REGIONE CALABRIA
GIUNTA REGIONALE

Deliberazione n. 207 **della seduta del** 11 MAG. 2023.

Oggetto: Adozione del Piano Esecutivo Annuale di Promozione Turistica 2023.

Presidente e/o Assessore/i Proponente/i: _____

Relatore (se diverso dal proponente): _____

Dirigente/i Generale/i: [redacted]

Dirigente di Settore: [redacted]

Alla trattazione dell'argomento in oggetto partecipano:

			Presente	Assente
1	ROBERTO OCCHIUTO	Presidente	x	
2	GIUSEPPINA PRINCI	Vice Presidente	x	
3	GIOVANNI CALABRESE	Componente	x	
4	GIANLUCA GALLO	Componente	x	
5	MARCELLO MINENNA	Componente	x	
6	FILIPPO PIETROPAOLO	Componente	x	
7	EMMA STAINE	Componente	x	
8	ROSARIO VARI'	Componente	x	

Assiste il Segretario Generale della Giunta Regionale.

La delibera si compone di n. 6 pagine compreso il frontespizio e di n. 1 allegati.

Il Dirigente Genera[redacted]nto Bilancio
conferma la compatibilità fi[redacted]sente provvedimento
con nota n° [redacted]

LA GIUNTA REGIONALE

VISTI

- La Legge Regionale 5 aprile 2008, n. 8 "Riordino dell'organizzazione turistica regionale" e in particolare
  - l'art. 3 comma 1 che stabilisce: "la Giunta Regionale elabora il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile (PRSTS) con l'obiettivo di aumentare in maniera sostenibile la competitività nazionale e internazionale delle destinazioni turistiche regionali, migliorando la qualità dell'offerta e l'orientamento al mercato dei pacchetti turistici territoriali e valorizzando gli specifici vantaggi competitivi locali, in primo luogo le risorse naturali e culturali";
  - il comma 2 del sopraccitato art. 3 che stabilisce: la durata triennale del Piano, la possibilità di aggiornamento annualmente dello stesso, l'approvazione del PRSTS da parte del Consiglio Regionale e la validità del PRSTS fino all'approvazione del piano successivo;
  - il comma 4 del summenzionato art. 3 che, tra l'altro, decide che il PRSTS deve contenere la definizione della strategia di mercato e le azioni di marketing per il posizionamento e la promozione dell'offerta turistica regionale Piano di Marketing Turistico Regionale; la definizione della strategia e l'individuazione delle azioni per migliorare la competitività e la sostenibilità ambientale delle destinazioni e dei prodotti turistici regionali;
- La Deliberazione n. 190 del 28 Aprile 2023 con oggetto: Legge regionale 5.4.2008 n. 8 "Riordino dell'organizzazione turistica regionale" – Approvazione proposta di Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile (PRSTS) per il triennio 2023/2025

VISTI, altresì,

- il Regolamento (UE) n. 1301/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, relativo a Fondo Europeo di Sviluppo Regionale;
- il Regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013 recante disposizioni comuni sul Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, sul Fondo SocialeEuropeo, sul Fondo di Coesione, sul Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale e sul FondoEuropeo per gli Affari Marittimi e la Pesca;
- il Regolamento delegato (UE) n. 240/2014 della Commissione del 7 gennaio 2014 recante un codice europeo di condotta sul partenariato nell'ambito dei fondi strutturali e d'investimento europei;
- il Regolamento di esecuzione (UE) n. 184/2014 della Commissione del 25 febbraio 2014;
- il Regolamento di esecuzione (UE) n. 288/2014 della Commissione, del 25 febbraio 2014;
- il Regolamento delegato (UE) n. 480/2014 della Commissione, del 3 marzo 2014, che integra ilregolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio;
- il Regolamento n. 215/2014 di esecuzione della Commissione del 7.03.2014, per come modificato con Regolamento (UE) n. 276/2018 del 23.02.2018
- il Regolamento (UE, Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 18 luglio2018;
- l'Accordo di Partenariato (AdP Italia), quale strumento per stabilire la strategia (risultati attesi, priorità, metodi di intervento) di impiego dei fondi comunitari per il periodo di programmazione 2014/2020, adottato con Decisione di esecuzione dalla Commissione C (2014)8021 in data 29.10.2014;
- il Programma Operativo Regionale Calabria FESR FSE 2014/2020, approvato dalla Commissione Europea con Decisione di esecuzione C(2015) 7227 final del 20.10.2015;
- la DGR n. 501 dell'1.12.2015 di presa d'atto della suddetta Decisione di approvazione del PORCalabria FESR FSE 2014 -2020;
- la DGR n. 45 del 24.02.2016 di presa d'atto del POR Calabria FESR FSE 2014/2020 e

dell'Informativa sulla decisione finale della procedura di valutazione Ambientale Strategica (VAS) del POR;

- la DGR n. 273 della seduta del 20 giugno 2017 "Identificazione Aree di attrazione naturali e culturali di rilevanza strategica";
- la DGR n. 263 del 28.6.2018 recante "POR CALABRIA FESR FSE 2014/2020. Revisione del Programma";
- la Deliberazione di Giunta Regionale n. 118 del 02/04/2019 di presa d'Atto della Decisione di esecuzione della Commissione Europea C (2019) 1752 del 28/02/2019 che modifica la Decisione di esecuzione C (2015) 7227;
- la Decisione di esecuzione della Commissione Europea C (2019) 6200 finale del 20.8.2019 di attribuzione della riserva di efficacia dell'attuazione;
- la Decisione di Esecuzione C(2020) 1102 final del 20.2.2020 con la quale la Commissione Europea ha approvato modifiche alla Decisione di esecuzione C(2015) 7227;
- la DGR n. 320 del 26.10.2020 recante "POR Calabria FESR FSE 2014 -2020 "Presa d'atto della proposta per la revisione del POR Calabria FESR-FSE 2014-2020 "Coronavirus Response Investment Iniziative (CRII) Modifiche al Reg. UE 1303/2013 e 1301/2013 approvata dalComitato di Sorveglianza del Programma con procedura scritta conclusa con nota prot. n. 336690 del 19 ottobre 2020;
- la Decisione di esecuzione della Commissione C (2020) 8335 finale del 24.11.2020, recante modifica della Decisione di esecuzione C (2015) 7227;
- la DGR n. 474 del 15.12.2020 di relativa presa d'atto;
- la DGR n. 73 del 2.03.2016 di approvazione del Piano Finanziario del POR Calabria FESR FSE2014/2020 e ss.mm.ii.;
- la DGR n. 541 del 25.11.2019 recante "POR CALABRIA FESR FSE 2014/2020. Decisione di riprogrammazione C(2019) 1752 finale del 28.2.2019. Allineamento del Piano Finanziario";
- la DGR n. 33 del 9.4.2020 recante "Presa d'atto della Decisione di esecuzione C(2019) 6200 final del 20.8.2019 e della Decisione di Esecuzione C(2020) 1102 final del 20.2.2020. Approvazione Piano Finanziario";
- la DGR n. 156 del 23.6.2020 con oggetto "POR Calabria FESR FSE 2014/2020 - Approvazionemodifiche Piano Finanziario articolato per Assi Prioritari e per Azioni D.G.R. del 02.03.2016, n. 73 e ss.mm.ii.";
- la DGR n. 492 del 31.10.2017 di approvazione, ai sensi del Regolamento 1303/2013, del documento "Descrizione dei Sistemi di Gestione e Controllo" per la Programmazione 2014/2020,modificato con DGR n. 340 del 26.07.2019;
- la DGR n. 290 del 19.10.2020 recante "Descrizione dei Sistemi di Gestione e Controllo ai sensidel Regolamento 1303/2013. Modifiche al SI.GE.CO e al Manuale per la selezione delle operazioni approvati con DGR n. 492 del 31.10.2017 e successivamente modificati con la DGRn. 340 del 26.07.2019;
- la DGR n. 509 del 10.11.2017, rettificata con DGR n. 4 del 12.01.2018, DGR n. 190 del 28.5.2018, DGR n. 75 del 19.2.2019, DGR n. 314 del 22.7.2019, DGR n. 327 del 2.11.2020, DGR n. 368 del 16.11.2020, DGR n. 110 del 31.03.2021, DGR 544 del 7.12.2021 e DGR n. 25 del 31.1.2022, recante "Approvazione Organigramma delle Strutture Amministrative della GiuntaRegionale responsabili dell'attuazione degli Assi Prioritari, degli Obiettivi Specifici e delle Azioni del Programma Operativo Regionale FESR FSE 2014/2020, approvato con Decisione della Commissione Europea C(2015) 7227 final del 20.10.2015";
- l'Azione 6.8.3 del POR Calabria FESR FSE 2014/2020 "Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche", e i relativi criteri di selezione, che prevedono che le procedure/operazioni a valere sull'Azione medesima siano

ammissibili solo se coerenti con il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile;

VISTE

- la Delibera di Giunta Regionale n. 234 del 27 giugno 2013 con la quale è stato approvato il Programma Ordinario Convergenza finanziato con le risorse rinvenienti dalla rimodulazione del piano finanziario dei POR Calabria FESR e FSE 2007-2013.
- la Delibera di Giunta Regionale n. 121 del 08 aprile 2014 con la quale il Programma, così come modificato con deliberazione n. 295/2013, è stato nuovamente denominato in Piano di Azione Coesione della Calabria (nel seguito PAC 2007/2013).
- la Delibera di Giunta Regionale n. 42 del 02 marzo 2015, come integrata e modificata dalla Delibera di Giunta Regionale n. 511 del 03 dicembre 2015, con la quale è stato costituito il FondoUnico PAC a seguito della II fase del processo di revisione del POR Calabria FESR 2007-2013, approvata dalla Commissione Europea con decisione C (2014) 8746 final del 18/11/2014.
- la Delibera di Giunta Regionale n. 503 del 01 dicembre 2015 con la quale è stato rimodulato il piano finanziario del PAC 2007/2013 e sono state approvate le schede descrittive degli interventiin ragione della rimodulazione finanziaria.
- la Delibera di Giunta Regionale n. 40 del 24 febbraio 2016 con la quale: a) è stato ulteriormente rimodulato il piano finanziario del PAC 2007/2013 ed è stata data applicazione all'art. 1, commi 122 e 123 della Legge 23 dicembre 2014, n. 190; b) sono state approvate nuove schede descrittive in ragione della rimodulazione finanziaria.
- la Delibera di Giunta Regionale 467/2018 recante "Piano di azione coesione 2007/2013 – Rimodulazione piano finanziario".
- la Delibera di Giunta Regionale n. 432 del 27 settembre 2019 che ha approvato il manuale Si.Ge.Co. da applicare al Programma Azione Coesione (PAC) 2007/2013 e al Programma Azione Coesione (PAC) 2014/2020 Approvazione.
- l'Azione 6.8.3 del Piano di Azione Coesione (PAC) Calabria 2014/2020"Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche";
- la Delibera di Giunta Regionale n. 439 del 14.09.2021 "Piano di Azione e Coesione (PAC) 2007 - 2013. Rettifica DGR n. 412 del 25.08.2021" con cui è stato rimodulato il piano finanziario;
- la L. R. 13/1985 "Organizzazione e sviluppo del turismo in Calabria in attuazione della legge 217 del 17 maggio 1983".

VISTI altresì

- il D.P.G.R. 180, del 7.11.2021 "Regolamento di riorganizzazione delle strutture della Giunta regionale" e il regolamento 9/2021 allegato;
- le DGR 159/2022 e DGR 163/2022 di approvazione del Regolamento regionale di riorganizzazione delle strutture della Giunta regionale 3/2022 e 4/2022;
- La D.G.R. 185 del 28/04/2023 con cui la Giunta Regionale ha individuato quale Dirigente Generale del Dipartimento "Turismo, Marketing Territoriale e Mobilita" la Dott.ssa Maria Antonella Cauteruccio, Dirigente di ruolo della Giunta regionale;
- il D.P.G.R. n. 36 del 28/04/2023 con il quale è stato conferito dell'incarico di Dirigente Generale del Dipartimento "Turismo, Marketing territoriale e Mobilità" della Giunta della Regione Calabria alla dott.ssa Maria Antonella Cauteruccio;
- La D.G.R. n. 116 del 31/03/2023 con la quale è stata prevista l'assegnazione della Dirigente Avv. Gina Aquino al Dipartimento "Turismo, Marketing Territoriale - Mobilità" per il conferimento di un incarico temporaneo di reggenza di un Settore, ai sensi e nei termini di cui all'art. 11, del RR n. 10/2021;

- Il D.P.G.R. n. 4906 del 05/04/2023 con il quale è stato conferito l'incarico di Dirigente reggente del settore n. 4 "Promozione della Calabria e dei suoi Asset strategici – Spettacolo Grandi Eventi – Marketing Territoriale" all'Avv. Gina Aquino;
- il D.D.S. n. 16721 del 19.12.2022 con il quale è stato conferito l'incarico temporaneo di reggenza del Settore "Promozione ed Attrattività dell'offerta Turistica, Turismo Sostenibile e Digitale" al dott. Cosimo Carmelo Caridi;

CONSIDERATO che

- la legge regionale 5 aprile 2008, n. 8. prevede:
  - all'art.3, l'elaborazione del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile con l'obiettivo di aumentare in maniera sostenibile la competitività nazionale e internazionale delle destinazioni turistiche regionali, migliorando la qualità dell'offerta e l'orientamento al mercato dei pacchetti turistici territoriali e valorizzando gli specifici vantaggi competitivi locali, in primo luogo le risorse naturalie culturali;
  - all'art. 4, l'elaborazione di Programmi annuali di attuazione, opportunamente predisposti e approvati dalla Giunta Regionale;
- con delibera n.190 del 28 Aprile 2023 è stato approvato il Piano Regionale di Sviluppo Turistico sostenibile (PRSTS) 2023-2025 che, in applicazione della Legge regionale n. 8/2008 art.3, a partire dall'analisi dello stato e delle tendenze in atto nell'offerta turistica regionale, ha definito
  - la strategia capace di valorizzare e integrare in ottica turistica il patrimonio culturale, naturale, paesaggistico e territoriale della Calabria, garantendone una fruizione sostenibile, accessibile e responsabile;
  - le azioni ni di marketing volte a posizionare adeguatamente l'offerta turistica regionale e a veicolare sui mercati di riferimento i suoi fattori distintivi di bellezza e attrattività;
  - gli interventi operativi attraverso cui dare attuazione annualmente a tale visione strategica, tenendo conto delle risorse previste dai documenti di programmazione regionali o nazionali.

PREMESSO

- che il Piano Esecutivo di Promozione Turistica per l'annualità 2023,coerentemente con le attività indicate nel Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile, per il triennio 2023/2025 contiene, gli Obiettivi Operativi e le Azioni da intraprendere per promuovere l'immagine della Calabria, valorizzarne le specificità identitarie ed i suoi prodotti turistici, culturali e ambientali;
- le azioni che saranno messe in campo, attraverso l'attuazione del suddetto Piano esecutivo, si identificano anche con gli Obiettivi Specifici 6.8 del POR, del PAC Calabria 2014/2020 di "Riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" e nello specifico con l'Azione 6.8.3. di "Sostegno della fruizione integrata delle risorse naturali e culturali, e alla promozione delle destinazioni turistiche";

RITENUTO, di dover adottare il nuovo "Piano Esecutivo annuale di Promozione Turistica" per l'annualità 2023, in attuazione e in coerenza con gli obiettivi generali e specifici individuati nel citato Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023/2025;

VISTO l'Allegato A "Piano Esecutivo Annuale di Promozione Turistica 2023" checostituisce parte integrante della presente deliberazione;

ATTESTATA l'indifferibilità ed urgenza di provvedere all'adozione del "Piano Esecutivo annuale di Promozione Turistica 2023" al fine di consentire lo svolgimento delle ordinarie attività di promozione della Calabria nel corrente anno 2023 atteso che, ulteriori ritardi, potrebbero ingenerare gravi pregiudizi all'attività dell'Ente.

PRESO ATTO CHE

- il Dirigente generale del Dipartimento proponente attesta che l'istruttoria è completa e che sono stati acquisiti tutti gli atti e i documenti previsti dalle disposizioni di legge e di regolamento che disciplinano la materia;
- il Dirigente Generale del Dipartimento proponente ai sensi dell'art. 28, comma 2, lett. a, e dell'art. 30, comma 1, letta, della legge regionale 13 maggio 1996 n. 7, sulla scorta dell'istruttoria effettuata, attesta la regolarità amministrativa, nonché la legittimità della deliberazione e la sua conformità alle disposizioni di legge e di regolamento comunitarie, nazionali e regionali, ai sensi della normativa vigente e del disciplinare dei lavori di Giunta approvato con D.G.R. n. 336/2016;
- ai sensi dell'art. 4 della legge regionale 23 dicembre 2011 n. 47, i Dirigenti generali ed il Dirigente dei Settori proponenti, attestano che il presente provvedimento trova copertura finanziaria per come indicato nella scheda finanziaria di cui al Piano allegato.

SU PROPOSTA del Presidente della Giunta regionale a voti unanimi,

DELIBERA

per le motivazioni espresse in premessa, che si intendono integralmente approvate, quale parte integrante e sostanziale, di:

1. adottare il "Piano Esecutivo annuale di Promozione Turistica 2023" di cui all'Allegato A, che costituisce parte integrante della presente deliberazione;

2. trasmettere la presente delibera alla Commissione Consiliare competente per materia per acquisirne il parere, per come previsto dall'art. 4 della L.R. 8/2008 ;

3. demandare a successivo atto l'approvazione del "Piano Esecutivo annuale di Promozione Turistica 2023";

4. disporre a cura del Dirigente Generale del Dipartimento proponente, la pubblicazione del provvedimento sul BURC ai sensi della legge regionale 6 aprile 2011 n. 11 e nel rispetto del Regolamento UE 2016/679, e la contestuale pubblicazione sul sito istituzionale della Regione, ai sensi del d.lgs. 14 marzo 2013 n. 33 (laddove prevista), della legge regionale 6 aprile 2011 n. 11 e nel rispetto del Regolamento UE 2016/679.

[redacted]E

(MONTILLA)

IL PRESIDENTE

[redacted]

(OCCHIUTO)

R_CALABR|AAA0ABE|RGP2023|PROT. N. 0009930|16/05/2023 - Allegato Utente 2 (A02)

Allegato alla deliberazione
n. 207 del 17 MAG. 2023

REGIONE CALABRIA

DIPARTIMENTO TURISMO, MARKETING TERRITORIALE E MOBILITA'

Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023-2025

PIANO ESECUTIVO ANNUALE 2023

(art. 4 L.R. n. 08/2008)

CALABRIA
STRAORDINARIA

Allegato A
alla Deliberazione n. _____ del __/__/2023

[redacted]

Sommario

1. PREMESSA 3

2. LE DINAMICHE TURISTICHE IN CALABRIA 5

2.1 UNA BREVE FOTOGRAFIA DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA TURISTICA DELLA CALABRIA 5

2.2 ANALISI DELLA DOMANDA POTENZIALE 8

3. GLI INTERVENTI REALIZZATI NEGLI ULTIMI ANNI 11

4. GLI INDIRIZZI OPERATIVI DI BREVE TERMINE 13

5. LE AZIONI PRIORITARIE 15

5.1 AZIONE 1- VISIBILITÀ E COMUNICAZIONE 15

5.2 AZIONE 2 – EVENTI E FIERE NAZIONALI E INTERNAZIONALI 16

5.3 AZIONE 3 – ITINERARI E PACCHETTI TURISTICI 19

5.4 AZIONE 4- INIZIATIVE CONGIUNTE CON ORGANISMI ISTITUZIONALI. 20

5.5 AZIONE 5 – RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE E TRASFERIMENTO DI KNOW HOW 20

5.6 AZIONE 6 - POTENZIAMENTO DELLE STRUTTURE RICETTIVE E DEI SERVIZI CONNESSI 21

5.5 AZIONE 7- CERTIFICAZIONE DI SOSTENIBILITÀ TURISTICA 21

5.6 AZIONE 8 – INIZIATIVE CINEMATOGRAFICHE ED AUDIOVISIVE 22

5.7 AZIONE 9 – ATTUAZIONE ARTICOLO 65 DELLA L.R. N.13/1985 23

6. IL MODELLO DI GESTIONE 24

7. IL PIANO FINANZIARIO 26

1.PREMESSA

La Legge Regionale n. 8/2008 nel prevedere i principi e le funzioni della Regione in materia di turismo, stabilisce, per l'attuazione degli stessi, l'elaborazione del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile con valenza triennale e la successiva adozione di **Piani Esecutivi Annuali** di attuazione predisposti e approvati dalla Giunta Regionale.

Con Deliberazione di Giunta regionale n. 190 del 28.04.2023 è stato adottato il **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023-2025** che è stato notificato al Consiglio Regionale per i successivi provvedimenti.

La visione strategica del Piano è quella di ambire a qualificare la Calabria come destinazione turistica che si contraddistingue per:

- **Genuinità**: accoglienza e ospitalità per tutte le tipologie di turisti (famiglie, giovani, ecc.), fortemente ancorata a tradizioni/vocazioni territoriali storiche;
- **Unicità**: pluralità di vocazioni turistiche (balneari e montane, storiche e culturali, enogastronomiche, ecc.) altamente distintive ma potenzialmente sinergiche tra loro, in quanto tutte collegate alla primaria "risorsa mare";
- **Sostenibilità ambientale**: promozione di varie tipologie di turismo a forte contatto con la natura (es. montano, sportivo, outdoor, balneare, ecc.) e, al contempo, preservare e valorizzare la sostenibilità ambientale del territorio.

In particolare, la missione della Calabria dovrà essere quella di creare e alimentare un **Capitale Reputazionale Positivo non** solo attraverso attività promozionali ma anche puntando sul contributo di comunicazione e di *ambassadors* dei "*repeaters*".

Dal punto di vista della specializzazione turistica si tratta di costruire una strategia articolata per fasi che ruoti attorno al turismo balneare, in quanto proposizione predominante della regione. In considerazione del fatto che i trend turistici attuali vedono una necessità crescente di mettere a sistema i diversi tipi di turismi e promuovere i «politurismi», emerge una crescente importanza del turismo esperienziale (viaggio come esperienza e strumento per conoscere se stessi), lento (meno attività ma più approfondite) e sostenibile (rispetto dell'ambiente).

Fino ad oggi, tuttavia, l'offerta turistica regionale è stata quasi esclusivamente focalizzata sul balneare, lasciando importanti carenze nelle tipologie di turismo alternative, che difficilmente possono essere colmate nel breve periodo. Per questa ragione si propone di partire dal turismo balneare per sviluppare:

- nell'immediato, turismi accessori a quello balneare (in cui i turisti balneari che visitano la Calabria possono affiancare altre attività a quelle tipiche della spiaggia, per esempio trascorrendo un giorno del proprio soggiorno in una meta

naturalistica/culturale), tramite la semplificazione e la sistematizzazione dell'offerta sul territorio e delle esperienze turistiche (degustazioni, corsi di cucina/artigianato, percorsi guidati con le persone del posto e/o in occasione di determinate ricorrenze, percorsi outdoor/sportivi, ecc.);

- nel breve periodo, turismi complementari (in cui i turisti scelgono pacchetti turistici che guardando congiuntamente al balneare e ad altre tipologie di turismo offerte dal territorio), tramite una rigenerazione e valorizzazione dell'offerta;
- nel breve-medio periodo, turismi alternativi (in cui si sviluppa un concetto di turismo in Calabria che può essere slegato da quello balneare, favorendo una destagionalizzazione dei flussi), tramite l'integrazione dell'offerta con quella balneare.

Il presente **Piano Esecutivo Annuale 2023** assume questi elementi strategici e in coerenza con le analisi delle dinamiche turistiche in Calabria e con le Linee Strategiche del Piano pluriennale identifica e declina operativamente le azioni che saranno realizzate nel corso del presente anno.

Il Piano assume le finalità:

- dell'**art. 65 della LR n. 13/85** che riconosce nelle attività promozionali un necessario strumento operativo rivolto a definire l'immagine unica dell'offerta turistica calabrese nel suo complesso;
- della **Legge Regionale n. 21/2019** "Interventi regionali per il sistema del cinema e dell'audiovisivo in Calabria".

Le azioni individuate sono correlate funzionalmente con i seguenti Obiettivi specifici del **PR Calabria 2021-2027**:

- RSO4.6. Rafforzare il ruolo della cultura e del turismo sostenibile nello sviluppo economico, nell'inclusione sociale e nell'innovazione sociale;
- RSO5.1. Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree urbane;
- RSO1.3. Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi.

Le azioni sono, inoltre, coordinate con gli interventi previsti del **Fondo Unico Nazionale Turismo**, di cui all'art. 1, comma 366, della legge 30 dicembre 2021 n. 234.

Il Piano nel corso della sua attuazione potrà essere soggetto a modifiche ed integrazioni in connessione a cambiamenti di scenario ed operativi.

2.LE DINAMICHE TURISTICHE IN CALABRIA

2.1 Una breve fotografia della domanda e dell'offerta turistica della Calabria

La Calabria è **quart'ultima Regione italiana** per arrivi turistici, con la Puglia e Sicilia, considerate come benchmark di riferimento per la Regione[1], che hanno registrato più del doppio degli arrivi. Se si considera la **quota di turisti stranieri**, la Regione scala ulteriormente al **terzultimo posto**, con un'incidenza di visitatori stranieri pari al **9%** del totale regionale, seguita solo da Abruzzo (8%) e Molise (6%). Puglia e Sicilia, al contrario, hanno registrato rispettivamente il doppio e (quasi) il triplo della quota di turisti stranieri della Calabria.

La domanda di turismo nazionale verso la Calabria è caratterizzata da una elevata **incidenza di "repeater[2]",** la cui maggioranza proviene dalle regioni limitrofe. Secondo una survey realizzata da Unioncamere Calabria circa i canali di comunicazione che maggiormente influiscono sulle scelte del soggiorno, il **47,4% dei turisti** sceglie di andare in Calabria perché ci è **già stato** o perché ha avuto **esperienze pregresse** sul territorio. Inoltre, circa 1/3 dei visitatori italiani vengono dalla Campania (con 1,7 milioni di presenze), con a seguire Lazio (636 mila), Lombardia (548 mila) e Puglia (502 mila)[3].

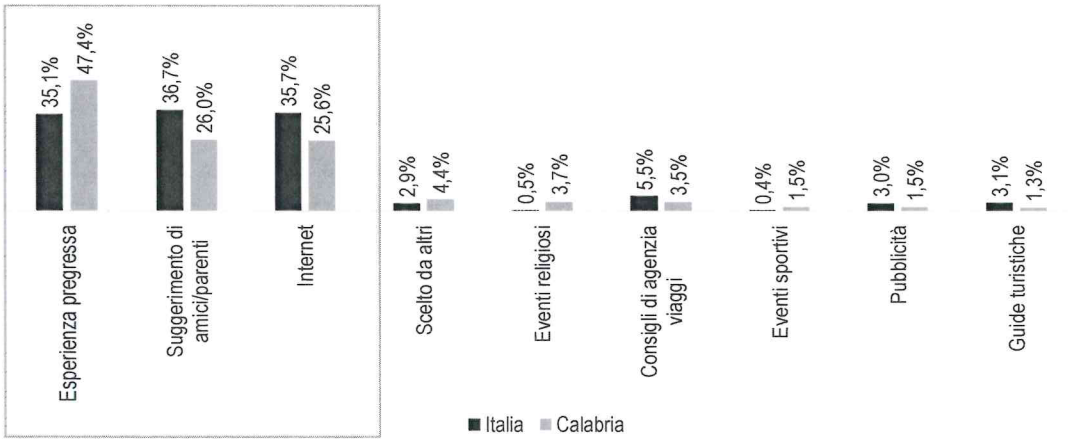


Figura 1. Canali di comunicazione che influenzano le scelte del soggiorno (% dei turisti, possibili più risposte), 2022. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Unioncamere Calabria, 2023.*

[1] La Puglia è stata considerata come benchmark in quanto ha registrato importanti tassi di crescita negli ultimi anni, è localizzata in un'area vicina a quella della Calabria e presenta caratteristiche ed asset assimilabili (al contrario, per esempio, della Campania, che detiene un patrimonio storico, culturale e naturalistico più ampio, oppure della Basilicata, geograficamente più piccola). La Sicilia, per quanto sia un'isola e, dunque, presenti necessità specifiche in termini di accessibilità trasportistica, è considerata un benchmark per quanto riguarda l'attrazione di turisti stranieri e la bassa stagionalità del turismo.

[2] Turisti che scelgono nuovamente di visitare la Calabria a seguito di un'esperienza pregressa.

[3] Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.

Focalizzandosi invece sui turisti stranieri, emerge che il 77% proviene da Paesi di prossimità dell'Unione Europea, in particolare da **Germania**, **Svizzera** e **Lichtenstein, Austria** e **Francia** (64.642 arrivi, il 63% del totale dei turisti stranieri in Calabria)[4]. Il restante 23% di stranieri proviene da Paesi extra-UE con particolare peso degli Stati Uniti (4.121 arrivi).

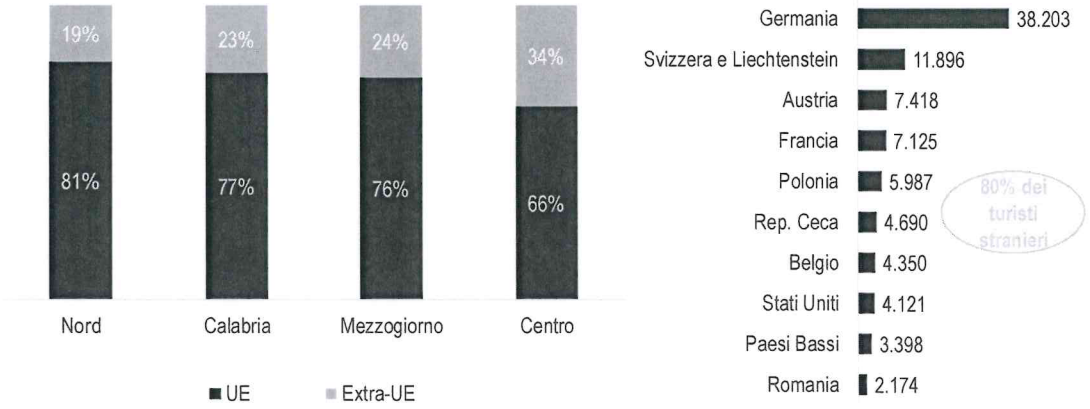


Figura 2. Aree di origine del turismo estero (percentuale, grafico di sinistra) e Top 10 Paesi di provenienza dei turisti stranieri in Calabria (numero, grafico di destra), 2021. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.*

Un'ulteriore caratteristica della domanda turistica della Calabria è quella della "**stagionalità**". I flussi turistici della Calabria, in linea con le altre Regioni del Sud Italia, sono caratterizzati da un'elevata concentrazione in determinati periodi dell'anno. Le conseguenze di tale dinamica si riflettono nella gestione dell'**overtourism** (l'elevata congestione delle strutture nel periodo di picco) e in una maggiore difficoltà per le aziende turistiche di ripartire le spese annuali/fisse.

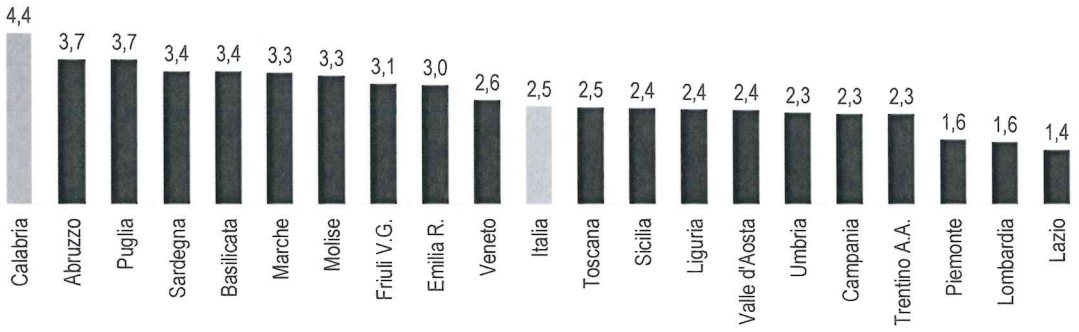


Figura 3. Fattore di picco stagionale S* (valore indice), ultimo anno disponibile. (*) Misura di stagionalità che elimina le distorsioni dovute alla volatilità delle presenze minime: Presenze max registrate/Presenze medie. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.*

[4] Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.

L'offerta turistica della Calabria è caratterizzata invece dalla **predominanza** del **turismo balneare** e"**domestico**" (ovvero nazionale). Secondo la survey realizzata da Unioncamere Calabria, il turismo balneare, in linea con le tendenze dell'intera penisola, è quello maggiormente diffuso, con un'incidenza pari al 18,2% in Calabria (vs 24,5% di media nazionale)[5]. Tuttavia, la Regione evidenzia una minore valorizzazione e promozione di "turismi" alternativi (primi tra tutti quello enogastronomico, naturalistico e culturale) rispetto alla media nazionale, che andrebbero opportunamente potenziati.

Analizzando l'offerta ricettiva della Regione, si evidenzia come questa sia principalmente focalizzata su una tipologia di turismo medio spendente. Il numero di posti letto negli alberghi a 3 e 4 stelle corrispondente al 73% dell'intera offerta alberghiera regionale. Il turista medio spendente è anche il target delle strutture extra - alberghiere, con **campeggi e villaggi turistici** contenenti la maggioranza dei posti letto (60,7 mila).

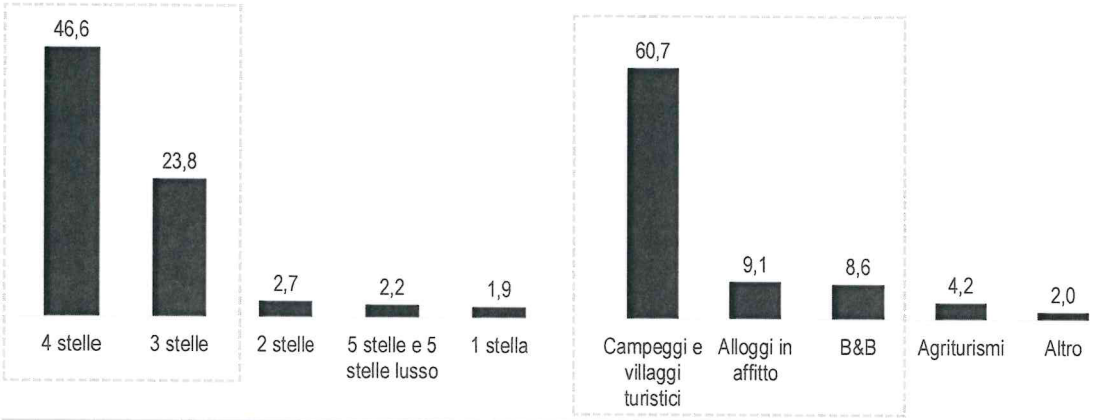


Figura 4. Numero di posti letto per classe di struttura alberghiera (migliaia, grafico di sinistra) ed extra-alberghiera (migliaia, grafico di destra), 2021. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.*

Anche le opinioni dei turisti confermano il potenziale dell'offerta ricettiva della Calabria. Il **giudizio medio** del soggiorno nella Regione per turisti stranieri e nazionali fa emergere un particolare **apprezzamento** nei confronti della qualità, accoglienza e costo degli alloggi. Sarebbe dunque opportuno andare a potenziare adeguatamente i servizi connessi al settore che, sempre sulla base delle opinioni dei turisti, sono inadeguati in termini di informazioni turistiche, e di costo ed efficienza del trasporto pubblico locale, in particolar modo per i turisti stranieri. Anche le competenze linguistiche degli operatori sarebbero da potenziare. Da questo punto di vista, in Italia il 23% degli addetti turistici presenta bassi livelli di formazione (13 punti percentuali in

[5] Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su Unioncamere Calabria, 2023.

più rispetto alla media UE); l'incidenza risulta particolarmente elevata nei settori della ristorazione (37%, ovvero 7 p.p. in più della media UE) e dell'hospitality (29%, 6 p.p. in più della media europea)[6].

Area	Italiani	Stranieri	Totale	Area	Italiani	Stranieri	Totale
Ristorazione	8,6	8,7	8,6	Offerta culturale	8,0	7,6	7,9
Qualità del mangiare e del bere	8,6	8,7	8,6	Offerta di intrattenimento	7,9	7,7	7,9
Qualità e accoglienza negli alloggi	8,6	8,4	8,6	Informazioni turistiche	7,8	7,5	7,7
Cortesia e ospitalità della gente	8,5	8,6	8,5	Costo dei trasporti locali	7,7	7,2	7,7
Costo della ristorazione	8,2	8,4	8,2	Efficienza dei trasporti locali	7,6	6,9	7,5
Costo dell'alloggio	8,1	7,9	8,1	Valore complessivo	8,3	8,5	8,3
Organizzazione del territorio	8,0	7,9	8,0				

Figura 5. Giudizio medio del soggiorno di italiani e stranieri in Calabria (min=1; max=10), 2022. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Unioncamere Calabria, 2023.*

2.2 Analisi della domanda potenziale

I dati sui flussi turistici in Calabria suggeriscono la presenza di un **forte sottodimensionamento della domanda turistica regionale** rispetto ai territori limitrofi. A tal proposito, per identificare il potenziale della Calabria in termini di attrazione turistica è stata realizzata un'analisi dei gap sui turisti nazionali e internazionali.

L'analisi si focalizza sul confronto tra la Calabria e alcuni **territori benchmark**, con caratteristiche simili in termini di posizione geografica, vocazione turistica e, di conseguenza, bacino potenziale di turisti. Sulla base di questi criteri, sono state identificate la Puglia e la Sicilia.

Partendo dall'analisi dei gap sui **turisti internazionali**, emerge un importante divario tra la Calabria e le due regioni benchmark, che risultano essere anche best performer nel Sud Italia. La quantificazione dei gap si concentra sui Paesi dai quali provengono i principali flussi turistici in Calabria e nelle regioni benchmark, ovvero Germania, Francia, Svizzera e Liechtenstein, Paesi Bassi e Spagna. Per favorire la comparabilità dei territori, i flussi turistici sono stati normalizzati per la superficie della regione di arrivo e la Calabria è confrontata con il territorio benchmark best performer.

Osservando i risultati dell'analisi, la differenza più considerevole riguarda i **turisti francesi e tedeschi**. Il gap esistente sui primi tra Calabria e Puglia è pari a 12,3 (in termini di presenze turistiche in rapporto alla superficie regionale). Se si considerano invece i visitatori francesi, il best performer di riferimento diviene la Sicilia, che registra un gap

[6] Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2023.

con la Calabria di 23,2 (il più ampio tra tutti i Paesi considerati). Se presi nella loro totalità, i gap registrati nel 2021 avrebbero implicato per la Regione una perdita di domanda potenziale pari a **842 mila presenze** (14% del totale delle presenze del 2021).

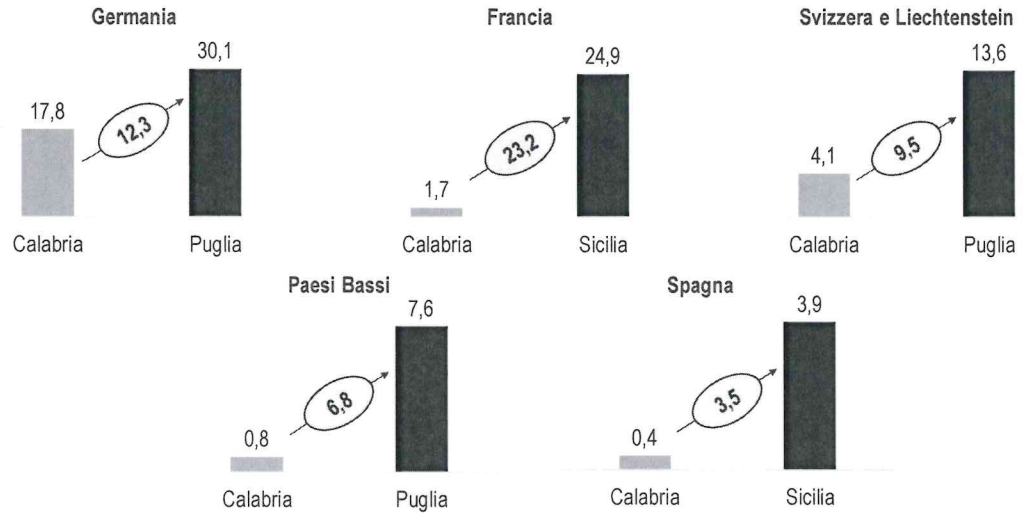


Figura 6. Analisi dei gap di turisti stranieri di maggiore rilevanza per la Calabria a confronto con best performer meridionali quali Puglia e Sicilia (presenza su superficie dell'area considerata), 2021. N.B. I Paesi di provenienza dei turisti rappresentati sono quelli in cui la Calabria rappresenta un gap di domanda maggiore rispetto alla macroarea del Sud Italia. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.*

I gap di presenze turistiche esistenti tra la Calabria e le Regioni circostanti non si limitano soltanto agli stranieri. Anche considerando il numero di **visitatori nazionali**, la Calabria è in una situazione di "deficit" della domanda. Nel 2021 sono state registrate nella Regione 241,1 presenze di turisti italiani per km^2 in meno rispetto alla Puglia. La magnitudine della perdita di domanda potenziale turistica diventa notevole se entrambi i deficit venissero sommati. In assenza dei gap esistenti (turisti stranieri e nazionali), si stima che la Calabria avrebbe registrato **3,7 milioni di presenze aggiuntive nel 2021** (61% del totale dei turisti dell'anno).

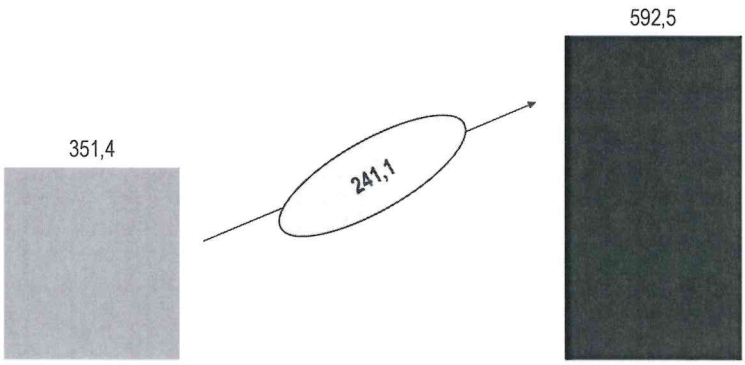


Figura 7. Analisi del gap esistente di turisti italiani tra Calabria e Puglia (presenze su superficie dell'area considerata), 2021. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.

I risultati sull'analisi dei gap turistici del 2021 permettono di delineare proiezioni e previsioni per l'anno 2022. È infatti stato possibile stimare il numero delle perdite potenziali di turisti del 2022, partendo dai primi dati sui flussi turistici della Calabria. Considerando che nei primi 9 mesi dell'anno (gennaio – settembre) la Regione ha registrato una forte crescita di turisti rispetto all'anno 2021, pari ad un aumento del 20,9% di visitatori italiani e un incremento di turisti stranieri del 101,1%, se si fossero colmati i gap ipotetici, stimati con i dati del 2021, durante l'anno 2022 la Calabria avrebbe avuto **4,4 milioni di turisti italiani e 1,7 milioni di turisti stranieri[7] in più**[8].

Alla luce di queste evidenze per la Calabria diventa strategico dividere le azioni a supporto del rafforzamento della filiera del turismo in due orizzonti temporali:

- medio periodo: vengono identificate le **linee di indirizzo** verso le quali la Regione dovrà tendere nei prossimi anni (2023-2025), all'interno del Piano Strategico Triennale;
- breve periodo: vengono fornite **azioni operative** da adottare sin da subito (2023) al fine di declinare nel breve periodo le linee di indirizzo di medio periodo.

[7] Provenienti da Germania, Francia, Svizzera e Liechtenstein, Paesi Bassi e Spagna.

[8] Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e Regione Calabria, 2023.

3.GLI INTERVENTI REALIZZATI NEGLI ULTIMI ANNI

Sono attualmente in corso le analisi volte alla verifica dei risultati attesi rispetto agli interventi sul settore turistico realizzati attraverso il sostegno delle diverse fonti di finanziamento regionali, nazionali e comunitarie in Calabria e che hanno riguardano essenzialmente le seguenti priorità:

- Mitigare gli effetti negativi della crisi generata dalla pandemia Covid-19 attraverso il sostegno alla liquidità delle microimprese, la concessione di sovvenzioni per il pagamento dei salari, l'erogazione di voucher/buoni per l'acquisto di servizi turistici e ricreativi, la concessione di finanziamenti a tasso agevolato - Fondo Calabria Competitiva (FCC);
- Realizzazione campagne di comunicazione, promozione e marketing della destinazione turistica nel suo complesso, nonchè dei diversi prodotti e itinerari attraverso eventi, advertising, produzioni cinematografiche, fiere, web-advertising, ecc.
- Sostenere gli eventi e le iniziative di promozione turistica ai sensi dell'art. 65 della L.R. 13/1985 e progetti pilota a titolarità regionale per la valorizzazione culturale e la creazione di itinerari scoperta del territorio;
- Valorizzazione degli attrattori turistico culturali e delle are di attrazione naturale di rilevanza strategica;
- Favorire il riposizionamento competitivo delle imprese afferenti al settore del turismo, attraverso la qualificazione dell'offerta, l'introduzione di innovazioni di prodotto, di processo, organizzative, digitali e promo-commerciali intervenendo:
    - sulla qualificazione e potenziamento dell'offerta ricettiva, attraverso il miglioramento degli standard e dei servizi turistici;
    - sulla qualificazione dei servizi turistici;
    - sul sostegno all'innovazione di processo e di prodotto e alla digitalizzazione delle imprese turistiche, con particolare riferimento alla informatizzazione dei servizi ricettivi.

Focalizzandoci sull'attuazione degli ultimi tre Piani Esecutivi annuali, che complessivamente hanno promosso azioni rientranti nelle precedenti priorità con una dotazione di circa 45 milioni di euro, si rilevano, sulla base delle analisi condotte dall'Osservatorio Turistico regionale, **effetti positivi** sui seguenti ambiti:

- **incremento degli arrivi e delle presenze** sia della componente italiana che di quella estera. Quest'ultima rappresenta ancora una fetta troppo piccola della domanda rivolte al territorio regionale. Il trend in atto consente di ipotizzare, sulla base ripresa della crescita registrata negli anni precedenti, che nel 2023 si assisterà ad

un ulteriore aumento degli arrivi e delle presenze, al di là di nuovi spiacevoli fattori congiunturali;

- **aumento dell'attenzione e reputazione della destinazione** in connessione alla realizzazione di eventi di rilievo nazionale e della produzione cinematografica;
- **affermazione di nuove generazioni di imprenditori** maggiormente attente, ad esempio, alla gestione dei canali digitali e nuove attività che recuperano le tradizioni produttive (es. vino, olio, allevamento, ecc.) e offrono anche servizi e attività ai turisti;
- **crescita dell'offerta di turismo esperienziale** e **legato alle filiere agro-alimentari**, forestali e culturali.
- avvio di **aggregazioni tra operatori della filiera turistico-culturale** per la valorizzazione congiunta di ambiti e aree turistiche ad elevata valenza naturalistica e ambientale;

Sul versante delle **criticità** continua a persistere:

- **Assenza di diversificazione**. La gamma di offerta turistica si esaurisce quasi esclusivamente nel balneare tradizionale. Il portafoglio prodotti non è sufficientemente ampio e la Calabria si configura come una destinazione sostanzialmente mono-prodotto;
- **Scarsa complessità e bassa differenziazione**. Le offerte di vacanza sono per la gran parte piuttosto semplici, simili tra loro e alle numerose offerte presenti sul mercato. Anche nel balneare tradizionale la configurazione delle proposte resta basica (alloggio, ristorazione, lettino-spiaggia e pochi altri servizi).
- **Bassa specializzazione e innovazione**. Prodotti così poco strutturati si rivolgono ad una platea indistinta perché non sono capaci di rispondere alle varie esigenze di diversi segmenti. Questo si traduce in un'offerta standardizzata che risponde ancora ad un modello tradizionale di "turismo di massa" che ha perso progressivamente la propria competitività.
- **Debole livello di integrazione con l'offerta del territorio**. La maggior parte dei servizi e degli elementi inclusi nelle proposte turistiche sono offerti dalla stessa struttura ricettiva in cui il turista alloggia. La vacanza è slegata dagli elementi (servizi e attrattori) che il territorio offre o potrebbe offrire. Questo accade perché, da una parte, le offerte turistiche si rivolgono e richiamano segmenti di turisti poco interessati alla scoperta del territorio, dall'altra, perché spesso le risorse del territorio sono scarsamente valorizzate e dunque poco attrattive.

In allegato 1 si riporta il monitoraggio e lo stato di avanzamento degli interventi avviati nell'ambito del PEA 2022.

4.GLI INDIRIZZI OPERATIVI DI BREVE TERMINE

Sulla base degli indirizzi strategici delineati nel **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023-2025**, si propone di intervenire con azioni a sostegno dell'offerta e della domanda turistica e con azioni di carattere trasversale che perseguono i seguenti obiettivi specifici:

- incrementare la qualità, l'innovazione e la diversificazione dell'offerta al fine di attrarre altri segmenti turistici;
- promuovere una maggiore diffusione degli strumenti digitali, favorire la digitalizzazione delle imprese, favorire i servizi digitali;
- favorire la creazione di percorsi turistici integrati e valorizzare il legame tra il territorio e le sue tradizioni;
- promuovere l'inserimento e la commercializzazione dei prodotti turistici di eccellenza regionali attraverso strumenti e azioni incentrate sulle leve dell'identità culturale, della sostenibilità e della tipicità;
- rafforzare la presenza del sistema regionale ad eventi, fiere e altre forme organizzative della commercializzazione, a livello nazional ed internazionali, affiancando al modello tradizionale ulteriori meccanismi di incontro - anche virtuali - tra domanda e offerta;
- realizzare programmi strategici per la promozione nei mercati esteri con l'obiettivo di rafforzare le filiere regionali, valorizzare i punti di eccellenza e consolidare i sistemi territoriali e le destinazioni turistiche;
- promuovere l'aggregazione tra le imprese e la creazione di partnership pubblico-private finalizzare allo sviluppo e promozione dei sistemi turistici regionali;
- qualificare e potenziare l'offerta ricettiva esistente, con particolare focalizzazione sulle strutture di categoria media (B&B, 3 stelle, 4 stelle) e delle seconde case (in ottica di valorizzazione della *sharing economy*);
- sostenere l'offerta di trasporto locale connettendo i principali attrattori turistici;
- incentivare la progettazione e produzione dei contenuti creativi di natura "seriale" e di divulgazione e diffusione sui canali specializzati (es. RAI, piattaforme dedicate).

Le iniziative di promozione della Calabria saranno focalizzate sulle seguenti tipologie di turisti a maggior potenzialità di sviluppo, ovvero:

- i turisti «repeater» italiani, rinvenibili nelle Regioni con una maggiore presenza di turisti che visitano la Calabria (in primis Campania, Lazio, Lombardia e Puglia);

–i turisti europei da Paesi di prossimità, fortemente interessati al turismo balneare, dalle aree in cui la Calabria presenta un gap maggiore di domanda rispetto alla macroarea del Sud Italia, ma che già forniscono un contributo rilevante al turismo (in primis Germania, Francia, Paesi Bassi, Spagna, Svizzera e Liechtenstein). Occorre altresì considerare le potenzialità connesse ai Paesi dell'Europa centro-orientale (ovvero Polonia, Repubblica Ceca e Romania), la cui domanda turistica risulta essere coerente con l'attuale offerta presente in Calabria.

[redacted]

5.LE AZIONI

5.1 - Visibilità e comunicazione

Obiettivi operativi

-Promuovere la destinazione-Calabria comunicando i possibili itinerari ed esperienze a disposizione dei turisti e valorizzare le opportunità di «turismi» alternativi (per esempio, quello connesso ai borghi, alla natura, ecc.);

-Ampliare la presenza delle strutture calabresi presso i canali di Online Travel Agencies (OTA).

Linee di intervento

-Avvio di collaborazioni con piattaforme di comunicazione digitale legate al turismo (es. blog di intermediari turistici e/o compagnie turistiche, ecc.);

-Stipula di accordi con influencer tramite cui raccontare e far scoprire la Calabria a tipologie di target diversificati (es. giovani, appassionati di natura e sport, esperti enogastronomici, ecc.), sfruttando il patrimonio identitario regionale;

-Promozione dell'utilizzo del Digital Advertising (intesa come la targetizzazione delle campagne social su una base di criteri di identificazione; ad esempio: area di origine, preferenze in termini di consumo, età, ecc.);

-Realizzazione di campagne di comunicazione sui diversi canali media e diffusione di contenuti audiovisivi digitali, riguardanti percorsi religiosi, naturalistici, enogastronomici e culturali;

-Avvio di interlocuzioni con le principali OTA operanti in Italia per valorizzare le principali destinazioni sul territorio;

-Riorganizzazione dell'infopoint turistico dell'aeroporto di Lamezia Terme (secondariamente per gli aeroporti di Crotone e Reggio Calabria) anche dal punto di vista grafico, collaborando con SACAL per un restyling e personalizzazione complessiva delle aree destinate agli arrivi e alle partenze;

-Sostegno a pubblicazioni anche in digitale, ritenute di interesse per la promozione della Calabria e per la diffusione del patrimonio storico, culturale, naturalistico, enogastronomico.

-Pianificazione e realizzazione di programmi di comunicazione sui diversi canali media generalisti, semi-generalisti e specializzati (es. RAI, Mediaset, LA7, SKY, piattaforme dedicate);

-Partnership di grandi eventi di comunicazione ambientati in Calabria, che oltre a dare grande visibilità alla regione per l'elevato numero di telespettatori,

rappresentano uno strumento di attrattività dell'offerta turistica.

-Sponsorizzazione di eventi e format televisivi e radiofonici di promozione del turismo regionale;

-Programmazione di speciali campagne promozionali attraverso i social;

-Programmazione di campagna di comunicazione in luoghi di grande affluenza al pubblico (hub, piazze..) e in occasione di grandi eventi a rilevanza nazionale e internazionale;

5.2 – Eventi e fiere nazionali e internazionali

Obiettivi operativi

-Presidiare i mercati target attraverso azioni di promozione dell'immagine della destinazione turistica regionale;

-Sostenere la partecipazione a fiere ed eventi internazionali, di business matching e scouting di investimenti.

Linee di intervento

-Sostegno alla partecipazione collettiva a fiere ed iniziative promozionali di particolare rilevanza internazionale con l'obiettivo di promuovere le destinazioni turistiche locali, individuare nuovi partner commerciali, creare contatti con operatori di settore, rafforzare la cooperazione sovra-regionale, partecipare alle azioni di incoming e missioni commerciali;

-Incentivi alle imprese per la partecipazione alle fiere ed eventi di valenza internazionale (es. allestimento dello stand, organizzazione di B2B con Buyer, GDO, importatori e altri circuiti di distribuzione commerciale esteri, spese promozionali);

-Organizzazione e sponsorizzazione di specifici eventi di promozione e marketing, volte a promuovere l'ecoturismo, il turismo sostenibile ed esperienziale, il turismo religioso, nonché l'organizzazione e la promozione di B2B di incontro domanda-offerta per gli operatori interessati, saloni espositivi, educational tour, ecc.;

Le manifestazioni fieristiche ritenute prioritarie per il 2023 sono rappresentate nella seguente tabella. Tale elenco potrà essere soggetto a modifiche ed integrazioni in connessione a cambiamenti di scenario ed operativi.

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
Maison Object Paris	Maison&Objet è la principale manifestazione europea dove si danno appuntamento espositori nazionali ed internazionali del settore Arredamento per la casa. Le nostre produzioni di nicchia, con particolare riferimento ai tessuti e alla produzione di ceramiche, sono intimamente connaturate alle tradizioni popolari e all'identità territoriale e rappresentano dunque strumenti di valorizzazione della nostra regione e collegamento tra sistema turistico, sistema economico e ambiente.	7 Settembre 2023	12 Settembre 2023
Salone del Camper Parma	Il turismo in camper rappresenta un settore in crescita, associato a diverse tipologie di turismo (in primis quello sportivo e- outdoor), con una particolare attenzione alla sostenibilità e alla scoperta dei territori (grazie alla duttilità del mezzo), e tendenzialmente caratterizzato da turisti medio spendenti. L'occasione sarà utile per presentare l'offerta regionale e attivare incontri B2B con operatori internazionali	9 settembre 2023	17 settembre 2023
FIT América Latina Buenos Aires	Al FIT América Latina che si terrà in La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires si daranno appuntamento espositori nazionali ed internazionali del settore Hotel, Viaggi, Operatori turistici, Enti turistici, Agriturismi, Turismo. Visto il forte legame tra Calabria e Argentina, a seguito del fenomeno migratorio (XIX-XX sec), della forte presenza della comunità italo - argentina che secondo stime sottostimate supera le 700.000 persone, è una nazione nella quale investire per promuovere anche il turismo di ritorno (vedasi progetto terra dei padri).	30 settembre 2023	3 ottobre 2023
BMTA - Paestum	Data l'importante offerta archeologica della Calabria, e considerato il contributo crescente atteso dal turismo storico-culturale della Regione, sarà un'occasione per posizionare la destinazione-Calabria e, allo stesso tempo, per entrare in contatto con best practice del settore.	2 ottobre 2023	5 ottobre 2023
IFTM Parigi	Considerata l'importanza della fiera, e del mercato francese in particolare, è un'occasione di posizionamento della destinazione-Calabria in vista della stagione 2024.	3 ottobre 2023	5 ottobre 2023
TTG Rimini	TTG Travel Experience è il principale marketplace del turismo B2B in Italia. Qui si incontrano tutti gli operatori di settore e key player delle principali aziende del settore.	11 ottobre 2023	13 ottobre 2023
Tourism Japan Osaka	Tourism EXPO Japan si presenta come la più grande celebrazione al mondo della libertà delle persone di viaggiare. Quest'anno Tourism EXPO Japan si terrà ad Osaka che ospiterà l'Expo mondiale del 2025 e sta diventando una popolare destinazione di viaggio. In questo contesto, l'offerta regionale potrebbe trovare spazi importanti per l'attrazione di nuovi operatori.	26 ottobre 2023	29 ottobre 2023

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
International Travel & Tourism Show - Montreal	International Tourism & Travel Show rappresenta uno dei principali eventi al mondo del settore. Più di cento paesi rappresentati attraverso i loro uffici del turismo, tour operator o agenzie di viaggio. È molto importante presentare al pubblico canadese la destinazione Calabria, anche in considerazione dell'emigrazione storica dei calabresi in Canada e della promozione del turismo di ritorno.	3 novembre 2023	5 novembre 2023
Percorsi Golosaria Milano	Considerate le importanti eccellenze in ambito enogastronomico della Calabria, può rappresentare una vetrina di promozione dei percorsi relativi ai prodotti calabresi.	4 novembre 2023	6 novembre 2023
WTM Londra	E' uno dei più importanti eventi B2B europei nonché occasione di fondamentale importanza per conoscere case study di rilievo e avviare dialoghi con gli operatori del settore.	6 novembre 2023	8 novembre 2023
Bitesp Venezia	Si conferma evento di riferimento per gli operatori del turismo esperienziale e sostenibile e per gli specialisti dell'incoming		
TT Warsaw	Sarà un'occasione importante per il settore turistico di presentarsi ai potenziali partner B2B del mercato Polacco. Dopo il successo dell'anno scorso anche per la prossima edizione sono previste numerose presenze da tutto il mondo e interessanti iniziative: conferenze, workshop, incontri con noti viaggiatori, pannel, meetings B2B. Nessun altro evento fieristico in Polonia attiva così tanti visitatori ed espositori.	23 novembre 2023	25 novembre 2023
Skipass Modena	Skipass è la vetrina della neve più importante d'Italia, l'unico salone sul territorio dedicato agli sport invernali e alla montagna, punto di riferimento di professionisti, operatori del settore, appassionati di montagna e sportivi.	27 ottobre 2023	29 ottobre 2023
IBTM Barcellona	La fiera si focalizza sull'industria degli eventi, dei meeting e delle conferenze. Considerata l'ambizione di posizionare in Calabria eventi ad alta visibilità e impatto comunicazionale, la fiera può rappresentare un'opportunità di conoscere case study di rilievo e avviare dialoghi con gli operatori del settore.	28 novembre 2023	30 novembre 2023
ILTM Cannes	Raccogliendo molti dei più importanti operatori del turismo di lusso, rappresenta un'occasione per incontrare e avviare dialoghi con potenziali investitori	4 dicembre 2023	7 dicembre 2023
Reiselivsmessen Oslo	Reiselivsmessen Oslo è il più importante luogo di incontro internazionale annuale del settore per l'industria dei viaggi in Norvegia. Gli operatori hanno l'opportunità di incontrare le più importanti entità turistiche della Norvegia e stabilire contatti diretti.	13 gennaio 2024	14 gennaio 2024
Fitur Madrid	È il primo appuntamento annuale per i professionisti del turismo mondiale e la fiera leader per il mercato iberico e per i mercati dell'America Latina.	17 gennaio 2024	21 gennaio 2024

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
Travel adventure Show – New York	I Travel & Adventure Show Series sono sempre stati il punto di riferimento per oltre 2,5 milioni di viaggiatori e oltre 4.500 tra le migliori destinazioni, tour operator, compagnie di crociera e fornitori di viaggi di tutto il mondo. All'evento di New York parteciperanno tour operator e fornitori di viaggi di tutto il mondo ed esperti di viaggio anche in relazione al turismo di ritorno.	27 gennaio 2024	28 gennaio 2024

Nel primo trimestre del 2023, nelle more di approvazione del Piano, l'Amministrazione ha partecipato alle seguenti manifestazioni fieristiche in ragione della storicità e importanza delle stesse:

Fiera	Data inizio	Data fine
Reiselivsmessen Oslo 2023	7 gennaio 2023	8 gennaio 2023
Fitur Madrid	18 gennaio 2023	22 gennaio 2023
Boot Dusseldorf	21 gennaio 2023	29 gennaio 2023
Bit Milano	12 febbraio 2023	14 febbraio 2023
F.Re.e. Monaco di Baviera	22 febbraio 2023	26 febbraio 2023
ITB Berlino	7 marzo 2023	9 marzo 2023
BMT 2023 - Napoli	16 marzo 2023	18 marzo 2023
Ferien Messe 2023 - Vienna	16 marzo 2023	19 marzo 2023
Salone Internazionale Svizzero delle Vacanze - Lugano	30 marzo 2023	2 aprile 2023
Fiera dei Territori" Agritravel & Slow Travel Expo (ATEST) - Bergamo	30 marzo 2023	2 aprile 2023
Open Outdoor Paestum	14 aprile 2023	16 aprile 2023

5.3 – Itinerari e pacchetti turistici

Obiettivi operativi

-Creare dei percorsi turistici integrati e valorizzare il legame tra il territorio e le sue tradizioni;

-Promuovere l'aggregazione tra le imprese e la creazione di partnership pubblico-private finalizzare allo sviluppo e promozione dei sistemi turistici regionali.

Linee di intervento

-Incentivi per la progettazione e lo sviluppo di itinerari turistici che prevedano il coinvolgimento attivo delle imprese del territorio, ad esempio delle realtà artigianali, enogastronomiche, culturali, ecc. e di prodotti/pacchetti turistici integrati;

-Sostegno di progetti di valorizzazione turistica del patrimonio naturalistico e culturale locale in un'ottica di fruizione sostenibile promossi da raggruppamenti di imprese, consorzi di promozione, reti di imprese turistiche.

-Realizzazione di incoming con buyers ed operatori del settore, coordinate e attuate dalla regione, in sinergia con imprese turistiche, reti di imprese, consorzi, ecc;

-Pianificazione e realizzazione di manifestazioni di promozione del turismo sostenibile montano. In prosecuzione dell'evento sperimentale di incoming svoltosi nel 2022 sul Pollino, si pianificheranno interventi e azioni specifiche mirate alla promozione e valorizzazione dell'ambiente e della biodiversità in altre aree della Calabria.

-Organizzazione e sostegno di progetti di valorizzazione del turismo religioso quale occasione di visita dei luoghi sacri e di culto, con connotazione religiosa ma anche culturale, storica, architettonica e paesaggistica. Integrazione tra percorsi di turismo religioso e percorsi naturalistici ed enogastronomici.

-Valorizzazione e promozione del turismo enogastronomico e dei pacchetti turistici localizzati nelle terre del vino, promossi da enti pubblici, imprese enogastronomiche, consorzi ed operatori, in sinergia con il Dipartimento Agricoltura.

5.4 - Iniziative congiunte con organismi istituzionali.

Obiettivi operativi

-Incrementare la capacità attrattiva del sistema Calabria sui mercati esteri e favorire il riposizionamento competitivo.

Linee di intervento

-Avvio, attuazione e consolidamento di iniziative promozionali all'estero, anche con il supporto delle Camere di Commercio Italiane all'estero riconosciute ai sensi della legge n. 518/70, ENIT, Consolati e/o Ambasciate, con particolare rifermento ai paesi target da aggredire prioritariamente.

5.5 – Rafforzamento delle competenze e trasferimento di know how

Obiettivi operativi

-Diffondere competenze strategiche per il rafforzamento del sistema turistico nella sua globalità.

Linee di intervento

-Organizzazione di workshop e summer/winter schools volte al trasferimento e aggiornamento delle digital e/o green skills per il marketing territoriale

-Organizzazione di seminari, laboratori, workshop, summer e winter scholl volti a trasferire competenze e professionalità, con particolare riferimento ad educational rivolti ai giovani nelle materie di scienze turistiche, anche in collaborazione con Università ed Enti di ricerca.

5.6 - Potenziamento delle strutture ricettive e dei servizi connessi

Obiettivi operativi

-Qualificare e potenziare l'offerta ricettiva esistente, con particolare focalizzazione sulle strutture di categoria media (B&B, 3 stelle, 4 stelle) e delle seconde case (in ottica di valorizzazione della *sharing economy*);

-Posizionare la Calabria come meta per il turismo delle famiglie;

-Potenziare le competenze degli operatori del sistema locale, anche in virtù della crescita attesa del turismo internazionale e delle famiglie;

-Sostenere l'offerta di trasporto locale (attualmente il servizio con il punteggio più basso, sia per i turisti italiani sia per quelli stranieri), connettendo i principali attrattori turistici.

Linee di intervento

-Sostegno ai processi di riqualificazione, ristrutturazione, riadeguamento e rigenerazione del sistema ricettivo regionale;

-Attivazione di interlocuzioni con potenziali investitori (grandi gruppi alberghieri, società di *real estate*, *tour operators*), interessati ad investire in Calabria e diventare "ambassador" del territorio;

-Avvio di un Piano d'azione per sostenere la Calabria come meta per il turismo delle famiglie che includa: la misurazione del posizionamento della Calabria rispetto alle dimensioni più rilevanti per il turismo familiare (oltre ai servizi, anche: competitività di prezzo, garanzia di sicurezza, disponibilità di servizi sanitari, opportunità e accessibilità dei percorsi di relax, intrattenimento, avventura, cultura, ecc.) e la definizione di specifici interventi operativi (riguardanti sia il rafforzamento dell'offerta, sia la promozione della domanda, anche tramite appositi schemi di certificazione).

-Incentivi per la realizzazione di percorsi formativi e certificazioni per il personale delle strutture ricettive;

-Avvio di accordi e partnership con piattaforme di intermediazione di trasporto (sharing/on demand);

-Avvio di accordi di gestione della flotta taxi/navette regionale con società di noleggio altamente affermate a livello internazionale per garantire i collegamenti verso le principali attrazioni turistiche regionali.

[redacted]

5.7 - Certificazione di sostenibilità turistica

Obiettivi operativi

[redacted]

-Sviluppare una strategia condivisa di sostenibilità con gli operatori del sistema per incrementare l'attrazione turistica.

Linee di intervento

-Realizzare una mappatura completa dell'offerta turistica del territorio e una strategia sostenibile condivisa, che infine potrà rappresentare un ulteriore attrattore del territorio calabrese.

-Avvio dell'iter per l'ottenimento della certificazione di sostenibilità turistica a livello di destinazione, ingaggiando i principali enti certificatori a livello nazionale e internazionale.

5. 8 – Iniziative cinematografiche ed audiovisive

Obiettivi operativi

-Valorizzare le attività cinematografiche e audiovisive quale strumento di valorizzazione dell'identità culturale e di promozione del territorio;

-Attrarre nel territorio regionale produzioni nazionali e internazionali, al fine di favorire la valorizzazione e la promozione della conoscenza del patrimonio paesaggistico, culturale, ambientale, enogastronomico e sociale del territorio regionale e del cineturismo.

Linee di intervento

-Realizzazione di un portfolio differenziato di produzioni audiovisive: cortometraggi, corti di animazione, video clip, docufilm, documentari, opere audiovisive seriali che raccontano le tappe di un viaggio in Calabria;

-Sostegno di progetti di creazione di prodotti innovativi, utilizzando, prioritariamente le tecnologie digitali di produzione e di fruizione, che valorizzino la filiera turistica regionale;

-Sostegno e sponsorizzazione a progettazioni e produzioni dei contenuti creativi di natura "seriale" e di divulgazione e diffusione sui canali specializzati (es. RAI, piattaforme dedicate).

Gli interventi sono realizzati in coerenza con la Legge Regionale n. 21 del 21 giugno 2019 "Interventi regionali per il sistema del cinema e dell'audiovisivo in Calabria" che promuove, sostiene e valorizza le attività cinematografiche e audiovisive quale strumento di libera espressione artistica e creativa, di formazione culturale, di coesione sociale, di valorizzazione dell'identità culturale, di innovazione, di sviluppo economico e di promozione del territorio.

Il principale soggetto deputato alla attuazione delle attività e degli obiettivi della legge regionale è la Fondazione Calabria Film Commission, per mission statutaria anche in considerazione della l'art. 6 della L.R. n. 1/2022 "Legge recante interventi di manutenzione normativa varie leggi regionali" che ha ampliato i compiti della Fondazione Calabria Film Commission assegnandole anche il compito della promozione turistica del territorio.

5. 9 – Attuazione articolo 65 della L.R. n.13/1985

Obiettivi operativi

-Valorizzare il sistema le eccellenze ambientali, culturali, turistiche, artigianali ed enogastronomiche per massimizzare l'impatto degli interventi di promozione turistica e apertura internazionale.

Linee di intervento

-Attuazione e gestione bandi e avvisi rivolti ad enti pubblici riguardanti le finalità di cui all'art. 65 della LR n. 13/85 che riconosce nelle attività promozionali un necessario strumento operativo rivolto a definire l'immagine unica dell'offerta turistica calabrese nel suo complesso;

-Pianificazione e realizzazione di specifici progetti che abbiano la finalità di promuovere l'immagine della Calabria e dell'offerta turistica collegata, anche attraverso l'attuazione di attività collaterali;

-Promozione e sostegno di eventi incentrati sulle leve dell'identità culturale, della sostenibilità e della tipicità;

-Realizzazione di iniziative finalizzate alla promozione del turismo montano.

5. 9 – Sito web e app Calabria Straordinaria

Obiettivi operativi

-Implementazione del sito web www.calabriastraordinaria.it e dell'app Calabria Straordinaria collegata.

Linee di intervento

-E' prevista la manutenzione correttiva ed evolutiva del sito di promozione turistica www.calabriastraordinaria.it e dell'app Calabria al fine di implementare l'offerta turistica esperienziale, la presenza di open data e l'interoperabilità dei dati.

6.IL MODELLO DI GESTIONE

Il soggetto responsabile dell'attuazione degli interventi è il Dipartimento "Turismo Marketing Territoriale e Mobilità".

Il Dipartimento si avvale per l'attuazione e gestione di soggetti attuatori e di società in house ed enti strumentali della Regione, con particolare riferimento a Fincalabra S.p.A. e alla Fondazione Calabria Film Commission che, ai sensi della DGR n.20 del 20.01.2022, può essere soggetto attuatore di progetti/azioni di comunicazione, promozione turistica e marketing territoriale.

Le diverse linee di intervento potranno essere realizzate anche in collaborazione con le rappresentanze delle imprese, le CCIAA, il Ministero del Turismo, ENIT, ICE-AGENZIA, Camere di Commercio Italiane all'estero, Consolati e/o Ambasciate.

Potranno essere attivati accordi, protocolli e intese con enti ed istituzioni pubbliche finalizzate a:

a)ampliare e innovare l'offerta regionale con un portafoglio di nuovi prodotti sostenibili, valorizzando gli attrattori culturali e naturali, potenziando i servizi e sostenendo nuove reti di destinazioni, soprattutto in relazione al turismo estero;

b)promuovere l'immagine della Calabria puntando sui marcatori identitari, sul patrimonio materiale e immateriale;

c)sostenere l'apertura internazionale del sistema regionale valorizzando la partecipazione a eventi, fiere e iniziative di particolare rilevanza internazionale e promuovendo il sistema regionale presso specifiche controparti e interlocutori esteri;

d)implementare azioni di scouting per l'individuazione delle opportunità di investimento;

e)promuovere una serie di azioni di "image building" in grado di far assurgere la Calabria al ruolo di ponte concettuale, in termini economici, logistici e culturali tra sponda nord e sponda sud/est del Mediterraneo.

Allo scopo di verificare l'avanzamento e acquisire le informazioni – procedurali, finanziarie e operative – necessarie alla supervisione e alla valutazione del Piano il Dipartimento provvederà all'implementazione di un sistema di monitoraggio continuo.

Le attività di monitoraggio consentiranno di rilevare le criticità, così da garantire tempestivamente, se necessario, opportuni interventi correttivi.

Il monitoraggio, in coerenza con la regolamentazione comunitaria di riferimento e in linea con il sistema di monitoraggio delle politiche di coesione, si basa sulla raccolta di informazioni relative agli indicatori (output e realizzazioni) correlati a Obiettivi e Risultati e sulla verifica dell'andamento delle Azioni. Si prenderanno in esame, inoltre, gli indicatori identificati nelle proposte progettuali al fine di misurare efficacemente

l'avanzamento quantitativo e qualitativo degli interventi e si monitoreranno gli indicatori di risultato e i relativi valori target.

In particolare si provvederà a realizzare un Tableau de Bord del Turismo, aggiornabile annualmente, composto da un elenco di Key Performance Indicator (KPI), di misura qualitativa e quantitativa, atti a misurare i progressi della Regione Calabria in ambito turistico, sia sul fronte delle attività e degli interventi messi in campo (*input*), sia per quanto riguarda i risultati e gli impatti connessi (*outcome*).

7.IL PIANO FINANZIARIO

Azione	Dotazione	Fonte di finanziamento	Capitolo
1.Visibilità e comunicazione 2.Eventi e fiere nazionali e internazionali 3.Itinerari e pacchetti turistici 4.Iniziative congiunte con organismi istituzionali 5.Rafforzamento delle competenze e trasferimento di know how 7.Certificazione di sostenibilità turistica	1.334.068,13	POR Calabria 2014-2020	U9050300605 (1.334.068,13)
	191.556,51	PAC 2014-2020 (asse 6)	U9070200504 (190.990,28) U9070200507 (566,23)
	1.060.380,53	PAC 2014-2020 (Asse 3)	U9140503401 (432.154,35) U9140503402 (209.522,60) U9140503403 (7.320,00) U9140503405 (2000,00) U9140503406 (293.796,23) U9140503407 (325.110,00)
	6.515.612,16	PAC 2007-2013	U9070200104 (2.458.407,63) (di cui 4.057.204,53 impegni n. 5867/2023; 1173/2023, 1200/2023, 1299/2023,1354/2023, 6127/2023, 745/2023)
6 - Potenziamento delle strutture ricettive e dei servizi connessi	3.034.000,00	POR Calabria 201 4-2020	U9070200403 (prenotazioni di impegno n. 6068/2023 e 6078/2023)
8 – Iniziative cinematografiche ed audiovisive	35.225,00	PAC 2007-2013	U9050301001
9 - Attuazione articolo 65 della L.R. n.13/1985	2.030.000,00	Risorse Bilancio regionale	U0613311201 (€300.000,00 di cui €289.903,40 impegni nn. 1355/2023 e 1377/2023) U0613311202 (€ 50.000,00 di cui €3005,00 impegno n. 1356/2023)

			U0613310401 (€40.000,00) U0613310402 (€ 1.090.000,00 prenotazione impegno n. 5926/2023) U0613310404 (€90.000,00) U0613310405 (€ 460.000,00)
Nel caso di disponibilità, potranno essere utilizzate eventuali risorse aggiuntive			
TOTALE	**14.200.842,33**		

[redacted]

ALLEGATO 1 - PIANO ESECUTIVO ANNUALE 2022- REPORT MONITORAGGIO SULLE ATTIVITA' REALIZZATE

AMBITO 1- Azioni di Comunicazione Promozione e Marketing

Intervento 1.1 Posizionamento del Brand CALABRIA STRAORDINARIA

Calabria Straordinaria è il **progetto-quadro di comunicazione strategica e di riposizionamento nazionale ed internazionale dell'immagine complessiva della regione**. Nel 2022 è stato approvato **un logo-immagine cappello** caratterizzante la filosofia alla base del progetto di comunicazione strategica.

Intervento 1.2 Posizionamento del Brand: MID MARCATORI IDENTITARI DISTINTIVI – Fonte Finanziaria: Royalties Ministero Sviluppo Economico – Annualità 2019

L'intervento denominato "CARTA DEI MARCATORI IDENTITARI DISTINTIVI (MID) DELLA CALABRIA", rappresenta l'insieme di attività/output/contenuti necessari e prodromici alla realizzazione dell'Ecosistema turistico digitale (Portale web delle destinazioni mediante upgrade dell'attuale TurisCalabria, app regionale con interfaccia e contenuti adattivi per le città/località di maggior interesse turistico, circuito digital signage- totem e smart tv touch, funzionalità di booking, dashboard per il monitoraggio dei contenuti più visti e visitati).

Nel corso del 2022 è stata effettuata la mappatura dei primi 100 e si è dato avvio allo sviluppo di ogni marcatore al fine di creare una vera e propria catalogazione (CARTA dei marcatori). Il progetto è realizzato da Film Commission Calabria. Inoltre in raccordo con questa attività è in corso il progetto I Yes Start up. Un programma di supporto formativo per l'avvio di attività imprenditoriali nel campo del turismo.

Intervento 1.3 Product placement: Produzione filmica Film Commission – Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013.

La Legge Regionale n. 21 del 21 giugno 2019 "Interventi regionali per il sistema del cinema e dell'audiovisivo in Calabria" promuove, sostiene e valorizza le attività cinematografiche e audiovisive quale strumento di libera espressione artistica e creativa, di formazione culturale, di coesione sociale, di valorizzazione dell'identità culturale, di innovazione, di sviluppo economico e di promozione del territorio. Il principale soggetto deputato alla attuazione delle attività e degli obiettivi della legge regionale è la Fondazione Calabria Film Commission costituita nel 2006 con l'obiettivo di incoraggiare e stimolare lo sviluppo dell'industria cinematografica in Calabria.

Il Piano Esecutivo Annuale per l'anno 2021, per il raggiungimento dell'Obiettivo operativo 1. *Innovare l'immagine percepita della Destinazione Calabria*, aveva declinato, con il supporto della Fondazione Calabria Film Commission, due macro attività:

- costruire e rafforzare un ecosistema innovativo endogeno di produzione, in loco, di contenuti originali di promozione del territorio e delle risorse regionali, puntando a valorizzare la nuova destination identity;

[redacted]

- costruire una filiera di produzione di contenuti promozionali e di comunicazione originali e innovativi di alta qualità, anche attraverso la promozione di un'industria creativa e digitalizzata nel settore audiovisivo e cinematografico.

Con riferimento alle attività per l'anno 2022, in sinergia e continuità con gli obiettivi e le azioni proposte per il 2021, le risorse sono state impiegate al rafforzamento di tutte le attività previste dall'art.8 della Legge Regionale n. 21 del 21 giugno 2019 e aventi ad oggetto opere cinematografiche, audiovisive e multimediali che posseggano almeno uno dei seguenti requisiti:

a) *prevedano una partecipazione effettiva e sostanziale, preferibilmente fin dalla fase iniziale di creazione e sviluppo, di almeno un autore o una società di produzione aventi residenza o sede nel territorio della Regione Calabria;*

b) *realizzino una parte apprezzabile delle attività di produzione o post-produzione nel territorio della Regione Calabria, coinvolgendo maestranze e professionalità del settore del cinema e dell'audiovisivo e comunque lavoratori residenti nel territorio, preferibilmente con il coinvolgimento di giovani e soggetti che abbiano partecipato a percorsi formativi sostenuti dalla Regione Calabria;*

c) *trattino temi legati alla cultura, alla storia, all'identità o al territorio calabrese o, comunque, tali da suscitare interesse per la Regione in ambito nazionale o internazionale;*

d) *rivestano, in base alle politiche e agli interventi attuati dalla Regione Calabria in materia di cinema e audiovisivo, particolare importanza strategica per le sinergie attuabili nel campo delle industrie creative, dell'innovazione, dell'internazionalizzazione, della promozione del territorio, del turismo, della formazione, delle politiche giovanili e della promozione dell'occupazione.*

Intervento 1.4 People Branding: Progetto Calabria Terra dei Padri – Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013

La Regione Calabria con Deliberazione di Giunta n. 232 del 07 agosto 2020, ha provveduto ad identificare il progetto strategico "Calabria. Terra dei padri" che si configura come un intervento di marketing territoriale complesso finalizzato all'incremento delle presenze turistiche regionali legate al "turismo delle radici" o "di ritorno" o turismo genealogico. I target specifico riguarda i discendenti di seconda e terza generazione, quindi figli e nipoti di persone emigrate in Europa e nei paesi oltreoceano.

L'idea forza alla base del progetto integrato di marketing territoriale denominato "Calabria. Terra dei padri" si fonda sulla trasformazione dei singoli elementi del patrimonio naturalistico, ambientale, storico, artistico, culturale, eno-gastronomico e imprenditoriale della regione e caratterizzanti, con peculiarità specifiche, sia l'ambito territoriale costiero sia le località collinari e montane della Regione Calabria, in un Sistema di Offerta Territoriale finalizzata alla valorizzazione dei turismi da ritorno (geneanologico/delle radici).

Le leve strategiche per il conseguimento dell'idea forza e la creazione del prodotto "Calabria. Terra dei Padri", riguardano: 1) *Azioni sugli elementi di sistema che verranno consolidati nello Sistema d'Offerta Territoriale (valorizzazione e trasformazione) ai fini della razionalizzazione e standardizzazione regionale del prodotto offerto*; 2) *"Messa a sistema" dei singoli elementi*; 3) *Internazionalizzazione del Sistema d'Offerta Territoriale*.

L'attuazione del progetto è affidata a Fincalabra. Sono stati individuati i primi ambasciatori (si potrebbero inserire i nomi che abbiamo nella relazione o prenderli dal sito) e sono stati realizzati incontri di animazione territoriale su tutto il territorio regionale. Sono stati realizzati contenuti multimediali.

Le risorse del Piano riguardano il finanziamento della seconda annualità di progetto.

Intervento 1.5 Marketing Digitale: Restyling sito TurisCalabria – SEO- Social Media- Blogger-Influencer – Piattaforma per la gestione dei contributi regionali in ambito turistico- Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013

L'intervento è stato rivolto all'avvio del portale **calabriastraordinaria.it.**

Oltre ad aver dato una nuova veste grafica e implementazione dei contenuti, l'intervento ha consentito il miglioramento del posizionamento sui motori di ricerca. I social media sono alimentati quotidianamente.

Intervento 1.6 Marketing off-line: Sport e Turismo – Grandi eventi turistici a carattere sportivo Fonte Finanziaria: Royalties Ministero Sviluppo Economico – Annualità 2019

Il Ministero dell'Economia e Finanze, il Ministero dello Sviluppo Economico e la Regione Calabria, ciascuno nel quadro dei rispettivi ordinamenti e competenze, con il Protocollo d'Intesa del 23.10.2019 si sono impegnati a dare attuazione all'articolo 45 della legge 23 luglio 2009, n. 99 come modificato dall'articolo 36, comma 2-bis, lettera a), del decreto legge 12 settembre 2014, n. 133, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 novembre 2014, n. 164, con il quale è stato istituito il "Fondo preordinato alla promozione di misure di sviluppo economico e all'attivazione di una social card per i residenti nelle regioni interessate dalle estrazioni di idrocarburi liquidi e gassosi", individuando le modalità di utilizzo della quota di risorse del Fondo 2013-2014-2016- 2017 e Fondo 2018, pari a € 9.082.168,20, assegnati alla Regione Calabria. In particolare la Regione Calabria, al fine di dare attuazione al citato protocollo, ha assegnato le risorse ad essa complessivamente spettanti come di seguito:

a) € 4.314.000,00 per l'attuazione di misure di sviluppo economico;

b) € 4.768.168,20 per l'attuazione di misure di coesione sociale.

A seguito di ridefinizioni e rimodulazioni dei progetti inizialmente inseriti nel protocollo, e istruiti dal competente ufficio del MISE, il MEF ha approvato il Progetto denominato "Sport e Turismo" volto a consolidare e rilanciare la strategia di promozione del brand Calabria quale destinazione turistica di eccellenza, attraverso la realizzazione sul territorio regionale di competizioni sportive agonistiche e non professionistiche quali occasioni di richiamo mediatico, attrattività turistico-culturale, incoming e sviluppo del Territorio, in grado di arricchire e diversificare l'offerta turistico-culturale regionale, ai fini della sua destagionalizzazione.

Il Dipartimento Turismo, Marketing Territoriale e Mobilità, con la pubblicazione di un apposito Avviso pubblico ha effettuato una ricognizione finalizzata a definire un calendario, annuale e/o pluriennale, di grandi eventi sportivi agonistici non professionistici, sì da creare un palinsesto unico e integrato di "grandi eventi", che concorra attivamente alla ripartenza e al rilancio del sistema turistico-culturale calabrese. Tali eventi/manifestazioni risultano particolarmente idonei alla diversificazione e conseguente destagionalizzazione dell'offerta turistica regionale, perché, grazie all'elevata capacità di

attrazione e alla notevole flessibilità, possono rivolgersi a target ampi ed eterogenei, nonché, coinvolgere la comunità locale.

Le risorse sono state tutte impegnate. Sono stati individuati 20 grandi eventi sportivi non agonistici da realizzarsi su tutto il territorio regionale.

Intervento 1.7 Marketing off-line: Partecipazione a fiere- Fonte Finanziaria: POR CALABRIA FESR-FSE 2014-2020 – ASSE 6 – Azione 6.8.3

L'obiettivo perseguito è stato quello di rafforzare la presenza presso fiere specializzate per singolo tema, anche riducendo la presenza a fiere ed eventi generalisti.

Nel corso del 2022 si è partecipato alle principali fiere di settore tra cui: BIT Milano, Berlino, Cibus Parma, Salone Nautico di Genova, Parigi (Top Resa e Turismo), Varsavia, Golosaria, TTG Rimini, Venezia (turismo esperienziale), Ski pass Modena + Pollino sperimentale.

Intervento 1.8 Marketing off-line: Promozione e Comunicazione- Fonte Finanziaria: POR CALABRIA FESR-FSE 2014-2020 – ASSE 6 – Azione 6.8.3 – PAC CALABRIA 2007-2013- PAC CALABRIA 2014-2020 – L.R. 13/85

Le azioni hanno riguardato lo sviluppo di campagne di comunicazione su carta stampata, web e radio, tv, stazioni ferroviarie, grandi superfici di vendita, grandi eventi mediatici e sportivi.

Nel corso del 2022 si è proceduto alla realizzazione di campagne presso le Grandi Stazioni, Principali Aeroporti (Roma e Milano), oltre a produrre materiale promozionale ad uso degli eventi.

Intervento 1.9 Marketing off-line: Progetto "Grandi eventi" a regia e titolarità regionale Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013- PAC CALABRIA 2014-2020 – L.R. 13/85

L'azione ha riguardato la realizzazione sul territorio regionale di una serie di Grandi Eventi che, con una strutturazione forte, una calendarizzazione stabile e una comunicazione ampia, possono dare un ulteriore contributo alla qualità e alla quantità del turismo regionale.

Intervento 1.10 Marketing off-line:Educational: Famtrips, Presstrips, Blogtrips Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013- PAC CALABRIA 2014-2020

L'azione consiste nell'organizzazione di educational tour, viaggi organizzati o brevi soggiorni, per far conoscere la destinazione Calabria e la relativa offerta turistica ai giornalisti, soprattutto della stampa di settore, ai responsabili della programmazione dei T.O. e agli operatori di banco delle agenzie dettaglianti. Nell'ambito dell'azione è stato realizzato un progetto sperimentale di incoming sul Pollino.

Intervento 1.11 Marketing off/line: Progetto Marketing Turistico Territoriale Calabria Village/Food Station - Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013

L'azione di marketing territoriale turistico si è realizza attraverso la realizzazione di un "presidio" stabile del "Prodotto Calabria", in 3 location target: Europa: Gran Bretagna (Londra), Europa: Germania (Berlino/Lipsia), Usa- Texas (Houston)

L'idea forza alla base del progetto integrato di marketing territoriale si fonda sulla concentrazione in spazi fisici localizzati nelle zone a maggiore concentrazione di flussi di potenziali visitatori, dei più

rappresentativi elementi del patrimonio naturalistico, ambientale, storico, artistico, culturale, enogastronomico e imprenditoriale della regione e caratterizzanti, con peculiarità specifiche, sia l'ambito territoriale costiero sia le località collinari e montane della Regione Calabria, in un Sistema di Offerta Territoriale e di Destinazione finalizzata alla valorizzazione dei turismi intercettabili nei paesi target (ivi incluso quello c.d geneanologico/delle radici).

Sono state avviate iniziative promozionali con presentazioni a specialisti di settore nei Paesi target europei (nord, centro e ovest).

Intervento 1.12 Salone Nautico Calabria- Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013

L'azione prevedeva la realizzazione di un evento legato alla nautica, che si ispirerà alle best practices italiane, quali il Salone Nautico di Genova. L'intervento non è stato realizzato.

AMBITO 2- Azioni per la governance del Piano e della destinazione turistica

Intervento 2.1 Redazione Codice Unico della normativa regionale in materia di turismo

L'azione attualmente in corso è finalizzata all'armonizzazione, semplificazione e aggiornamento di tutta la legislazione regionale in ambito turistico.

Intervento 2.2 Potenziamento del Sistema Informativo Turistico Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013

L'azione è stata finalizzata a potenziare il Sistema Informativo Turistico esistente, istituito dalla Legge Regionale n.8 del 2008, e diretto ad ampliare le competenze dell'Osservatorio turistico regionale.

L'Osservatorio turistico, oltre a monitorare le performance turistiche della Calabria e il posizionamento competitivo nello scenario nazionale e internazionale (attraverso dati statistici ed indicatori rilevanti del settore turistico), può collezionare e realizzare, in base a specifiche esigenze, studi e indagini su tematiche prioritarie per la politica del turismo, come ad esempio: studi di settore, analisi di benchmarking, analisi dei principali trend di domanda e offerta emergenti del settore, indagini relative ai diversi target (es. turismo attivo, naturalistico, benessere, etc.), indagini sulla qualità dell'offerta e la soddisfazione dei turisti, monitoraggio dell'efficacia delle azioni di promozione, indagini e studi relativi al patrimonio immobiliare privato a uso turistico (seconde case), analisi del brand Calabria, analisi congiunturali sulle performance delle strutture ricettive, ecc..

AMBITO 3- Incentivi

Intervento 3.1 Azioni di Comunicazione Promozione e Marketing art.65 della L.R.13/85- Fonte Finanziaria: L.R.13/85

L'intervento è finalizzato a cofinanziare Azioni di Comunicazione Promozione e Marketing coerenti con le attività previste dalla Legge Regionale 13/85.

Intervento 3.2 Realizzazione tour virtuali delle località di pregio dei Comuni Montani Fonte Finanziaria: Fonte Finanziaria: L.R.13/85

L'intervento riguardava la realizzazione di tour e passeggiate virtuali, aventi ad oggetto le location più suggestive dei comuni montani calabresi, a beneficio delle scuole.

AMBITO 7- Incentivi per imprese e privati

Intervento 7.1 Riqualificazione Rete delle Terme Storiche della Calabria Fonte Finanziaria: PAC CALABRIA 2007-2013

L'azione riguarda la riqualificazione delle stazioni termali appartenenti alla Rete delle Terme Storiche di Calabria, per il riposizionamento del termalismo regionale e del relativo prodotto turistico. Nell'ambito del riposizionamento rientra anche la verifica, attraverso apposito studio, dei possibili impieghi alternativi delle acque termali con particolare riguardo alla cosmesi.

Allo stato sono in corso gli interventi infrastrutturali e di promozione delle terme del territorio calabrese.

Quadro finanziario di riepilogo

La dotazione del Piano Esecutivo Annuale 2022 era pari a **23.971.967,00 euro** afferente alle seguenti fonti finanziarie:

Royalties - MISE	4.314.000,00 €
PAC 2007-2013	13.700.000,00 €
POR 2014-2020	3.756.410,72 €
PAC 2014-2020	151.556,51 €
L.R. 13/85	2.050.000,00 €

Le risorse impegnate sono pari a **20.564.000,00 euro**
Le risorse residue integrano la dotazione finanziaria del PEA 2023.