



DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA

Responsabile : ROMERSI PIERANGELO

DETERMINAZIONE

n. 18 del 26/06/2020

Oggetto: DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - REALIZZAZIONE DEL PROGRAMMA DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA (P.P.C.T.) 2019 E PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L.) 2019 - RENDICONTAZIONE E RICHIESTA SALDO

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 DTEmilìa 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 DTEmilìa 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 Regionale n. 421 del 18/03/2019, la Regione Emilia Romagna ha provveduto ad approvare i Programmi annuali delle attività turistiche 2019 e a definire i budget relativi alla DTEmilìa sono stati assegnati € 860.000,00;
- con Determina Regionale n. 588 del 15/04/2019 avente per oggetto: "L.R. N. 4/2016 - Delibera di Giunta Regionale n. 786/2017 e s.m.i. e Delibera Regionale n. 421/2019 - ripartizione definitiva delle risorse assegnate alle Destinazioni Turistiche per la realizzazione dei Programmi annuali delle attività turistiche 2019" la somma di € 860.000,00 attribuita alla Destinazione Turistica Emilia è stata così suddivisa:
 - € 422.000,00 al Programma turistico di promozione locale 2019 (PTPL);
 - € 438.000,00 al Programma di promo-commercializzazione turistica 2019 (PPCT).

Richiamate:

- la Delibera dell'Assemblea dei Soci della DTE n. 5 del 27/07/2018 che approva il Programma annuale delle attività turistiche 2019 della DTEmilìa che comprende sia il Programma turistico di promozione locale sia il Programma di promocommercializzazione turistica;
- la successiva Delibera dell'Assemblea dei Soci n. 1 del 29/04/2019 che approva l'integrazione del programma 2019;

Dato atto che la Regione Emilia Romagna ha prorogato i termini per la rendicontazione del Programma turistico di promozione locale 2019 e del Programma di promocommercializzazione turistica 2019 alla data del 30 giugno 2020 con atto di Giunta Regionale n. 263 del 30/03/2020

Ritenuto:

- di approvare:
 - la relazione a consuntivo del programma di promocommercializzazione 2019 (allegato 1) quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
 - la rendicontazione contabile relativa, come da tabella allegata, quale parte integrante e sostanziale del presente atto (allegato 2);
- di rendicontare la somma complessiva di € 355.531,91 di cui € 317.081,00 quale cofinanziamento della Regione Emilia Romagna ed € 38.450,91 quali fondi propri della DTEmilìa;
- di richiedere alla Regione Emilia Romagna la liquidazione della quota di € 317.081,00 quale saldo del cofinanziamento regionale del programma di promocommercializzazione turistica 2019

Ritenuto pertanto di dare atto che:

- il PTPL 2019 è stato concluso come risulta nella determinazione del Direttore della DTEmilìa n. 8 del 31/03/2020;
- con determinazione del Direttore della DTEmilìa n. 49 del 10/12/2019 era stato stabilito di

utilizzare € 29.000,00 per un progetto specifico per la promozione dei territori gestito direttamente dalla DTEmilìa in particolare è stata avviata una campagna di comunicazione specifica per gli eventi EMILIA 2020 con RAI Pubblicità e Class Pubblicità integrando le attività di promocommercializzazione;

- di richiedere alla Regione Emilia Romagna la liquidazione della quota di € 21.096,00 quale saldo del cofinanziamento regionale del Programma di promozione turistica locale (PTPL) 2019.

Dato atto altresì che:

- è stato approvato il bilancio 2020-2022 della DTEmilìa con atto 56/2019 e il PEG 2020 aggiornato nella seduta del CDA del 28/01/2020;
- è stato individuato un unico responsabile, ovvero il sottoscritto direttore;
- gli importi specificati sono a valere sul capitolo 10066/0 (Servizi per la promozione dei territori) del bilancio 2020 PEG 2020

Visto il parere di regolarità contabile rilasciato dal responsabile finanziario

Visti:

- lo Statuto della DTE;
- il Piano di promocommercializzazione 2020;
- il T.U.E.L.;
- il D.L. 118/2011

DETERMINA

- di approvare:
 - la relazione a consuntivo della parte del programma di promocommercializzazione 2019 già realizzata (allegato 1), quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
 - 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 € 317.081,00, quale saldo del cofinanziamento regionale del programma di promocommercializzazione turistica (PPCT) 2019;
- di richiedere alla Regione Emilia Romagna, per le ragioni espresse in premessa, la liquidazione della quota di € 21.096,00, quale saldo del finanziamento regionale del Programma di promozione turistica locale (PTPL) 2019;
- 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) 2019 E PROGRAMMA DI PROMOZIONE TURISTICA LOCALE (P.T.P.L) 2019 – RENDICONTAZIONE E RICHIESTA SALDO

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 Finanziario

ROMERSI PIERANGELO
(firmato digitalmente)

ALLEGATO 1

RELAZIONE RELATIVA AL PROGRAMMA DI PROMOCOMERCIALIZZAZIONE 2019 SECONDA PARTE

Il programma di promocommercializzazione anche per il 2019 è stato articolato in quattro schede che rispecchiavano gli obiettivi prioritari della Destinazione Emilia e che riportavano la seguente ripartizione della risorse disponibili:

1.1 FOOD VALLEY- CASTELLI - TURISMO SLOW	150.000,00
1.2 PROGETTO DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO CON PROGETTI SPECIFICI E DEDICATI	120.000,00
1.3 ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE	124.137,00
1.4 PARTECIPAZIONE A FIERE	51.000,00
1. SUB TOTALE PROGRAMMA PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE	445.137,00
SPESE GENERALI PER LA GESTIONE DEL PROGRAMMA 10% di 1.	44.513,00
TOTALE GENERALE	489.650,00

La Mission di Destinazione Emilia prevista nel programma annuale 2019 era l'ampliamento del numero di membri aderenti e la costruzione del prodotto-destinazione Emilia.

Fondamentalmente la mission di Destinazione Emilia può essere così riassunta:

- Incrementare i flussi turistici verso le diverse destinazioni turistiche dell'area vasta
- Incrementare la quota degli arrivi, anche internazionali, e il suo revenue
- Strutturare il prodotto turistico identitario del territorio attorno al concetto «Food Valley»
- Sviluppare nuovi prodotti turistici e nuovi turismi
- Promo-commercializzare l'offerta turistica della destinazione

In particolare e operativamente, la Destinazione Emilia deve:

- Stabilire e costruire una stretta rete di collaborazione con e fra gli attori del sistema (operatori, consorzi, amministratori, enti)
- Far crescere l'attrattività della destinazione.
- Sviluppare la promo-commercializzazione e supportare la commercializzazione dell'offerta turistica
- Sensibilizzare i territori e gli operatori per la creazione di proposte e prodotti turistici
- Incitare il settore e gli operatori locali al fine di creare reti di prodotto per ottenere un posizionamento forte e competitivo
- Realizzare il marketing e la promozione online ed off line della destinazione
- Coordinare l'informazione e l'accoglienza turistica nella destinazione al fine di diventare un sistema integrato e collaborativo a partire dai prodotti turistici già esistenti o da sviluppare;

Nel corso del 2019 sono aumentate le adesioni degli Enti soci che sono passate da 113 a 117. Sono state costituite e sono operanti due reti di prodotto. FOOD & WINE e CULTURA & CASTELLI.

Si riporta di seguito una descrizione dei singoli progetti riferita alla seconda parte del 2019.

1° FOOD VALLEY- CASTELLI - TURISMO SLOW

Nella seconda parte del 2019 sono proseguiti gli incontri su territori con operatori pubblici e privati per illustrare finalità ed obiettivi delle reti di prodotto. E' proseguita la raccolta di adesioni alla prima rete attivata, FOOD & WINE, e gli aderenti sono presentati sul sito www.visitemilia.com ciascuno con una propria scheda dedicata. Sono proseguite anche le iscrizioni alla seconda rete di prodotto

CULTURA & CASTELLI già visibili sul sito. La terza rete TERME & OUTDOOR verrà attivata alla fine del 2020.

La gestione delle reti di prodotto, che contavano alla fine del 2019 n. 215 aderenti alla rete FOOD & WINE e n 117 aderenti alla rete CULTURA & CASTELLI, è stata affidata alla ditta MEDIAGROUP 98.

In occasione di uno scambio internazionale in collaborazione con il Comune di Reggio Emilia e la Fondazione E35, le reti e i prodotti della Destinazione Emilia sono stati illustrati e promossi a Fort Worth.

In data 16 novembre 2018 Regione Emilia-Romagna, Comune di Piacenza, Comune di Parma, Comune di Reggio Emilia unitamente a DTE avevano sottoscritto un protocollo d'intesa finalizzato a regolamentare la collaborazione tra i soggetti firmatari per la realizzazione del palinsesto di iniziative da organizzare negli anni 2018, 2019 e 2020 in collaborazione con Michelin Travel Partner srl allo scopo di potenziare il patrimonio gastronomico e la reputazione della DTEmilvia quale Food Valley. Il primo evento di lancio è stato la cerimonia Michelin Star Revelation 2019 (presentazione della Guida Michelin Italia 2019) nella città di Parma, il secondo evento si è tenuto a marzo 2019 nella città di Reggio Emilia per la presentazione della carta-guida Michelin del territorio Emilia; il terzo evento in programma, Michelin Star Revelation Italia 2020 è stato realizzato il 6 novembre 2019 a Piacenza presso il Teatro Municipale, con il successivo evento promozionale sempre nella stessa giornata presso la Galleria Ricci Oddi. In questa occasione la DTEMILIA e il suo territorio, compreso tra le province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia, sono valorizzati e promossi da Michelin Travel Partner srl attraverso le seguenti attività:

- apposizione del logo EMILIA su tutti i materiali off line che saranno prodotti per la comunicazione e promozione dell'evento: folder, back drop, shopper;
- visibilità logo DTE; – logo di EMILIA sulle giacche degli chef partecipanti all'evento;

E' proseguita la collaborazione tra le città capoluogo della Destinazione Turistica e la Destinazione stessa per il coordinamento delle iniziative finalizzate al 2020 anno in cui Parma è Capitale delle Cultura; in particolare sono state realizzate due campagne radio promozionali in giugno-luglio su Radio 24, RAI Radio 2, Radio Italia e successivamente a dicembre per promuovere il Natale 2019 su Radio RAI 3 e Radio 101

E' stata inoltre pubblicata una comunicazione istituzionale in occasione dell'uscita dall'Album di Repubblica sulla Regione Emilia-Romagna. Gli Album di Repubblica sono degli allegati tematici di Repubblica a diffusione nazionale e da quest'anno hanno una nuova veste grafica, sono prodotti qualitativamente molto alti, con una redazione specializzata che può trattare argomentazioni sulla base dei temi più attuali. La promozione dell'attività della Destinazione Turistica Emilia proposta anche sulla rivista "L'ITALIA DEL GUSTO" edita da Cairo editore è stata incentrata sulla recente creazione della rete di prodotto CULTURA & CASTELLI nonché su PARMA 2020 Città italiana della cultura.

Ha preso inoltre avvio nel dicembre 2019 il progetto "Corelli nei castelli" che consiste in un nuovo format televisivo in collaborazione con Gambero Rosso Channel per la realizzazione di una prima serie di 3 puntate di un programma volto alla valorizzazione dei prodotti enogastronomici e del territorio di Emilia in linea con la mediapartenrship con Sky attivata per Parma2020; la prima puntata in onda su ski canale 412, condotta dallo chef pluristellato Igles Corelli è stata registrata nel castello di San Pietro in Cerro.

Sempre in questa direzione il Cda ha proposto di aderire al progetto del Gruppo GEDI di attivare un redazionale on line su Repubblica.it nella sezione culturale Robinson per promuovere Emilia2020, un nuovo prodotto, graficamente accattivante, che ha dimostrato di funzionare molto bene totalizzando 25000 contatti con un tempo di lettura medio di quasi 2 minuti.

Totale spese sostenute nel 2019 e già rendicontate	€ 4.118,60
Totale spese sostenute nel 2019 da rendicontare	€ 140.800,42
Totale spesa progetto	€ 144.919,02

Il progetto è stato interamente realizzato; il leggero scostamento rispetto alla previsione

iniziale è dovuto al fatto che le reti in fase iniziale hanno necessitato anche di specifica attività di promozione e comunicazione, spese confluite nei progetti specifici.

2° PROGETTO: PROMOZIONE DEL TERRITORIO CON PROGETTI SPECIFICI E DEDICATI

Sono proseguite anche nel secondo semestre 2019 le iniziative specifiche per la promozione dei territori in accordo con la Regione, la Cabina di Regia e il Consiglio di Amministrazione.

L'Ufficio stampa ha orientato l'attività verso la promozione dei territori della DT EMILIA attraverso comunicati stampa tematici e attività sui social tradizionali web e social FB, Twitter, Instagram.. I comunicati stampa prodotti sono stati proposti a diversi giornali locali e nazionali e raccolte nell'area stampa del sito www.visitemila.com;

E' stato realizzato un opuscolo dal titolo "Venti ragioni per venire in EMILIA" tradotto anche in lingua francese, inglese e tedesco di cui si allega copia.

Il territorio è stato promosso anche affidando inserti promozionali alla ditta Communication Agency che dedica attraverso pubblicazioni di settore –b2b Master Meeting e l'annuario Directory Excellent - la sua attenzione al turismo d'affari, (meeting, congressi, soggiorni di lavoro, eventi) e ai servizi del b-leisure(business&leisure) per una pubblicazione di 6 pagine dedicate ad Emilia 2020 inoltre la ditta Kaiti expansion di Reggio Emilia (agenzia di marketing e comunicazione) ha realizzato una nuova mappa del territorio.

E' stata commissionata ad APT Servizi una specifica campagna per la promozione dei territori tramite le seguenti azioni:

- realizzazione e installazione presso la stazione centrale di Milano di un cubo quadrifacciale mt 2x2 per 28 giorni a partire dal 25 novembre (immagine allegata);
- realizzazione di una serie di spot presso l'aeroporto di Linate area arrivi su appositi pannelli e maxischermo nel periodo dal 25 novembre all'8 dicembre (immagini allegate);
- realizzazione e trasmissione di spot su Radio 101 per due settimane con 35 passaggi a settimana compresa la produzione di spot

Inoltre è stata intrapresa una nuova collaborazione con un altro gruppo editoriale italiano rilevante, CLASS pubblicità, che ci ha permesso di essere presenti in mercati importanti per il nostro target attraverso tre strumenti prestigiosi:

- Eccellenza Italiana, rivista trilingue utilizzata in hotels e su aerei,
- Milanofinanza.it sito molto utilizzato da imprenditori e manager;
- Eventi promozionali di Gambero Rosso.

Totale spese sostenute nel 2019 e già rendicontate	€ 11.054,88
Totale spese sostenute nel 2019 da rendicontare	€ 132.150,13
Totale spesa progetto	€ 143.205,01

Il progetto ha visto un sostanziale incremento rispetto alla previsione iniziale in quanto il CdA ha voluto far conoscere i territori della Destinazione in vista del 2020 anno di Parma Capitale della Cultura.

3° PROGETTO: ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Questa tipologia di attività, già in gran parte impostata nella prima parte del 2019, ha comportato una serie di azioni utilizzando in prevalenza strumenti web e social pur in affiancamento con azioni attuate attraverso i media.

Si è cercato di privilegiare la comunicazione istituzionale su testate di rilevanza nazionale quali Il Corriere della Sera e Repubblica e altri più specifici per determinati territori quali "I borghi più belli d'Italia" e "e-borghi" sempre favorendo la comunicazione web rispetto al cartaceo.

Si allega copia dei testi pubblicati.

Sono inoltre iniziate "Le lezioni emilane" una serie di convegni culturali per risaltare eventi o luoghi di particolare interesse culturale e trasmesse da RADIORA13 e accompagnate da messaggi promozionali su EMILIA2020.

Totale spese sostenute nel 2019 e già rendicontate	€ 107.349,75
Totale spese sostenute nel 2019 da rendicontare	€ 37.945,32
Totale spesa progetto	€ 145.295,07

Anche questo progetto ha visto un sostanziale incremento rispetto alle previsioni sempre per la scelta di investire su comunicazione soprattutto social e web

4° PROGETTO :LA PARTECIPAZIONE A FIERE

La Destinazione Turistica Emilia, in accordo con i sostenitori, Comuni e privati, ha partecipato alle principali Fiere previste dal calendario di APT Servizi e ha autonomamente attivato collaborazioni con gli Enti Fiere di Parma e Piacenza per la presenza di un proprio stand presso alcune importanti fiere di settore.

Si è cercato di affermare l'immagine della Destinazione Emilia come un territorio da vivere, da esplorare e da amare, divulgando anche il materiale dei Comuni e territori soci alla destinazione e sostenendo la partecipazione dei privati aderenti.

Il target privilegiato è stato: turismo outdoor, turismo enogastronomico, turismo culturale, turismo d'affari, turismo termale e del benessere, turismo sportivo naturalistico, giornalisti specializzati, blogger.

Si è partecipato direttamente e/o inviato materiale alle fiere previste nel calendario di APT Servizi.

Nella seconda parte del 2019 il CdA ha deciso di partecipare in modo autonomo alla fiera di Lugano in quanto il Consiglio di Amministrazione ha reputato, in base anche alle indicazioni pervenute dalla cabina di regia, il mercato svizzero importante e strategico.

Le spese rendicontate si riferiscono oltre alle fiere di Lugano alla spedizione di materiale alle varie fiere e allo scambio internazionale di FORT WORTH.

Totale spese sostenute nel 2019 e già rendicontate	€ 366,00
Totale spese sostenute nel 2019 da rendicontare	€ 12.411,12
Totale spesa progetto	€ 12.777,12

Questo progetto ha visto un sostanziale decremento rispetto alla previsione iniziale in quanto la partecipazione a fiere sul territorio italiano ha comportato spese modeste e molte spese (materiale organizzazione ecc) sono confluite in quelle dei progetti di promozione dei territori e di comunicazione.

TOTALE PROGRAMMA DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE	€ 446.196,22
SPESE GENERALI (massimo 10%)	€ 44.513,00
TOTALE	€ 490.709,22

ALLEGATO 2

DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA - PIANO DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE 2019 - RENDICONTAZIONE CONTABILE SALDO

Num. Mandato	Data	Obiettivo del piano di promocommercializz.	Descrizione attività	Fornitore	Importo da rendicontare	GIA RENDICONTATO
150	29/11/2019	Food valley-Castelli-Turismo slow	GESTIONE RETE DI PRODOTTO FOOD E WINE	MEDIAGROUP98	27.129,75	
13	30/01/2020	Food valley-Castelli-Turismo slow	EVENTO MICHELIN STAR REVELATION PIACENZA	MICHELIN TRAVEL PARTNER SRL	48.799,00	
95	12/06/2020	Food valley-Castelli-Turismo slow	CAMPAGNA RADIO RAI TRE NATALE 2019	APT SERVIZI	8.461,92	
38	03/03/2020	Food valley-Castelli-Turismo slow	GESTIONE RETE DI PRODOTTO FOOD E WINE	MEDIAGROUP98	27.129,75	
15	03/02/2020	Food valley-Castelli-Turismo slow	PUBBLICAZIONE ALBUM	A. MANZONI	1.220,00	
146	15/11/2019	Food valley-Castelli-Turismo slow	PROMOZIONE SU RIVISTA	CAIRO PUBBLICITA'	2.440,00	
85	05/05/2020	Food valley-Castelli-Turismo slow	PROGETTO PROMOZIONALE CORELLI NEI CASTELLI	MICOM DI MICHELE MILANI	15.250,00	
47	12/03/2020	Food valley-Castelli-Turismo slow	PROGETTO REDAZIONALE REPUBBLICA	A. MANZONI	10.370,00	
		totale			140.800,42	4.118,60
137	15/10/2019	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	UFFICIO STAMPA	ELLA STUDIO DI COMUNICAZIONE	18.000,00	

145	15/11/2019	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	STAMPA BROCHURE	STAMPERIA	1.769,00	
96	12/06/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	CAMPAGNA RADIO 101 CUBI PROMOZIONE LINATE	APT SERVIZI	48.224,16	
91	25/05/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	PROGETTO CLASS	CLASS PUBBLICITA'	23.080,77	
51	23/03/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	UFFICIO STAMPA	ELLA STUDIO DI COMUNICAZIONE	18.000,00	
97	12/06/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	MAPPA DIGITALE DEL TERRITORIO DELLA DTEMILIA	KAITI EXPANSION	5.720,00	
20	10/02/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	TRADUZIONE IN LINGUA INGLESE FRANCESE E TEDESCO	GEAR.IT	573,40	
48	12/03/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	TRADUZIONE OPUSCOLI IN LINGUA INGLESE E TEDESCO	GEAR.IT	976,00	
40	03/03/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	STAMPA OPUSCOLI IN LINGUA ITALIANO FRANCESE INGLESE E TEDESCO	STAMPERIA	5.693,00	
73-74 81 82 83 84	06/04/2020 04/05/2020	Progetto di promozione del territorio con progetti specifici e dedicati	VETROFANIE E BORSINE	IDEA MARKETING	10.113,80	
		totale			132.150,13	11.054,88

142	12/11/2019	Attività di comunicazione	PUBBLICAZIONE SU CORRIERE DELLA SERA ON LINE	A. MANZONI	9.150,00	
46	12/03/2020	Attività di comunicazione	PUBBLICAZIONE MASTERMEATING	COMMUNICATION AGENCY	3.050,00	
86	05/05/2020	Attività di comunicazione	BORGHI MAGAZINE - PIU' BELLI D'ITALIA	POLITALIA	7.320,00	
80	27/04/2020	Attività di comunicazione	NEWSLETTER	DANAE PROJECT	6.100,00	
19	10/02/2020	Attività di comunicazione	E-BORGHI	3S COMUNICAZIONE DI POERIO	1.830,00	
78	07/04/2020	Attività di comunicazione	1 PUNTATA LEZIONI EMILIANE	RAI PUBBLICITA'	5.615,32	
39	03/03/2020	Attività di comunicazione	SPAZI DIGITALI CORRIERE SERA	RCS MEDIAGROUP	4.880,00	
		totale			37.945,32	107.349,75
149	18/11/2019	Partecipazione a Fiere	SPEDIZIONE MATERIALE FIERE	TRADING POST	744,20	
35	03/03/2020	Partecipazione a Fiere	SPEDIZIONE MATERIALE FIERE	TRADING POST	585,60	
148	15/11/2019	Partecipazione a Fiere	PARTECIPAZIONE FIERA LUGANO	APT SERVIZI	6.617,56	
153	12/12/2019	Partecipazione a Fiere	MISSIONI FORT WORTH E LUGANO	SPINNAKER'S	2.018,16	
1	10/01/2020	Partecipazione a Fiere	RIMBORSO SPESE PER PARTECIPAZIONE A FIERE	DESTINAZIONE TURISTICA EMILIA	2.445,60	
12	28/01/2020					
31	27/02/2020					
32	27/02/2020					

		totale			12.411,12	366,00
					323.306,99	122.889,23
		spese generali massimo 10%			32.224,92	12.288,92
totale progetti					355.531,91	135.178,15

TOTALE COMPLESSIVO

490.710,06

