liquidato dalla Regione Emilia Romagna sul contributo assegnato; la seconda nella misura dell'80% a saldo, successivamente all'introito del saldo della Regione Emilia Romagna (indicativamente entro il mese di luglio 2021).

Le eventuali economie che dovessero verificarsi in fase di attuazione del P.T.P.L. 2020 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, tel. 0541/716387, oriella.tamburini@regione.emilia-romagna.it, Maria Elena Occhi, tel. 0532/299278, mariaelena.occhi@regione.emilia-romagna.it, Wilma Dal Cin, tel. 0532/299301, wilma.dalcin@regione.emilia-romagna.it.

.