

## PIANO ESECUTIVO 2018

**Premessa**

Il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile approvato con delibera n. 140 del 07/11/2011 del Consiglio Regionale della Calabria, contiene le azioni operative per ciascuna Linea Strategica di intervento (n. 3 linee strategiche LS1, LS2 e LS3), e nell'allegato 3 del piano, denominato "Scheda di dettaglio delle Azioni" sono contenute le 11 schede (con denominazione alfabetica da Azione "A" a Azione "M") relative alle attività programmate in corrispondenza e coerenza alle Linee Strategiche.

Con la deliberazione di G.R. n. 234/2014, è stato aggiornato il Piano Regionale intervenendo specificatamente, nella parte operativa del Piano di Marketing, e aggiornando la Scheda di Azione H (sia nella parte relativa al programma che ai mercati di intervento) che conteneva le azioni del piano esecutivo 2014, finalizzate alla promozione istituzionale dell'offerta turistica regionale da realizzarsi nel 2014 e/o completarsi entro il 31/12/2015.

L'art. 4 della Legge Regionale 5 aprile 2008, n.8, prevede che tutte le azioni a valere sul programma in ambito turistico, devono essere coerenti con il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile, per cui, nelle more della redazione dell'aggiornamento complessivo del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile, peraltro già in fase avanzata di redazione, è necessario elaborare un piano esecutivo annuale di attuazione contenenti le attività da realizzare al 31/12/2018. Per quanto concerne il rapporto di monitoraggio previsto dalla medesima L.R. 8/2008 e relativo alla annualità 2017, lo stesso non è stato ancora elaborato poiché alcune attività contenute nel Piano 2017 sono in fase di ultimazione e pertanto sarà redatto nel corso del primo trimestre 2018 quando anche i dati relativi ad arrivi e presenze turistiche saranno più attendibili.

Con D.G.R. 573/2016 e ss.mm.ii. è stato approvato il Piano annuale 2017 e si è dato corso alle attività in esso contenute.

Le attività del Piano Esecutivo 2018, nello specifico, interessano tutte le 3 Linee strategiche del Piano regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile, e specificatamente la LS1 per le Azioni B e C la LS2 per le Azioni E e G e la LS3 per l'Azione H ed I.

Già con il piano annuale 2017, le schede di azione B ed E sono state rielaborate e raggruppate in un'unica scheda di azione denominata "Qualificazione e potenziamento delle reti di impresa e delle imprese nelle destinazioni turistiche regionali" le cui finalità sono quelle della a riqualificazione e del potenziamento del sistema ricettivo esistente attraverso la creazione e il potenziamento dei servizi reali a sostegno dei processi di rafforzamento, riorganizzazione e ristrutturazione aziendale, la promozione di applicazioni e strumenti di gestione e comunicazione ambientale, quali ECOLABEL, EMAS, ISO 14001, lo sviluppo e il consolidamento della digitalizzazione dei servizi delle imprese turistiche e alla creazione di nuovi servizi diretti alle imprese dell'entertainment. In attuazione di ciò, è stato pubblicato a settembre 2017 un avviso volto alla concessione di aiuti alle imprese turistiche. Gli esiti della valutazione e l'avvio degli interventi avverrà nel corso dell'anno 2018.

Nel 2017 si è intervenuti anche nella "LS3" e specificatamente nell'azione H, con l'inserimento di nuovi mercati stranieri ove realizzare attività di marketing e promozionali; mercati comunque già individuati dal Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile tutt'oggi vigente.

Infatti, la scheda di azione H, denominata "Attuazione del Piano di Marketing Turistico Regionale", è relativa alla Attuazione del Piano di Marketing Turistico Regionale e nel Por Calabria Fesr 2014/2020 si identifica con le azioni previste ed a valere sull'azione 6.8.3 dell'asse 6 a "sostegno della fruizione integrata delle risorse naturali e culturali, e alla promozione delle destinazioni turistiche".

La scheda necessita anche per l'annualità 2018 un adeguamento rispetto alle attività programmate nel 2017, sebbene l'attività di promozione presenta i medesimi strumenti già indicati nel precedente Piano di Marketing Turistico Regionale e nella rimodulazione di cui all'aggiornamento approvata con la D.G.R. 234 del 30/05/2014, sarebbe opportuno proseguire con le attività già intraprese nel 2017 volte al sostegno dell'offerta turistica regionale e migliorare le quote di mercato verso il prodotto "Calabria".

Nello specifico, le azioni promozionali prevedono attività già realizzate o programmate nel 2017:

- La partecipazione alle più importanti borse e manifestazioni fieristiche specializzate per segmenti di mercato strategici sia in riferimento ai prodotti da consolidare (es. balneare, culturale, naturalistico ecc....), sia per i nuovi prodotti da valorizzare (eno-gastronomia, natura e sport); le principali manifestazioni fieristiche sono quelle già individuate dal Piano di Marketing Turistico Regionale, per come aggiornate dalla D.G.R. 573/2016 e ss.mm.ii. (manifestazioni nel mercato Americano, Cinese, Russo e Latino - Americano).

Allegato "A"

- La realizzazione di materiale promozionale per le campagne di comunicazione istituzionale e per la partecipazione alle manifestazioni fieristiche (considerando i principali paesi di origine della domanda nazionale ed internazionale calabrese).

Al fine di consentire la partecipazione della Regione Calabria – Dipartimento Turismo a borse e manifestazioni fieristiche per il triennio 2018//2020, si è proceduto alla redazione di un bando pubblico, a procedura aperta, per la fornitura dei servizi di allestimento personalizzato dello spazio, e di quelli complementari quali l'organizzazione di workshop ed educational tour.

L'avviso è alla disamina del Dipartimento Programmazione in attesa del prescritto parere da parte della A.d.G. del Por Calabria Fesr 2014/2020 propedeutico alla sua pubblicazione.

Infine è in fase di redazione un bando per la fornitura di materiale promo – pubblicitario finalizzato alla promozione dell'offerta turistica del territorio calabrese; il materiale è necessario, considerata l'assenza di scorte di magazzino, per la distribuzione alla manifestazioni fieristiche cui parteciperà la Regione Calabria – Dipartimento Turismo nelle annualità 2018/2020.

Entrambe le attività, che si completeranno nell'annualità 2018, erano già previste nel Piano Annuale 2017 approvato con D.G.R. n. 573/2016 e ss.mm.ii..

### **Contesto di riferimento.**

L'assetto produttivo regionale, è caratterizzato da diversi limiti strutturali. Tuttavia presenta alcune importanti risorse produttive, culturali e naturali su cui investire per innescare processi virtuosi e duraturi di sviluppo sostenibile.

Per quanto riguarda il sistema industriale, la Calabria presenta alcuni interessanti addensamenti imprenditoriali nell'ambito di diversi settori tra cui il turismo.

Relativamente al settore del turismo e del patrimonio culturale e naturale, la Calabria evidenzia ancora una limitata capacità di attrazione dei consumi turistici internazionali, con uno scarso collegamento alla valorizzazione delle risorse culturali e ambientali.

D'altra parte, la Calabria detiene un patrimonio culturale e ambientale vasto e diversificato composto da: siti archeologici (Sibari, Crotona, Locri, Rosarno e Roccelletta di Borgia), testimonianze di architettura difensiva, edifici di pregio civile e religioso, parchi e siti naturali (Pollino, Sila, Aspromonte).

Tuttavia, tale patrimonio non è pienamente valorizzato, permanendo la distanza tra la fruizione delle mete turistiche più tradizionali con quella delle aree protette, dei beni storici e culturali, dell'arte e delle tradizioni locali, del patrimonio etno - antropologico.

In continuità con gli interventi avviati nella precedente fase di programmazione, occorre sostenere – in complementarietà agli interventi di carattere orizzontale, che interessano l'insieme delle imprese, finalizzati a contrastare gli effetti della crisi e a fronteggiare alcune debolezze strutturali dell'apparato produttivo regionale (RA 3.1)- un modello di supporto alle imprese che consenta una maggiore specializzazione produttiva e una migliore integrazione tra le stesse imprese e le risorse territoriali, sia nel settore industriale che in quello turistico, culturale e ambientale.

Elemento comune è l'altissima stagionalità nell'utilizzo delle strutture ricettive turistiche, i mesi di luglio ed agosto sono quelli con la maggiore concentrazione di presenze.

A ciò si aggiunge la scarsa propensione delle imprese turistiche ad investire per ottenere le certificazioni ambientali e di qualità.

Risulta dunque prioritario sostenere l'innalzamento del livello di qualità delle strutture ricettive esistenti al fine di offrire un miglior servizio e di aumentare il grado di sostenibilità delle aree turistiche.

Il sistema economico calabrese è caratterizzato strutturalmente da una bassa apertura con l'esterno, sintetizzata da un'esigua capacità di esportare. La ridottissima dimensione media delle imprese e la scarsa capacità di fare rete e massa critica fra di loro, rappresentano i principali fattori che influiscono negativamente sull'export. A questo si aggiunge una bassa propensione da parte del tessuto imprenditoriale a rinnovarsi nella struttura e nel processo lavorativo, nonché la contenuta disponibilità di esperti e figure professionali specializzati nel settore

### **DOMANDA TURISTICA.**

Un dato da tenere in considerazione, relativo alla domanda turistica, è quello inerente all'andamento dei prezzi dei servizi turistici, fornito da Federazione Italiana Pubblici Esercizi (FIPE) e da Confesercenti a giugno 2017 relativo a "Dinamica dei prezzi nel turismo. Variazione giugno 2016/ giugno 2017.

Nel sopra citato dossier si evince che "La variazione tendenziale dei prezzi dei beni e dei servizi turistici si consolida a +4,8%. L'aumento è da imputarsi soprattutto ai trasporti (+16,5%) e ai servizi di alloggio (+4,9%),





mentre l'aumento dei prezzi nei servizi di ristorazione si attesta a +1,1%.

All'interno della voce trasporti si rileva un incremento significativo nel trasporto marittimo (+34,5) e di quello aereo (+22,7%).

Nei servizi più importanti del paniere di spesa del turista si registra un incremento dell' 1,1% per la ristorazione e del 4,9% per l'alloggio.

La variazione dei pacchetti vacanza decelera a +3,2%.

I prezzi dei beni turistici specifici e non specifici registrano un incremento del +4,8% per effetto soprattutto dell'andamento del prezzo dei carburanti (+3,2%)."

Il dato va letto in un'ottica evolutiva della domanda turistica, tenendo conto delle sue mutazioni; è infatti cambiato il modo di fare vacanza, cresce l'esigenza di cercare mete nuove, di esplorare i territori e soprattutto di viverli attivamente. Ne consegue un aumento della richiesta dei servizi diversi da quelli compresi nella formula vacanza all inclusive; il turista acquista sempre più servizi offerti al di fuori del pacchetto vacanza e chiede al sistema sempre più flessibilità ed eterogeneità di servizi.

Al fine di chiarire lo stato dell'arte rispetto alle imprese esistenti che erogano servizi turistici diversi da quelli ricettivi, il Dipartimento Turismo ha richiesto alle principali associazioni di categoria di contribuire alla elaborazione di un quadro conoscitivo più definito mettendo a disposizione dati quantitativi e valutazioni circa l'argomento de quo.

Con Pec del 10 agosto 2017, in atti, le Associazioni di categoria Confcommercio Cosenza e Unindustria Calabria, hanno ribadito l'esigenza di inserire tra i beneficiari le "imprese di nuova costituzione" che erogano servizi complementari all'indotto ricettivo al fine di rispondere alle "mutate e crescenti esigenze sia delle aziende turistiche che dei loro clienti".

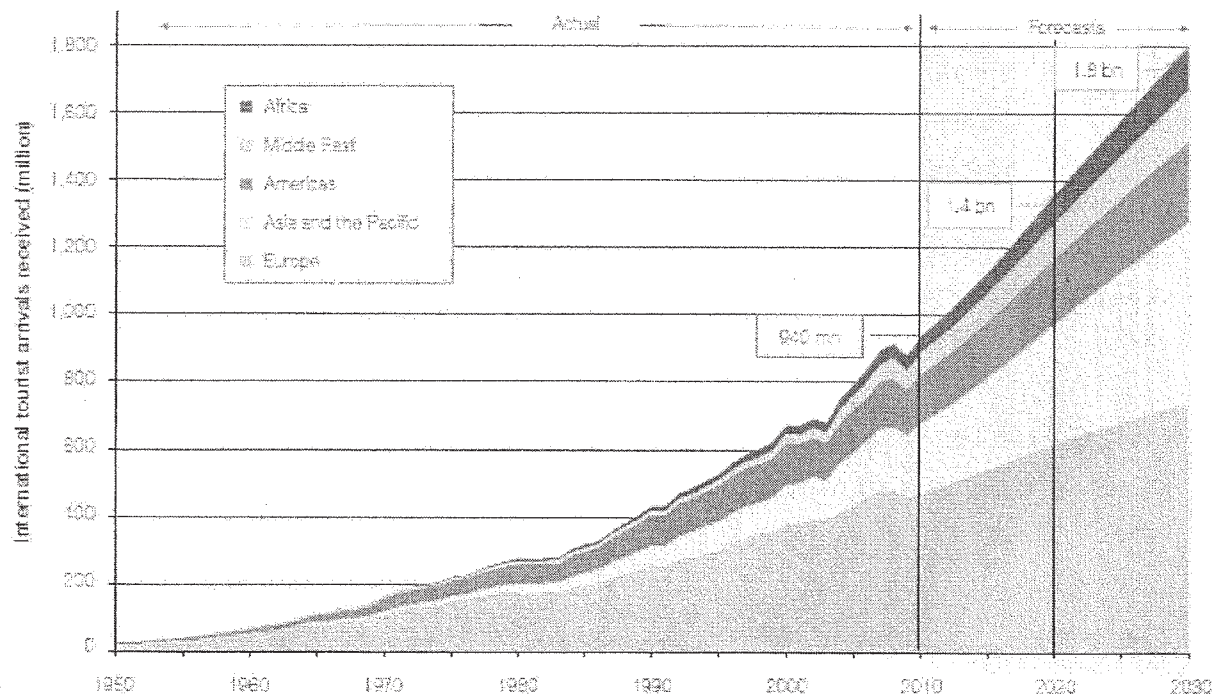
Tra i dati pervenuti di particolare interesse è il censimento che UnionCamere ha inviato per ciascuna categoria ATECO indicata nella bozza di Avviso Pubblico di cui alla Azione 3.3.4 del POR Calabria FSE e FESR 2014/2020. Insieme a quelli relativi alla Regione Calabria sono stati forniti altresì i dati relativi alle altre regioni d'Italia.

Ciò ha consentito al Dipartimento di effettuare un termine di paragone rispetto alle altre regioni

## DIMENSIONE DEL TURISMO MONDIALE (ARRIVI)



UNWTO Tourism Towards 2030: Actual trends and forecast 1950-2030

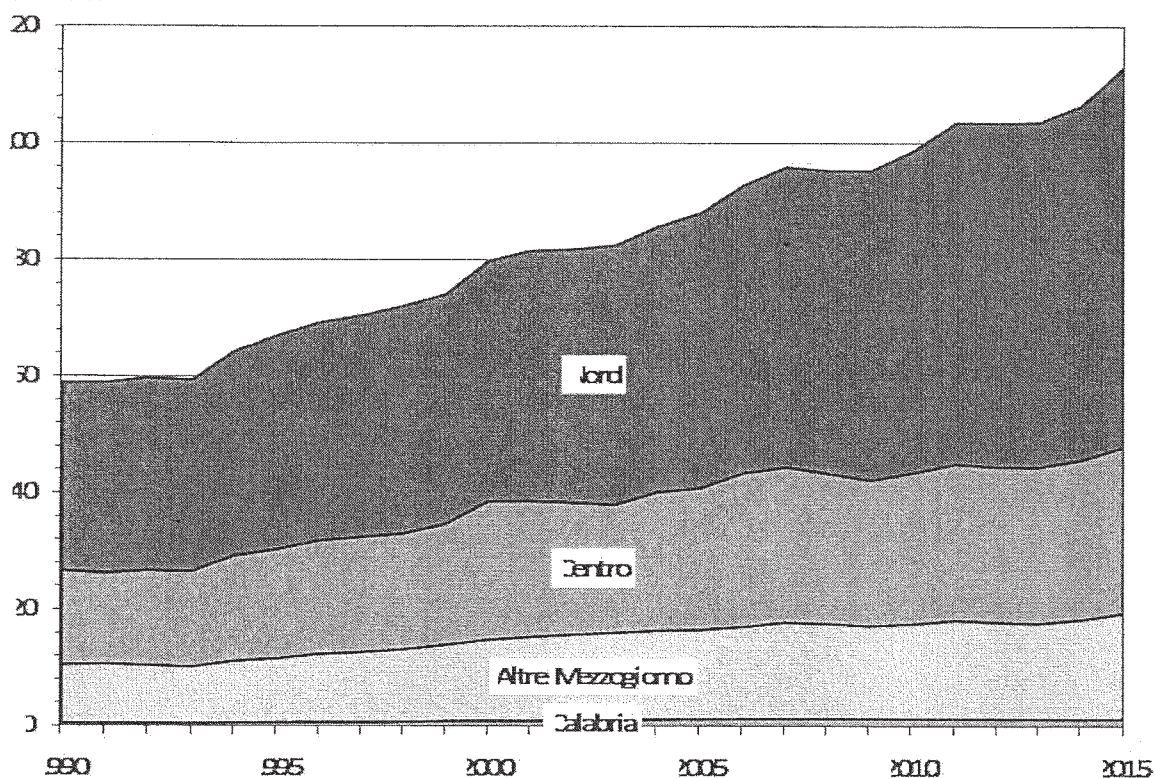


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Il movimento turistico mondiale in termini di arrivi (internazionali) si attesta intorno a 1.200 milioni di turisti, nell'ultimo decennio, a parte la crisi del 2009 in continua crescita, tanto da far prevedere entro il 2030 una dimensione totale degli arrivi internazionali di circa 1.800 milioni di Arrivi. La macro area più attrattiva è l'Europa. L'Italia è fra le prime cinque nazioni al mondo in termini di arrivi turistici internazionali.

#### DIMENSIONE DEL TURISMO ITALIANO (ARRIVI)

GRAF.4 SERIE STORICA DEGLI ARRIVI, CONTRIBUTO PER MACROAREA. ITALIA 1990-2015



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Turistico della Regione Calabria su dati ISTAT

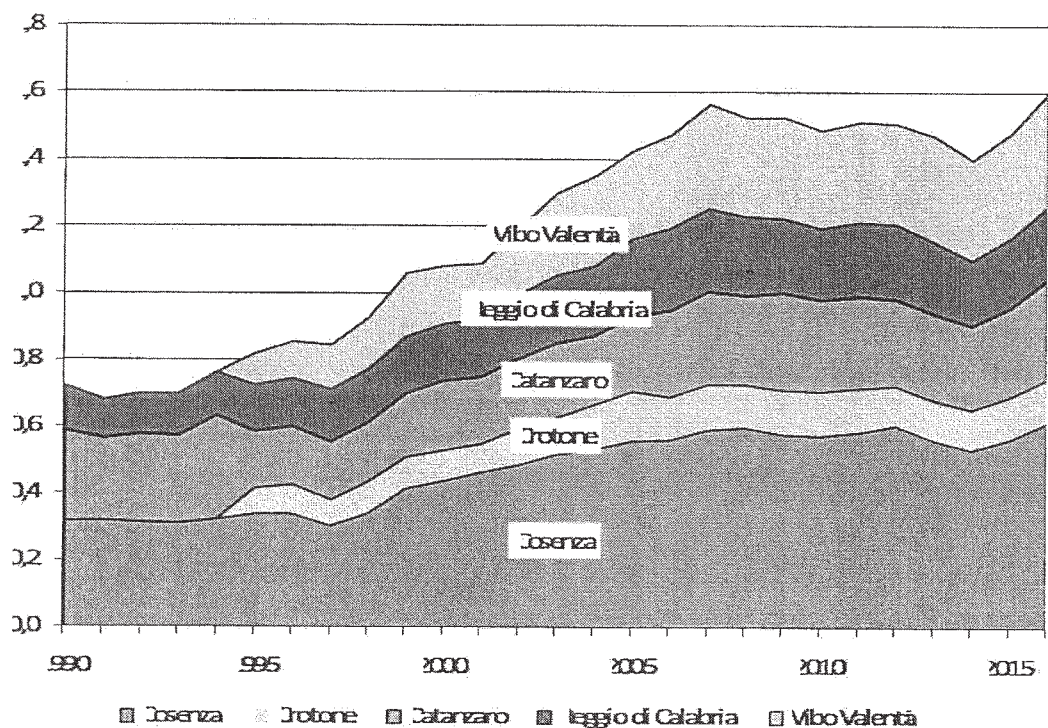
In Italia complessivamente nel 2015 gli arrivi registrati nelle strutture ricettive censite dall'ISTAT ammontano a circa 113 milioni, 58% al Nord, 25% al Centro, 17% nel Mezzogiorno. Negli ultimi 25 anni gli arrivi aumentano, escludendo alcuni periodi di crisi, in tutte le aree. In Calabria si registra l'1,3% degli arrivi sul totale degli arrivi censiti in Italia, la prima regione per arrivi è il Veneto (13%) con circa 17 milioni.

#### DIMENSIONE DEL TURISMO CALABRESE (ARRIVI)

SERIE STORICA DEGLI ARRIVI, CONTRIBUTO PER PROVINCIA. CALABRIA 1990-2016



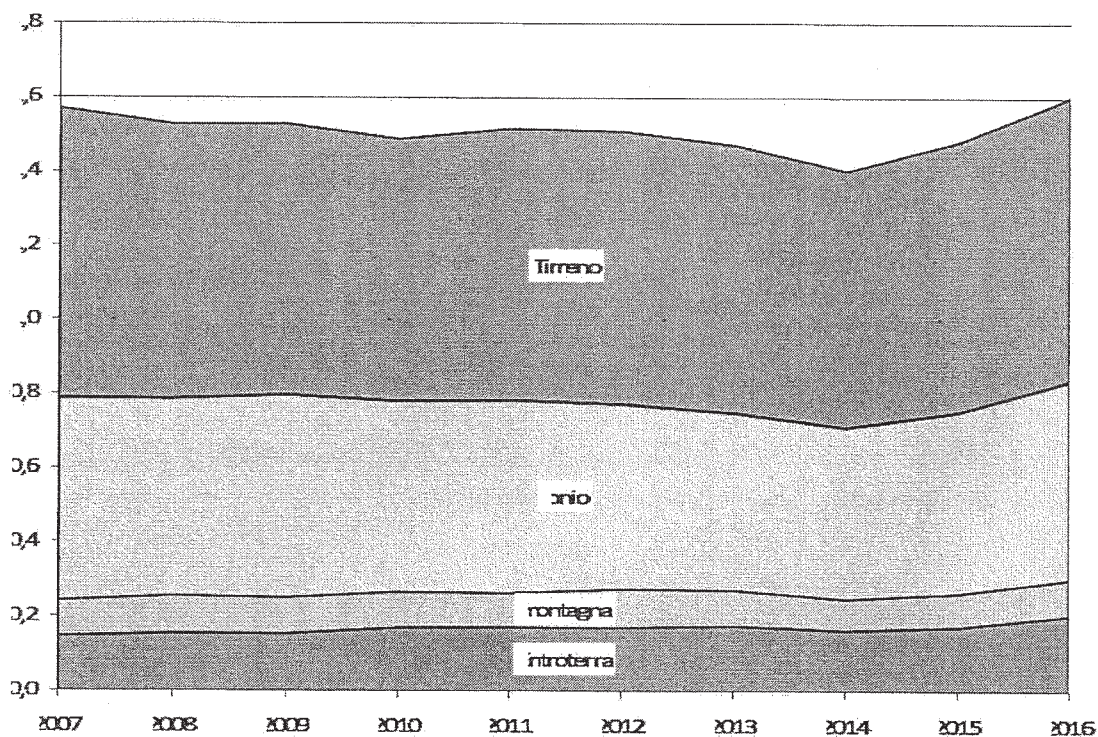




Fonte: Elaborazioni e dati Osservatorio Turistico della Regione Calabria su dati

Nel 2016 gli arrivi in Calabria ammontano a circa 1,6 milioni, la provincia con il maggior numero di arrivi è Cosenza (38%), segue Vibo Valentia (21%), Catanzaro (19%), Reggio (14%), Crotona (8%). Fra il 1990 e il 2016 gli arrivi sono più che raddoppiati.

**SERIE STORICA DEGLI ARRIVI, CONTRIBUTO PER AREA. CALABRIA 2007-2016**



Fonte: Elaborazioni e dati Osservatorio Turistico della Regione Calabria su dati

L'aggregazione del dato relativo agli arrivi in Calabria per macroarea evidenzia che il turismo è prettamente balneare e che in termini di arrivi il dato del 2007 (pre crisi) è stato superato.

### L'OFFERTA TURISTICA CALABRESE

Il sistema ricettivo calabrese è composto da 3.117 esercizi ricettivi e 188.524 posti letto. Gli alberghi rappresentano il 26% degli esercizi ricettivi e il 54,2% dei posti letto, gli esercizi complementari rappresentano il 74% degli esercizi e il 45,8% dei posti letto.

Composizione dell'offerta ricettiva per tipologia. Calabria anno 2016

Tipologia ricettiva	Consistenza		Distr. % Interna		Distrib. %		
	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	Esercizi	Letti	
Esercizi Alberghi	Alberghi di 1 stella	36	976	4,4	1,0	1,2	0,5
	Alberghi di 2 stelle	85	3.602	10,5	3,5	2,7	1,9
	Alberghi di 3 stelle	337	32.879	41,7	32,2	10,8	17,4
	Alberghi di 4 stelle	220	43.439	27,2	42,5	7,1	23,0
	Alberghi di 5 stelle	15	1.246	1,9	1,2	0,5	0,7
	R. T. A.	116	19.957	14,3	19,5	3,7	10,6
<b>Totale Alberghi</b>	<b>809</b>	<b>102.099</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>26,0</b>	<b>54,2</b>	
Esercizi Extralberghieri	Campeggi e Villaggi	135	64.802	5,8	75,0	4,3	34,4
	Bed & breakfast	1.342	7.289	58,1	8,4	43,1	3,9
	Altri esercizi	831	14.334	36,0	16,6	26,7	7,6
	<b>Totale complementari</b>	<b>2.308</b>	<b>86.425</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>74,0</b>	<b>45,8</b>
<b>Totale</b>	<b>3.117</b>	<b>188.524</b>			<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: elaborazioni e dati Osservatorio Turistico – Regione Calabria

Il 42,5% dei posti letto alberghieri appartengono a strutture di categoria 4 stelle, il 32,2% a strutture di categoria tre stelle, mentre sono poco rappresentati i letti offerti nelle strutture a 1 stella (1%) e a 5 stelle (1,2%).

Il settore complementare è caratterizzato, invece, da un'offerta massiccia di posti letto nei campeggi e villaggi turistici (75%); da evidenziare, il fenomeno dei B&B che per numero di esercizi ha un'incidenza sull'offerta extralberghiera del 58%, mentre i posti letto sono l'8,4%.

Il sistema ricettivo per area territoriale. Calabria anno 2016

Area	Valori Assoluti		Distr.% per area		
	Esercizi	Posti letto	Esercizi	Posti letto	
Calabria	Entroterra	486	10.096	15,6	5,4
	Ionio	914	83.055	29,3	44,1
	Tirreno	1.178	81.415	37,8	43,2
	Montagna	539	13.958	17,3	7,4
	<b>Calabria</b>	<b>3.117</b>	<b>188.524</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: elaborazioni e dati Osservatorio Turistico – Regione Calabria

L'offerta turistica calabrese è fortemente caratterizzata da una struttura scarsamente diversificata. Essa è prevalentemente incentrata sul prodotto balneare (nel 2016 l'87,3% dei posti letto è localizzato nei comuni litoranei<sup>1</sup>), mentre restano di scarsa dimensione gli altri prodotti.

<sup>1</sup> Il carattere di Comune litoraneo è stato attribuito a tutti i comuni il cui territorio tocca il mare



Imprese attive secondo l'ambito di servizio turistico e codice ATECO per ogni 100.000 presenti (abitanti + turisti) sul territorio per giorno<sup>2</sup>.

AMBITO SERVIZIO TURISTICO	DI	CODICE ATECO	DESCRIZIONE	CAL ABR IA	Ce ntr o	Is ol e	Nord Est	Nord Ovest	Sud	ITAL IA
Trasporti per la mobilità interna e costiera alla destinazione turistica		50.30.00	Trasporto di passeggeri per vie d'acqua interne (inclusi i trasporti lagunari)	0,0	0,1	0,1	3,7	0,4	0,0	0,9
		50.10.00	Trasporto marittimo e costiero di passeggeri	0,7	0,6	2,6	0,5	0,3	0,9	0,8
		49.39.09	Altre attività di trasporti terrestri di passeggeri nca.	6,7	4,7	5,9	3,3	2,2	6,7	4,4
		49.32.10	Trasporto con taxi	3,8	29,5	11,1	16,3	33,0	4,1	20,0
		49.31.00	Trasporto terrestre di passeggeri in aree urbane e suburbane	3,7	1,9	2,6	1,9	1,2	3,2	2,1
Attività di Somministrazione	di	56.10.11	Ristorazione con somministrazione	184,5	230,3	148,2	178,4	183,3	186,9	188,7
Attività di servizi alle imprese turistiche di tipo BtoB		90.02.01	Noleggio con operatore di strutture ed attrezzature per manifestazioni e spettacoli	1,0	0,8	0,9	0,9	0,7	1,1	0,9
		79.12.00	Attività dei tour operator	0,7	1,7	1,1	0,5	0,8	0,6	0,9
		77.39.94	Noleggio di strutture ed attrezzature per manifestazioni e spettacoli: impianti luce ed audio senza operatore, palchi, stand ed addobbi luminosi	3,3	2,9	2,7	2,1	1,7	3,7	2,6
Attività di noleggio di attrezzature sportive e ricreative (inclusi mezzi nautici) destinate ai turisti		93.19.91	Ricarica di bombole per attività subacquee	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
		77.21.09	Noleggio di altre attrezzature sportive e ricreative	2,0	1,5	2,0	2,1	1,1	1,4	1,5
		77.21.02	Noleggio senza equipaggio di imbarcazioni da diporto (inclusi i pedalò)	3,1	2,7	7,9	2,0	1,4	3,4	2,9
		77.21.01	Noleggio di biciclette	0,5	0,9	1,3	1,1	0,4	0,5	0,7
Attività di assistenza ai turisti, sportive e ricreative di tipo BtoC		93.29.90	Altre attività di intrattenimento e di divertimento nca	14,7	15,0	14,9	13,0	11,4	16,5	14,0
		93.21.00	Parchi di divertimento e parchi tematici	2,2	1,6	1,5	1,2	1,0	1,6	1,4
		93.19.99	Altre attività sportive nca	0,7	2,6	1,8	2,5	2,0	1,0	2,0
		93.19.10	Enti e organizzazioni sportive, promozione di eventi sportivi	2,2	9,8	3,6	8,4	8,4	4,0	7,2



<sup>2</sup> Indice=[(numero attività)/(popolazione+(presenze/365))/100.000]

	93.11.90	Gestione di altri impianti sportivi nca (gestione di impianti per eventi sportivi all'aperto: campi da golf, gestione di campi da tennis, gestione di strutture per sport equestri (maneggi))	1,9	2,7	1,9	3,2	2,9	2,3	2,7
	91.04.00	Attività degli orti botanici, dei giardini zoologici e delle riserve naturali	0,1	0,5	0,5	0,3	0,4	0,4	0,4
	79.90.20	Attività delle guide e degli accompagnatori turistici	0,4	2,2	2,4	0,8	0,7	1,2	1,3
	79.90.19	Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca	3,0	4,3	6,4	3,1	3,7	3,2	3,9
	79.90.11	Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2
	79.11.00	Attività delle agenzie di viaggio	5,9	12,7	9,3	7,8	9,2	9,3	9,7
	49.39.01	Gestioni di funicolari, ski-lift e seggiovie se non facenti parte dei sistemi di transito urbano o suburbano	0,1	0,1	0,0	0,8	0,4	0,1	0,3
Attività culturali di tipo BtoC	94.00.00	Attività di organizzazioni associative	2,3	4,1	2,3	2,5	4,9	4,0	3,8
	91.03.00	Gestione di luoghi e monumenti storici e attrazioni simili	0,4	0,2	0,5	0,1	0,2	0,2	0,2
	91.02.00	Attività di musei	0,6	0,7	1,3	0,6	0,6	0,4	0,7
	90.04.00	Gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche	0,3	1,0	0,5	0,4	0,6	0,9	0,7
	82.30.00	Organizzazione di convegni e fiere	4,8	17,1	9,1	9,9	13,6	7,0	11,5

Fonte: Elaborazioni Osservatorio Turistico della Regione Calabria su dati ISTAT E CCIAA





## Schede Azioni

Linee strategiche	LS1 – Creazione delle destinazioni e dei prodotti turistici sostenibili
Legge 8/2008	Azioni coerenti con l'Art.3, comma b, della Legge Regionale
<b>Descrizione azione</b>	
Azioni	<p><b>Azione B. Potenziamento dei servizi al turismo.</b> L'azione sostiene gli investimenti necessari alla nascita, il potenziamento e la qualificazione delle imprese di servizi al turismo, complementari all'offerta ricettiva. Inoltre, l'azione si rivolge alle imprese che erogano servizi ad altre imprese del settore turistico, per incrementare il livello di professionalità e qualità dell'offerta di servizi complementari. Nel mese di settembre 2017 è stato pubblicato, a cura del Dipartimento Sviluppo Economico, un Avviso pubblico finalizzato alla concessione di aiuti alle imprese per le finalità sopra esposte. Sono in corso di valutazione le domande di aiuti delle imprese di servizi turistici. Nel 2018 saranno avviati gli investimenti per il potenziamento dei servizi al turista e alle imprese turistiche.</p> <p><b>Azione C. Valorizzazione degli attrattori nelle aree turistiche.</b> L'azione sostiene gli investimenti minori degli enti pubblici (e/o eventuali concessionari) al fine di assicurare la piena e sostenibile fruibilità turistica degli attrattori e dei luoghi di interesse culturali, paesaggistici e naturali che ricadono nelle aree turistiche. E' prevista la realizzazione di micro-azioni integrate finalizzate alla valorizzazione dei singoli attrattori e del territorio immediatamente circostante, da declinare secondo la specificità dei casi. Nell'ambito di questa azione, per l'annualità 2018, s'intende attuare l'intervento già programmato nel 2017 relativo al potenziamento del percorso eco sostenibile, all'interno del Parco della Sila, relativamente alla tratta ferroviaria Cosenza - San Giovanni in Fiore. Nell'ambito del PAC 2014/2020, azione 6.8.3, giusta D.G.R. n. 407/2017 con la quale è stata variata la fonte di finanziamento dell'intervento da POR Calabria Fesr 2014/2020 a PAC 2014/2020, rientra la possibilità di potenziare e migliorare le condizioni di accessibilità e fruibilità del sistema delle destinazioni turistiche principali e degli attrattori culturali e naturali, mediante la creazione di idonei servizi e la realizzazione di modalità di collegamento sostenibile (es. piste ciclabili, percorsi sostenibili, ecc). L'intervento, precedentemente inserito nella scheda H del Piano 2017, anche in funzione delle diversa fonte di finanziamento, viene oggi trasferito nella Azione C perché più rispondente alla tipologia di "attrattore in area turistica". Oggi, il viaggio turistico attivo con uno storico treno a vapore degli inizi del secolo scorso, collega la località Moccone a San Nicola Silvana Mansio (la più alta stazione ferroviaria e scartamento ridotto d'Europa) passando per Camigliatello Silano, con una capacità di 170 posti a sedere; l'intervento programmato, da realizzare in più di una annualità, ha l'obiettivo di ridare funzionalità all'attuale infrastruttura con l'allungamento del percorso viario già esistente che consentirebbe di far avviare il treno a vapore fino alla stazione di San Giovanni in Fiore percorrendo ulteriori 17 KM di tracciato. Ciò consentirebbe di riprendere in sicurezza l'esercizio turistico e avviare, a regime, un'offerta di qualità del treno turistico della Sila. Il progetto, del valore di circa 2.1 Milioni di Euro si realizzerà in un triennio (attività questa già prevista dal precedente Piano 2017 ed approvata con la D.G.R. 407/2017).</p> <p>Inoltre, s'intende intervenire per la valorizzazione di immobili pubblici da destinare alla creazione di nuovi attrattori turistici (centri congressi, musei, Accademie di cucina, arte e spettacolo, teatri, parchi tematici, ecc). L'intento è</p>



	<p>quello di recuperare immobili pubblici esistenti, valorizzarli e destinarli ad accogliere attività turistiche che abbiano una valenza attrattiva.</p> <p>L'azione è volta a: - potenziare e migliorare le condizioni di accessibilità e fruibilità del sistema delle destinazioni turistiche principali e degli attrattori culturali e naturali, mediante la creazione di idonei servizi e la realizzazione di modalità di collegamento sostenibile (es. piste ciclabili, percorsi sostenibili, ecc.); - potenziare la valorizzazione degli attrattori culturali presenti nelle principali destinazioni turistiche regionali, sostenendo le residenze artistiche e i cantieri di produzione culturale; rafforzare i sistemi integrati di comunicazione ed informazione turistica capaci di promuovere le destinazioni turistiche principali e i grandi attrattori culturali e naturali.</p>
<b>Strumenti attuativi</b>	<p><b>Azione B.</b> Avviso pubblico in corso di attuazione rivolto a reti di imprese, ad imprese singole o loro consorzi per il finanziamento degli interventi previsti dall'azione 3.3.4 del POR Calabria 2014/2020 in coerenza con i contenuti delle stesse e con le previsioni dei rispettivi beneficiari.</p> <p><b>Azione C.</b> Bandi di gara, procedure concertative/negoziali, avvisi pubblici e/o manifestazione di interesse bandi di gara, procedure concertative/negoziali, avvisi pubblici e/o manifestazione di interesse</p>
<b>Beneficiari</b>	<p>Per l'Azione B i beneficiari sono quelli previsti dalla Az. 3.3.4 del POR Calabria Fesr 2014/2022: piccole e medie imprese (PMI) singole e associate.</p> <p>Per l'Azione C i beneficiari sono quelli previsti dalla Az. 6.8.3 del PAC 2014/2020: Enti pubblici e privati</p>
<b>Priorità di attuazione</b>	<p>Le azioni rappresentano una delle priorità di attuazione della Linea Strategica LS1, propedeutiche alla realizzazione di nuovi prodotti e servizi turistici. Di conseguenza saranno realizzati in contemporanea a quelle per le quali il Dipartimento Sviluppo Economico ha già emanato i relativi avvisi.</p>
<b>Priorità tecnico-funzionali</b>	<p>Priorità data alle proposte che interessano azioni da realizzare in diretta prossimità degli attrattori naturali, paesaggistici e culturali è, in particolare per quanto riguarda le aree protette, che assicurano un incremento sostanziale della performance ambientale e la riduzione di emissioni e consumi.</p>
<b>Priorità territoriali</b>	<p>Il territorio di riferimento è costituito dalle destinazioni turistico regionali, a partire da quelle individuate dal Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile.</p>
<b>Indicatore di realizzazione</b>	<p>Per l'Azione B gli indicatori di realizzazione sono quelli previsti dal POR Calabria Fesr 2014/2020: n. di imprese che ricevono un sostegno</p> <p>Per l'Azione C gli indicatori di realizzazione sono quelli previsti dal PAC 2014/2020: n. di progetti per la fruizione integrata e la promozione</p>
<b>Valore atteso 2017</b>	<p>Per l'Azione B: n. 50 imprese che ricevono un sostegno</p> <p>Per l'Azione C: n. 1 progetto per la fruizione integrata e la promozione</p>
<b>Quadro finanziario</b>	
<b>Programma Operativo Fonte finanziaria</b>	<p>Azione B: Por Calabria FESR 2014/2020 Asse 3 – Azione 3.3.4. Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche attraverso interventi di qualificazioni dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa (avviso per la quale sono già avviate le relative procedure).</p> <p>Azione C: PAC 2014/2020 Azione 6.8.3: intervento di consolidamento e potenziamento della infrastruttura ferroviaria Cosenza - San Giovanni in Fiore.</p>
<b>Dotazione finanziaria</b>	<p>Azione B: Por Calabria FESR 2014/2020 Asse 3 – Azione 3.3.4 Euro 10 milioni</p> <p>Azione C: PAC 2014/2020 – Azione 6.8.3: Euro 2.100.000,00 (Capitolo U9070200503).</p> <p><b>Si precisa che entrambi gli interventi sono già stati approvati a valere sul Piano 2017 con le DGR 573/2016 e 407/2017 e per gli stessi rilasciati i relativi pareri di regolarità finanziaria.</b></p>





Linee strategiche	LS2 – Riqualificazione e potenziamento del sistema dell'ospitalità
Legge 8/2008	Azione coerenti con l'Art.3, comma b, della Legge Regionale
Descrizione azione	
Azioni	<p><b>Azione E. Qualificazione delle strutture ricettive esistenti.</b> L'azione sostiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La qualificazione e il potenziamento dell'offerta ricettiva, attraverso il miglioramento degli standard delle strutture esistenti e, limitatamente nei territori dove si registra un'offerta inferiore alla domanda, alla creazione di nuove imprese;</li> <li>• La creazione e il potenziamento dei servizi reali a sostegno dei processi di rafforzamento, riorganizzazione e ristrutturazione aziendale;</li> <li>• La promozione di applicazioni e strumenti di gestione e comunicazione ambientale, quali ECOLABEL, EMAS, UNI EN ISO 14001;</li> <li>• Lo sviluppo e il consolidamento della digitalizzazione dei servizi delle imprese turistiche (informatizzazione dei servizi ricettivi, a partire dalla prenotazione delle camere e dei servizi aziendali).</li> </ul> <p>Nel 2017 è stato pubblicato, a cura del Dipartimento Sviluppo Economico, un Avviso pubblico finalizzato alla concessione di aiuti alle imprese per le finalità sopra esposte. Sono in corso di valutazione le domande di aiuti delle imprese di servizi turistici. Nel 2018 saranno avviati gli investimenti per il potenziamento dei servizi al turista e alle imprese turistiche.</p>
Strumenti attuativi	<b>Azione E.</b> Avviso pubblico in corso di attuazione rivolto a reti di imprese, ad imprese singole o loro consorzi per il finanziamento degli interventi previsti dall'azione 3.3.4 del POR Calabria 2014/2020 in coerenza con i contenuti delle stesse e con le previsioni dei rispettivi beneficiari.
Beneficiari	I beneficiari sono quelli previsti dalla Az. 3.3.4 del POR Calabria Fesr 2014/2022: piccole e medie imprese (PMI) singole e associate.
Priorità di attuazione	Le azioni rappresentano una delle priorità di attuazione della Linea Strategica LS2, propedeutiche alla realizzazione di nuovi prodotti e servizi turistici. Di conseguenza saranno realizzati in contemporanea a quelle per le quali il Dipartimento Sviluppo Economico ha già emanato i relativi avvisi.
Priorità tecnico-funzionali	Priorità data alle proposte che interessano azioni da realizzare in diretta prossimità degli attrattori naturali, paesaggistici e culturali e, in particolare per quanto riguarda le aree protette, che assicurano un incremento sostanziale della performance ambientale e la riduzione di emissioni e consumi.
Priorità territoriali	Il territorio di riferimento è costituito dalle destinazioni turistico regionali, a partire da quelle individuate dal Piano Regolatore di Sviluppo Turistico Sostenibile.
Indicatore di realizzazione	gli indicatori di realizzazione sono quelli previsti dal POR Calabria Fesr 2014/2020: n. di imprese che ricevono un sostegno
Valore atteso 2017	n. 50 imprese che ricevono un sostegno
Quadro finanziario	
Programma Operativo Fonte finanziaria	Por Calabria FESR 2014/2020 Asse 3 – Azione 3.3.4. Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche attraverso interventi di qualificazioni dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa.
Dotazione finanziaria	Por Calabria FESR 2014/2020 Asse 3 – Azione 3.3.4 (Euro 8 milioni) <b>Si precisa l'intervento è già stato approvato a valere sul Piano 2017 con la DGR 573/2016 e per lo stesso rilasciato il relativo parere di regolarità finanziaria.</b>
Linee strategiche	LS 3 – Azioni di sistema per la governance e la promozione turistica

Legge 8/2008	Azione coerente con l'Art. 3, comma a, della Legge Regionale
<b>Descrizione azione</b>	
Azioni	<p><b>Azione H. Attuazione del Piano di marketing turistico regionale.</b> L'azione prevede interventi di promozione dell'offerta turistica: partecipazione a manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali del settore; campagne istituzionali di comunicazione per la promozione del brand Calabria (media, aeroporti, nodi metropolitani nei mercati nazionali ed internazionali di riferimento); realizzazione di ambienti ICT per la commercializzazione ed il supporto alla fruizione dei prodotti/servizi regionali; organizzazione di eventi riguardanti le particolarità etnoantropologiche regionali.</p> <p>L'azione è finalizzata alla valorizzazione ed alla fruizione integrata degli attrattori culturali e naturali regionali attraverso azioni di promozione integrata e interventi volti a migliorare le condizioni strutturali e di contesto e gli standard di qualità di offerta dei servizi. L'azione sostiene la promozione di iniziative di valorizzazione dei siti e delle risorse culturali (aree archeologiche, musei, teatri, biblioteche, edifici storici e di pregio architettonico) oggetto di interventi infrastrutturali finanziati con il programma, quali le residenze artistiche e i cantieri di produzione culturale, laddove venga dimostrata la capacità di tali iniziative di rafforzare il legame tra identità dei territori, cultura e turismo sostenibile; garantire flussi di visita anche nei periodi di bassa stagione; stimolare nuovi segmenti di domanda locale ed extra-regionale. L'azione inoltre, prevede, in sinergia con quanto previsto per la valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, la realizzazione di un sistema di comunicazione integrata capace promuovere la destinazione turistica regionale e i principali attrattori.</p> <p>L'azione, sostiene altresì la promozione e il sostegno alla commercializzazione della destinazione turistica e del brand <i>Calabria</i> in tutti i Paesi individuati con la D.G.R. 573/2016 e ss.mm.ii., e con la D.G.R. n. 648/2017 sui mercati europei ed extra-europei, e in particolare, per la corrente annualità, in Europa anche settentrionale (Es. Lettonia, Estonia, Lituania, Norvegia, ecc), negli Stati Uniti, in Cina, in Russia, in Australia, in America Latina (in particolar modo in Argentina), ed in Canada. L'attività di promozione si articolerà prioritariamente sui prodotti turistici, si ritiene infatti desueto da un punto di vista comunicativo il criterio geografico. Ciò se andranno a promuovere non saranno i territori in quanto spazio geografico ma i prodotti che essi offrono.</p> <p>In merito al mercato Cinese, si evidenzia che l'Italia e la European Travel Commission (ETC) e il MIBACT hanno elaborato specifiche strategie di penetrazione di mercato. Tenuto conto delle caratteristiche della domanda cinese, sia in termini di prodotto sia in termini temporali di consumo (massimi picchi nei mesi di maggio e ottobre), si ritiene opportuno aderire alla strategia nazionale ed europea effettuando mirati investimenti e attività di promozione. Si precisa che la ETC ha proclamato l'anno 2018 quale anno di incoming in Europa dalla Cina, programmando una serie di iniziative alle quali le regioni d'Europa sono invitati a partecipare.</p> <p>Tra gli investimenti nel mercato Cinese è programmato l'intervento di certificazione Red degli scali aeroportuali calabresi "<i>Wellcome Chinese Destination</i>". Essa consiste nella verifica della adeguatezza degli standard di servizio alle esigenze espresse dai turisti cinesi. La certificazione, che è riconosciuta dal governo cinese, è condizione indispensabile per attrarre il mercato turistico cinese e per favorire lo sviluppo del traffico aereo.</p> <p>In coerenza con il piano strategico nazionale del turismo, la Regione metterà in campo, azioni di comunicazione e di valorizzazione dei prodotti, degli attrattori e degli itinerari turistici.</p> <p>Saranno realizzate, altresì azioni per la valorizzazione e la promozione di ciclovie, di cammini e percorsi, dei borghi, dell'enogastronomia, delle minoranze linguistiche,</p>





anche attraverso l'organizzazione di eventi a valenza nazionale e internazionale. Il Dipartimento Turismo, in raccordo con il Settore Internazionalizzazione e con il Comitato regionale per la comunicazione, realizzerà azioni di promozione e comunicazione (manifestazioni fieristiche, workshop, advertising, ecc) indirizzate, oltre che al mercato nazionale, ai mercati individuati nel PRSTS, tra l'Europa Centrale e Settentrionale ed, tra gli extra europei, gli Stati Uniti, la Cina, la Russia, l'Australia, l'America Latina e il Canada.

Inoltre, attraverso contratti di sponsorizzazione saranno attuati piani di comunicazione nei paesi target sopra menzionati volti a promuovere l'offerta turistica della destinazione e il brand Calabria.

Inoltre, è prevista la realizzazione di eventi organizzati con Partners internazionali, finalizzati ad incentivare i flussi turistici al di fuori della stagione estiva.

Saranno implementate, inoltre, azioni tese allo sviluppo dei prodotti turistici tradizionali quali il balneare, lo scolastico, turismo montano e sportivo, culturale, il ciclo turismo, ecc.

Altra azione importante concerne il continuo potenziamento del sito [www.turiscalabria.it](http://www.turiscalabria.it) e dei relativi social. L'intento è quello di rendere sempre più accessibili le informazioni desiderate dal turista, dagli operatori, dagli enti; di creare una condivisione ampia delle informazioni anche in un ottica di co-creazione. Saranno infatti banditi concorsi di idee per favorire i processi di condivisione e co-creazione. Allo scopo si prevede l'acquisto, a mezzo Consip, dei servizi di manutenzione, potenziamento e gestione del portale [www.turiscalabria.it](http://www.turiscalabria.it) e dei relativi social. Il sito web diventa il fulcro centrale dell'attività di informazione al turista, tenuto conto anche del numero esiguo degli uffici IAT presenti sul territorio. A tal proposito, l'azione sostiene anche il potenziamento degli uffici di informazione e accoglienza turistica presso i principali hub di arrivo tra cui quelli aeroportuali.

Nell'ambito del PAC 2014/2020, è interesse del Dipartimento Turismo realizzare una specifica attività di promozione finalizzata a rafforzare il sistema integrato di comunicazione turistica e capace di promuovere le destinazioni turistiche principali e i grandi attrattori culturali e naturali; detta attività si realizzerà anche nell'ambito di produzioni televisive che saranno interamente registrate in Calabria. Le riprese televisive, destinate alla messa in onda su circuiti televisivi nazionali, saranno destinate a raccontare il territorio di riferimento, e a mettere in risalto le peculiarità e le bellezze culturali e naturali della Regione. Il progetto di promozione televisiva si realizzerà nell'annualità 2018 e per l'espletamento delle attività, il Dipartimento Turismo, si avvarrà, della collaborazione tecnica della Fondazione Calabria Film Commission, deputata allo scopo.

Inoltre, si prevede la pianificazione e la realizzazione di progetti strategici di sviluppo turistico di destinazioni regionali, tra cui ad esempio l'area della *Locride*. I predetti progetti saranno concepiti secondo una metodologia integrata di interventi e potranno prevedere, per la loro attuazione, il coinvolgimento di altri soggetti pubblici, ciò al fine di determinare risultati significativi rispetto allo sviluppo della specifica area di riferimento.

*Al fine di dare un notevole risalto, nei mercati nazionali ed esteri all'offerta turistica regionale nel suo insieme, è stata programmata, per il prossimo mese di maggio, una campagna di comunicazione da realizzare attraverso l'evento sportivo "Giro d'Italia 2018": nello specifico sono previste attività di promozione e di comunicazione televisiva e non dedicate al brand Calabria l'evento sportivo.*

*Si tratta di una eccezionale opportunità di visibilità del prodotto "Calabria" sul palcoscenico nazionale e internazionale, come partner di una competizione che ha fatto la storia del ciclismo mondiale di tutti i tempi.*

*Le attività e gli strumenti che saranno utilizzati sviluppano notevoli performance di comunicazione e visibilità raggiungendo audience di milioni di individui.*

*Si tratta quindi di un progetto che consentirà di raggiungere risultati concreti nel solco delle ottime iniziative di promozione internazionale del prodotto Calabria anche al di fuori dai confini dell'Europa proseguendo il suo percorso di*



	<p><i>internazionalizzazione e valorizzazione del Made in Calabria in Italia e nel Mondo.</i></p> <p><i>Il giro sarà trasmesso in TV su Rai 2 e in Radio su Rai Radio 1 con circa 30 milioni di italiani entrati in contatto nel corso dello svolgimento dell'ultima edizione dell'evento.</i></p> <p><i>Le attività di promozione e di comunicazione da porre in essere si identificano in:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>1. Striscioni promozionali per un totale di 90 metri lineari personalizzati con le location più rappresentative del territorio calabrese da posizionare sui percorsi di tappa;</i></li> <li><i>2. Gonfiabili personalizzati posizionati lungo gli ultimi 10 km di ogni tappa;</i></li> <li><i>3. Allestimento di uno stand personalizzato Regione Calabria di 16 mq nelle aree arrivo e partenze con monitor per la messa in onda di filmati sull'offerta turistica calabrese;</i></li> <li><i>4. Pagine promo pubblicitarie sui quotidiani sportivi nazionali;</i></li> <li><i>5. Spazi promozionali all'interno del sito ufficiale del Giro d'Italia.</i></li> </ol> <p><i>Il 2018 è l'anno del cibo mondiale e la Regione Calabria intende incidere sulla promozione del prodotto turistico enogastronomico regionale soprattutto nel mercato americano. Il cibo è considerato un fortissimo elemento culturale, che trascende le generazioni ed identifica un territorio.</i></p> <p><i>A tal fine sono state programmate specifiche azioni a supporto dell'enogastronomia regionale d'eccellenza attraverso programmi televisivi settoriali trasmessi dal circuito televisivo A.P.T. – American Public Television.</i></p> <p><i>Testimonial della campagna di promozione è stata individuata, per il mercato di riferimento, Lidia Bastianich, chef (cultore della cucina calabrese), imprenditrice e star televisiva internazionale, che partita dall'Italia è approdata negli Stati Uniti dove ha costruito un vero e proprio impero gastronomico che comprende ristoranti, aziende vinicole, linee di prodotti gourmet e business in diverse attività della ristorazione.</i></p> <p><i>Il progetto di promozione degli itinerari enogastronomici calabresi e delle ricette tradizionali, avrà luogo mediante la realizzazione delle seguenti azioni:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><i>1. tour in Calabria di Lidia Bastianich alla scoperta del territorio e delle tradizioni enogastronomiche;</i></li> <li><i>2. realizzazione di tre episodi che saranno trasmessi all'interno della serie tv "Lidia's Küchen" (50 milioni di telespettatori medi a puntata) nel circuito televisivo A.P.T. – American Public Television, dedicati alla Calabria, alla scoperta dei cibi tipici del territorio che vedranno Lidia in prima linea, accompagnata da una troupe di professionisti americani che per quattro giorni visiteranno la Calabria alla scoperta dei cibi e delle ricette tipiche, esaltando le location ed il territorio, anche mediante un'attività di backstage e servizio fotografico dedicato;</i></li> <li><i>3. realizzazione di uno spot di 15 secondi dedicato agli itinerari enogastronomici calabresi, che sarà inserito in apertura e chiusura nei tre episodi di "Lidia's Küchen" dedicati alla Calabria sul circuito televisivo A.P.T. – American Public Television</i></li> <li><i>4. campagna sui social (Faceboock, Instagram e Twitter) degli itinerari enogastronomici calabresi e delle ricette regionali</i></li> <li><i>5. invio di quattro news letter tematiche sui gli itinerari enogastronomici calabresi e sulle ricette tipiche regionali a 250.000 utenti (per un totale di un milione di invii)</i></li> <li><i>6. Pubblicazione di un servizio redazionale sui percorsi enogastronomici calabresi di 4 pagine da pubblicarsi su una rivista settoriale americana.</i></li> </ol>
<p><b>Strumenti attuativi</b></p>	<p>Azione a titolarità regionale a cura del Dipartimento Turismo, che si avvarrà di forniture esterne per l'acquisto di spazi espositivi e/o pubblicitari, del loro allestimento, per l'organizzazione di eventi (borse e workshop), per la realizzazione di materiale informativo e promozionale e di campagne promozionali, attraverso bandi di gara, procedure concertative/negoziali, avvisi pubblici e/o manifestazione di</p>





	interesse
<b>Beneficiari</b>	Enti pubblici e Privati.
<b>Priorità di attuazione</b>	La fase attuativa dell'azione è quella già avviata a partire dalla prima annualità di vigenza del PRSTS e continuerà per l'intera durata temporale del Piano.
<b>Priorità tecnico-funzionali</b>	<p>Le principali azioni promozionali per l'annualità 2018 prevedono:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La partecipazione alle più importanti borse e manifestazioni fieristiche specializzate per segmenti di mercato strategici, sia in riferimento ai prodotti da consolidare (es. balneare, culturale, naturalistico ecc...), sia per i nuovi prodotti da valorizzare (eno-gastronomia, natura e sport); l'elenco delle manifestazioni cui potrà partecipare la Regione Calabria – Dipartimento Turismo, è quello già approvato dal Piano di Marketing Turistico Regionale, con l'aggiornamento delle manifestazioni approvate con la D.G.R. 573/2016 e ss.mm.ii. (mercato Americano, Cinese, Russia e America Latina). L'importo presunto per l'annualità 2018 è pari ad euro 1.200.000,00 per le manifestazioni fieristiche del I° semestre ed euro 900.000,00 per quelle del II° semestre;</li> <li>2. la pubblicazione di avvisi per la realizzazione di materiale promozionale per le campagne di comunicazione istituzionale e per la partecipazione alle manifestazioni fieristiche (considerando i principali paesi di origine della domanda nazionale ed internazionale calabrese); l'importo presunto di spesa è pari ad Euro 1.400.000,00 oltre Iva;</li> <li>3. realizzazione di attività di promozione nel mercato cinese, considerato di notevole interesse, e finalizzata a rafforzare il sistema integrato di comunicazione turistica e capace di promuovere la destinazione Calabria ed principali grandi attrattori culturali e naturali; l'importo presunto di spesa, per l'annualità 2018, è pari ad Euro 250.000,00 oltre Iva;</li> <li>4. la pubblicazione di un avviso di sponsorizzazione del valore di Euro 3.400.000,00 per due annualità 2018 e 2019 (Euro 1,7 milioni per annualità);</li> <li>5. <i>realizzazione di attività di promozione e comunicazione programmate nell'ambito del Giro d'Italia 2018, finalizzata a rafforzare il sistema integrato di comunicazione turistica e capace di promuovere la destinazione Calabria ed principali grandi attrattori culturali e naturali; l'importo presunto di spesa, per l'annualità 2018, è pari ad Euro 400.000,00 oltre Iva;</i></li> <li>6. <i>realizzazione di attività di promozione nel mercato cinese, considerato di notevole interesse, e finalizzata a rafforzare il sistema integrato di comunicazione turistica e capace di promuovere la destinazione Calabria ed principali grandi attrattori culturali e naturali; l'importo presunto di spesa, per l'annualità 2018, è pari ad Euro 300.000,00 oltre Iva.</i></li> </ol> <p>Le attività sopra elencate, potranno essere incrementate con ulteriori azioni che il Dipartimento riterrà opportune nel corso del 2018.</p>
<b>Priorità territoriali</b>	L'azione non presenta immediate ricadute territoriali
<b>Indicatore di Realizzazione</b>	N° di progetti per la fruizione integrata e la promozione
<b>Valore Atteso 2018</b>	POR Calabria Fesr 2014/2020: n. 17 progetti per la fruizione integrata e la promozione PAC 2014/2020: n. 3 progetti per la fruizione integrata e la promozione
<b>Quadro finanziario</b>	
<b>Programma Operativo/Fonte finanziaria</b>	POR Calabria FESR 2014-2020 Asse 6 - Azione 6.8.3 Azione 6.8.3 "Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche" – Capitoli di Bilancio U9050300605 e U9050300606.



	<p>PAC 2014/2020  <i>Interventi compresi nell'Asse 6 – Obiettivo 6.8 – Azione 6.8.3 del Por Calabria Fesr 2014/2020 – Capitolo di Bilancio U9070200504 (Euro 1.700.000,00 per ciascuna annualità 2018 e 2019)</i></p>
<p><b>Dotazione finanziaria</b></p>	<p>Nel Bilancio di Previsione 2017/2019, a valere sulla Azione 6.8.3 del Por Calabria, per l'annualità 2018, sono allocate, nel Capitolo U9050300605 somme pari ad Euro 4.099.635,20, mentre per il 2019 ed il 2020, somme pari ad Euro 2.049.817,60 per ciascuna annualità.</p> <p>Le somme a disposizione in competenza 2018 sul capitolo U9050300605, pari ad euro 4.099.635,20, consentono pertanto:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>di partecipare alle più importanti borse e manifestazioni fieristiche specializzate per segmenti di mercato strategici annualità 2018 (Euro 1.221.690,00 (impegni n.ri 1316, 1317, 1763 e 1764 già assunti per le manifestazioni fieristiche del I° semestre 2018) ed euro 900.000,00 oltre Iva per quelle del II° semestre);</i></li> <li>2. <i>di realizzare le attività di promozione nel mercato cinese (Euro 250.000,00 oltre Iva);</i></li> <li>3. <i>di realizzare le attività di promozione e comunicazione programmate nell'ambito del Giro d'Italia 2018, per l'importo di euro 400.000,00 oltre Iva;</i></li> <li>4. <i>di realizzare le attività di promozione nel mercato americano per l'importo di euro 300.000,00 oltre Iva;</i></li> </ol> <p>Le somme a disposizione in competenza 2018 sul capitolo U9050300606, pari ad euro 1.400.419,10, consentono:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>di emanare, a valere sul capitolo U9050300606, gli avvisi per la realizzazione di materiale promozionale, per l'importo di euro 1.400.419,10 (di cui impegni già assunti per complessivi euro 228.800,00 – prenotazioni di impegno n. 1841 e 1842);</i></li> </ol> <p>Le somme a disposizione nel biennio 2019/2020, pari ad euro 2.049.817,60 per ciascuna annualità, sul capitolo U9050300605, consentono inoltre:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>di svolgere, a valere sul capitolo U9050300606, le procedure necessarie per la fornitura dei servizi di acquisto spazi fieristici e relativo allestimento personalizzato, per il biennio 2019/2020 (Euro 1.500.000,00 per ogni annualità).</i></li> </ol> <p>Nell'ambito del PAC 2014/2020 le spese graveranno sul capitolo U09070200504 per l'importo di Euro 1.700.000,00 (competenza 2018), a copertura della prima annualità dell'avviso di sponsorizzazione.</p>



**IL DIRIGENTE GENERALE**  
**Dott.ssa Sonia TALLARICO**  
*Sonia Tallarico*