



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

DETERMINAZIONE

n. 47 del 05/11/2020

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA (P.P.C.T) 2020 E PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L) 2020 - STATO AVANZAMENTO E RICHIESTA ACCONTO

IL DIRETTORE

Premesso:

- che la Legge Regionale 25 marzo 2016, n. 4 “Ordinamento turistico regionale – Sistema organizzativo e politiche di sostegno alla valorizzazione e promo-commercializzazione turistica - Abrogazione della Legge Regionale 4 marzo 1998, n. 7 (Organizzazione turistica regionale – interventi per la promozione e la commercializzazione turistica)”, disciplina l’organizzazione turistica della Regione Emilia-Romagna e all’art. 12 prevede l’istituzione delle aree vaste a destinazione turistica;
- che con DGR n. 595/2017 si istituisce l’area vasta a finalità turistica e la Destinazione Turistica Emilia (Province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia), Ente pubblico strumentale degli Enti locali approvandone il relativo Statuto, successivamente integrato e modificato dall’assemblea dei Soci con proprio atto n. 15 del 20/12/2017

Visti:

- il verbale del Consiglio di Amministrazione della DTEmilvia n. 18 del 1^a giugno 2018 che prende atto della nomina del Direttore, dott. Pierangelo Romersi a far tempo dal 1^a luglio 2018 e prorogato con Determinazione del Dirigente della Provincia di Piacenza n. 645 del 14/06/2019 fino al 30 giugno 2021
- la Determinazione del Direttore n. 25 del 03/07/2019 con la quale si pubblica la convenzione per la gestione delle attività intercorrenti tra la DTEmilvia e la Provincia di Parma

Dato atto che:

- la D.G di N. 786 del 05/06/2017 “L.R. 4/2016 E S.M. ART. 5 - Modalità, procedure e termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promocommercializzazione turistica” e successive integrazioni stabilisce che su richiesta delle Destinazioni Turistiche, il Dirigente regionale competente in materia di Turismo provvede a liquidare lo stato di avanzamento, previo invio da parte delle stesse di un atto amministrativo col quale si certifica:
 - per il Programma di promo-commercializzazione turistica, l'ammontare delle obbligazioni assunte fino a quel momento dalla Destinazione Turistica, per l'importo richiesto;
 - per il Programma Turistico di Promozione Locale, la certificazione della sussistenza della condizione di esigibilità, acquisita dalla Destinazione Turistica interessata e relativa alla gestione dei servizi e alla realizzazione di progetti, azioni, iniziative ricomprese nell'ambito dei Servizi turistici di base dei Comuni e delle Unioni dei Comuni e dei Progetti di Promozione Turistica di interesse locale.

Considerato che:

- con Delibera di Giunta Regionale n. 2086 del 18/11/2019 la Regione Emilia Romagna ha provveduto ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2020 e definire i budget relativi e alla DT Emilia a cui sono stati assegnati e concessi contributi per la realizzazione dei Programmi di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T.) e Programmi Turistici di Promozione Locale (P.T.P.L.) per l'anno 2020 - prima tranche - così come segue:
 - € 200.000,00 per il P.P.C.T.;
 - € 200.000,00 per il P.T.P.L.,
- con Delibera di Giunta Regionale n. 303 del 06/04/2020 sono stati assegnati e concessi ulteriormente alla DTEmilìa, contributi per la realizzazione dei Programmi di Promocommercializzazione Turistica (P.P.C.T.) e Programmi Turistici di Promozione Locale (P.T.P.L.) per l'anno 2020 - seconda tranche - così come segue:
 - € 205.000,00 per il P.P.C.T.;
 - € 200.000,00 per il P.T.P.L.,
- con Delibera di Giunta Regionale n. 853/2020 sono state assegnate risorse alle Destinazioni Turistiche ed in particolare alla DTEmilìa è stato assegnato un importo di € 54.000,00 pari al 10% dell'importo disponibile (utilizzo di quote di avanzo svincolate);
- ulteriore assegnazione € 7.900,00;
- il totale dei contributi concessi dalla Regione Emilia-Romagna per l'anno 2020 ammonta pertanto ad € 866.900,00;

Richiamate:

- la Delibera dell'Assemblea dei soci della DTE n. 2 del 22/07/2019 che approva il Programma annuale delle attività turistiche 2020 della DT EMILIA che comprende a sia il Programma turistico di promozione locale sia il Programma di promocommercializzazione turistica
- la successiva in delibera dell'Assemblea dei soci del 29/07/2020 che approva la variazione del programma 2020;

Dato atto che le azioni prioritarie che vengono delineate dal documento presentato, sono sinteticamente riassunte in 4 schede progetto:

- EMILIA2020 – Parma città italiana della cultura 2020 – progetti mirati a specifici prodotti costo 151.000,00 euro;
- GESTIONE E PROMOZIONE RETI DI PRODOTTO – Food & Wine, Cultura e Castelli,

- Outdoor e Terme - costo in 120.000,00 euro;
- o Attività di comunicazione web e social – costo 130.450,00 euro;
- o Partecipazione a Fiere e workshop - costo 59.000,00 euro.

Ritenuto:

- di approvare:
 - o la relazione a consuntivo della parte del programma di promocommercializzazione 2020 già realizzata (allegato 1) quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
 - o la rendicontazione contabile relativa, come da tabella allegata, quale parte integrante e sostanziale del presente atto (allegato 2);
- di rendicontare la somma complessiva di € 130.322,61 i cui € 115.912,31 e cofinanziamento della Regione Emilia-Romagna ed € 14.410,30 quali fondi propri della DT Emilia;
- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione della quota di € 115.912,31 quale acconto del cofinanziamento regionale del programma di promocommercializzazione turistica 2020;
- dare atto che, con Determinazione del Direttore n. 42 del 28/10/2020 sono stati impegnati i fondi destinati al PTPL 2020 e da una verifica effettuata, lo stato di avanzamento dei progetti presentati sul PTPL consente di richiedere un acconto del 75% del finanziamento;
- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna la liquidazione della quota di € 312.337,50 quale acconto del cofinanziamento regionale del Programma di promozione turistica locale (PTPL) 2020.

Dato atto altresì che:

- è stato approvato il bilancio 2019-2021 della DT Emilia con atto 1496/2018 e il PEG 2019 aggiornato nella seduta del CDA del 20/05/2019;
- è stato individuato un unico responsabile, ovvero il sottoscritto direttore

Visti:

- lo Statuto dell'Ente;
- la L.R. 4/2016 "Ordinamento Turistico Regionale";
- il Piano di promocommercializzazione 2019;
- il T.U.E.L.;
- il D.Lgs 118/2011

DETERMINA

- di approvare:
 - o la relazione a consuntivo della parte del programma di promocommercializzazione 2020 già realizzata (allegato 1) quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
 - o la rendicontazione contabile relativa come da tabella allegata quale parte integrante e sostanziale del presente atto (allegato 2);
- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna, per le ragioni espresse in premessa, la liquidazione della quota di € 115.912,31 quale acconto del cofinanziamento regionale del programma di promocommercializzazione turistica (PPCT) 2020;
- di richiedere alla Regione Emilia-Romagna, per le ragioni espresse in premessa, la liquidazione della quota di € 312.337,50, quale acconto del cofinanziamento regionale del

Programma di promozione turistica locale (PTPL) 2020;

- di provvedere alla trasmissione di tutta la documentazione comprovante le spese sostenute alla Regione Emilia Romagna, al fine della liquidazione della prima parte del cofinanziamento regionale;
- di trasmettere il presente atto al Servizio Turismo, Commercio e Sport della Regione Emilia Romagna;
- di pubblicare la presente determinazione avvalendosi della procedura informatizzata della Provincia di Parma, come da convenzione.

Sottoscritta dal Responsabile
(ROMERSI PIERANGELO)
con firma digitale



VISTO DI REGOLARITA' CONTABILE

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA (P.P.C.T) 2020 E PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L) 2020 – STATO AVANZAMENTO E RICHIESTA ACCONTO

Visto in ordine alla regolarità contabile attestante la copertura finanziaria (comma 4 dell'art. 151 del T.U.E.L. - D.Lgs 267/2000)

Il Responsabile
ROMERSI PIERANGELO
(firmato digitalmente)

ALLEGATO 1

RELAZIONE RELATIVA AL PROGRAMMA DI PROMOCOMERCIALIZZAZIONE 2020 PRIMA PARTE

Il programma di promocommercializzazione anche per il 2020 è stato articolato in quattro schede che rispecchiavano gli obiettivi prioritari della Destinazione Emilia e che riportavano la seguente ripartizione della risorse disponibili comprensive delle maggiori entrate assegnate dalla Regione Emilia-Romagna:

1.1 EMILIA2020 – Parma città italiana della cultura 2020 – progetti mirati a specifici prodotti	151.000,00
1.2 GESTIONE E PROMOZIONE RETI DI PRODOTTO – Food & Wine, Cultura e Castelli, Outdoor e Terme	120.000,00
1.3 ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL	130.450,00
1.4 PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	59.000,00
1. SUB TOTALE PROGRAMMA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE	460.450,00
SPESE GENERALI PER LA GESTIONE DEL PROGRAMMA 10% di 1.	46.000,00
TOTALE	506.450,00

La strategia di marketing che Destinazione Turistica Emilia ha scelto di utilizzare è il Content Marketing. Esso ha lo scopo di attrarre utenti tramite la creazione e la diffusione di contenuti pertinenti. Tali contenuti non devono per forza avere carattere pubblicitario, ma solo informativo e/o illustrativo. La corsa ad attirare l'attenzione si vince con i contenuti, attraverso i quali raggiungere e stimolare l'interesse di potenziali clienti.

Gli strumenti di marketing da utilizzare sono fondamentalmente: - Social media - Web/blog - Digital SEM.

L'obiettivo operativo è quello di comunicare le proposte di prodotto, ovvero delle Reti di Prodotto per ispirare e invogliare i potenziali turisti ad andare alla scoperta di Emilia, a partire dalle tematiche e dalle proposte che le reti proporranno. Operativamente, Destinazione Emilia ha lavorato intensamente nella creazione di contenuti testuali, ma soprattutto con immagini che comunichino e ispirino in merito alle esperienze che i turisti potranno vivere partecipando alle proposte che la Rete mette sul mercato.

I contenuti sono stati distribuiti attraverso gli account social di visitemilia in modo costante e con cadenza settimanale.

La scelta dell'utilizzo dei social media risiede nel fatto che essi sono lo strumento ideale per ispirare e richiamare l'attenzione. Inoltre, Il turista è una persona con un profilo e con bisogni specifici, che generalmente segue gli argomenti e i temi di suo interesse nei social media. La scelta di operare attraverso il Content Marketing consente di:

- Creare fiducia nei confronti della destinazione: mitigare i rischi e i dubbi
- Generare Lead: attirare traffico verso il sito web
- Lead nurturing: creare abitudine verso la destinazione
- Lead scoring: posizionarsi nel ranking dei motori di ricerca ed essere visibile I benefici del Content Marketing:
 - Permette di connettersi con il pubblico di riferimento: contenuti specifici indirizzati a potenziali clienti in funzione dei loro gusti
 - Crea un rapporto di fiducia
 - Crea engagement: l'integrazione generata crea una community intorno alla destinazione

- Influisce sul processo decisionale: un buon contenuto rafforza l'opinione
- Aumenta notorietà e visibilità: un contenuto rilevante viene ridistribuito dagli utenti L'operatività che Destinazione Emilia dovrà mettere in atto dovrà avere i seguenti obiettivi:
 - Essere riconosciuti come destinazione adatta ai bisogni del mercato: incrementare l'awareness del brand Emilia
 - Ispirare e sedurre: creare interesse verso il prodotto-destinazione a partire dall'interesse del potenziale turista (food, wine, outdoor, cultura, ecc.), crescono attesa e fan, curiosità e volontà di scoprire la destinazione
 - Mantenere i rapporti con turisti-clienti già acquisiti in modo positivo: serve a ricordare loro la destinazione
 - Attrarre nuovi turisti e incrementare il business della destinazione: si creano contenuti e si distribuiscono le attrattive e le proposte dei membri della rete
 - Incrementare l'audience della destinazione: un buon contenuto migliora l'immagine della 11 destinazione e migliora l'impatto della comunicazione

Si riporta di seguito una descrizione dei singoli progetti riferita alla prima parte del 2020.

1°PROGETTO EMILIA2020 – Parma città italiana della cultura 2020 – progetti mirati a specifici prodotti

Il riconoscimento di Parma quale città italiana della cultura 2020 e il protocollo d'intesa tra Destinazione Turistica Emilia, le tre città capoluogo, Parma, Piacenza e Reggio Emilia, e la Regione Emilia Romagna per l'attuazione di attività congiunte, aveva creato molte aspettative in Destinazione Turistica Emilia, soggetto ideale per il coordinamento di progetti di promozione turistica che dovevano favorire una migliore strutturazione del territorio per l'accoglienza e il soggiorno dei turisti.

L'emergenza epidemiologica Covid 19 e il conseguente forzato arresto di tutte le attività da febbraio a maggio ha stravolto tutte le attività soprattutto quelle turistiche che hanno subito una ripercussione terribile e un danno economico rilevante.

Il Consiglio di Amministrazione e la Cabina di Regia hanno tuttavia ritenuto di proseguire le attività di promozione con articoli sui giornali una newsletter dedicata, costante e assidua attività sui social e comunicati per migliorare la conoscenza dei territori e della DT Emilia in vista della ripartenza autunnale.

La cabina di Regia nell'incontro on line del 24 aprile ha condiviso una strategia di rilancio del turismo in Appennino in quanto a seguito all'emergenza sanitaria epidemiologica COVID-19, il mercato turistico chiedeva soprattutto vacanze slow, a contatto con la natura e in luoghi ancora poco frequentati. E' stato formato un Tavolo di coordinamento dell'Appennino di Emilia con Parchi del Ducato, Gal del Ducato, Gal dell'Appennino reggiano, Parco dell'Appennino Tosco Emiliano e Presidenti delle Unioni dei Comuni montani che ha condiviso il percorso di promozione e si è deciso quindi di attivare una campagna di comunicazione rivolta in particolare alla popolazione residente in Emilia e zone limitrofe, da intercettare sulla carta stampata che insiste sul territorio e attraverso una campagna social (sponsorizzazioni Facebook e Instagram) rivolti agli emiliani e alle province limitrofe. Sono state richiesti preventivi a Gazzetta di Parma, Gazzetta di Reggio, Liberà e Resto del Carlino e sono state realizzate nell'estate/autunno 2020 10 uscite per ciascun quotidiano con un'immagine coordinate e apposta proposta grafica+ due inserti su Repubblica e QN Quotidiano Nazionale (testi delle uscite allegati).

Sono state rendicontate le fatture già liquidate restano da rendicontare le ultime uscite di cui manca ancora fattura.

Inoltre Parma sarà Capitale della Cultura anche nel 2021. La decisione di prorogare la nomina di un anno è stata presa dal Governo e inserita nel decreto "Rilancio", quindi il 2021 potrebbe essere l'anno della ripresa e della riscoperta del territorio emiliano e delle sue eccellenze ed in quest'ottica si sta lavorando assiduamente per programmare e promuovere al meglio gli eventi di Parma 2020+ 2021 e di conseguenza di Emilia 2020+ 2021

Ulteriori informazioni sulla attività svolte e programmate sono reperibili sul sito www.visitemilia.com

che viene costantemente aggiornato.

Totale spese sostenute € 19.022,39

2° PROGETTO: GESTIONE E PROMOZIONE RETI DI PRODOTTO – Food & Wine, Cultura e Castelli, Outdoor e Terme

Già dal febbraio 2019 Destinazione Emilia ha iniziato il cammino di strutturazione delle Reti di prodotto Food&Wine, Cultura e Castelli, Outdoor e Terme. La prima Rete conta 243 aderenti, la Rete Cultura e Castelli 143 aderenti, la Rete Outdoor e Terme è stata recentemente attivata e sono in corso le adesioni. In particolare si è collaborato con APT Servizi per la costituzione del prodotto turistico “Terre di Canossa” intorno al percorso del Cammino denominato “Via Matildica del Volto Santo” ed inoltre in corso la collaborazione con vari attori del territorio per analoghe attività intorno alla Via Francigena. E’ proseguita l’attività di gestione e coordinamento dei tavoli affidato alla ditta Mediagroup 98. Sono inoltre state siglate due convenzioni con il Gal del Ducato per la gestione di due progetti per la promozione turistica dell’Appennino.

Nel periodo del lockdown sono state progettate e realizzate giornate di formazione delle Reti rivolte agli aderenti, per strutturare una rete di contatti più trasversale possibile anche in collaborazione con le Associazioni di Categoria. Si allegano i programmi delle giornate e materiali realizzati

Totale spese sostenute € 38.178,68

3° PROGETTO ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL

La soddisfazione è alla base della reputazione, che a sua volta è la base del marketing della destinazione. Pertanto, si ritiene fondamentale la gestione della soddisfazione del cliente per assicurare l’attrattività. Ne risulta che la Destinazione Emilia deve stabilire dei meccanismi di monitoraggio e seguire attentamente il livello generale di soddisfazione dei turisti nella destinazione Emilia. Si è resa necessaria, di conseguenza, l’elaborazione di un barometro sulla customer satisfaction realmente efficiente e che rifletta il livello globale di soddisfazione da parte dei turisti. Le esperienze, le opinioni e gli atteggiamenti dei turisti, nel processo di condivisione online, sono dei fattori che determinano l’immagine della destinazione e la sua reputazione. È da non sottovalutare, inoltre, il fatto che la credibilità e la reputazione del territorio orientano e condizionano ogni segmento di domanda turistica, che, in linea con le proprie aspettative ed interessi, effettua delle valutazioni per poi concretizzare il suo processo decisionale nella scelta della destinazione. Le analisi di reputazione sono lo strumento più adatto per valutare l’indice di soddisfazione dei turisti, perché essi, con i contenuti che pubblicano nei propri profili social, le immagini e anche con le recensioni su hotel, B&B, agriturismi, musei, ristoranti, ecc., oltre che sulle attrattive e le attività, permettono di valutare il grado di soddisfazione che può essere considerato anche il livello di reputazione. Il vantaggio nell’utilizzare questa formula è l’automatizzazione, ovvero l’informazione è ricavabile attraverso sistemi informatici che forniscono informazioni utili per valutare il grado di soddisfazione. Si è pertanto scelto di affidare ad un operatore specializzato il monitoraggio ed è stata individuata la ditta THE DATA APPEAL COMPANY SPA che ha prodotto i primi report e consente aggiornamenti periodici.

Sono inoltre proseguite le attività di comunicazione sugli Album di Repubblica ed è stata realizzata una specifica guida per il mercato francese.

Totale spese sostenute € 48.355,00

4° PROGETTO: PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP

Forzata inattività del periodo primaverile ed estivo causata dall’emergenza Covid 19 ha portato all’annullamento o allo slittamento di tutte le fiere del periodo, sono recentemente riprese le attività con workshop e fiere pur con molta cautela e attività online.

Destinazione Turistica Emilia ha attivato un proprio stand presso Salone del Camper a Parma dal 12 al 20 settembre e confermato la presenza anche il TTG di Rimini che si svolgerà in modalità "Semi-virtuale" e il WTM di Londra;

Dall'11 al 13 settembre si è svolto, sempre a Rimini, l'Italian Bike Festival, punto di riferimento per il mercato della bici che con anteprime, test, show & performance, meetup, experience e intrattenimento, richiama appassionati e grande pubblico. Emilia era presente con un proprio stand e con la partecipazione del Consigliere Pavesi e del Sindaco Nicola Cesari, che con un intervento pubblico, ha raccontato il territorio di Emilia, inoltre già lo scorso agosto, dal 25 al 30, si è svolto a Rimini l'UlisseFest un festival del viaggio di Lonely Planet organizzato dalla casa editrice EDT, partner unico di Lonely Planet in Italia.

Il festival è un'occasione per guardare oltre i nostri confini, non solo geografici, e per ragionare sul mondo e in particolare il 28 agosto si è tenuto un seminario dal titolo "Tesori ed eccellenze tra Adriatico ed Appennino" in collaborazione con APT Servizi per promuovere un itinerario attraverso le eccellenze dell'Emilia Romagna, alla ricerca di esperienze, emozioni e sapori che impreziosiscono il viaggio, sono stati individuati alcuni testimonial in grado di suscitare interesse per i territori coinvolti e per l'appennino emiliano è stato scelto il giornalista Davide Rampello che ha fatto un intervento dal titolo "Viaggio tra le dolci colline e i castelli di Emilia" per l'intervento sopracitato è stato corrisposto il relativo compenso.

Infine la Destinazione Turistica Emilia ha partecipato nei giorni 25, 26 e 27 settembre all'evento di presentazione del progetto "Il corridoio verde dell'Emilia-Romagna": progetto che ha l'obiettivo di mettere a dimora nell'arco di 5 anni, 4 milioni e mezzo di alberi. La DT Emilia collaborato alla realizzazione dell'iniziativa e del workshop con la fornitura di materiale in linea con la missione green dell'evento, e ha commissionato:

- n 250 segnalibri realizzati con speciale carta biodegradabile e semi (i semi sono incorporati nella carta e il segnalibro si può piantare direttamente in vaso). Dimensioni 18x5,5, spessore 1 mm;
- n°500 mascherine interamente personalizzate con il logo di EMILIA;
- sfondo in cartone predisposto per la realizzazione di selfie con loghi;
- junior page su Gazzetta di Parma del 24/9 per promuovere le iniziative.

Totale spese sostenute € 12.919,03

ALLEGATO 2

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - PIANO DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE 2020 - RENDICONTAZIONE CONTABILE ACCONTO

Num. Mandato	Data	Obiettivo del piano di promocommercializz.	Descrizione attività	Fornitore	Importo da rendicontare	GIA RENDICONTATO
116	03/08/2020	EMILIA2020 – PARMA CITTA' ITALIANA DELLA CULTURA 2020 - PROGETTI MIRATI A SPECIFICI PRODOTTI	PACCHETTO 10 USCITE PUBBLICATE SU LIBERTA' DI PIACENZA QUOTA PARTE GIA' LIQUIDATA	ALTRIMEDIA	1.592,41	
137	03/09/2020				3.975,21	
151	02/10/2020				1.592,41	
118	03/08/2020	EMILIA2020 – PARMA CITTA' ITALIANA DELLA CULTURA 2020 - PROGETTI MIRATI A SPECIFICI PRODOTTI	PACCHETTO 10 USCITE PUBBLICATE SU RESTO CARLINO+PUBBLICAZIONE SU ITINERARI, L'APPUNTAMENTO MENSILE DI QN- QUOTIDIANO NAZIONALE QUOTA PARTE GIA' LIQUIDATA	SPEED PUBBLICITA' EDITORIALE	296,46	
139	03/09/2020				2.958,50	
153	06/10/2020				313,54	
119	03/08/2020	EMILIA2020 – PARMA CITTA'			200,00	
120	03/08/2020				100,00	

133	26/08/2020	ITALIANA DELLA CULTURA 2020 - PROGETTI MIRATI A SPECIFICI PRODOTTI	PACCHETTO 10 USCITE PUBBLICATE SU SULLA GAZZETTA DI PARMA	GAZZETTA DI PARMA	200,00	
138	03/09/2020				200,00	
146	23/09/2020				100,00	
121	03/08/2020				976,00	
130	26/08/2020	EMILIA2020 – PARMA CITTA' ITALIANA DELLA CULTURA 2020 - PROGETTI MIRATI A SPECIFICI PRODOTTI	PACCHETTO 10 USCITE PUBBLICATE SU SULLA GAZZETTA DI REGGIO E DI UNA PAGINA INTERA A COLORI DA PUBBLICARE SU REPUBBLICA: EMILIA ROMAGNA- I CAMMINI QUOTA PARTE GIA' LIQUIDATA	A. MANZONI	1.098,00	
136	03/09/2020				2.445,56	
147	23/09/2020				486,15	
150	01/10/2020				486,15	
132	26/08/2020	EMILIA2020 – PARMA CITTA' ITALIANA DELLA CULTURA 2020 - PROGETTI MIRATI A SPECIFICI PRODOTTI	REALIZZAZIONE DI PROPOSTE GRAFICHE ED EVENTUALI REVISIONI SIA DI ADATTAMENTI SOCIAL FB E INSTAGRAM COVER FB, POST FB, IMMAGINE INSTAGRAM, COVER SITO O SIMILI	NICOISE DI FRANCESCA PAVESE	2.002,00	
					19.022,39	
copia informatica per		consultazione				

90	18/05/2020		FORMAZIONE A DISTANZA PER GLI OPERATORI DELLE RETI DI PRODOTTO	FTOURISM E MARKETING	1.015,04	
94	08/06/2020	GESTIONE E PROMOZIONE RETI DI PRODOTTO – FOOD&WINE - CULTURA E CASTELLI - OUTDOOR E TERME	FORMAZIONE A DISTANZA PER GLI OPERATORI DELLE RETI DI PRODOTTO - INTEGRAZIONE	FTOURISM E MARKETING	610,00	
134	26/08/2020	GESTIONE E PROMOZIONE RETI DI PRODOTTO – FOOD&WINE - CULTURA E CASTELLI - OUTDOOR E TERME	FORMAZIONE A DISTANZA PER GLI OPERATORI DELLE RETI DI PRODOTTO	ROBERTA MILANO	380,64	
117	03/08/2020	GESTIONE E PROMOZIONE RETI DI PRODOTTO – FOOD&WINE - CULTURA E CASTELLI - OUTDOOR E TERME	GESTIONE RETE DI PRODOTTO FOOD E WINE	MEDIAGROUP98	36.173,00	
					38.178,68	
92	01/06/2020	ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL	COMUNICAZIONE TURISTICA , PROMOZIONE DELLE RETI E DI EMILIA 2020 DELLA DTEMILIA	A. MANZONI	20.740,00	
135	03/09/2020	ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE E WEB	FORNITURA DI UNA PIATTAFORMA PER LA VALUTAZIONE DEL "SENTIMENT" DEGLI UTENTI DI STRUTTURE E ATTRAZIONI DI DTEMILIA	THE DATA APPEAL COMPANY SPA	11.895,00	
154	06/10/2020	ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE E WEB	FORNITURA DI UNA PIATTAFORMA PER LA VALUTAZIONE DEL "SENTIMENT" DEGLI UTENTI DI STRUTTURE E ATTRAZIONI DI DTEMILIA	THE DATA APPEAL COMPANY SPA	11.895,00	

140	08/09/2020	ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE, WEB E SOCIAL	REALIZZA LA GUIDA CARTACEA E ON LINE CHIAMATA "EMILIE ROMAGNE 2020-2021"	PETIT FUTE'	3.825,00	
		totale			48.355,00	
52	23/03/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	SPEDIZIONE MATERIALE FIERE	TRADING POST	475,80	
155	07/10/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	FORNITURA E ALLESTIMENTO STAND PER MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	FIERE DI PARMA	7.320,00	
156	07/10/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	INTERVENTO PER SUSCITARE INTERESSE PER I TERRITORI DELL'APPENNINO EMILIANO	RAMPELLO DAVIDE	2.030,08	
33	27/02/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	RIMBORSO SPESE PER PARTECIPAZIONE A FIERE	DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA	339,18	
145	17/09/2020				77,90	
167	28/10/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	WORKSHOP IL CORRIDORIO VERDE DELL'EMILIA-ROMAGNA SEGNALIBRI CON LOGO	ABC MARKETING SRL	370,27	
168	28/10/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	WORKSHOP IL CORRIDORIO VERDE DELL'EMILIA-ROMAGNA MASCHERINE CON LOGO	IDEAMARKETING	1.573,80	
169	28/10/2020	PARTECIPAZIONE A FIERE E WORKSHOP	WORKSHOP IL CORRIDORIO VERDE DELL'EMILIA-ROMAGNA PROMOZIONE DELL'EVENTO SU GAZZETTA DI PARMA	PUBLIEDI	732,00	
		totale			12.919,03	
					118.475,10	
		spese generali massimo 10%			11.847,51	
totale progetti					130.322,61	

