



Regione Lombardia

LA GIUNTA

DELIBERAZIONE N° XI / 974

Seduta del 11/12/2018

Presidente

ATTILIO FONTANA

Assessori regionali

FABRIZIO SALA *Vice Presidente*
STEFANO BOLOGNINI
MARTINA CAMBIAGHI
DAVIDE CARLO CAPARINI
RAFFAELE CATTANEO
RICCARDO DE CORATO
MELANIA DE NICHILLO RIZZOLI
PIETRO FORONI

GIULIO GALLERA
STEFANO BRUNO GALLI
LARA MAGONI
ALESSANDRO MATTINZOLI
SILVIA PIANI
FABIO ROLFI
MASSIMO SERTORI
CLAUDIA MARIA TERZI

Con l'assistenza del Segretario Fabrizio De Vecchi

Su proposta dell'Assessore Lara Magoni

Oggetto

PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA ANNO 2019

Si esprime parere di regolarità amministrativa ai sensi dell'art.4, comma 1, l.r. n.17/2014:

Il Direttore Generale Roberto Cova

Il Dirigente Antonella Prete

L'atto si compone di 21 pagine

di cui 14 pagine di allegati

parte integrante



Regione Lombardia

LA GIUNTA

VISTA la L.R. 1 ottobre 2015, n. 27 “Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo” e in particolare l’articolo 2, comma 1, lettera c), laddove tra le finalità della Legge si pone in evidenza la promozione, la qualificazione e la valorizzazione della “immagine unitaria della Lombardia nelle sue componenti artistiche, storiche, culturali, ambientali e paesaggistiche in Italia e all’estero” e l’articolo 16 - Piano annuale della promozione turistica e dell’attrattività – dove al comma 2, lettera b) è prevista la approvazione di un piano annuale della promozione turistica e dell’attrattività all’interno del quale vengono individuate le manifestazioni nazionali ed internazionali, fiere ed esposizioni alle quali la Giunta regionale parteciperà;

RICHIAMATO il Programma Regionale di Sviluppo della XI legislatura, approvato con la d.c.r. 10 luglio 2018 n. 64, che individua, tra le linee strategiche per l’azione del governo regionale, le azioni che mirano a incrementare l’incoming e la permanenza media, destagionalizzare i flussi, elevare la qualità dell’offerta turistica, promuovere la sostenibilità, stimolare l’aggregazione e la collaborazione, anche attraverso accordi, reti e partenariati pubblico-privati e con ricadute di livello internazionale, nazionale e regionale, mediante attività a livello comunicativo;

CONSIDERATO che tra gli obiettivi della XI Legislatura è previsto nell’ambito dello Sviluppo e valorizzazione del turismo e del marketing territoriale la promozione delle potenzialità della Lombardia quale destinazione turistica e la relativa vocazione internazionale nella prospettiva di favorirne il posizionamento quale “prima meta turistica italiana”;

RILEVATO anche che tra le politiche del PRS della XI legislatura rientra la promozione e la veicolazione di brand territoriali riconosciuti sui mercati di riferimento;

CONSIDERATO che Regione Lombardia intende pertanto attivare azioni che favoriscano la promozione, la valorizzazione e amplifichino la conoscenza della destinazione Lombardia attraverso la realizzazione di un programma di promozione turistica per la valorizzazione delle eccellenze del territorio e la promozione dei brand lombardi e la diffusione del brand in Lombardia;

RITENUTO pertanto di attivare azioni per la promozione e il sostegno alla commercializzazione del prodotto turistico sui mercati italiano ed estero, in piena sinergia con gli enti del sistema regionale, i partner istituzionali e gli operatori



Regione Lombardia

LA GIUNTA

lombardi come previsto dalla l.r. n. 27 del 1 ottobre 2015;

RITENUTO, pertanto, per ottemperare alla finalità della citata l.r. n. 27/2015 di promozione dell'immagine e di consolidamento della presenza e il posizionamento strategico dell'offerta turistica della Lombardia, nelle more di approvazione del Piano annuale della promozione turistica e dell'attrattività di cui all'art. 16 della citata l.r. 27/2015, di individuare e programmare le azioni di promozione turistica - fiere, workshop, educational tour ed attività complementari - sui mercati nazionale ed internazionali per l'anno 2019, di cui allegato A, parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;

DATO ATTO che il suddetto Programma individua gli ambiti di intervento, gli strumenti e le modalità di attuazione prevedendo:

1. Partecipazione a fiere di settore e manifestazioni turistiche,
2. Eventi di promozione turistica,
3. Educational tour,
4. Workshop,
5. Iniziative di comunicazione specialistica,
6. Attività editoriali e co-marketing;

RICHIAMATA la d.g.r. 2 ottobre 2015, n. 4095 con cui Regione Lombardia ha individuato Explora S.C.p.A., alla luce di quanto previsto della l.r. 27/2015, unico soggetto di riferimento per Regione Lombardia per la promozione del turismo e valorizzazione del territorio a livello regionale lombardo, da svilupparsi secondo il modello organizzativo del c.d. in house providing congiunto;

RICHIAMATA la d.g.r. 17/01/2018 n 7748 che ha approvato:

- lo schema di Convenzione Quadro tra la Giunta regionale e Explora S.C.p.a.
- il programma pluriennale delle attività e il prospetto di raccordo di Explora S.c.p.a 2018-2020 nel quale è contemplata la realizzazione delle attività di cui all'oggetto;

RICHIAMATA la Convenzione quadro medesima sottoscritta il 22 gennaio 2018 con durata sino a tutto il 31 dicembre 2019 e inserita nella raccolta Convenzioni e contratti in data 30 gennaio 2018 n. 12106-ncc;

DATO ATTO che Explora S.C.p.A risulta iscritta nell'Elenco ANAC delle amministrazioni aggiudicatrici e degli enti aggiudicatori che operano mediante



Regione Lombardia

LA GIUNTA

affidamenti diretti nei confronti di proprie società in house come da protocollo agli atti della Struttura Programmazione Acquisti e Gestione Appalti;

DATO ATTO pertanto che il Programma di promozione turistica anno 2019 di cui all'allegato A sarà realizzato da Explora con conferimento di specifico incarico, preceduto, ai sensi della vigente Convenzione, da una proposta che la Società presenta, entro i termini concordati, alla Direzione committente comprensiva sia della quota figurativa di contributo di funzionamento imputata all'incarico stesso, sia dell'indicazione delle ore/uomo dedicate con le relative tariffe, per le valutazioni di cui all'art. 192 del D. Lgs. 50/2016;

ATTESO che, ai fini della partecipazione degli operatori turistici lombardi alle fiere di promozione turistica ed alla loro selezione si fa riferimento alle modalità ed ai criteri di cui all'allegato B parte integrante del presente atto;

VISTO il Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 (pubblicato sulla G.U. dell'Unione Europea L 352 del 24/12/2013) relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti *de minimis*, con particolare riferimento agli artt. 1 (campo di applicazione), 2 (definizioni, con riferimento in particolare alla nozione di "impresa unica"), 3 (aiuti *de minimis*), 5 (cumulo) e 6 (controllo) applicabile ai soggetti che svolgono attività economica;

RITENUTO che in caso di concessione di agevolazioni a soggetti che svolgono attività economiche, la concessione delle agevolazioni finanziarie in argomento non è rivolta:

- ai settori esclusi di cui all'art. 1 par. 1 e 2 del Reg. UE 1407/2013;
- alle imprese che, se risultante da dichiarazione ai sensi del DPR 445/2000, si trovano in stato di fallimento, di liquidazione (anche volontaria), di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa statale vigente;

RITENUTO che, in caso di svolgimento di attività economica gli aiuti non saranno erogati alle imprese che non rispettano, in sede di pagamento, il requisito della sede legale o unità operativa sul territorio regionale;

DATO ATTO che i soggetti di cui sopra richiedenti devono sottoscrivere una dichiarazione ai sensi del D.P.R. 445/2000 che:



Regione Lombardia

LA GIUNTA

- attestati di non rientrare nelle specifiche esclusioni di cui all'art. 1 del suddetto Regolamento (UE);
- informi su eventuali aiuti "de minimis", ricevuti nell'arco degli ultimi tre esercizi finanziari in relazione alla propria attività rientrante nella nozione di impresa unica con relativo cumulo complessivo degli aiuti de minimis ricevuti;
- attestati di non essere impresa che si trova in stato di fallimento, di liquidazione (anche volontaria), di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa statale vigente;

DATO ATTO che Explora, in qualità di soggetto attuatore del Programma di Promozione turistica anno 2019 di cui all'allegato A, procederà con l'inserimento dei dati relativi nel Registro Nazionale degli Aiuti di Stato, così come previsto dagli articoli 10 e 14 del decreto ministeriale n. 115 del 31 maggio 2017;

DATO ATTO che le azioni saranno realizzate in raccordo con le indicazioni della Commissione Comunicazione e con il coinvolgimento delle altre DD.GG. di Regione Lombardia;

DATO ATTO altresì che il Programma di promozione turistica 2019 consente agli operatori lombardi e ai soggetti istituzionali partner di prevedere azioni sinergiche e in raccordo con le politiche regionali;

RITENUTO sulla scorta dei dati storici, di quantificare la spesa complessiva per la realizzazione di tale programma di cui all'allegato A parte integrante della presente deliberazione in € 1.979.650,00 la cui copertura finanziaria è a valere sul capitolo 7.01.103.13733 del bilancio 2019 che si renderanno disponibili, così come previsto dalla Delibera 30 ottobre 2018, n. 709 di "Approvazione della proposta di progetto di legge "Bilancio di previsione 2019-2021 con modifiche di leggi regionali" e relativo documento tecnico di accompagnamento (di concerto con l'assessore Caparini)", a seguito dell'approvazione definitiva da parte del Consiglio regionale della Legge di Bilancio di previsione 2019 - 2021;

VISTA la l.r. 7 luglio 2008, n. 20 "Testo unico delle leggi regionali in materia organizzazione e personale", nonché i provvedimenti organizzativi della XI legislatura;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

VISTA la l.r. 31 marzo 1978 n. 34 e successive modifiche ed integrazioni nonché il Regolamento di contabilità della Giunta regionale;

DATO ATTO che il presente provvedimento è soggetto agli obblighi di pubblicazione di cui agli artt. 26 e 27 del D.Lgs. n. 33/2013;

All'unanimità dei voti espressi nelle forme di legge, per i motivi in premessa;

DELIBERA

1. di approvare il Programma di promozione turistica anno 2019 di cui all'allegato A , parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;
2. di stabilire che il Programma di promozione turistica anno 2019 sarà realizzato da Explora con conferimento di specifico incarico, preceduto, ai sensi della vigente Convenzione, da una proposta che la Società presenta, entro i termini concordati, alla Direzione committente comprensiva sia della quota figurativa di contributo di funzionamento imputata all'incarico stesso, sia dell'indicazione delle ore/uomo dedicate con le relative tariffe, per le valutazioni di cui all'art. 192 del D.Lgs. 50/2016;
3. di stabilire che ai fini della partecipazione degli operatori turistici pubblici e privati lombardi alle iniziative di cui al Programma di promozione turistica anno 2019 ed alla loro selezione si fa riferimento alle modalità ed ai criteri di cui al Regolamento allegato B parte integrante del presente atto;
4. di stabilire che la partecipazione degli operatori turistici pubblici e privati agli eventi regionali programmati saranno disciplinate secondo quanto previsto dal regolamento e che per i soggetti che svolgono attività economica nel rispetto del regolamento (CE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 (G.U. Unione Europea L 352 del 24 dicembre 2013) relativo all'applicazione degli artt. 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti de minimis alle imprese e in particolare gli artt. 1 (Campo di applicazione), 2 (Definizioni), 3 (Aiuti de minimis), 5 (Cumulo) e 6 (Controllo);
5. di stabilire che la realizzazione il Programma di promozione turistica anno 2019 è in raccordo con le indicazioni della commissione comunicazione;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

6. di prevedere per la realizzazione degli interventi di cui all'Allegato A "Programma di promozione turistica anno 2019" , parte integrante e sostanziale del presente atto, una dotazione finanziaria di risorse pari € 1.979.650,00 a valere sul capitolo di spesa 7.01.103.13733 del bilancio 2019 che si renderanno disponibili, così come previsto dalla Delibera 30 ottobre 2018, n. 709 di "Approvazione della proposta di progetto di legge "Bilancio di previsione 2019–2021 con modifiche di leggi regionali" e relativo documento tecnico di accompagnamento (di concerto con l'assessore Caparini)", a seguito dell'approvazione definitiva da parte del Consiglio regionale della Legge di Bilancio di previsione 2019 – 2021;
7. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto agli obblighi di pubblicazione di cui agli artt. 26 e 27 del D.Lgs. n. 33/2013;
8. di disporre la pubblicazione sul Bollettino Ufficiale di Regione Lombardia.

IL SEGRETARIO

FABRIZIO DE VECCHI

Atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge

Allegato A

PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA 2019

1. Lo scenario del turismo internazionale

Il turismo si conferma uno dei più importanti pilastri dell'economia mondiale: il contributo totale del settore (diretto, indiretto e indotto) vale circa il **10,4% del prodotto interno lordo** e il **10% circa dell'occupazione a livello globale** (WTTC, 2018).

Secondo la World Tourism Organization (UNWTO) a livello mondiale dal 2010 al 2030 il numero dei turisti internazionali crescerà del 3,3% annuo (+3,9% nel 2016, +4,2% nel 2017, +4,6% nel 2018).

L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) ha recentemente valutato quali mercati di provenienza cresceranno di più nei prossimi 5-10 anni, analizzando le informazioni di tutti i paesi del mondo circa la crescita prevista da qui al 2027 di PIL, PIL pro capite, import di servizi esteri, propensione ai consumi turistici.

L'elaborazione di tali dati delinea il seguente scenario:

Mercati consolidati:

- ✓ L'**Europa** rimane il primo bacino di destinazione turistica mondiale assorbendo una quota significativamente superiore al 50% (quasi 20% per l'Europa mediterranea e del sud). Ciò nonostante secondo la World Tourism Organization (UNWTO) le destinazioni europee da qui al 2030 perderanno quasi 10 punti percentuali di share mondiale; di questi 3.5 verranno persi dalle destinazioni mediterranee.

Mercati emergenti:

- ✓ **Estremo Oriente** come mercato in prospettiva a maggior crescita e con i numeri assoluti più importanti. Al di là dei paesi asiatici già oggi presenti nella top 20 dei mercati di provenienza, grande potenziale viene espresso da Malesia, Taiwan, India, Indonesia e Singapore.
- ✓ **Nord Europa**. Oltre a Svezia e Danimarca, già oggi presenti nella top 20 dei mercati di provenienza, i tassi di crescita più alti saranno quelli di Islanda, Finlandia e Norvegia. Si tratta di un mercato di dimensioni contenute ma estremamente alto-spendente.
- ✓ Su scala continentale, l'**Africa** sembra in prospettiva il nuovo driver della domanda mondiale di viaggi.

Per quanto concerne l'Italia i principali mercati di provenienza sono (**Top Ten 2015**): Germania, USA, Francia, Cina, Regno Unito, Svizzera, Austria, Paesi Bassi, Spagna, Polonia (Fonte: Ciset 2016)

2. Lo scenario del turismo in Lombardia

La destinazione Lombardia ha mostrato tra il 2013 e il 2017 un'accelerazione importante con tassi di crescita di oltre il 21% per gli arrivi e 15% per le presenze. Nel 2016 tra le circa 300 regioni europee, la Lombardia risulta all'8° posto per arrivi turistici complessivi (Eurostat, 2018) e al 1° posto tra le regioni italiane per spese sostenute da parte di turisti stranieri (Banca d'Italia, 2018).

Per il 2018 e tutto il decennio che seguirà si prevedono anni di ulteriore crescita dei flussi turistici internazionali (con **una crescita del turismo italiano vicina al +4,7%** per il 2018) in cui un ruolo importante verrà giocato dall'incoming extra-europeo.

L'**andamento degli arrivi** mostra sia una conferma che una forte crescita dell'attrattività della Lombardia: nel quinquennio 2013 - 2017 il numero di arrivi è cresciuto fino al 2015, anno in cui sono stati superati i 15,6 milioni di arrivi, poi è leggermente diminuito nel 2016, per risalire in maniera significativa nel 2017, anno in cui sono stati superati i 16,5 milioni di arrivi.

Secondo i dati ad oggi disponibili, le province lombarde con una maggior crescita, in termini relativi, sono Mantova, Lecco, Pavia, Como, Varese e Bergamo che hanno visto gli arrivi incrementarsi di circa un terzo; le province che hanno subito un decremento sono state Lodi (-1,2%) e Sondrio (-3,6%).

In termini di **presenze**, si registra un andamento simile a quello degli arrivi. In valore assoluto, le presenze sono passate da poco meno di 34 milioni nel 2013 a poco oltre 39 milioni nel 2017. Le province con un maggior incremento in termini di presenze sono: Monza Brianza (+43% circa), Como e Bergamo (entrambe sopra al +30%), Pavia e Varese (poco sopra il 27%). L'unica provincia interessata da una diminuzione è quella di Sondrio -1,5%.

3. Trend Emergenti

- ✓ L'approccio **green-sostenibile**. Non solo rispetto e tutela dell'ambiente, ma anche valorizzazione delle identità locali e rispetto delle vocazioni naturali.
- ✓ L'approccio **interattivo-laboratoriale**. Il turista non vuol più solo vivere esperienze, ma vuole tornare a casa con la gratificazione di avere «imparato a fare». La degustazione lascia il posto al laboratorio di cucina, il turismo nella natura evolve nel voluntourism con la mission di pulire e mantenere le riserve naturali, il museo della ceramica propone il corso su come lavorare la terracotta, ecc...
- ✓ Il **Lusso**. Predilezione per ciò che è esclusivo e prestigioso, la voglia di vivere situazioni da sogno.
- ✓ Il **turismo delle origini**. Proposte turistiche «su misura» rivolte alla seconda o terza generazione di lombardi/italiani trasferiti all'estero. Numerosità delle comunità italiane all'estero, forte desiderio di conoscere i luoghi di origine, parziale conoscenza della lingua, dimensione emotiva sono i plus da sfruttare per valorizzare questo tipo di proposta.
- ✓ I **tesori nascosti**. Offerte turistiche dedicate ai visitatori seriali (ad esempio businessmen a fiere annuali) e che hanno come oggetto esperienze, luoghi, situazioni «di nicchia» ma di elevata qualità. Si tratta di proposte che evitano le attrattività iconiche ma vantano un forte connotato di esclusività e unicità
- ✓ Il **bleisure**. Ibridazione e saldatura tra turismo business e turismo leisure. Proposte turistiche pensate espressamente per le famiglie al seguito di visitatori d'affari, oppure finalizzate a prolungare il soggiorno di questi ultimi.
- ✓ **Turismo matrimoniale**. Si segnalano in particolare le dimore storiche, abbazie, oltre ai laghi.
- ✓ Il **turismo fotografico**. Concorsi fotografici a tema, bandi sui temi territoriali producono attrattività turistica e visibilità mediatica e favoriscono un'azione di marketing spontanea di tipo bottom up indotta dalla divulgazione in rete delle foto scattate in loco e ritraenti le eccellenze dell'attrattività territoriale.
- ✓ **Tecnologie ovunque**. Le tecnologie raccontano i territori, consentono di esperirli in forma di realtà aumentata, consentono di selezionare, prenotare e valutare, creano la possibilità di

essere guidati e accompagnati. Le tecnologie generano flussi di informazione utili a calibrare meglio la proposta turistica territoriale.

4. Strategia

Il turismo è un settore importante e strategico del sistema economico regionale e come tale assume un carattere trasversale di sviluppo della capacità attrattiva della Lombardia sia per il mercato nazionale che internazionale. Il patrimonio lombardo legato alla storia, arte, cultura e creatività, al patrimonio enogastronomico e alla varietà paesaggistica favorisce la valorizzazione del territorio in chiave turistica e rappresenta uno strumento di comunicazione delle identità dei territori e fattore di sviluppo locale legato all' "Industria turistica". Essendo questo un dato di fatto incontrovertibile ne consegue l'esigenza di un consolidamento di tale settore quale leva di attrattività per tutta la Lombardia, con particolare riferimento alla ricaduta economica generata sul valore aggiunto prodotto, sul numero di imprese e numero di occupati in tutti i comparti della filiera turistica.

A tal fine, in coerenza con il Programma regionale di sviluppo, bisogna porsi l'obiettivo, con una visione sistemica, di incrementare l'incoming, la permanenza media e destagionalizzare i flussi turistici. Il prodotto turismo in Lombardia è composto da una pluralità di tipologie ambientali e strutturali che si rivolge ad un ampio e diversificato numero di persone con esigenze e interessi ben individuati e precisi.

E' per questo motivo che diventa necessario prendere in considerazione ed utilizzare i più aggiornati strumenti di comunicazione per rivolgersi ai diversi mercati di provenienza e di interesse della potenziale clientela.

Risulta strategico promuovere, in chiave di marketing territoriale, la sinergia con driver di riconosciuta capacità di attrazione di flussi turistici sul territorio e che contraddistinguono la destinazione turistica Lombardia, quali la cultura, il saper fare, la tradizione, i "saperi" dei territori, la bellezza e varietà dei paesaggi lombardi, il patrimonio enogastronomico.

La valorizzazione delle destinazioni turistiche minori e delle aree montane e pedemontane deve rappresentare un ambito importante sul quale rivolgere risorse e su cui investire e riservare particolare attenzione, in quanto con potenziale turistico da sviluppare.

4.1. Prodotti Turistici Prioritari e Mercati Target

I **prodotti turistici** prioritari della Lombardia sui quali far convergere principalmente l'azione promozionale e garantire il supporto agli operatori per la loro commercializzazione sono:

- ✓ arte e cultura
- ✓ natura e benessere
- ✓ sport e turismo attivo
- ✓ enogastronomia e food experience
- ✓ fashion e design
- ✓ business (MICE)

Dalle elaborazioni effettuate dall'**Osservatorio regionale del Turismo e dell'Attrattività** sul turismo internazionale in Lombardia emergono alcune indicazioni sui **mercati target**:

- ✓ da un lato il mercato tedesco resta fondamentale, contando per quasi il 23% in termini di presenze totali, seguono Regno Unito, Paesi Bassi e Francia;
- ✓ d'altro lato è emerso come i Paesi di provenienza dei turisti stranieri che in Lombardia risultano avere una spesa maggiore sono Usa, Giappone, Spagna e Canada.

Oltre a mantenere l'attrattività sui mercati che storicamente presentano ampi flussi per la regione, diventa importante incrementare il turismo proveniente dai Paesi con ampi potenzialità di crescita, ai quali va aggiunto un maggior sforzo di lungo periodo nei confronti dei mercati emergenti.

I mercati target da considerare come prioritari sono:

- ✓ **Paesi UE:** Italia, Germania, Austria, Regno Unito, Francia, Spagna, Scandinavia, Polonia;
- ✓ **Paesi extra UE:** Russia, Giappone, Israele, Stati Uniti, Emirati Arabi, Cina, Australia.

4.2. Linee di Intervento

Regione Lombardia per rafforzare la propria competitività turistica deve orientare le iniziative promozionali e realizzare, in sinergia con i partner istituzionali e i soggetti privati, azioni e interventi di valorizzazione e commercializzazione delle eccellenze lombarde sui mercati nazionali ed internazionali attraverso:

- ✓ Partecipazione a fiere di settore e manifestazioni turistiche
- ✓ Eventi di promozione turistica
- ✓ Educational tour
- ✓ Workshop
- ✓ Iniziative di comunicazione specialistica
- ✓ Attività editoriali e co-marketing

L'obiettivo da perseguire con grande determinazione è quello di promuovere la Lombardia quale destinazione turistica nelle sue diverse articolazioni territoriali nella prospettiva di favorirne il posizionamento quale "prima meta turistica italiana" e promuovere una politica di brand riconosciuti sul mercato sia nazionale che internazionale.

Fiere e manifestazioni turistiche

La proposta delle manifestazioni da prendere in considerazione prioritaria e da condividere, in tutto o in parte, in incontri dedicati con gli operatori e i partner è la seguente:

- ✓ **Borsa Internazionale del Turismo - Milano (febbraio)**
- ✓ **Salon des Vacances – Bruxelles (7-10 febbraio – edizione 2019 Italia host country)**
- ✓ **IMTM – Tel Aviv (12 – 13 febbraio)**
- ✓ **FR.E.E. – Monaco (20 – 24 febbraio)**
- ✓ **ITB – Berlino (6 – 10 marzo) e Shanghai**
- ✓ **ATM Dubai (28 aprile – 1 maggio)**
- ✓ **IMEX – Francoforte 15 – 17 maggio (Mice)**
- ✓ **IBTM Barcellona**
- ✓ **TTG Incontri – Rimini (ottobre)**
- ✓ **Alta Quota – Bergamo (ottobre)**
- ✓ **WTM – Londra (novembre)**

Golf: (progetto italy golf and more)

- ✓ **Golf & Wellness Reisen – Stoccarda**
- ✓ **Rhein Golf – Dusseldorf**
- ✓ **IGTM 2019 – Data da definire**

La presenza di Regione Lombardia alle manifestazioni sopra indicate potrà essere garantita anche utilizzando gli spazi dei soggetti istituzionali partner o tramite la veicolazione di materiale promozionale.

Educational tour e workshop

La realizzazione di un programma mirato di **educational tour** e **press trip**, sempre in collaborazione con i soggetti pubblici e privati, diventa necessario e complementare alla presenza nelle fiere di settore per rafforzare l'attrattività turistica e incentivare la commercializzazione di prodotti turistici lombardi.

E' inoltre necessario attivare un programma di **workshop** prevalentemente rappresentato da incontri b2b e da organizzare anche in occasione degli educational tour.

Altre iniziative di interesse sono i **road show**, più tappe in mercati individuati (es. Nord Europa, Paesi Anglofoni, Paesi di lingua tedesca, e/o nuovi mercati) dove presentare l'offerta turistica lombarda, incontrare Tour Operator e la stampa di settore, ma anche far conoscere il territorio al largo pubblico, attraverso conferenze, presentazioni, proiezione di filmati, distribuzione di materiale in spazi dedicati.

Eventi e progetti speciali

Nel corso del 2019 va valutata e proposta anche la realizzazione di **eventi "fuori salone"** per la promozione dell'offerta turistica lombarda in occasione delle principali manifestazioni fieristiche quali BIT, Salone del Mobile, mentre per i mercati esteri si verificherà la possibilità di realizzare eventi dedicati in collaborazione con le Camere di commercio e con Fiera Milano. A partire dal binomio "turismo – moda" e "turismo-design", va attivato e favorito lo sviluppo di progettualità diffuse sul territorio in occasione di particolari eventi di richiamo, anche a livello internazionale e storicamente promossi presso consolidati ambiti locali, nella logica del "fuori salone", garantendo il raccordo e la visibilità di tutti i territori.

Grandi eventi come attrattori turistici: in occasione delle celebrazioni del 500esimo anniversario della scomparsa di Leonardo da Vinci va considerata l'organizzazione di azioni di promozione congiunta in collaborazione con il Comune di Milano. Altri Paesi target da valutare in collaborazione con il Comune di Milano: HK, Shanghai, Singapore; Usa e Canada per turismo delle origini.

Collaborazioni interregionali: Partendo dalle esperienze in essere relative alle collaborazioni con Regione Puglia e nell'ambito del progetto Italy Golf&More 2018-2020 si intende rafforzare la collaborazione interregionale per la promozione del turismo rispetto ai principali mercati stranieri di provenienza (Germania, Austria, Regno unito, Francia).

Collaborazione **ai progetti speciali di ENIT**, tra i quali : - il **Progetto sostenibilità**, tramite una campagna di comunicazione mirata a sensibilizzare il turista al rispetto del patrimonio italiano e a promuovere destinazioni "secondarie" e itinerari alternativi per una fruizione sostenibile del territorio; - il **progetto centenario ENIT 2019** per ripercorrere un viaggio nella vacanza italiana dal 1920 ad oggi, con contenitori culturali all'interno di manifestazioni di richiamo (ad es. Vinitaly, Fiera del Mobile, Pitti Moda).

Attività editoriali e co-marketing

Per il 2019 sarà elaborato un piano per la realizzazione di materiale promozionale con specifica attenzione per un prodotto studiato appositamente per i mercati di riferimento.

Saranno previste partnership con operatori privati (compagnie aeree, ferroviarie, associazioni e fondazioni) per sviluppare azioni di visibilità di Regione Lombardia e sperimentare abbinamenti innovativi anche in occasione di manifestazioni in Italia e all'estero in ambiti connessi alla moda, al design, al patrimonio culturale e all'eccellenza della produzione enogastronomica, o anche in occasione dell'inaugurazione di voli in partenza dagli aeroporti. Per i settori legati alla creatività vanno valutate azioni con le Università e scuole di moda e design lombarde per valorizzare il ruolo di "Ambasciatori" degli studenti stranieri a Milano e promuovere il turismo lombardo nelle sedi internazionali o in occasione di eventi.

Comunicazione

A supporto delle azioni di promozione vanno previste iniziative di comunicazione tradizionale e on line, finalizzate alla migliore penetrazione e posizionamento sul mercato nazionale e internazionale della reputation del turismo della Lombardia.

Gli interventi di comunicazione dell'offerta turistica devono essere:

- orientati al consolidamento dell'immagine turistica della Lombardia
- focalizzati a identificare il territorio quale fulcro di una narrazione innovativa dell'esperienza turistica in Lombardia, attivando, nel contempo, sinergie e raccordi con i driver e i fattori di attrattività complementari al settore del turismo;
- dedicati a far conoscere la Lombardia quale destinazione turistica sui mercati target attraverso progetti specifici che coinvolgono influencer.

Internet è uno strumento essenziale di ispirazione e pianificazione per qualsiasi nuovo viaggio. Il 61% dei turisti cerca ispirazione online prima ancora di decidere dove e come viaggiare, e una volta scelta la destinazione l'80% dei turisti cerca informazioni sui motori di ricerca e sugli altri canali online per pianificare il proprio viaggio.

E' conseguentemente necessario prevedere:

- ✓ azioni di comunicazione a supporto della presenza degli operatori alle iniziative fieristiche;
- ✓ campagne di visibilità del prodotto turistico lombardo con utilizzo dei canali e strumenti multimediali, anche attraverso partnership da attivare con i principali siti e blog di riferimento;
- ✓ campagne Web, ed iniziative di comunicazione su social network;
- ✓ app dedicate ai differenti segmenti turistici da veicolare sui principali siti.

5. Modalità Operative

Le azioni vanno coordinate e realizzate in partnership con gli operatori turistici interessati secondo le diverse iniziative promozionali, attivando collaborazioni con tutti i soggetti istituzionali ed economici che possono permettere la valorizzazione dei diversi prodotti turistici ed in particolare con:

- ✓ Associazioni di categoria, aeroporti, consorzi di promozione turistica
- ✓ Sistema camerale
- ✓ Enit
- ✓ Comuni capoluogo di provincia e Comune di Milano
- ✓ Regioni

✓ SEA

Le iniziative di promozione sui mercati Italia saranno realizzate per il tramite di Explora oppure attraverso l'interlocuzione diretta con gli organizzatori delle singole manifestazioni. Per i mercati all'estero ci si avvarrà soprattutto della collaborazione di Enit e ove opportuno delle Ambasciate d'Italia.

REGOLAMENTO PER LA PARTECIPAZIONE ALLE INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA PROMOSSE DA REGIONE LOMBARDIA, ATTRAVERSO EXPLORA S.C.P.A., SUI MERCATI ITALIANO ED ESTERO PER L'ANNO 2019

1. FINALITA' ED OBIETTIVI

Regione Lombardia in attuazione del "Programma di promozione turistica anno 2019", di cui alla presente delibera, propone agli operatori del settore la partecipazione alle iniziative da realizzarsi in Italia e all'Estero (manifestazione fieristiche, workshop e iniziative b2b analoghe) utilizzando il supporto tecnico amministrativo da parte della società partecipata Explora scpa.

Di seguito sono definiti i criteri di selezione per la partecipazione alle iniziative di cui al paragrafo precedente, prevedendo l'indicazione di requisiti specifici relativi alle singole iniziative al fine di garantire trasparenza e ottimizzazione delle risorse, che Explora scpa utilizzerà nella predisposizione e pubblicazione delle manifestazioni di interesse da parte dei soggetti interessati.

2. SOGGETTI BENEFICIARI

Possono fare richiesta di partecipazione:

- Consorzi turistici lombardi
- Operatori turistici singoli
- Associazioni turistiche lombarde
- Enti pubblici lombardi operanti nel settore turistico e/o loro enti strumentali o agenzie territoriali

3. CONDIZIONI PER LA PRESENTAZIONE DELLE MANIFESTAZIONI DI INTERESSE

I soggetti di cui al precedente punto 2, alla data di presentazione della manifestazione di interesse relativa a ciascuna iniziativa, devono:

- avere sede operativa in Lombardia;
- svolgere espressamente attività di incoming;
- impegnarsi a promuovere e commercializzare esclusivamente, in occasione delle iniziative di promozione turistica alle quali si intende partecipare, l'offerta turistica lombarda;
- in caso di manifestazione di interesse per workshop e iniziative b2b analoghe: svolgere attività diretta di commercializzazione dell'offerta turistica.

E' ammessa una sola domanda di partecipazione all'evento selezionato.

All'atto della presentazione alla manifestazione di interesse, i soggetti richiedenti devono sottoscrivere una dichiarazione (all. 1) ai sensi del D.P.R. 445/2000 che:

- attestati di non rientrare nelle specifiche esclusioni di cui all'art. 1 del suddetto Regolamento (UE)
- attestati di non essere impresa che si trova in stato di fallimento, di liquidazione (anche volontaria), di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa statale vigente
- informi, sulla base delle risultanze pubbliche del Registro Nazionale Aiuti, su eventuali aiuti "de minimis", ricevuti nell'arco degli ultimi tre esercizi finanziari in relazione alla propria attività rientrante nella nozione di impresa unica con relativo cumulo complessivo degli aiuti de minimis ricevuti;

- attestati che per la partecipazione allo stesso evento non sono state richieste altre agevolazioni, sotto qualsiasi forma, a Regione Lombardia né ottenuti altri aiuti da parte di altri enti per gli stessi costi ammissibili.

Per poter accedere alla procedura informatica di presentazione della manifestazione di interesse i soggetti richiedenti non ancora accreditati devono preventivamente registrarsi al seguente link: <https://www.in-lombardia.it/user/register/operator>. Una volta effettuata la registrazione, per poter presentare la manifestazione di interesse, i soggetti richiedenti devono accedere all'area denominata "Visit Lombardy" cliccando sull'apposita icona.

I soggetti già accreditati negli anni precedenti al sito Visit Lombardy devono confermare la propria registrazione al seguente link: <https://edt.in-lombardia.it/it/user/password> seguendo le istruzioni previste. Una volta confermata la propria registrazione possono accedere all'area denominata "Visit Lombardy" cliccando sull'apposita icona.

Esclusioni

Sono esclusi i soggetti che, senza alcun preavviso, non hanno garantito la presenza non alle iniziative di promozione turistica (manifestazioni fieristiche, workshop e iniziative b2b analoghe) partecipate da Regione Lombardia a partire dal 1 gennaio 2019 e per le quali erano stati selezionati.

4. MODALITA' DI PRESENTAZIONE DELLA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

La selezione degli operatori che intendono partecipare alle singole iniziative avviene mediante l'adesione alle procedure pubblicate per ciascuna iniziativa, a cura di Explora SCPA, sulla piattaforma <https://edt.in-lombardia.it/it/intranet/login> entro i termini previsti dalle medesime procedure.

Ciascuna procedura definisce i termini della partecipazione regionale alle iniziative di promozione turistica, il numero massimo di operatori selezionabili e la modulistica e/o documentazione da allegare.

Le domande presentate oltre la data di scadenza del termine previsto da ciascun bando sono automaticamente considerate non ricevibili e quindi non sono oggetto di successiva istruttoria; i relativi procedimenti si considerano conclusi ai sensi dell'art. 2 comma 1 della legge 241/90 e s.m.i.

5. ISTRUTTORIA

Explora SCPA, verificata preliminarmente la ricevibilità della manifestazione di interesse secondo il precedente punto 4, procede attraverso una Commissione di valutazione nominata dal Direttore Generale ad esaminare la documentazione presentata secondo le specifiche del bando.

Nel caso si evidenziasse la necessità di perfezionare la documentazione presentata, in quanto i documenti non risultano chiari o esaustivi, ne viene richiesta tramite PEC la trasmissione, sempre tramite PEC, entro un termine non superiore a 2 giorni dalla data di richiesta. Decorso inutilmente tale termine, è disposta la non ammissibilità della domanda o parte di essa alla fase di istruttoria di merito.

Qualora non vi fossero le condizioni per procedere nella fase istruttoria della domanda, in quanto i contenuti della stessa risultassero incoerenti con i requisiti della procedura, Explora invia tramite PEC ai richiedenti comunicazione di non ammissibilità alla successiva verifica

amministrativa. I richiedenti possono presentare ad Explora, tramite PEC, una istanza di riesame entro un termine non superiore a 2 giorni dalla data di trasmissione, con osservazioni scritte eventualmente corredate da documenti, alla quale viene dato riscontro via PEC da parte di Explora entro i successivi 2 giorni.

L'istruttoria amministrativa della manifestazione di interesse relativa alle sole domande formalmente ammesse prosegue attraverso l'attribuzione del punteggio di selezione.

La selezione ha l'obiettivo di garantire per ciascuna iniziativa la rappresentatività territoriale e l'aggregazione dell'offerta turistica nonché la varietà dell'offerta turistica rappresentata.

Il criterio di selezione applicato alle iniziative di promozione turistica (manifestazioni fieristiche, workshop e iniziative b2b analoghe) è il seguente:

- rappresentatività del soggetto in riferimento al prodotto turistico con riferimento al territorio lombardo, quanto al numero di soggetti rappresentati o proponenti.

A garanzia della veridicità delle dichiarazioni presentate, Explora SCPA si riserva la possibilità di verificare attraverso specifici controlli le dichiarazioni autocertificate dai proponenti selezionati, entro un range massimo pari al 25% delle manifestazioni di interesse selezionate, fatta salva la verifica de minimis da effettuare per tutti gli operatori. La verifica di una falsa dichiarazione comporta, oltre agli obblighi di legge, l'esclusione automatica dall'elenco dei soggetti selezionati.

6. CHIUSURA DELLE ISTRUTTORIE

Sulla base del criterio di cui al punto precedente e dei relativi sottocriteri stabiliti nelle singole procedure, e del corrispondente punteggio di istruttoria, viene predisposta da Explora una graduatoria per punteggio decrescente, che confrontata con il numero massimo di operatori selezionabili determina l'elenco dei proponenti selezionati. A parità di punteggio verrà data priorità alla data di presentazione della manifestazione di interesse da parte dell'operatore.

I soggetti con esito istruttorio positivo, ma non selezionati, risultano in condizione di lista d'attesa da cui Regione Lombardia può attingere secondo i criteri di cui alla singola call in caso di cancellazione o rinuncia da parte degli operatori selezionati.

Le procedure di istruttoria, comprensive delle attività di riesame, devono essere completate entro la scadenza indicata dal bando.

Al termine delle procedure di istruttoria il Direttore Generale di Explora SCPA ne approva con proprio provvedimento gli esiti, definendo i seguenti elenchi:

- A) domande non ammissibili all'istruttoria amministrativa, comprensive di motivazioni;
- B) domande con esito istruttorio negativo, comprensive di motivazioni;
- C) domande con esito istruttorio positivo con indicazione del punteggio assegnato;
- D) domande selezionate alla manifestazione di interesse

7. ADEMPIMENTI POST SELEZIONE

L'accreditamento alla manifestazione di interesse è comunicata ai soggetti interessati tramite la notifica generata dalla piattaforma <https://edt.in-lombardia.it/it>

Entro 5 giorni dalla suddetta notifica, il soggetto deve confermare sulla piattaforma <https://edt.in-lombardia.it/it> la partecipazione compilando la modulistica e trasmettendo la documentazione prevista dai singoli bandi.

8. CONDIZIONI PER LA PARTECIPAZIONE ALLE MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

Regione Lombardia garantisce la partecipazione alle manifestazioni a fronte della conferma di partecipazione di almeno 8 soggetti.

I soggetti selezionati devono garantire la presenza allo stand regionale durante tutti i giorni di durata della manifestazione e per l'intera durata oraria della stessa, mediante presenza di personale qualificato. Per le iniziative di lunga durata è possibile garantire la presenza allo stand attraverso un'alternanza del personale facente capo all'operatore selezionato.

I soggetti selezionati devono attenersi alle linee guida riportate nella relativa call per ciascuna iniziativa.

Ogni operatore accreditato deve occuparsi personalmente e sostenere tutte le spese relative alla missione ivi inclusa l'eventuale spedizione del materiale.

9. REQUISITI DEL MATERIALE PROMOZIONALE E PROMO-COMMERCIALE

I materiali promozionali esposti e distribuiti all'interno dello stand devono essere esclusivamente rappresentativi dell'offerta turistica lombarda e devono corrispondere alla ragione sociale accreditata alla manifestazione.

Il materiale promozionale deve essere aggiornato, in lingua e in tema con la destinazione target.

10. CANCELLAZIONE O RINUNCIA ALLA PARTECIPAZIONE

La cancellazione o la rinuncia alla partecipazione da parte di un operatore già selezionato potrà avvenire esclusivamente a mezzo email all'indirizzo fiere@exploratourism.it prima dei 15 giorni antecedenti la data di inizio della iniziativa, al fine di consentire la sostituzione scorrendo la relativa lista d'attesa.

In caso di cancellazione o rinuncia alla partecipazione ad un'iniziativa entro i 15 giorni antecedenti la data di inizio dell'iniziativa, il soggetto inadempiente sarà escluso dalla partecipazione alle iniziative di promozione turistica partecipate da Regione Lombardia per i dodici mesi successivi, salvo i casi di forza maggiore.

A partire dal 1 gennaio 2019, in caso di mancata partecipazione all'evento per il quale l'operatore è stato selezionato, senza che ne sia stato dato alcun preavviso, il soggetto inadempiente sarà escluso dalla partecipazione alle iniziative di promozione turistica partecipate da Regione Lombardia per i ventiquattro mesi successivi, salvo i casi di forza maggiore.

11. COMUNICAZIONI

Eventuali comunicazioni relative alla partecipazione potranno essere trasmesse, sempre in forma scritta, all'indirizzo fiere@exploratourism.it.

12. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati forniti verranno raccolti e trattati, nel rispetto delle disposizioni di cui al d.lgs. 196/2003 e del Regolamento UE 2016/679 e ss.mm.ii., esclusivamente per le finalità connesse

all'espletamento della procedura in oggetto, nonché per l'eventuale stipula dei successivi contratti e/o per dare esecuzione a obblighi previsti dalla legislazione vigente.

In relazione alle finalità descritte, il trattamento dei dati personali avviene mediante strumenti manuali, informatici e telematici con logiche strettamente correlate alle finalità sopra evidenziate e, comunque, in modo da garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati stessi.

Il Titolare del trattamento dei dati è Explora S.c.p.A, con sede in via Fabio Filzi 22 – 20124 Milano. Il Titolare ha nominato un proprio Responsabile della Protezione dei Dati (RPD/DPO) che potrà essere contattato per le questioni attinenti il trattamento dei dati, oltre che presso l'indirizzo di Explora sopra indicato, al seguente recapito e-mail: privacy@exploratourism.it.

La presentazione della manifestazione di interesse implica la conoscenza e accettazione, da parte del partecipante, delle modalità di trattamento, raccolta e comunicazione innanzi menzionate.

13. "DE MINIMIS"

La partecipazione alle iniziative promozionali costituisce una agevolazione erogata nel rispetto dei limiti del regime "de minimis" di cui al Regolamento CE n. 1407/2013 pubblicato sulla GUCE serie L. 352/1 del 24.12.2013 e corrisponde al costo di un metro quadrato di spazio espositivo oppure al valore del servizio erogato in rapporto al numero degli operatori accreditati, secondo le previsioni "de minimis" riportate in ogni singola procedura.

14. RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

Il Responsabile del procedimento è il Direttore Generale di Explora SCPA.