

Allegato 1

Piano di Azione e Coesione (PAC) Calabria

Scheda Pilastro Nuove operazioni n. 7 – Interventi per la promozione e la produzione culturale

Risultati attesi:

- Consolidamento e implementazione dell'offerta turistica calabrese
- Promozione dell'immagine del territorio regionale
- Incremento delle presenze turistiche annue in Calabria
- Destagionalizzazione dei flussi turistici

Indicatori di risultato:

- N. di nuove produzioni cinematografiche ed audiovisive realizzate
- N. di fruitori di eventi, manifestazioni e attività culturali
- % di incremento delle presenze annue in Calabria

Azione:

1. Produzione, acquisto e diffusione dei contenuti e dei supporti promozionali e di nuovi contenuti culturali anche attraverso produzioni cinematografiche e audiovisive, per la promozione dell'immagine e dell'attrattività turistica e culturale della Calabria;
2. Realizzazione di attività culturali con particolare riferimento agli eventi caratterizzati dalla capacità di valorizzare i luoghi della cultura e realizzazione di azioni, manifestazioni ed eventi finalizzati ad attrarre visitatori e turisti;
3. Animazione atta a favorire la fruibilità partecipativa dei beni culturali;
4. Implementazione e promozione di progetti di marketing territoriale della destinazione Calabria.
5. Promozione di specifiche caratteristiche qualitative e di sostenibilità turistica, quali la certificazione "Bandiere Blu" delle coste calabresi e valorizzazione di destinazioni con portualità turistica

OBIETTIVI

L'obiettivo principale delle attività proposte è finalizzato all'incremento e alla diversificazione dell'offerta turistica regionale anche mediante la valorizzazione del patrimonio "culturale". Tale obiettivo si integra con gli obiettivi generali di sviluppo del turismo in Calabria.

Per quanto riguarda la **prima azione** proposta, le attività da finanziare si rendono necessarie al fine di disporre dei contenuti e dei supporti necessari alla promozione della destinazione Calabria e di programmare nuove produzioni culturali e artistiche, anche cinematografiche e televisive, e la loro diffusione (promozione sui canali nazionali e internazionali specializzati) in modo tale da integrarsi con le altre attività di promozione turistica del territorio regionale poste in essere dal dipartimento turismo, anche al fine di intercettare nuovi flussi verso la Calabria.

Quindi le azioni di promozione e marketing saranno declinate come:

- *Marketing Digitale*: con riguardo alla più ampia tematica del marketing digitale turistico (che incide necessariamente sul posizionamento del brand) e degli strumenti a disposizione dei decisori pubblici regionali, sia il PRSTS 2019-2022 che il Programma Attuativo del PRSTS 2019-2021, evidenziano ampi, necessari e urgenti spazi di miglioramento, che necessitano di risorse ingenti e di un cambio di paradigma.

Allegato 1

- L'intervento rappresenta un primo step finalizzato di una strategia digitale molto più ampia che sarà definita e declinata nel redigendo PRSTS 2022-2024.
- Le azioni saranno rivolte al potenziamento:
 - di blogger/influencer
 - del portale turistico regionale TurisCalabria;
 - del posizionamento sui motori di ricerca (SEO)
 - dei social media: Twitter, Facebook e Instagram
 - della collaborazione a ciò si aggiunga la realizzazione di una applicazione per la gestione dei contributi regionali in ambito turistico.
- *Marketing Off-line*. Le azioni riguardano lo sviluppo di campagne di comunicazione, (legate anche a CALABRIA STRAORDINARIA, il progetto-quadro di comunicazione strategica e di riposizionamento nazionale e internazionale dell'immagine complessiva della regione) su carta stampata, web e radio, tv, stazioni ferroviarie, grandi superfici di vendita, grandi eventi mediatici e sportivi.

A mero titolo esemplificativo e non esaustivo rientrano in questa categoria:

- Ideazione esecutiva e pianificazione di campagne istituzionali, analisi risultati e follow up;
- Progettazione e gestione di campagne di web marketing (realizzazione di ad hoc web site e app, animazione su social media);
- Realizzazione e gestione di materiali promozionali;
- Realizzazione e gestione di materiali multimediali;
- Pianificazione e acquisizione di spazi pubblicitari su mezzi;
- Sviluppo linea merchandising e gadget;
- Servizi editoriali (stampa report, cataloghi ecc.);
- Servizi di traduzione.

Product placement: Produzione filmica Film Commission. Gli obiettivi sono pertanto primariamente quelli della promozione del territorio di riferimento e del prodotto turistico "Calabria": dal balneare al culturale al naturalistico, al fine di attrarre nuovi flussi turistici. Gli obiettivi sono quelli compresi nella tecnica oggi conosciuta come "cineturismo", definito quale risultato della visione della destinazione turistica al cinema e/o in televisione, divenuto oramai un fenomeno globale. In particolare, le produzioni cinematografiche e audiovisive possono diventare un forte elemento di costruzione dell'identità di un luogo, di una città o di un territorio, ma anche un fattore di sviluppo dell'industria cinematografica ed audiovisiva regionale. A tal fine determinante sarà l'apporto che verrà garantito dalla Fondazione Film Commission Calabria, che verrà posta al centro delle attività programmate, sia mediante produzioni di docufilm, cortometraggi e documentari, sia per avviare ulteriori progetti, piani e realizzazione di prodotti a medio lungo termine previsti dalla programmazione regionale nell'ambito dei piani pluriennali ed annuali di promozione. Promuovere il territorio significa innanzitutto creare le condizioni di riconoscibilità dell'identità culturale, paesaggistica e produttiva dell'area geografica, che altrimenti risulterebbero slegate e non coordinate. Per quanto appare evidente che l'obiettivo che si intende perseguire è quello di attrarre nuovi flussi turistici verso la destinazione "Calabria" incrementando le presenze annue.

Per la seconda azione, le attività da finanziare si rendono necessarie al fine di incrementare l'impatto socio economico sui contesti locali della regione da parte di eventi e manifestazioni in grado di incrementare flussi turistici aggiuntivi e di azioni atte a sostenere la creatività dei territori e sviluppare le produzioni culturali. Da questo obiettivo principale discendono due sotto obiettivi:

Allegato 1

- Sostenere lo sviluppo del territorio attraverso l'impatto economico generato dalla realizzazione in loco di grandi manifestazioni e iniziative (in grado di attrarre un numero rilevante di turisti/partecipanti) e dagli investimenti culturali; in particolare, gli effetti prodotti sulle aree oggetto di manifestazioni e iniziative culturali generano benefici diretti, indiretti ed indotti che vengono stimati, sulla base di unanimi valutazioni della letteratura scientifica in materia, con un effetto moltiplicatore da 1 a 4;
- Sostenere la coesione sociale attraverso la diffusione della fruizione anche culturale di iniziative ed eventi sul territorio; è nota, infatti, la correlazione tra etica ed estetica sulla base della quale è pacifico affermare che al crescere dell'offerta di cultura ed istruzione cresce il benessere sociale e il grado di coesione dei territori;

In particolare, si intende consolidare alcuni "grandi eventi" in grado di diversificare l'offerta turistica regionale e valorizzare il sistema culturale regionale e portarli alla ribalta nazionale ed internazionale. E allo stesso tempo sostenere grandi eventi legati a alle arti audiovisive, di celebrazioni di storia, cultura, patrimonio culturale.

A mero titolo esemplificativo e non esaustivo, tra i grandi eventi vengono individuati, per la loro capacità di promuovere e far conoscere il territorio regionale e il suo patrimonio culturale ed attrarre nuovi e importanti flussi di visitatori e turisti, : la rassegna "Vibo Città del Libro" e le iniziative e gli eventi connessi alla "Celebrazione degli 800 anni del Duomo della città di Cosenza", che ricadrà nell'anno 2022, i 50 anni dal ritrovamento dei Bronzi di Riace.

"Far entrare prepotentemente il libro nella vita delle persone" è questa la missione che la città di Vibo Valentia si è data con la rassegna "Vibo Città del Libro" e che le è valsa la proclamazione di Capitale del libro 2021. Il premio istituito lo scorso anno dal ministro della Cultura Dario Franceschini per promuovere e sostenere la lettura. All'unanimità, la giuria, ha valutato di grande qualità le iniziative presentate, «in cui si fondono rigore ed entusiasmo». "Valorizzare e far conoscere al grande pubblico la storia e la ricchezza di uno dei beni culturali e religiosi più significativi della Regione". In occasione dell'ottocentesimo dell'edificio religioso, anche per lasciarne traccia indelebile per futuro e recuperare il valore storico-culturale, artistico e architettonico, si prevede di programmare interventi di rifunzionalizzazione e recupero di alcuni spazi interni dell'edificio, per consentirne la più ampia e completa visibilità e visitabilità da parte dei visitatori e turisti durante le celebrazioni; viene previsto, inoltre, di programmare un fitto piano di attività culturali di celebrazione del bene culturale e di comunicazione delle manifestazioni che si susseguiranno nell'arco di tutto l'anno di celebrazioni. L'edificio del Duomo della città di Cosenza venne consacrato nel 1222 alla presenza dell'imperatore Federico II di Svevia. Il sovrano, secondo la tradizione, regalò la Stauroteca, contenente la reliquia del frammento della vera Croce. Ancora oggi, la Croce aurea si erge a simbolo religioso, testimonianza della centralità di Città ed Arcidiocesi nello scacchiere politico di Federico. Qui, tra l'altro, è anche sepolto il suo primogenito, Enrico VII di Germania. Il Duomo di Cosenza, nei secoli ha ampliato la sua centralità divenendo uno dei più importanti edifici sacri dell'Italia meridionale. Per questo motivo, il 12 ottobre 2011, è diventato "Patrimonio testimone di una cultura di pace dell'Unesco". A testimonianza della ricchezza e della potenza del luogo di culto, le ricchezze custodite dall'adiacente Museo diocesano, oltre alla Stauroteca, il sito ospita, tra l'altro, l'effigie della patrona, la Madonna del Pilerio, icona risalente al XII secolo, la cui celebrazione avrà un ruolo essenziale nel diffondere l'azione apostolica legata all'ottocentesimo della Cattedrale.

Allegato 1

Il 2022 segnerà i 50 anni della scoperta dei Bronzi di Riace con manifestazioni che coinvolgeranno tutta la Calabria, ma anche Messina, Napoli, Bari e Roma. Non sarà festa solo il 16 agosto, giorno del loro rinvenimento, ma le celebrazioni saranno distribuite lungo tutto l'anno 2022, prevedendo un forte impatto su tutto il territorio. Il Museo sta pianificando di trasformare l'anniversario in un'opportunità di promozione e valorizzazione per tutto il territorio.

Il direttore del Museo infatti ha in mente di celebrare i Bronzi di Riace per un anno intero, non solo per rilanciare l'immagine delle due statue che attraggono visitatori da ogni dove. Lo scopo secondario di questa celebrazione sarà anche valorizzare le bellezze del territorio: dall'archeologia ai borghi, dalle tradizioni artigianali alle peculiarità linguistiche, dal paesaggio costiero e montano alle specialità eno-gastronomiche.

Per ciò che concerne la **terza azione**, s'intende valorizzare i beni culturali con particolare attenzione a quelli maggiormente visitati dai turisti, migliorando la loro fruibilità attraverso la promozione e la realizzazione di attività di animazione culturale.

La fruizione del bene culturale interessato dall'intervento non dovrà essere più la semplice visita di un luogo, seppur di pregio artistico/architettonico, ma dovrà divenire un'esperienza attiva di conoscenza e sperimentazione dell'identità locale in cui quel bene culturale si inserisce.

Specificatamente si auspica di sostenere la realizzazione di attività di esibizione artistica (ad esempio cantastorie, musicisti, pittori, ecc.) e laboratori artigianali, ovvero laboratori culturali inerenti tutte le espressioni artistiche di qualità prodotte negli ambiti teatro, musica, opera, danza, art di strada e ogni forma di produzione e diffusione dell'arte.

Il turista dovrà vivere un'esperienza unica improntata sulla fruizione multisensoriale, per divenire attore e non spettatori della cultura regionale. Altre attività di promozione e valorizzazione attuate attraverso esibizioni e laboratori, si potranno affiancare attività di accoglienza e informazione e/o sviluppo di sistemi innovativi e tecnologici (es. Realtà Aumentata) per la valorizzazione delle risorse storiche e culturali.

La quarta azione si propone di agire su ulteriori fattori di forte richiamo regionali che rappresentano importanti opportunità per la destagionalizzazione dei flussi turistici di provenienza nazionale e, specificatamente, di quelli stranieri. Tali asset sono in grado di determinare ed accelerare il rafforzamento e la promozione della Destinazione Calabria, consentendo il raggiungimento dell'obiettivo di aumentare il numero di visitatori/turisti attratti stabilmente in Calabria durante tutto l'arco dell'anno, mediante una efficace promozione sui mercati esteri e l'avvio di progetti di marketing territoriale a finalità turistica. Gli asset sui quali si intende puntare sono prioritariamente i seguenti: la storia, i personaggi e i luoghi (turismo genealogico); il turismo nautico; il turismo degli eventi sportivi; il turismo enogastronomico; la presenza diretta degli asset regionali sui mercati esteri. Per quanto riguarda specificatamente il turismo enogastronomico, la Regione Calabria possiede un importante sistema di offerta enogastronomica "a sostanziale riconoscibilità" sul quale poter agire per attrarre nuovi turisti e nuove formule di offerta-domanda turistica. Il territorio calabrese, infatti, si sta affermando per le proprie produzioni certificate (DOP, IGP, produzioni tradizionali) prodotti di filiera slow food, produzioni di nicchia quali il cedro e il bergamotto, che si caratterizzano per il loro forte legame con il territorio di provenienza. Il turismo del vino, in particolare, si distingue per le ampie opportunità offerte in termini di promozione dei territori e di creazione di valore incentivato dai flussi turistici intercettabili.

Il turismo nautico comprende quell'insieme di attività turistiche svolte sul mare e sulla costa. Ad oggi rappresenta una risorsa importante per l'economia italiana e una importante opportunità per una regione, come la Calabria, che dispone di circa 800 km di costa.

Allegato 1

Il sistema portuale calabrese è costituito da una serie di porti/approdi di diverse dimensioni e funzioni, distribuito lungo 740 Km di costa, parte lungo il versante tirrenico e parte lungo quello jonico.

Le infrastrutture portuali invariabili di rilevanza economica regionale e interregionale sono state esaminate attraverso il Masterplan per lo Sviluppo della Portualità calabrese. Si tratta complessivamente di 13 infrastrutture portuali, oltre una serie di attrezzature minori variamente dislocate sul territorio e qualificabili come punti di ormeggio, cui si aggiungono le seguenti infrastrutture: l'opera in corso di realizzazione con i requisiti di infrastruttura portuale a Diamante (CS); i pennelli a "T" ed il banchinamento di collegamento situati a San Lucido (CS), opera qualificabile approdo e denominata "Porticciolo di San Lucido; il costruendo approdo turistico di Villa San Giovanni, espressamente escluso dall'Autorità Portuale di Gioia Tauro dal Decreto Ministeriale di ampliamento della medesima circoscrizione n. 300 del 6 agosto 2013, ivi denominato "porticciolo"; il Marina privato di Laghi di Sibari.

Di seguito è riportato l'inquadramento delle infrastrutture portuali invariabili di rilevanza economica regionale e interregionale, oggetto del presente Atto di Programmazione.

| Porto | Tipo | N. posti barca esistenti | N. posti barca in fase di progetto/previsione (stima) | N. posti barca totali (esistenti + stima) |
|---|-------------------------------|--------------------------|---|---|
| Amantea (Ordinanza GC CP Vibo Valentia 31/2011) | Porto turistico/pesche reccio | 280 | 80 | 360 |
| Le Bocche di Gallipari di Badolato (Ordinanza GC UMC Soverato n. 30/2007) | Porto turistico | 287 | | 287 |
| Bagnara Calabria (Ordinanza GC CP Reggio Calabria n. 8/2011) | Porto turistico/pesche reccio | 60 | 180 | 240 |
| Riva di Scidro di Belvedere Marittimo (Ordinanza GC UMC Cetraro n. 13/2002) | Porto turistico/pesche reccio | 500 | | 500 |
| Cariati Marina (Ordinanza GC CP Corigliano Calabro n. 10/2011) | Porto turistico/pesche reccio | 211 | 49 | 260 |
| Casciolino di Catanzaro Marina (Ordinanza GC UMC di Soverato n. 11/2013) | Porto turistico/pesche reccio | 0 | 384 | 384 |
| Cetraro (Ordinanza GC UMC Cetraro n. 28/2010) | Porto turistico/pesche reccio | 500 | | 500 |
| Cirò Marina (Ordinanza GC CP Crotone n. 50/2010) | Porto turistico/pesche reccio | 340 | | 340 |

Allegato 1

| | | | | |
|---|--------------------------------|-----|-----|-----|
| Le Castella (Ordinanza GC CP Crotone n. 17/2010) | Porto turistico/peschiereccio | 270 | | 270 |
| Roccella Jonica (Ordinanza GC UMC Roccella Jonica n. 32/2016) | Porto turistico/peschiereccio | 447 | | 447 |
| Saline Joniche (Ordinanza GC CP Reggio Calabria n. 92/2010) | Banchina in porto commerciale | 40 | 10 | 50 |
| Scilla (Ordinanza GC CP Reggio Calabria n. 22/2010) | Porto turistico/peschiereccio | 100 | 360 | 460 |
| Tropea (Ordinanza GC CP Vibo Valentia n. 9/2006) | Porto turistico | 513 | 137 | 650 |
| San Lucido | Approdo turistico | 110 | | 110 |
| Costruendo approdo turistico Villa San Giovanni | Approdo turistico | | | |
| Marina privato di Laghi di Sibari | Porto turistico/marina privato | 390 | 80 | 470 |

Fonte Masterplan per lo sviluppo della portualità calabrese

Per ciascuno degli "asset" individuati, di seguito un elenco esemplificativo e non esaustivo dei progetti attivabili.

| Asset | Progetto dedicato |
|---|--|
| La storia, i personaggi, i luoghi | Calabria Terra dei Padri |
| Il Turismo Nautico | Salone nautico calabrese |
| Destinazione Calabria Temporary Store | Istituzione Food Station, Temporary store Calabria Village |
| Destinazione Calabria e turismo internazionale | Calabria Internazionale |
| Alla scoperta del territorio | Eventi sportivi |
| Candidatura al Concorso Mondiale Bruxelles (CMB) in collaborazione con le CCIAA | Viaggio alle origini del Vino |

I progetti dedicati, i cui contenuti dovranno essere definiti nel dettaglio delle azioni e degli obiettivi mediante appositi programmi, vengono ritenuti prioritari per l'obiettivo di destagionalizzazione dei

Allegato 1

flussi turistici e consolidamento delle presenze, di promozione sui mercati esteri della destinazione turistica Calabria, di complessivo aumento dei visitatori e turisti sul territorio regionale.

Per l'attuazione dei progetti dedicati potranno essere individuate anche collaborazioni tra la Regione e gli enti e organismi organizzati che operano sul territorio regionale che detengono rapporti e collaborazioni a livello internazionale, nonché promuovere la sottoscrizione di accordi di cooperazione per la realizzazione di programmi promozionali in mercati target, con le associazioni di operatori economici, libere, elettive, costituite all'estero al fine di contribuire allo sviluppo delle relazioni commerciali con l'Italia, ufficialmente riconosciute come Camere di Commercio Italiane all'Estero - CCIE ai sensi della Legge n. 518/70 e operanti nei mercati target, con le ambasciate e i consolati italiani nei paesi esteri.

La quinta azione viene attivata con l'obiettivo precipuo di affiancare il lavoro che è stato fatto da alcuni dei territori costieri regionali, che hanno ottenuto la certificazione di "Bandiera Blu", che negli ultimi anni sono in continua crescita.

Le certificazioni di destinazione sono sempre più privilegiate dai turisti e, in particolare, per una regione come la Calabria, in cui il turismo balneare è portante, dati i chilometri di costa disponibili, agire per promuovere le eccellenze in termini di prodotti e servizi turistici offerti, anche per incoraggiare un sistema regionale fatto di "coste blu". Attraverso l'Azione si intendono sostenere attività e progetti di animazione, anche attraverso il coinvolgimento delle scuole, della cittadinanza, del volontariato e del terzo settore per la tutela, la valorizzazione e la promozione delle "coste blu", anche di natura integrata tra le singole bandiere blu, al fine di far conoscere le caratteristiche e i servizi offerti dalle destinazioni turistiche balneari. S'intende inoltre sostenere l'efficientamento di infrastrutture portuali di rilevanza economica regionale e interregionale, per favorire l'accesso, la circolazione e la sosta ed agevolare le manovre d'ingresso ed uscita, attraverso interventi di aumento della profondità - anche mediante disinsabbiamento - dell'imboccatura di porti strategici, quali, Cariatì Marina, Cetraro e Roccella Jonica.

ARTICOLAZIONE DELL'AZIONE

Azione 1: Produzione, acquisto e diffusione dei contenuti e dei supporti promozionali e diffusione di nuovi contenuti culturali caratterizzanti il territorio regionale anche attraverso produzioni cinematografiche e televisive per la promozione dell'immagine e dell'attrattività turistica e culturale della Calabria;

Azione 2: Realizzazione di eventi culturali e di produzioni originali; Grandi Eventi, tra cui 50 anniversario ritrovamento Bronzi di Riace, "Vibo città del Libro", "Ottocentenario del Duomo Città di Cosenza";

Azione 3: Animazione atta a favorire la fruibilità dei beni culturali;

Azione 4: Progettazione e implementazione e dei progetti dedicati. A titolo esemplificativo e non esaustivo: "Calabria Terra dei Padri", "Salone Nautico calabrese"; Istituzione Food Station" Calabria Village temporary store; "Calabria Internazionale"; "Eventi sportivi"; "Concorso Mondiale Bruxelles: Viaggio alle origini del Vino".

Azione 5: Promozione delle "Bandiere Blu" Calabria, per amplificare e promuovere presso gli operatori turistici e i visitatori/turisti la conoscenza delle località costiere calabresi certificate "a misura di sostenibilità" e di "qualità dei servizi offerti", nonché il miglioramento/efficientamento di

Allegato 1

alcune infrastrutture portuali di rilevanza economica regionale e interregionale, quali Cetraro, Cariati e Roccella Jonica, attraverso l'aumento della profondità delle vie d'accesso ed uscita.

Lista dei principali interventi

1. Produzione, acquisto e diffusione dei contenuti e dei supporti promozionali (contenuti e strumenti marketing digitale e off-line) e di nuovi contenuti culturali anche attraverso produzioni cinematografiche e audiovisive, per la promozione dell'immagine e dell'attrattiva turistica e culturale della Calabria;
2. Eventi e manifestazioni per la diversificazione offerta turistica e eventi culturali (ad esempio concerti, festival, rassegne e produzioni teatrali), Grandi Eventi, tra cui 50 Anniversario del ritrovamento dei Bronzi di Riace, Bronzi di Riace, Vibo città del Libro e Ottocentenario del Duomo di Cosenza.
3. Animazione atta a favorire la fruibilità partecipativa dei beni culturali
4. Implementazione e promozione di progetti e programmi finalizzati alla promozione sui mercati esteri della destinazione Calabria
5. Promozione delle destinazioni turistiche balneari certificate "bandiere Blu" ed efficientamento infrastrutture portuali di rilevanza economica regionale e interregionale.

RISORSE E INDICATORI DI REALIZZAZIONE

Per la realizzazione dell'iniziativa sono destinate risorse pubbliche per un ammontare di 28,75 milioni di euro:

| Interventi | Input (MLN di euro) | Target (fine intervento) |
|--|---------------------|---|
| 1. Produzione, acquisto e diffusione dei contenuti e dei supporti promozionali (contenuti e strumenti marketing digitale e off-line) e diffusione di nuovi contenuti culturali per promuovere l'immagine e l'attrattiva della Calabria | 8,35 | n. di nuove produzioni realizzate; % di incremento delle presenze annue in Calabria |
| 2. Eventi e manifestazioni per la diversificazione offerta turistica e eventi culturali, Grandi Eventi;(ES. Vibo Città del Libro; Ottocentenario del Duomo Città di Cosenza , 50 Anniversario Bronzi di Riace) | 15,786 | n. di eventi realizzati; minimo: 25; n. di spettatori: 900.000 |
| 3. Attività di animazione | 1,014 | n. di esibizioni e/o laboratori nei beni culturali culturali attivati |
| 4. Implementazione e promozione di progetti finalizzati alla promozione sui mercati esteri della destinazione Calabria | 2,850 | Nr. di Progetti dedicati, minimo: 4% di incremento delle presenze annue in Calabria |

Allegato 1

| | | |
|--|-------|---|
| 5. Promozione delle destinazioni turistiche balneari "Bandiere Blu" ed efficientamento infrastrutture portuali di rilevanza economica regionale e interregionale | 0,750 | Nr. di iniziative di promozione: minimo 15 % di incremento delle presenze annue in Calabria |
|--|-------|---|

INDICATORI DI RISULTATO

| Azione | Indicatore | Modalità di quantificazione ¹ (definizione operativa) |
|---|---|---|
| Produzione, acquisto e diffusione dei contenuti e dei supporti promozionali (contenuti e strumenti marketing digitale e off-line) e diffusione di nuovi contenuti culturali per promuovere l'immagine e l'attrattiva della Calabria | n. di nuove produzioni realizzate % di incremento delle presenze annue in Calabria | <ul style="list-style-type: none"> - Sistema SIURP - Dati Istat - Dati Sirdat (sistema informatizzato raccolta dati turistici) |
| Eventi e manifestazioni per la diversificazione offerta turistica e eventi culturali, Grandi Eventi;(ES. Vibo Città del Libro; Ottocentenario del Duomo Città di Cosenza , 50 Anniversario Bronzi di Riace) | n. di eventi realizzati n. di spettatori | -Soggetti beneficiari -Siae |
| Attività di animazione nei beni culturali | n. di esibizioni e/o laboratori culturali attivati | -Soggetti beneficiari -Siae |
| . Implementazione e promozione di progetti finalizzati alla promozione sui mercati esteri della destinazione Calabria | n. di iniziative realizzate | -Soggetti beneficiari -Sistema SIURP -Dati Istat |
| Promozione "Bandiere Blu" e destinazioni con infrastrutture portuali di rilevanza economica regionale e interregionale | Nr. di iniziative realizzate | -Soggetti beneficiari -Sistema SIURP -Dati Istat |

CRONOPROGRAMMA INTERVENTO 1

¹ Le modalità potranno afferire o a rilevazione dati/informazioni dai sistemi di monitoraggio e banche dati disponibili e/o ad indagini ad hoc mediante somministrazione questionari/interviste, ecc.

Allegato 1

| Attività | 2020 | | | | | | 2021 | | | | | | 2022 | | | | | | Totale | note |
|---|------|----|-----|------|---|-----|------|----|-----|-----|---|----|------|----|-----|------|---|------|--------|--------------|
| | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | | |
| Produzione, acquisto e diffusione dei contenuti e dei supporti promozionali (contenuti e strumenti marketing digitale e off-line) e diffusione di nuovi contenuti culturali per promuovere l'immagine e l'attrattività della Calabria | | | | 40 % | | 20% | | | | 40% | | | | | | 40 % | | | 100% | Impegni |
| | | | | | | 10% | | | | 30% | | | | | | 30 % | | 30 % | 100% | Liquidazioni |

CRONOPROGRAMMA INTERVENTO 2

| Attività | 2020 | | | | | | 2021 | | | | | | 2022 | | | | | | Totale | note |
|--------------------------------|------|----|-----|------|---|------|------|----|-----|------|---|----|------|----|-----|------|---|------|--------|--------------|
| | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | | |
| Realizzazione di grandi eventi | | | | 60 % | | | | | | 20 % | | | | | | 20 % | | | 100 % | Impegni |
| | | | | | | 30 % | | | 10% | | | | | | | 20 % | | 40 % | 100 % | Liquidazioni |

CRONOPROGRAMMA INTERVENTO 3

| Attività | 2020 | | | | | | 2021 | | | | | | 2022 | | | | | | Totale | note |
|---|------|----|-----|-------|------|------|------|----|-----|----|------|----|------|----|-----|----|---|----|--------|--------------|
| | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | | |
| Attività di animazione nei beni culturali | | | | 100 % | | 60 % | | | | | | | | | | | | | 100% | Impegni |
| | | | | | 40 % | | | | | | 60 % | | | | | | | | 100% | Liquidazioni |

CRONOPROGRAMMA INTERVENTO 4

| Attività | 2020 | | | | | | 2021 | | | | | | 2022 | | | | | | Totale | note |
|--|------|----|-----|----|---|----|------|----|-----|----|-----|----|------|-----|-----|----|-----|----|--------|--------------|
| | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | | |
| Implementazione e promozione di progetti finalizzati all'internazionalizzazione della <i>destinazione Calabria</i> | | | | | | | | | | | 60% | | | 40% | | | | | 100% | Impegni |
| | | | | | | | | | | | | | 50% | | | | 50% | | 100% | Liquidazioni |

CRONOPROGRAMMA INTERVENTO 5

| Attività | 2020 | | | | | | 2021 | | | | | | 2022 | | | | | | Totale | note |
|---------------------------|------|----|-----|----|---|----|------|----|-----|----|-----|----|------|-----|-----|----|-----|----|--------|--------------|
| | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | I | II | III | IV | V | VI | | |
| Promozione "Bandiere Blu" | | | | | | | | | | | 80% | | | | 20% | | | | 100% | Impegni |
| | | | | | | | | | | | | | | 40% | | | 60% | | 100% | Liquidazioni |

DIPARTIMENTO RESPONSABILE

Dipartimento Turismo, Marketing Territoriale e Mobilità