



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

DETERMINAZIONE

n. 7 / 2019 del 28/02/2019

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA ; PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISICA LOCALE (PTPL) 2018 RIDISTRIBUZIONE ECOMOMIE E APPROVAZIONE RENDICONTAZIONE FINALE

Sottoscritta con firma digitale dal Responsabile ROMERSI PIERANGELO.

IMPRONTE

testo determina.pdf
05BB0D6CE87E8F010E66DC1F4C5BBA6DAF0B0BBFF52D259042BD767311BF3201311E93DA822F3AC33AE76519ABD0A3D872
B8742041208D0752518335491AD1C2
conto consuntivo ptpl 2018 allegato 1).doc
3BA3CEB2AB30469B7AF21035AE4AAB7344A4F14FD99A18410B8B95BD61E5AF381DAD886A666A6C8CF7EAD735874A9788E3
5FDE9574C264F670A1E751AC3E5251
relazione finale ptpl 2018 allegato 2.doc
85BE061CED13BE78FC569EA3E596CAC03D33CE9BBCAC7D1C76838DABAF1CD9E297BFC0377FCF871D8ACD671B3C8A1D71
F93D3DE6538B3D0299DC4885FC71CF9C



DETERMINAZIONE

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA – PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (PTPL) 2018 RIDISTRIBUZIONE ECONOMIE E APPROVAZIONE RENDICONTAZIONE FINALE

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;

Visto:

- il verbale del Consiglio di Amministrazione della DTEmiliana 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;
- la Determinazione Dirigenziale della Provincia di Parma n. 684 del 09/07/2018 con la quale si approva una convenzione per la gestione delle attività intercorrenti tra i due Enti;

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” stabilisce che per la rendicontazione dei progetti relativi ai PTPL le Destinazioni turistiche I producano un apposito atto amministrativo contenente, una Relazione tecnico-finanziaria dalla quale risultino gli obiettivi raggiunti e i singoli progetti realizzati, suddivisa in due sezioni distinte:

- Sezione 1: Rendicontazione a consuntivo del Programma di promo-commercializzazione

turistica;

- Sezione 2: Rendicontazione del Programma Turistico di Promozione Locale.
- un conto consuntivo, redatto per ogni progetto compreso nelle due sopracitate sezioni, dal quale risultino gli importi delle spese effettivamente sostenute dai soggetti attuatori;

Richiamata la Delibera dell'Assemblea dei soci della DTE n. 10 del 03/10/2017 che approva il Programma annuale delle attività turistiche della DT EMILIA che comprende anche il PTPL 2018 e designa la Commissione Tecnica composta dal personale tecnico e amministrativo per la valutazione dei progetti del PTPL 2018;

Considerato che:

- con Delibera di Consiglio di Amministrazione n. 5 del 27/11/2017 è stata approvata la graduatoria del Programma Turistico di Promozione Locale 2018 della DTEMLIA;
- con Delibera dell'Assemblea dei soci n. 14 del 14/12/2017 è stata approvata la graduatoria delle domande e relativi punteggi dei progetti presentati per il PTPL 2018;
- il medesimo atto stabilisce che le quote di cofinanziamento da assegnare ai singoli progetti verranno approvate con apposito atto di utilizzo solo in base alle risorse effettivamente assegnate dalla Regione per il PTPL 2018;
- con nota NS prot. PEC n. 5364 del 01/03/2018 e con Delibera Giunta Regionale n. 270 del 26/02/2018, la Regione Emilia Romagna ha provveduto a trasmettere i budget per la realizzazione dei programmi annuali di attività delle Destinazioni Turistiche (PTPL 2018) e a modificare parzialmente le procedure relative ai programmi di promocommercializzazione turistica (PPCT 2018), e precisamente per la DTEmlia sono stati assegnati € 810.850,00;
- con Verbale del Consiglio di Amministrazione n. 16 del 04/04/2018 è stata approvata l'ipotesi di riparto relativa al PTPL 2018 per una somma complessiva di € 810.850,00;
- con Delibera di Giunta Regionale n. 601 del 23/04/2018 "Integrazione budget finanziari 2018 e approvazione programmi annuali delle attività turistiche 2018 delle destinazioni turistiche" è stata assegnata alla DTEmlia la somma di € 422.000,00
- con Determina Regionale n. 7122 del 15/05/2018 avente per oggetto: "Concessione contributi per la realizzazione dei programmi di promo-commercializzazione turistica 2018 delle Destinazioni Turistiche - Concessione trasferimenti per la realizzazione dei programmi turistici di promozione locale per l'anno 2018 a enti vari - impegno di spesa" è stata attribuita alla Destinazione Turistica Emilia la somma di € 810.850,00 così suddivisa:
 - € 422.000,00 al Programma turistico di promozione locale 2018 (PTPL);
 - € 388.850,00 al Programma di promo-commercializzazione turistica 2018 (PPCT);
- che i soggetti beneficiari dovevano presentare alla DTEmlia entro il 31/01/2019 una dettagliata relazione con illustrazione delle azioni svolte, i risultati conseguiti con la documentazione attestante il completamento del progetto e il bilancio consuntivo comprovante le spese sostenute;
- che la Destinazione Turistica Emilia in sede di liquidazione può accertare eventuali irregolarità o significative variazioni nelle singole voci di spesa rispetto al costo di progetto approvato e procedere all'eventuale riduzione o revoca del contributo stesso;
- con la determinazione del Direttore della Destinazione Turistica Emilia n. 930/2018 del 18/09/2018 che approva la graduatoria di utilizzo fondi per il PTPL 2018 e impegna la spesa per l per un importo di € 422.000,00 attribuiti con segue;:
 - Filone 1 (Servizi turistici di Base) - complessivi € 269.447,82;
 - Filone 2 (Iniziative di promozione turistica locale) - complessivi € 152.552,18;

Dato atto che.

- al punto 9 del citato bando "Utilizzo di eventuali economie" è stabilito che eventuali economie di spesa saranno finalizzate al rafforzamento di progetti, azioni, iniziative già previste dal Programma Annuale delle Attività Turistiche della Destinazione Turistica Emilia oppure per la realizzazione di nuovi progetti, azioni, e iniziative coerenti con le Linee Strategiche per lo sviluppo dell'attività di promo-commercializzazione turistica della Destinazione Turistica Emilia.

- che il Comune di Viano (Reggio Emilia), relativamente al PTPL 2018 Ambito 2, con nota NS prot. n. 17595 del 02/07/2018 ha rinunciato al contributo pari ad € 6.131,10;
- il comune di Rivergaro (Piacenza) relativamente al PTPL 2018 Ambito 2, con nota NS prot. n. 34131 del 19/12/2018 ha rinunciato al contributo pari ad € 2,625,00;
- l'Unione Valnure e Valchero (Piacenza) relativamente al PTPL 2018 Ambito 2, con nota NS prot. n. 4423 del 14/02/2019 ha rinunciato al contributo pari ad € 4.200,00;
- la Strada dei vini e sapori dei colli piacentini (Piacenza) relativamente al PTPL 2018 Ambito 2, con nota NS prot. n. 32050 del 03/12/2018 ha rinunciato al contributo pari ad € 8.510,00;
-

Considerato che:

- il bando del PTPL 2018 prevedeva di formare tre distinte graduatorie una per ciascuna provincia e assicurare ai tre territori l'ammontare del cofinanziamento pari a quanto destinato alle Province per l'anno 2017;
- che alcuni soggetti hanno rendicontato un importo inferiore rispetto a quello ammesso e alcune spese non sono state ritenute ammissibili;
- i nuovi principi contabili impongono una rigida ripartizione nella gestione dei residui e non è possibile redistribuire appieno le economie realizzate;

Ritenuto:

- di approvare le rendicontazioni a consuntivo e le ripartizioni dei contributi, sia per l'ambito 1 e l'ambito 2 come da tabella (allegato 1) quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
- di considerare gli obiettivi prefissati dal PTPL 2018 della Destinazione Turistica Emilia raggiunti e i progetti in generale realizzati rispettando le linee strategiche indicate;
- di approvare la relazione tecnica (allegato 2) parte integrante del presente atto,
- utilizzare le risorse assegnate dalla Giunta regionale per la realizzazione del PTPL 2018 nel seguente modo:
 - Filone 1 (Servizi turistici di Base) - complessivi € 266.082,60 economia € 3.365,22;
 - Filone 2 (Iniziative di promozione turistica locale) - complessivi € 136.874,28 economia di € 15.677,90
- di liquidare la somma complessiva di € 402.956,88 e riscontrare un'economia complessiva di € 19.043,12 che si proporrà di riaccertare sul 2019 per gli interventi di promocommercializzazione di DTEmlia;

VISTI gli atti prodotti dai singoli soggetti beneficiari e la relazione consuntiva di ogni singolo progetto rientrante nei citati Filoni 1 e 2;

Dato atto altresì:

che è stato approvato il bilancio 2019-2021 della DT Emilia con atto 1496/2018 e il PEG 2019 con verbale n 1/2019 e che comunque è stato individuato un unico responsabile, ovvero il sottoscritto direttore;

Considerato che il presente atto non necessita del parere di regolarità contabile in quanto le risorse sono già state individuate e sono indicate come residui 2018;

Visti:

- lo Statuto dell'Ente e Regolamento di organizzazione e contabilità;
- 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 il conto consuntivo (allegato 1) la relazione tecnica (allegato 2), allegati e parte integrante del presente atto, dai quali risulta 'utilizzo delle risorse assegnate dalla Giunta Regionale per la realizzazione del PTPL 2018 per € 402.956,88 e un 'economia di € € 19.043,12 che si proporrà di riaccertare per il 2019;
- di confermare e rendicontare a consuntivo la spesa complessiva di € 402.956,88 impegnata ,con atto del direttore n 930/2018, come segue:
 - quanto a € 311.229,40 al capitolo 10100/0 (Trasferimenti correnti ai Comuni per PTPL) Titolo 1 (Spese correnti), Cod Missione 7 (Turismo), Cod Programma 1 (Sviluppo e valorizzazione del Turismo), Cod Bilancio U.1.04.01.02.003 (Trasferimenti correnti a Comuni), del bilancio 2018;
 - quanto a € 80.054,78 al capitolo 10100/0 (Trasferimenti correnti ai Comuni per PTPL) Titolo 1 (Spese correnti), Cod Missione 7 (Turismo), Cod Programma 1 (Sviluppo e valorizzazione del Turismo), Cod Bilancio U.1.04.01.02.005 (Trasferimenti correnti a Unioni di Comuni), del bilancio 2019 residui 2018;
 - quanto a € 5.541,60 al capitolo 10101/0 (Trasferimenti correnti a Privati per PTPL) Titolo 1 (Spese correnti), Cod Missione 7 (Turismo), Cod Programma 1 (Sviluppo e valorizzazione del Turismo), Cod Bilancio U.1.04.04.01.001 (Trasferimenti correnti a Istituzioni sociali private), del bilancio 2019 residuo 2018;
 - quanto a € 6.131,10 al capitolo 10067/0 (Servizi per la comunicazione turistica DTE) Titolo 1 (Spese correnti), Cod Missione 7 (Turismo), Cod Programma 1 (Sviluppo e valorizzazione del Turismo), Cod Bilancio U.1.03.02.99.999 (Altri servizi diversi n.a.c.), già liquidati nel bilancio 2018;
- di trasmettere il presente atto al Servizio Turismo e Commercio della Regione Emilia Romagna anche al fine della liquidazione del saldo del contributo e dei successivi adempimenti;
- di dare atto infine che per il sottoscritto non sussistono le condizioni di conflitto d'interesse ex art 6 bis della Legge 241/1990, come introdotto dalla Legge 190/2012.
- di avvalersi della procedura informatica della Provincia di Parma per la pubblicazione della presente determinazione.

Il Responsabile
ROMERSI PIERANGELO
(firmato digitalmente)

Destinazione Turistica Emilia (Province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia)

ALLEGATO 1

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2018

AMBITO 1 — PROVINCIA DI PIACENZA

COMUNE CAPOFILA	IAT/UIT	IMPORTO AMMESSO	IMPORTO RENDICONTATO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Unione Valnure Valchero	IAT di Grazzano Visconti	47.000,00	39.163,89	9.870,00
Castell'Arquato	IAT-R di Castell'Arquato e Val d'Arda	73.000,00	73.000,00	15.330,00
Bobbio	IAT di Bobbio	53.000,00	53.000,00	11.130,00
Piacenza	IAT di Piacenza	95.000,00	95.000,00	19.950,00
Totale		268.000,00	260.163,89	56.280,00

Minore rendicontazione dello Iat di Grazzano Visconti, viene comunque mantenuto lo stesso importo relativo al contributo, in quanto presenta un punteggio superiore rispetto agli altri

AMBITO 1 — PROVINCIA DI REGGIO EMILIA

COMUNE CAPOFILIA	IAT/UIT	IMPORTO AMMESSO	IMPORTO RENDICONTATO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Unione Montana dei Comuni dell'Appennino Reggiano	Unione Montana dei Comuni dell'Appennino Reggiano	77.000,00	70.269,56	35.134,78
Reggio Emilia	IAT di Reggio Emilia	62.318,00	62.318,00	22.313,85
Correggio	UIT di Correggio	43.357,00	43.357,00	9.104,97
Guastalla	UIT di Guastalla e Unione Bassa Reggiana	18.500,00	18.500,00	3.885,00
Canossa	UIT di Canossa "Le Terre Matildiche"	16.900,00	16.900,00	3.549,00
Totale		218.075,00	211.344,56	73.987,60

Economia pari ad € 3.365,22 Unione Montana dei Comuni dell'Appennino Reggiano (in graduatoria è presente una sola Unione, quindi non è possibile contabilmente redistribuire le economie)

AMBITO 1 — PROVINCIA DI PARMA

COMUNE CAPOFILA	IAT/UIT	IMPORTO AMMESSO	IMPORTO RENDICONTATO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Parma	IAT di Parma	453.355,76	384.683,22	50.000,00
Fornovo Taro	IAT di Fornovo Taro	41.150,00	34.899,53	17.449,77
Colorno	IAT di Colorno	70.194,47	63.596,05	15.052,52
Salsomaggiore Terme	IAT di Salsomaggiore Terme e Sportello di Tabiano Terme	151.000,00	151.000,00	35.740,06
Bedonia	UIT Alta Val Taro	30.000,00	27.543,45	6.519,25
Langhirano	IAT di Torrechiara	46.700,00	46.700,00	11.053,40
Totale		792.400,23	708.422,25	135.815,00

Economia pari ad € 5.108,29 ridistribuita agli iat/uit con percentuale inferiore al 50%

(IAT di Colorno, IAT di Salsomaggiore Terme e Sportello di Tabiano Terme, UIT Alta Val Taro, IAT di Torrechiara)

AMBITO 2 — PROVINCIA DI PIACENZA

SOGGETTO CAPOFILA	DESCRIZIONE PROGETTO	IMPORTO AMMESSO	IMPORTO RENDICONTATO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Strada dei vini e dei sapori dei colli piacentini	<p>“Menù di viaggio in Emilia”: 4 proposte per 4 blog/press tour da realizzarsi in 4 stagioni.</p> <p>Obiettivi: valorizzare il prodotto turistico enogastronomia per scoprire il territorio</p> <p>Azioni e strumenti: quattro blog press tour, promozione social, brevi attività formative per operatori, creazione di mini ricettario/ ebook.</p> <p>Mercati e target: mercato italiano, mercati di nicchia e storici europei (Francia e Germania da sviluppare). Target individuali italiani e stranieri, famiglie, piccoli gruppi, amanti dell’enogastronomia, T.O., cral, giornalisti, travel blogger.</p> <p>Verifica dei risultati: arrivi e presenze sul territorio, analytics.</p>	23.000,00	0,00	Rinuncia al contributo 8.510,00
Comune di Ponte dell’Olio	<p>“Alta Val Nure- natura, tradizione e social”</p> <p>Obiettivi: creazione di una comunità di potenziali visitatori attraverso i social media e web marketing.</p> <p>Azioni e strumenti: produzioni video – documentari, partecipazione ad eventi, fiere e mercati, web marketing su social media (Fb, Instagram e You Tube)</p> <p>Mercati e target: turismo escursionistico e naturalistico, coppie, famiglie tra i 25 e i 60 anni. Province e regioni confinanti</p>	17.700,00	17.700,00	8.131,05

	Verifica dei risultati: Numero di visualizzazioni dei filmati su You Tube contatti mail, analisi social.			
Comune di Bobbio	<p>“Bobbio multimediale” creazione app e tour virtuali.</p> <p>Obiettivi: attirare visitatori sul territorio e coinvolgerlo in una visita attiva della città e dei dintorni all’utilizzo delle tecnologie di ultima generazione.</p> <p>Azioni e strumenti: installazione di beacons, realizzazione di app, individuazione di percorsi multimediali con premi.</p> <p>Mercati e target: province limitrofe, Milano.</p> <p>Verifica dei risultati: rilevazione automatica degli utilizzi delle applicazioni e dei servizi.</p>	21.925,00	20.467,94	9.155,20
Unione Valnure e Valchero	<p>“Cuore Nure e Chero, un territorio da scoprire”</p> <p>Obiettivi: aumentare la presenza di turisti sul territorio concentrando le azioni nei territori geograficamente limitrofi o raggiungibili nel giro di 1 ora</p> <p>Azioni e strumenti: creazioni di un palinsesto di eventi stagionali ed iniziative da comunicare attraverso il sito web dell’unione e i canali social già attivi. Creazione di un piano editoriale per la comunicazione social.</p> <p>Realizzazione di grafiche coordinate. Campagna pubblicitaria on line.</p> <p>Mercati e target: enogastronomia, escursionismo e MTBK</p> <p>Verifica dei risultati: insights, analytics , questionari distribuiti in eventi campione, interviste agli operatori.</p>	20.000,00	0,00	Rinuncia al contributo 4.200,00
Comune di Rivergaro	<p>“Val Trebbia Val Luretta, luoghi d’acqua dolce (un video per raccontarle)” realizzazione di video promozionale e di interesse turistico</p>	12.500,00	0,00	Rinuncia al contributo 2.625,00

	<p>Obiettivi: promuovere il territorio e le sue ricchezze</p> <p>Azioni e strumenti: realizzazione di video, passaggi del prodotto su piattaforme web e canali televisivi mirati, diffusione attraverso operatori e in occasione di eventi.</p> <p>Mercati e target: turismo nazionale e internazionale, enogastronomico e associazionismo sportivo.</p> <p>Verifica dei risultati: presenze nelle strutture ricettive e visualizzazioni del video.</p>			
Proloco di Castel San Giovanni	<p>“Promozione dell’Infopoint delle Valli Tidone e Luretta”</p> <p>Obiettivi: sviluppo della cultura turistica e dell’accoglienza, dell’offerta turistica, promozione e aumento delle relazioni commerciali, innovazione.</p> <p>Azioni e strumenti: fornire all’interno dell’infopoint i seguenti servizi: programmazione e gestione percorsi ed eventi, accoglienza e info sul territorio, distribuzione materiale informativo, presenze sui social network, creazione di una news letter dedicata.</p> <p>Mercati e target: Torino, Milano, Piemonte e Lombardia, famiglie, singoli, gruppi di giovani studenti, green e pet friendly.</p> <p>Verifica dei risultati: modulo di customer satisfaction presso l’Infopoint</p>	44.286,00	22.166,39	5.541,60
Totale		139.411,00	42.637,33	22.827,85

Economia € 8.510,00 Strada dei vini e dei sapori dei colli piacentini , € 4.200,00 Unione Valnure e Valchero, € 1.182,15 Proloco di Castel San Giovanni

Comune di Rivergaro e Bobbio € 3.164,11 ridistribuita ai Comuni di Ponte dell’Olio e Bobbio (€ 1.582,05 e 1.582,06 ciascuno)

AMBITO 2 — PROVINCIA DI REGGIO EMILIA

COMUNE CAPOFILA	DESCRIZIONE PROGETTO	IMPORTO AMMESSO	IMPORTO RENDICONTATO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Comune di Rio Saliceto	<p>“Ciclovie emiliana, percorso ciclopedonale all’insegna della buona cucina dell’Emilia”</p> <p>Obiettivo: dare impulso allo sviluppo di piste ciclabili e pedonali</p> <p>Azioni e strumenti: registrazione di un dominio web, creazione di App dedicate al percorso, stampa brochure multilingue, passaggi radio, azioni di web marketing.</p> <p>Mercati e target: cicloturisti italiani e tedeschi, famiglie emiliane, giovani coppie, 45-55 anni istruzione secondaria o universitaria, gruppi e coppie. mercato domestico e Germania.</p> <p>Verifica dei risultati: numero di download dell’app e numero di visite al sito web, interattività sulla App smartphon.</p>	15.000,00	14.843,70	7.421,85
Unione montana Comuni Appennino Reggiano	<p>“Prendersi cura dell’Appennino”: promozione del prodotto turistico di riferimento cioè l’Appennino, identificazione/ distinzione del territorio come destinazione originale ed autentica..</p> <p>Azioni e strumenti: realizzazione del materiale promozionale dedicato annunci a mezzo stampa, radio e TV, siti web dedicati a proposte di soggiorno.</p> <p>Mercati e target: turismo escursionistico, naturalistico e sportivo, benessere/wellness, enogastronomico, culturale e religioso e sostenibile</p> <p>Verifica dei risultati: è stato attivato un tavolo di lavoro permanente in collaborazione con gli operatori turistici che monitorerà l’andamento dell’attività per dare riscontro delle iniziative attivate.</p>	30.500,00	30.500,00	15.250,00
Unione dei comuni della Bassa reggiana	<p>“Terre di Po e dei Gonzaga verso la Destinazione Turistica Emilia: coordinamento degli elementi essenziali del prodotto turistico, servizi online e per il turista, web promotion del territorio e delle eccellenze locali e realizzazione di pacchetti turistici”</p> <p>Azioni e strumenti: coordinamento del marketing</p>	24.000,00	23.890,00	11.945,00

Economia € 55,00 Unione dei comuni della Bassa reggiana, € 78,15 Comune di Rio Saliceto, € 1.652,60 Comune di Campegine

AMBITO 2 — PROVINCIA DI PARMA

COMUNE CAPOFILA	DESCRIZIONE PROGETTO	IMPORTO AMMESSO	IMPORTO RENDICONTATO	CONTRIBUTO DA LIQUIDARE
Comune di Salsomaggiore Terme	<p>“Piano di Comunicazione”: progetto di marketing territoriale per il riposizionamento della destinazione Salsomaggiore.</p> <p>Azioni e strumenti: logo e immagine coordinata, stampa depliant cartacei e creazione video, creazione sito di destinazione “Salsomaggiore To Be”, azioni social marketing su FB, Instagram e Twitter, Pianificazione campagna web Adv, attivazione ufficio stampa.</p> <p>Mercati e target: mercato domestico ER, Lombardia, Veneto, Lazio, Piemonte, 30/35 e 45/75 anni cultura medio alta e buona capacità di spesa. TO , stampa, blogger, influencer.</p> <p>Verifica dei risultati: analisi data business bar, hotel, negozi 2017 vs 2018, custode satisfaction turisti abituali, valutazione impatto media relations.</p> <p>Il progetto prevede anche l’istituzione di una Cabina di regia pubblico/privato per la gestione del progetto.</p>	50.000,00	50.000,00	25.000,00
Comune di Monchio delle Corti	<p>“Con Emilia in viaggio attraverso valli, parchi, castelli e giardini con gusto”: promozione congiunta della Associazione Castelli del Ducato di Parma e Piacenza</p>	40.920,00	40.920,00	20.460,00

	<p>e dell'Ente Parchi Emilia Occidentale.</p> <p>Obiettivi: evidenziare il turismo motivazionale (turismo naturalistico, turismo culturale, turismo enogastronomico), attrarre e fidelizzare visitatori on line, aumentare la percezione di marca d'area, consolidare i mercati storici, ecc...</p> <p>Azioni e strumenti: studio della percezione di Emilia. Creazione di 12 short video fb e 12 instagram, 2 video You Tube, 2 dirette Fb. Realizzazione stampa cartina e depliant con traduzioni in inglese, attivazione ufficio stampa implementazione siti.</p> <p> Mercati e target: mercato italiano regioni limitrofe, consolidamento mercato europeo (D,A,F,E,CH,B,NL), penetrazione mercato lontani e est europei. Family, escursionisti, sportivi, amanti arte, borghi, castelli, enogastronomia, camperisti.</p> <p>Verifica dei risultati: dati flusso parchi e castelli, statistiche siti internet , analisi social, rassegna stampa.</p>			
<p>Unione dei comuni valli Taro e Ceno</p>	<p>“Alta Val Taro: lasciati sorprendere, promozione coordinata dell'offerta di natura , cultura e enogastronomia dell'Alta Val Taro.</p> <p>Obiettivi:comunicazione unica annuale proponendo un concetto di turismo slow e sostenibile.</p> <p>Azioni e strumenti: blog tour contenuti , video, foto virali istituzionali, campagne web mirate , produzione di doc. cartacea, partecipazione al gola gola festival di Parma, news letter mensili.</p> <p>Mercati e target: corto e medio raggio italiano</p> <p>Verifica dei risultati: presenze alberghiere ed extra</p>	<p>35.450,00</p>	<p>35.450,00</p>	<p>17.725,00</p>

	alberghiere, visite siti e social, iscritti alla news letter			
Totale		126.370,00	126.370,00	63.185,00
progetto dalla Destinazione Turistica Emilia	Realizzazione di Eductour sul territorio della DTEmilìa, in occasione della Borsa di promozione del Turismo Fluviale e del Po dal 19 al 24 settembre 2018.			6.131,10
Totale				6.131,10

Destinazione Turistica Emilia (Province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia)

ALLEGATO 2

RELAZIONE CONSUNTIVA

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2018

FILONE 1 SERVIZI TURISTICI DI BASE

Nel territorio della Destinazione Turistica Emilia nel corso dell'annualità 2018 hanno operato, a norma della Deliberazione della Giunta Regionale n. 956/2005, i seguenti uffici informazioni e accoglienza turistica (IAT e IAT-R) e uffici informazioni turistiche (UIT):

AMBITO 1 — PROVINCIA DI PIACENZA

COMUNE CAPOFILA	IAT/UIT
Unione Valnure Valchero	IAT di Grazzano Visconti
Castell'Arquato	IAT-R di Castell'Arquato e Val d'Arda
Bobbio	IAT di Bobbio
Piacenza	IAT di Piacenza

AMBITO 1 — PROVINCIA DI REGGIO EMILIA

COMUNE CAPOFILA	IAT/UIT
Unione Montana dei Comuni dell'Appennino Reggiano	Unione Montana dei Comuni dell'Appennino Reggiano
Reggio Emilia	IAT di Reggio Emilia
Correggio	UIT di Correggio
Guastalla	UIT di Guastalla e Unione Bassa Reggiana
Canossa	UIT di Canossa "Le Terre Matildiche"

AMBITO 1 — PROVINCIA DI PARMA

COMUNE CAPOFILA	IAT/UIT
Parma	IAT Parma
Fornovo Taro	IAT Fornovo Taro
Colorno	IAT Colorno
Salsomaggiore Terme	IAT Salsomaggiore Terme e Sportello di Tabiano Terme
Bedonia	UIT Alta Val Taro
Langhirano	IAT Torrechiara

I Comuni, autonomamente o in forma congiunta, hanno presentato i progetti di cofinanziamento sul Filone 1 che sono andati a costituire l'apposita graduatoria.

Complessivamente i progetti realizzati per l'anno 2018 hanno dimostrato il raggiungimento degli obiettivi prefissati ed, in generale, nonostante la scarsa disponibilità di risorse, uno sforzo per l'innalzamento della qualità del servizio al turista. Laddove sono state proposte iniziative di collaborazione tra più uffici, alcune ormai consolidate da diverse annualità, si è ottenuta una buona performance in termini di erogazione delle informazioni a livello di sistema territoriale vasto. Gli uffici stanno quindi operando nel rispetto degli standard dettati dalla normativa vigente.

Si evidenzia che, relativamente alla rendicontazione finale di spesa dei progetti, i seguenti Comuni hanno rendicontato un importo leggermente inferiore a quello ammesso e comunque, come previsto dal bando, non sono state ritenute ammissibili le spese classificate con la generica voce utenze:

Comune di Grazzano Visconti

Unione Montana dei Comuni dell'Appennino Reggiano

Comune di Fornovo

Comune di Colorno

Unione Alta Val Taro

Le economie sono state ridistribuite, ove possibile, secondo i criteri previsti nel bando; è risultata un'economia di € 3.365,22 che non è stato possibile assegnare senza alterare gli impegni già assunti in quanto l'Unione Montana dell'Appennino Reggiano è l'unione Unione tra i soggetti che hanno presentato domanda in Provincia di Reggio Emilia.

FILONE 2 INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE

Continua a registrarsi una discreta difficoltà, soprattutto economica, da parte dei soggetti attuatori nel portare a compimento i progetti, e quindi a presentare corrette rendicontazioni. Tuttavia si può affermare che, in generale, i progetti realizzati hanno rispecchiato le priorità strategiche indicate

dagli atti della Destinazione Turistica Emilia, hanno raggiunto gli obiettivi prefissati e si ritiene abbiano avuto una buona ricaduta a livello locale in termini di promozione turistica e riscontro delle azioni effettuate.

In seguito alla presentazione della rendicontazione finale, si precisa che per il Filone 2 si sono verificate alcune rinunce o minori rendicontazioni e ove possibile le economie sono state ridistribuite.

Si riassumono di seguito i principali obiettivi, azioni e risultati di ciascun progetto realizzato:

SOGGETTO CAPOFILA	DESCRIZIONE PROGETTO	Relazione consuntivo
<p>Strada dei vini e dei sapori dei colli piacentini</p>	<p>“Menù di viaggio in Emilia”: 4 proposte per 4 blog/press tour da realizzarsi in 4 stagioni.</p> <p>Obiettivi: valorizzare il prodotto turistico enogastronomia per scoprire il territorio</p> <p>Azioni e strumenti: quattro blog press tour, promozione social, brevi attività formative per operatori, creazione di mini ricettario/ ebook.</p> <p>Mercati e target: mercato italiano, mercati di nicchia e storici europei (Francia e Germania da sviluppare). Target individuali italiani e stranieri, famiglie, piccoli gruppi, amanti dell’enogastronomia, T.O., cral, giornalisti, travel blogger.</p> <p>Verifica dei risultati: arrivi e presenze sul territorio, analytics.</p>	<p>Rinuncia al contributo</p>
<p>Comune di Ponte dell’Olio</p>	<p>“Alta Val Nure- natura, tradizione e social”</p> <p>Obiettivi: creazione di una comunità di potenziali visitatori attraverso i social media e web marketing.</p> <p>Azioni e strumenti: produzioni video – documentari, partecipazione ad eventi, fiere e mercati, web marketing su social media (Fb, Instagram e You Tube)</p> <p>Mercati e target: turismo escursionistico e naturalistico, coppie, famiglie tra i 25 e i 60 anni. Province e regioni confinanti</p> <p>Verifica dei risultati: Numero di visualizzazioni dei filmati su You Tube contatti mail, analisi social.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto con valorizzazione degli aspetti naturalistici della Val Nure.</p> <p>Considerate le economie e valutato il punteggio sono state riassegnate economie disponibili</p>
<p>Comune di Bobbio</p>	<p>“Bobbio multimediale” creazione app e tour virtuali.</p> <p>Obiettivi: attirare visitatori sul territorio e coinvolgerlo in una visita attiva della città e dei dintorni all’utilizzo delle tecnologie di ultima generazione.</p> <p>Azioni e strumenti: installazione di beacons, realizzazione di app, individuazione di percorsi multimediali con premi.</p> <p>Mercati e target: province limitrofe, Milano.</p> <p>Verifica dei risultati: rilevazione automatica degli utilizzi delle applicazioni e dei servizi.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto, è stato realizzato un totem multimediale</p> <p>Considerate le economie e valutato il punteggio sono state riassegnate economie disponibili</p>

<p>Unione Valnure e Valchero</p>	<p>“Cuore Nure e Chero, un territorio da scoprire”</p> <p>Obiettivi: aumentare la presenza di turisti sul territorio concentrando le azioni nei territori geograficamente limitrofi o raggiungibili nel giro di 1 ora</p> <p>Azioni e strumenti: creazioni di un palinsesto di eventi stagionali ed iniziative da comunicare attraverso il sito web dell'unione e i canali social già attivi. Creazione di un piano editoriale per la comunicazione social. Realizzazione di grafiche coordinate. Campagna pubblicitaria on line.</p> <p>Mercati e target: enogastronomia, escursionismo e MTBK</p> <p>Verifica dei risultati: insights, analytics , questionari distribuiti in eventi campione, interviste agli operatori.</p>	<p>Rinuncia al contributo</p>
<p>Comune di Rivergaro</p>	<p>“Val Trebbia Val Luretta, luoghi d’acqua dolce (un video per raccontarle)” realizzazione di video promozionale e di interesse turistico</p> <p>Obiettivi: promuovere il territorio e le sue ricchezze</p> <p>Azioni e strumenti: realizzazione di video, passaggi del prodotto su piattaforme web e canali televisivi mirati, diffusione attraverso operatori e in occasione di eventi.</p> <p>Mercati e target: turismo nazionale e internazionale, enogastronomico e associazionismo sportivo.</p> <p>Verifica dei risultati: presenze nelle strutture ricettive e visualizzazioni del video.</p>	<p>Rinuncia al contributo</p>
<p>Proloco di Castel San Giovanni</p>	<p>“Promozione dell’Infopoint delle Valli Tidone e Luretta”</p> <p>Obiettivi: sviluppo della cultura turistica e dell’accoglienza, dell’offerta turistica, promozione e aumento delle relazioni commerciali, innovazione.</p> <p>Azioni e strumenti: fornire all’interno dell’infopoint i seguenti servizi: programmazione e gestione percorsi ed eventi, accoglienza e info sul territorio, distribuzione materiale informativo, presenze sui social network, creazione di una news letter dedicata.</p> <p>Mercati e target: Torino, Milano, Piemonte e Lombardia, famiglie, singoli, gruppi di giovani studenti, green e pet friendly.</p> <p>Verifica dei risultati: modulo di customer satisfaction presso l’Infopoint</p>	<p>Il progetto può considerarsi sostanzialmente realizzato nonostante la riduzione della spesa presentata che supera il 50% percento della spesa ammessa.</p> <p>Considerate le economie e valutato il punteggio assegnato si ridetermina la percentuale portandola al 25% della spesa presentata</p>

--	--	--

AMBITO 2 — PROVINCIA DI REGGIO EMILIA

COMUNE CAPOFILA	DESCRIZIONE PROGETTO	Relazione consuntivo
Comune di Rio Saliceto	<p>“Ciclovia emiliana, percorso ciclopedonale all’insegna della buona cucina dell’Emilia”</p> <p>Obiettivo: dare impulso allo sviluppo di piste ciclabili e pedonali</p> <p>Azioni e strumenti: registrazione di un dominio web, creazione di App dedicate al percorso, stampa brochure multilingue, passaggi radio, azioni di web marketing.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto, è stata realizzata una app relativa</p> <p>E’ stata rendicontata una somma leggermente inferiore a quella ammessa € 14.843,70 anziché €</p>

	<p>Mercati e target: cicloturisti italiani e tedeschi, famigli emiliane, giovani coppie, 45-55 anni istruzione secondaria o universitaria, gruppi e coppie. mercato domestico e Germania.</p>	<p>15.000,00 pertanto il contributo sarà leggermente inferiore</p>
<p>Unione montana Comuni Appennino Reggiano</p>	<p>“Prendersi cura dell’Appennino”: promozione del prodotto turistico di riferimento cioè l’Appennino, identificazione/ distinzione del territorio come destinazione originale ed autentica..</p> <p>Azioni e strumenti: realizzazione del materiale promozionale dedicato annunci a mezzo stampa, radio e TV, siti web dedicati a proposte di soggiorno.</p> <p>Mercati e target: turismo escursionistico, naturalistico e sportivo, benessere/wellness, enogastronomico, culturale e religioso e sostenibile</p> <p>Verifica dei risultati: è stato attivato un tavolo di lavoro permanente in collaborazione con gli operatori turistici che monitorerà l’andamento dell’attività per dare riscontro delle iniziative attivate.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto, le azioni previste sono state realizzate</p>
<p>Unione dei comuni della Bassa reggiana</p>	<p>“Terre di Po e dei Gonzaga verso la Destinazione Turistica Emilia: coordinamento degli elementi essenziali del prodotto turistico, servizi online e per il turista, web promotion del territorio e delle eccellenze locali e realizzazione di pacchetti turistici”</p> <p>Azioni e strumenti: coordinamento del marketing territoriale della promozione turistica, creazione materiale promozionale, blog tour, mappatura dell’accessibilità del territorio, miglioramento della presenza sul web, realizzazione mappe cicloturistiche.</p> <p>Mercati e target: viaggi brevi, ogni fascia di età, turismo slow.</p> <p>Verifica dei risultati: analytics di siti web social network e App, monitoraggio presenze turistiche, dati da operatori turistici.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto , le azioni previste sono state realizzate</p> <p>E’ stata rendicontata una somma leggermente inferiore a quella ammessa € 23.890,00 anziché € 24.000,00 pertanto il contributo sarà leggermente inferiore</p>
<p>Comune di Campegine</p>	<p>“Campegine slow” : scoprire e valorizzare il patrimonio culturale, ambientale, enogastronomico del territorio.</p> <p>Azioni e strumenti: operazioni di marketing, formazione, organizzazione di eventi e valorizzazione dell’enogastronomia locale. Prodotti multimediale, pagina web, folder illustrativi, pubblicazioni tematiche, workshop, conferenze.</p> <p>Mercati e target:ambito regionale ed</p>	<p>Il progetto può considerarsi sostanzialmente realizzato nonostante la riduzione della spesa presentata che supera il 50% per cento della spesa ammessa.</p> <p>Considerate le economie e valutato il punteggio assegnato si ridetermina la percentuale del</p>

	<p>extraregionale, visitatori in cerca di luoghi autentici (natura, tradizioni locali e prodotti tipici).</p> <p>Verifica dei risultati: predisposizione di un sistema di monitoraggio attraverso questionari di gradimento in occasione di eventi e schede raccolta dati presso gli operatori.</p>	contributo
<p>Comune di Reggio Emilia Fabbriceria della Ghiara</p>	<p>Il progetto riguarda le attività connesse alle celebrazioni del Quarto Centenario della traslazione dell'Immagine della Beata Vergine nella Basilica della Ghiara</p> <p>Azioni e strumenti: il calendario degli eventi è strutturato su un format di 4 week-end che convergono intorno a date significative per la vita del tempio della Ghiara. Logo per le celebrazioni, brand book, sito web, locandine totem, cataloghi, poster...</p>	<p>Il progetto può considerarsi sostanzialmente realizzato nonostante la riduzione della spesa presentata che supera il 50% per cento della spesa ammessa.</p> <p>Considerate le economie e valutato il punteggio assegnato si ridetermina la percentuale del contributo</p>
<p>Comune di Viano</p>	<p>“Terra di Viano”</p> <p>Azioni e strumenti: Promozione digitale, attività Fb con immagini emozionali e implementazione di immagini</p>	Rinuncia al contributo

AMBITO 2 — PROVINCIA DI PARMA

COMUNE CAPOFILA	DESCRIZIONE PROGETTO	Relazione consuntivo
<p>Comune di Salsomaggiore Terme</p>	<p>“Piano di Comunicazione”: progetto di marketing territoriale per il riposizionamento della destinazione Salsomaggiore.</p> <p>Azioni e strumenti: logo e immagine coordinata, stampa depliant cartacei e creazione video, creazione sito di destinazione “Salsomaggiore To Be”, azioni social marketing su FB, Instagram e Twitter, Pianificazione campagna web Adv, attivazione ufficio stampa.</p> <p>Mercati e target: mercato domestico ER, Lombardia, Veneto, Lazio, Piemonte, 30/35 e 45/75 anni cultura medio alta e buona capacità di spesa. TO , stampa, blogger, influencer.</p> <p>Verifica dei risultati: analisi data business bar, hotel, negozi 2017 vs 2018, custode satisfaction turisti abituali, valutazione impatto media relations.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto, le azioni previste sono state realizzate</p>

<p>Comune di Monchio delle Corti</p>	<p>“Con Emilia in viaggio attraverso valli, parchi, castelli e giardini con gusto”: promozione congiunta della Associazione Castelli del Ducato di Parma e Piacenza e dell’Ente Parchi Emilia Occidentale.</p> <p>Obiettivi: evidenziare il turismo motivazionale (turismo naturalistico, turismo culturale, turismo enogastronomico), attrarre e fidelizzare visitatori on line, aumentare la percezione di marca d’area, consolidare i mercati storici, ecc...</p> <p>Azioni e strumenti: studio della percezione di Emilia. Creazione di 12 short video fb e 12 instagram, 2 video You Tube, 2 dirette Fb. Realizzazione stampa cartina e depliant con traduzioni in inglese, attivazione ufficio stampa implementazione siti.</p> <p>Mercati e target: mercato italiano regioni limitrofe, consolidamento mercato europeo (D,A,F,E,CH,B,NL), penetrazione mercato lontani e est europei. Family, escursionisti, sportivi, amanti arte, borghi, castelli, enogastronomia, camperisti.</p> <p>Verifica dei risultati: dati flusso parchi e castelli, statistiche siti internet , analisi social, rassegna stampa.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto, le azioni previste sono state realizzate</p>
<p>Unione dei comuni valli Taro e Ceno</p>	<p>“Alta Val Taro: lasciati sorprendere, promozione coordinata dell’offerta di natura , cultura e enogastronomia dell’Alta Val Taro.</p> <p>Obiettivi:comunicazione unica annuale proponendo un concetto di turismo slow e sostenibile.</p> <p>Azioni e strumenti: blog tour contenuti , video, foto virali istituzionali, campagne web mirate , produzione di doc. cartacea, partecipazione al gola gola festival di Parma, news letter mensili.</p> <p>Mercati e target: corto e medio raggio italiano</p> <p>Verifica dei risultati: presenze alberghiere ed extra alberghiere, visite siti e social, iscritti alla news letter</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto, le azioni previste sono state realizzate</p>
<p>progetto realizzato direttamente dalla Destinazione turistica Emilia</p>	<p>Realizzazione di Eductour sul territorio della DTEmilvia, in occasione della Borsa di promozione del Turismo Fluviale e del Po dal 19 al 24 settembre 2018.</p> <p>28 Tour Operator europei hanno partecipato al Workshop commerciale internazionale B2B di venerdì 21 settembre e hanno incontrato le Aziende Italiane dell'offerta fluviale, con particolare interesse a cicloturismo, natura, arte ed enogastronomia.</p>	<p>Progetto realizzato conformemente a quanto previsto</p>

