



## **LINEE STRATEGICHE PER LA PROGRAMMAZIONE TURISTICA LOCALE PER LA PROVINCIA DI RIMINI**

Nella convinzione della opportunità e strategicità della scelta di istituire la Destinazione, si lavorerà nei prossimi mesi insieme alle Province di Forlì-Cesena, Ferrara e Ravenna e agli enti locali per dare attuazione alla nuova legge regionale in materia di turismo, coinvolgendo gli enti pubblici di valenza turistica dei rispettivi territori.

In tale panorama amministrativo in rapido cambiamento, si ritiene fondamentale proporre una strategia di coerenza rispetto agli anni precedenti, cercando nel contempo di creare le condizioni per un vero cambiamento nell'ambito della nuova struttura al fine di generare risonanza verso l'esterno e coordinamento della progettualità del proprio territorio.

Si conferma anche nel 2018, in linea con la programmazione turistica della Provincia di Rimini degli ultimi anni, l'esigenza vitale di favorire e rafforzare l'integrazione e la partecipazione tra i diversi attori, a tutti i livelli: serve un approccio integrato, sistemico, la condivisione di una strategia comune di sviluppo, di obiettivi e progetti a tutti i livelli della nostra filiera turistica, perché l'offerta turistica della Riviera di Rimini è composta da tanti elementi trasversali, strutturali e gestionali, che devono essere integrati, collegati, coordinati, un tessuto produttivo formato principalmente da piccole imprese, con la presenza di una domanda evoluta, attenta, esigente che richiede una costante innovazione e diversificazione dell'offerta e dei servizi turistici. Non è pensabile che questa molteplicità possa essere gestita efficacemente senza il coordinamento tra i diversi attori ed elementi. E' questa la consapevolezza da cui dobbiamo partire.

Anche nel 2018 il denominatore comune del nostro metodo di lavoro sarà pertanto quello della coesione e dell'integrazione tra tutti gli attori locali, pubblici e privati, coinvolti nella gestione della risorsa turismo. La condizione di base sarà quella del fare squadra, dell'essere sistema, non solo attraverso incontri formali, ma anche tavoli tematici, gruppi di lavoro, focus group, ecc...

E' infatti fondamentale il rispetto dell'imprescindibile e stretto rapporto tra la promozione pubblica e la commercializzazione privata, per determinare quel circolo virtuoso che deve legare l'azione delle pubbliche amministrazioni a quella degli operatori privati per raggiungere gli obiettivi di mercato. Continuerà quindi ad essere strettissimo il rapporto con gli operatori del sistema turistico riminese, ma anche con gli altri attori istituzionali regionali, Regione ed APT Servizi, in linea e nel rispetto di quanto stabilito dalle leggi regionali di riferimento in ambito turistico. Si rinnova e rafforza il rapporto solido e continuo tra Comuni e operatori privati della Riviera di Rimini.

Il mercato prioritario per l'area riminese rimane quello italiano, soprattutto Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte, Veneto e Trentino Alto Adige per il Nord Italia e Toscana, Umbria, Lazio, Puglia per il Centro Sud Italia. Per quanto riguarda l'estero Austria, Belgio, Francia, Germania, Polonia, Russia e Svizzera.

Ambiti di intervento strategico per il territorio di Rimini sono:

- 1) **Innovazione e riqualificazione del prodotto**
- 2) **Riviera 365**
- 3) **Internazionalizzazione della Riviera di Rimini**
- 4) **Sviluppo turistico della collina e della montagna**
- 5) **Potenziamento e promozione dei grandi eventi della Riviera di Rimini**

### ***AI INNOVAZIONE E RIQUALIFICAZIONE DEL PRODOTTO***

L'innovazione e la riqualificazione di prodotto è la scommessa decisiva per il futuro turistico della nostra Provincia, è la condizione necessaria ed essenziale per lo sviluppo e la competitività del nostro sistema turistico. I temi sono quelli **del sostegno all'impresa, dei collegamenti, della mobilità, della qualità urbana**. Significa realizzare un'azione costante e continua di innovazione e riqualificazione della nostra offerta turistica, dei suoi prodotti, nel rispetto dei principi di

sostenibilità ambientale, sostenendo l'impresa turistica nel suo percorso di miglioramento competitivo.

Significa continuare ad investire sulle infrastrutture territoriali, sulla qualità e l'arredo urbano, sulla mobilità interna, sui collegamenti e sulla raggiungibilità, divenute condizioni primarie ed irrinunciabili per la competitività del nostro sistema turistico, significa dare soluzione ai problemi infrastrutturali ampiamente noti, attraverso sforzi e risorse provinciali, che non verranno meno, ma anche sollecitando il contributo e l'apporto irrinunciabile delle autorità istituzionali preposte.

Significa investire con forza sul tema dei collegamenti collettivi (autobus ,treno e aereo) attraverso sia gli aeroporti di Rimini e Bologna, la rete ferroviaria, nonché attrarre linee di autobus nazionali durante il periodo estivo.

## **A2 RIVIERA 365**

La Riviera di Rimini è un territorio che ha scommesso fortemente sulla destagionalizzazione. Si tratta di un obiettivo prioritario, fondamentale, su cui si è investito con notevoli risultati nel passato, attraverso il concorso degli enti locali e degli operatori privati, con un processo d'innovazione e di diversificazione dell'offerta nella direzione del turismo d'affari, congressuale, di quello sportivo, dei grandi eventi, che ha portato la Riviera di Rimini a essere una **destinazione che vive e compete 365 giorni all'anno**, con numeri e fatturati veri, con tutto ciò che ne consegue in termini di redditività delle imprese, politiche d'investimento, stabilità dell'occupazione. Un'esigenza oggi ancora più vitale alla luce degli investimenti ormai di fatto realizzati, Palazzi dei congressi di Rimini e Riccione, un obiettivo su cui continuare ad investire attivando azioni e strumenti specifici in relazione alle diverse esigenze e bisogni di cui sono portatori gli organizzatori di eventi, i congressisti, i turisti d'affari, quelli sportivi, specializzando sempre di più la nostra macchina dell'ospitalità in questa direzione. In questo senso dobbiamo tutti, insieme, "mirare in alto" per fare del distretto riminese uno dei **poli congressuali e fieristici** più importanti del Mediterraneo. Ma senza dimenticare 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: "Montefeltro Vedute Rinascimentali", la storia romana , il Visitor Center e la Domus del chirurgo, Parco archeologico di Verucchio, Tempio Malatestiano, centro

storico di Rimini, Fellini, borghi storici di Malatesta & Montefeltro, castelli, eventi e manifestazioni culturali, sistema museale della Provincia di Rimini, Castel Sismondo, Federico Fellini, solo per citare alcuni esempi, in una cornice rinnovata dai grandi cantieri disseminati per la città di Rimini del Castello Malatestiano, il Teatro Galli, il Parco del mare, il Cinema e il Museo Fellini.

### ***A3 INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLA RIVIERA DI RIMINI***

L'obiettivo dell'internazionalizzazione della Riviera di Rimini è e rimane prioritario. L'internazionalizzazione del sistema turistico riminese è la scelta strategica per il futuro della nostra destinazione turistica. Non trascuriamo inoltre il fatto che la crescita delle presenze estere spesso si traduce in clienti che soggiornano più a lungo nelle nostre strutture, con effetti positivi sull'aumento della permanenza media. Si conferma quindi la volontà di andare sui mercati di provenienza della domanda turistica estera consolidati ed emergenti, attraverso **iniziative mirate a seconda degli specifici target**, senza inutili approcci generalisti. Vogliamo farlo, in linea con quanto previsto dalle leggi regionali, attraverso azioni coordinate e concordate con gli altri attori istituzionali regionali, APT Servizi prima di tutto, Regione Emilia Romagna, Comuni, operatori privati, attraverso azioni di **marketing territoriale** che tengano insieme quel collegamento e quel rapporto virtuoso tra investimenti pubblici e risorse dei privati finalizzate alla promozionalizzazione. Obiettivo da perseguirsi nella consapevolezza che occorre agire su più leve a seconda delle caratteristiche specifiche del singolo mercato, della diversa tipologia di domanda ivi presente, delle diverse modalità di trasporto, delle specifiche modalità di scelta e acquisto della vacanza.

### ***A4 SVILUPPO TURISTICO DELLA COLLINA E DELLA MONTAGNA.***

Con l'attivazione del Gal Valli Marecchia e Conca e i suoi progetti e risorse il prodotto turistico entroterra autonomo, vero, in grado di competere, un'offerta turistica integrata, che, all'insegna del brand "**Malatesta & Montefeltro**", va da Montegrolfo a Casteldelci, fondato su realtà depositarie di testimonianze storiche, artistiche, naturali e paesaggistiche, ma al tempo stesso rappresentative di quella parte di **identità del territorio provinciale più legata alla storia antica e medioevale, alla natura, alle tradizioni artigiane, al folklore locale, alla vacanza attiva, ai prodotti eno-gastronomici, con particolare riferimento alle eccellenze D.O.P., anche in collaborazione con i produttori e la Strada dei vini e dei sapori.**

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 provinciale, ma dipendono anche da esigenze più generali legate alla necessità di arricchire l'offerta e le opportunità turistiche di tutta la Riviera di Rimini. 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, principalmente in tre direzioni d'intervento: messa in rete dei singoli servizi, partendo da una gestione coordinata e integrata dell'informazione turistica da gestirsi in modo innovativo, secondo formule moderne pubblico/private, dal collegamento delle singole offerte, esperienze, prodotti, attrazioni, progettualità, da un maggiore coordinamento degli eventi, da abbinarsi con la commercializzazione di possibili specifiche proposte di viaggio; promo-commercializzazione vera del prodotto "Malatesta & Montefeltro", con il concorso del pubblico, che deve favorire le condizioni, ma con un ruolo decisivo e propulsivo del privato, in quanto oggi l'offerta turistica del nostro entroterra, l'ospitalità, il circuito degli eventi, la produzione agroalimentare, l'insieme delle risorse naturali e storico-artistiche, è pronta per essere l'oggetto e il contenuto, a pieno titolo, di pacchetti turistici dedicati e proposte di viaggio autonome, in grado di intercettare specifici target di clientela; attivazione di specifici strumenti di finanziamento dedicati alla riqualificazione e al potenziamento dell'offerta turistica ricettiva secondo standard di elevata qualità ambientale, privilegiando le formule tipiche dell'ospitalità diffusa. I dati turistici e i risultati ottenuti negli ultimi cinque anni ci dicono che questa è la direzione giusta su cui investire, con ancora maggiore energia ed efficacia. Decisiva al riguardo la capacità di far sistema, integrando e coordinando sempre più le iniziative dell'area, superando la ripetizione di eventi ormai in fase calante e non più attrattivi e investendo in **eventi e progetti innovativi, unitari e di filiera**.

#### ***A5 POTENZIAMENTO E PROMOZIONE DEI GRANDI EVENTI DELLA RIVIERA DI RIMINI E DELLA DESTINAZIONE***

Significa sostenere, qualificare, innovare, rafforzare le diverse attività, gestionali, promozionali e di sostegno, funzionali alla realizzazione dei grandi eventi della Riviera di Rimini, manifestazioni che costituiscono una componente fondamentale di arricchimento e qualificazione di tutta la nostra offerta turistica, ma che in molti casi rappresentano soprattutto un'occasione e una

motivazione autonoma e specifica di visita al nostro territorio, in grado di produrre indubbi e positivi effetti in termini di arrivi e presenze. Si conferma quindi anche nel 2018, in linea con le precedenti programmazioni, il **sostegno agli eventi di rilievo nazionale ed internazionale** della Riviera di Rimini attraverso modalità di collaborazione con i soggetti organizzatori, funzionali a farne degli strumenti per il marketing territoriale, comunicando, rispetto agli specifici target cui fanno riferimento, identità e valori portanti del nostro sistema di offerta (La Notte Rosa, il motomondiale “Gran premio di San Marino e della Riviera di Rimini”, solo per citarne alcuni). Si tratta di strumenti importanti per comunicare su scala nazionale ed internazionale cosa è oggi la Riviera di Rimini, con l’insieme delle sue proposte presenti e future, dei suoi contenuti ben più complessi ed innovativi. Alla base della programmazione verrà assunto il rispetto del principio che vede esaltare il protagonismo dei Comuni, in qualità di enti più vicini al turista e migliori conoscitori delle diverse componenti dell’offerta turistica locale, accanto a quello dei soggetti privati, finalizzato alla costruzione dei pacchetti turistici collegati ai grandi eventi della Riviera e alla loro relativa commercializzazione, in un quadro preciso di iniziative coordinate nell’ambito della Destinazione integrandole il più possibile anche con gli altri territori che compongono la Destinazione.

## BANDO PER L'ACCESSO AI FINANZIAMENTI

### **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 2018 i seguenti soggetti attuatori:

- i Comuni, 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;

- 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 Comuni congiuntamente tra loro, le Unioni di Comuni e le Società d'Area e le strutture provinciali dell'UNPLI, congiuntamente (per progetti di scala sovracomunale).

### **Art. 2) - AMMISSIBILITÀ DEI PROGETTI RELATIVI AI SERVIZI TURISTICI DI BASE DEI COMUNI E DELLE UNIONI DI**

## COMUNI RELATIVI ALL'ACCOGLIENZA E AMMONTARE DEL CONTRIBUTO (art. 6 c.2 lett.a) della L.R. 4/2016)

Le risorse regionali verranno assegnate agli uffici turistici cui sia stata riconosciuta dalla Provincia di Rimini 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.

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

Nel percorso di riorganizzazione turistica della Regione Emilia-Romagna è stata avviata una riflessione sul ruolo e l'importanza strategica degli uffici turistici ed è infatti in corso lo studio di una loro riforma che avrà l'obiettivo di elevare gli standard di servizio, uniformare le realtà della Romagna, elaborare un protocollo a cui attenersi su procedure e servizi collaterali coesistenti con la funzione pubblica.

In attesa che questa attività si concretizzi, si ritiene necessario continuare a dare attuazione alla attuale normativa regionale in materia di standard minimi e standard di qualità dei servizi di informazione turistica, al fine di migliorare la situazione complessiva degli uffici turistici riconosciuti nel territorio, dal momento che questi servizi sono chiamati a svolgere una funzione fondamentale e delicata di accoglienza degli ospiti alla ricerca delle migliori modalità di accesso alla nostra offerta turistica.

Gli interventi in quest'ambito saranno, dunque, 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 sarà 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.

A) 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.

B) Spese ritenute non ammissibili:

- spese relative ad acquisto di immobili, attrezzature di servizio, arredi, materiali di consumo (escluse le spese di cancelleria);
- 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, compresa la voce generica “utenze”, non verranno considerate ammissibili.

#### C) Ammontare del contributo:

I contributi per progetti relativi al filone delle attività di accoglienza e informazione turistica non potranno essere inferiori al 50% 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.

**Art. 3) - AMMISSIBILITÀ DEI PROGETTI RELATIVI AD INIZIATIVE DI ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO (art. 6 c.2 lett.a) della L.R. 4/2016)**

Gli eventi ed iniziative di animazione, intrattenimento e promozione turistica di interesse locale costituiscono un interessante strumento di attrattività e di valorizzazione del territorio e possono contribuire alla percezione della destinazione da parte dei turisti. 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 suscitare curiosità ed interesse da parte di un pubblico non solo locale. Per evitare “l'estinzione” delle manifestazioni che fino ad oggi i comuni dell'entroterra hanno organizzato, e che si ritengono un'importante integrazione dell'offerta turistica costiera, non verranno ammessi progetti di animazione ed intrattenimento turistico presentati da comuni della costa.

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 1 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, 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.

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.

2) La soglia minima di spesa per l'ammissione a contributo è di € 8.000,00. Verranno considerati prioritari i progetti presentati da Comuni o da

aggregazioni di Comuni, specie se frutto della collaborazione e dell'accordo di organismi locali.

**Art. 4) - AMMISSIBILITÀ DEI PROGETTI RELATIVI AD INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE (art. 6 c.2 lett.b) della L.R. 4/2016)**

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. Al fine di incrementare l'attività di promozione turistica dell'entroterra non verranno ammessi progetti di promozione turistica di interesse locale presentati da comuni della costa

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 1 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.

La soglia minima di spesa per l'ammissione a contributo è di € 8.000,00. Verranno considerati prioritari i progetti presentati da Comuni o da aggregazioni di Comuni, specie se frutto della collaborazione e dell'accordo di organismi locali.

### 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 dalla Provincia di Rimini e dotato di liberatoria d'uso a fini promozionali anche da parte della Provincia e di altri soggetti pubblici;
- ideazione e realizzazione di materiali su itinerari tematici;
- 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 e Provinciale/di Destinazione;
- campagne pubblicitarie su stampa, radio, televisione, affissioni e promo-redazionali;
- partecipazione con proprio stand a fiere e work shop ove non sia presente la Regione Emilia-Romagna attraverso l'APT Servizi S.r.l., 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/Destinazione Turistica.

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. 5) - CRITERI DI VALUTAZIONE E PRIORITÀ PER I PROGETTI DI ANIMAZIONE, INTRATTENIMENTO E PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE**

I progetti saranno valutati in base 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;
- 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;
- continuità nel tempo oppure che rappresentino una novità significativa nel panorama turistico almeno a livello provinciale;
- aggregazione di più Comuni o presenza di accordo e collaborazione tra Comuni ed organismi locali

Sulla base dei parametri di cui sopra verrà valutata la qualità dei progetti e secondo i relativi punteggi previsti:

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 - Progetto consolidato nel tempo o che rappresenti una novità significativa nel panorama turistico a livello provinciale	fino a 10 punti
d - Presenza di aggregazione di più Comuni o presenza di accordo e collaborazione tra Comuni ed organismi locali	fino a 5 punti

Qualora uno dei soggetti di cui all'Art. 1 del presente bando presenti, sullo stesso filone 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 istruttoria.

I contributi per i progetti di animazione, intrattenimento e promozione turistica locale verranno stabiliti in sede di concertazione con i soggetti aventi titolo che avranno presentato domanda in base a quanto previsto dal presente bando. La concertazione verrà effettuata tenendo conto dell'esito dell'istruttoria effettuata sulla base della qualità dei progetti presentati, dell'aderenza rispetto a quanto previsto nel presente documento e del peso turistico dei territori.

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

Nel caso in cui i contributi effettivamente erogati dalla Regione Emilia-Romagna per il P.T.P.L. anno 2018, fossero inferiori alla somma necessaria per il completo finanziamento del Programma, la ripartizione dei medesimi avverrà:

- assegnando non meno del 50% delle risorse regionali per la gestione degli Uffici IAT-R, IAT, UIT (Informazione e Accoglienza);
- ripartendo la restante quota delle risorse, in parte, proporzionalmente fra i progetti presentati dai soggetti aderenti alla Destinazione Turistica Romagna, inseriti negli atti di programmazione finanziaria dei soggetti

attuatori nell'anno per il quale si richiede il contributo regionale, in parte, per progetti di scala sovracomunale attuati direttamente dalla Destinazione Turistica.

- La misura effettiva del contributo concesso sarà determinata in funzione dell'entità dei fondi regionali assegnati alla Destinazione per l'anno 2018, stabilendo un tetto massimo di finanziamento pari ad euro 20.000,00 per i progetti relativi ad iniziative di intrattenimento e animazione turistica ed i progetti di promozione turistica di interesse locale.
- In sede di rimodulazione del contributo, a fini di semplificazione della procedura di rendicontazione, la Destinazione in accordo con il singolo soggetto attuatore potrà anche ridefinire le azioni e la spesa da rendicontare. Resta fermo che il progetto così come presentato in sede di domanda di finanziamento dovrà essere nella sua sostanza comunque realizzato.

#### **Art. 7) MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE**

La domanda dovrà essere redatta, per gli enti pubblici, in carta semplice e sottoscritta dal legale rappresentante dell'ente e presentata unitamente a copia fotostatica non autenticata di un documento di identità del sottoscrittore, in corso di validità. Per tutti gli altri soggetti indicati all'Art.1 la domanda dovrà essere redatta in bollo, sottoscritta dal legale rappresentante e presentata unitamente a copia fotostatica non autenticata di un documento di identità del sottoscrittore, in corso di validità.

Le domande dovranno essere redatte utilizzando l'apposita modulistica, si veda l'Allegato 1), schede 1, 2, 3, reperibile sul sito internet: [www.riviera.rimini.it](http://www.riviera.rimini.it) oppure presso l'Ufficio Turismo distaccato presso la Provincia di Rimini.

#### **Art. 8) TERMINI DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE**

Al fine dell'effettuazione dell'istruttoria sui progetti per l'eventuale inserimento degli stessi nel Programma Turistico di Promozione Locale – anno 2018, le domande, indirizzate al Presidente della Destinazione turistica Romagna, Andrea Gnassi, dovranno pervenire entro il giorno 7 settembre 2017 a mezzo posta con lettera raccomandata A.R., o a mano (dal lunedì al venerdì dalle ore 9.00 alle ore 13.00 - martedì e giovedì anche dalle ore 15.00 alle ore 17.00) presso l'ufficio turismo ubicato nella Provincia di Rimini, Via Dario Campana, 64.

Esclusivamente per gli enti pubblici, la domanda, in alternativa alla spedizione postale, potrà essere trasmessa tramite posta elettronica certificata (PEC) all'indirizzo: [Romagnaturismo@legalmail.it](mailto:Romagnaturismo@legalmail.it) purché sottoscritta con firma digitale e in formato non proprietario (PDF, PDF(A) o TIFF).

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

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

La Destinazione turistica Romagna inserirà nel Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2018 i progetti relativi ai servizi turistici di base di informazione e accoglienza e i progetti relativi ad attività di animazione, intrattenimento e promozione turistica locale ritenuti ammissibili ordinati in base all'esito della concertazione con i soggetti attuatori, ritenuti ammissibili sulla base dell'istruttoria dell'Ufficio turismo e relativa approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione della Destinazione Turistica.

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, al fine della liquidazione dei contributi concessi, devono presentare alla Destinazione la seguente documentazione:

- 1) entro il 31/01/2019 una dettagliata relazione tecnico-finanziaria consuntiva, descrittiva del programma realizzato nel corso del 2018, 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 2018, sul quale dovrà essere apposto il logo della Regione Emilia-Romagna e della Destinazione Turistica Romagna.

I contributi potranno essere ridotti in relazione alle spese effettivamente documentate ovvero revocati qualora i progetti non vengano realizzati entro il 31.12.2018.

Nel caso eccezionale di modifiche agli interventi ammessi a finanziamento, che si rendono necessarie per fondate motivazioni, le richieste di variazione dovranno essere presentate in via preventiva dai soggetti attuatori alla Destinazione, che potrà confermare o meno il contributo assegnato.

La Destinazione Turistica corrisponderà le risorse finanziarie in due rate: la prima nella misura del 50% del contributo assegnato entro il mese di ottobre 2018 e comunque successivamente all'introito dell'acconto liquidato dalla Regione Emilia Romagna sul contributo assegnato; la seconda nella misura del 50% a saldo, successivamente all'introito del saldo della Regione Emilia Romagna (indicativamente entro il mese di agosto 2019).

Le eventuali economie che dovessero verificarsi in fase di attuazione del P.T.P.L. 2018 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 n. 956/2005.

Ulteriori informazioni e chiarimenti in ordine al presente bando potranno essere richiesti ad Oriella Tamburini, tel. 0541/716387, mail [o.tamburini@provincia.rimini.it](mailto:o.tamburini@provincia.rimini.it) e Chiara Astolfi, Tel. 0541/716303, mail [c.astolfi@provincia.rimini.it](mailto:c.astolfi@provincia.rimini.it) c/o il Servizio Turismo della Provincia di Rimini.

---

Copia del presente bando e copia della modulistica di presentazione delle domande sono disponibili sul sito [www.riviera.rimini.it](http://www.riviera.rimini.it).