

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE

Linee strategiche e modalità di attuazione del Programma anno 2015

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE (PTPL) DELLA PROVINCIA DI MODENA

A. Linee strategiche e modalità di attuazione del Programma 2015

1. Finalità

Il Programma Turistico di Promozione Locale è lo strumento di programmazione dell'azione integrata di area vasta previsto dalla Legge Regionale 7/98 con il quale la Provincia, sulla base delle linee guida regionali ed in relazione alle peculiarità del proprio territorio, definisce le priorità degli interventi rivolti all'adeguamento/qualificazione dell'accoglienza-informazione turistica e le strategie di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica stabilendo i criteri con i quali assegnare i contributi ai promotori di progetti di promo-commercializzazione.

2. Scenario di riferimento

2.1. Tendenze generali del mercato turistico internazionale e nazionale

“La bilancia turistica dei pagamenti ha riportato nel 2013 un avanzo di 12.755 milioni di euro a fronte degli 11.543 milioni registrati nello stesso periodo dell'anno precedente (+10,5%). Il saldo positivo è attribuibile alla spesa di oltre 33 milioni di euro generata in Italia dai viaggiatori stranieri, con un aumento del 3,1% sul 2012. Questi alcuni dei dati forniti da Banca d'Italia sul turismo incoming e outgoing presentati il 29 aprile nel corso della conferenza annuale organizzata da Ciset Ca' Foscari.

Nel 2013 le aree geografiche maggiormente interessate dalla spesa degli stranieri sono state il Centro e il Nord-Ovest per le quali, rispetto al 2012, è stata rilevata una crescita del 5,5% e del 5,4%, per il Sud e le Isole l'aumento è stato dell'1,7%, mentre si è registrato un calo del 2,4% nel Nord-Est d'Italia.

Lazio, Lombardia, Veneto, Toscana ed Emilia Romagna, sono le prime cinque regioni di destinazione della spesa degli stranieri: insieme, nel 2013, hanno totalizzato il 66% delle entrate. Anche se nel 2013 la spesa dei turisti tedeschi è scesa del 6,5%, la Germania si conferma al primo posto dei cinque Paesi di provenienza per entrate turistiche (4.953 mln di euro), seguono gli Stati Uniti, la Francia, il Regno Unito, e la Svizzera.

Nel 2013, per quanto riguarda la ricchezza prodotta dal turismo degli stranieri nel nostro Paese, si è rilevato una concentrazione maggiore delle entrate nelle località a carattere culturale tradizionale, tipologia di destinazione preferita dalla clientela extraeuropea e dai Paesi BRIC.

La vacanza green, all'insegna dello sport e dell'enogastronomia, è stata la scelta del turista tedesco, i 216 milioni di euro spesi rappresentano circa il 6% della spesa complessiva per vacanza.

Buono il risultato del turismo balneare, in difficoltà le destinazioni montane e lacuali.”¹

Sul fronte interno, “i viaggi con pernottamento effettuati dagli italiani nel 2013 sono stati 63 milioni e 154 mila, il 19,8% in meno rispetto all'anno precedente. Continua, dunque, il trend negativo già rilevato a partire dal 2009: negli ultimi cinque anni si è registrata una perdita di circa 60 milioni di viaggi.

I viaggi per vacanza, che rappresentano il 91% degli spostamenti effettuati dagli italiani, hanno mostrato una diminuzione del 16,4% rispetto al 2012, ciò è dovuto principalmente alla diminuzione

¹ Serv. Osservatorio Nazionale del Turismo - Redazione ONT

delle vacanze brevi (-23,4%) che, rispetto a quelle lunghe (-10,2%), hanno registrato il calo più evidente.

Rispetto al 2012, gli spostamenti entro i confini nazionali (79,8% del totale), subiscono un calo del 19,4%. La quota più consistente dei viaggi risulta essere quella diretta verso il Nord (36,4%), sia per la componente vacanza (36%), sia per quella lavoro (40,6%). Le regioni che hanno raccolto i maggiori consensi, da parte degli italiani, rappresentando complessivamente il 40,3% dei viaggi nel Paese, sono: Toscana, Lombardia, Emilia Romagna e Lazio. Al territorio pugliese spetta il primato dei soggiorni più lunghi durante il periodo estivo, seguono Toscana, Emilia Romagna, Sicilia e Sardegna.

Il maggior numero di vacanze estive brevi si registrano invece in Emilia Romagna. Circa la metà delle vacanze (48%) sono state effettuate in località balneari.

La prenotazione diretta si conferma la modalità di organizzazione del viaggio prescelta dalla maggioranza degli italiani (49,8% dei viaggi).

Sebbene complessivamente la diminuzione dei viaggi abbia riguardato tutti i periodi dell'anno, il calo più evidente si è riscontrato nel secondo trimestre (-35,1%).

Nel 2013, gli alloggi privati in Italia e le strutture ricettive all'estero, hanno continuato a rappresentare la tipologia di sistemazione preferita.

L'auto, utilizzata nel 61,4% dei viaggi, si è confermato il mezzo di trasporto per eccellenza, in diminuzione gli spostamenti in aereo, mentre, sono rimasti stabili quelli in treno".²

2.2. Le prospettive e le strategie per il turismo nel sistema locale

"E' importante considerare, come già richiamato nella sezione precedente, che, in un anno difficile come è stato il 2013 per l'intero sistema turistico nazionale, il territorio emiliano-romagnolo ed i rispettivi prodotti turistici hanno risentito in maniera minore della riduzione delle presenze, degli arrivi e del fatturato del settore, rispetto al dato nazionale: segno, questo, della capacità degli operatori della filiera turistica regionale di saper operare con intelligenza commerciale e di marketing. In questo contesto anche l'Ente regionale ha mantenuto saldo il suo impegno, confermando non solo l'attenzione politica al settore ma anche gli investimenti a sostegno del sistema organizzato, pubblico e privato."³

Per quanto riguarda l'andamento turistico a livello provinciale si deve far riferimento ad ambiti differenti con l'Appennino da una parte e la pianura con il capoluogo Modena e i distretti produttivi dall'altro.

A livello locale nel 2013 l'andamento turistico ha fortemente risentito della crisi economica, delle calamità naturali che in questi anni non hanno risparmiato la nostra pianura e dell'andamento climatico sfavorevole alla stagione sciistica in Appennino.

Proprio l'Appennino ha maggiormente sofferto nella stagione invernale registrando una forte riduzione nelle presenze.

Buone le prospettive per il capoluogo Modena grazie anche alla promozione del Sito Unesco e di alcuni ambiti territoriali legati alle eccellenze modenesi.

3. Le Linee di programmazione a scala regionale e provinciale per la formazione del PTPL 2015

Le linee guida regionali "per l'attività di promozione e commercializzazione a valere sull'anno 2015 hanno individuato nello sviluppo di politiche di acquisizione di nuova clientela, soprattutto internazionale il vero obiettivo da perseguire affermando che per raggiungere questo obiettivo

² ISTAT, Viaggi e vacanze in Italia e all'estero. Anno 2013

³ liberamente tratto da Linee guida Regione Emilia Romagna DGR 502/2014

primario serve – da un lato – rinsaldare il rapporto esistente tra enti pubblici e soggetti privati; fattore, questo, che da sempre contraddistingue l'organizzazione turistica regionale, e – dall'altro – far sì che gli interventi di tipo promo-commerciale e le relative offerte siano sempre più rispondenti alle diversificate esigenze della clientela.

Accanto a questa visione sui nuovi mercati, secondo le linee guida regionali occorre agire su altri due aree/mercato: i mercati esteri tradizionali ed il mercato interno. In questo caso sono state confermate le indicazioni già approvate con le precedenti Linee Guida, proprio perché su questi ambiti territoriali occorre rendere più salda la programmazione, confermando azioni promo-commerciali ed interventi di comunicazione per almeno un triennio.

In questo modo viene ribadita dalla Regione la necessità di strutturare l'azione di programmazione su basi triennali con strategie di medio periodo.

Tra gli altri gli obiettivi da perseguire indicati nelle linee guida, di particolare importanza da perseguire a livello locale sono:

1. rafforzare la presenza del sistema turistico regionale, in tutti i suoi aspetti, sugli strumenti di comunicazione web e social e per lo sviluppo di Community Network. APT Servizi, in sinergia con le indicazioni delle Unioni di prodotto ed a fronte dei significativi risultati ottenuti, opererà in continuità rispetto alle strategie attuate nel precedente anno;
2. sviluppare una “progettazione Expo 2015” che possa garantire risultati immediati di visibilità del nostro territorio e dei relativi prodotti turistici, ma che sappia soprattutto essere un punto di partenza per incrementare l'internazionalizzazione dei nostri operatori turistici;
3. confermare le azioni promo-commerciali “di sistema”, vale a dire quegli interventi che vedono il coinvolgimento attivo dei referenti pubblici-privati di una o più Unioni: si tratti di eventi (Notte Rosa, Notte Celeste, Giornata Verde, Festival dei Bambini, etc.), di prodotti tematici (Riviera Beach Games, Motor Valley, Alta Via dei Parchi, Primavera Slow, etc.), di azioni che fanno riferimento a prodotti (mice, golf, etc.) od a promozioni di avvio stagione;

Anche per quanto riguarda i mercati viene confermata una linea di continuità con l'anno in corso (fatto salvo l'Ucraina, che si trova in una situazione politica che non permette di fare strategie a medio termine), vale a dire:

- i mercati tradizionali, storici, con riferimento ai mercati di lingua tedesca (Germania, Svizzera e Austria), unitamente alla Francia, al Benelux ed al Regno Unito;
- i mercati stabili, con possibili indici di crescita, con riferimento alla Russia ed alla Polonia;
- i mercati di prospettiva, con riferimento alle Repubbliche dell'ex Unione Sovietica ed ai mercati dell'Est (Repubblica Ceca, Ungheria e Slovacchia), oltre alla Spagna (prodotto città d'arte e cultura);
- i mercati da riconquistare: si tratta dei Paesi Scandinavi, nei confronti dei quali occorre agire con prodotti specialistici avendo però la garanzia dei collegamenti aerei;
- i mercati sperimentali: la Repubblica Cinese ed il Sud America, sui quali potranno essere avviate azioni solo in sinergia con il sistema Italia (Enit) e se vi sono operatori dell'intermediazione commerciale che intendono investire in programmazione.”³

E' quindi necessario che i prodotti turistici offerti vengano ridefiniti con attenzione rivolta anche all'estero, partendo da una visione più chiara del mercato internazionale e delle sue esigenze anche in sintonia con la dinamicità consentita dalle nuove tecnologie.

Sulla scorta di questi obiettivi strategici e quindi in una prospettiva di innovazione di prodotto e di rilancio complessivo del comparto turistico, la promozione e lo sviluppo dell'offerta commerciale turistica deve continuare a focalizzarsi prioritariamente su quegli elementi che ne

³ tratto da Linee guida Regione Emilia Romagna DGR 502/2014

permettono la competitività in quanto fattori distintivi e di unicità, incentrate sui poli di eccellenza del territorio e nodi principali di reti trasversali tra loro interconnesse, rappresentate da:

- il Circuito Terra di motori con particolare riguardo alla presenza sul nostro territorio dei Musei Casa Ferrari (MEF) e Museo Ferrari di Maranello;
- la più complessiva rete dei Musei, valorizzata e pubblicizzata mediante eventi culturali tematici, manifestazioni e visite coordinate;
- la Rete intercomunale di Castelli, Rocche, Ville e Palazzi;
- le Città d'arte e la Rete dei siti del Romanico, con particolare riferimento al Sito Unesco.

Accanto a questa, ormai collaudata e distintiva offerta, è necessario prevedere elementi di interesse turistico da valorizzare mediante forme innovative di promo-commercializzazione:

- i territori montani, che dovranno essere sostenuti e valorizzati, oltre che nella consolidata attrattività del "Turismo bianco", anche con prodotti 'destagionalizzanti' e proposte legate al paesaggio, alle tradizioni e alle attività sportive, in particolare per quest'ultimo segmento si indica di indirizzare una particolare attenzione per le potenzialità di occupare le strutture ricettive anche in periodi di bassa stagione;
- i prodotti enogastronomici locali, anche in relazione al valore che tale tipologia di offerta sta sempre più assumendo a livello nazionale e internazionale;
- il coinvolgimento attivo delle eccellenze produttive certificate è il tema attorno al quale far nascere una tipologia di offerta che comprenda aggregazioni altamente qualificate, ospitalità regolamentata, eventi selezionati, ecc;
- le strade di interesse storico-culturale con le diverse emergenze architettoniche e culturali che sono intercettate dai percorsi o che si trovano nelle vicinanze, con particolare riferimento alla via Romea-Nonantolana, alla via Bibulca ed alla via Vandelli;
- le aree della Linea-Gotica ed i siti interessati dagli interventi di recupero storico-testimoniale e di valorizzazione coordinati attraverso i progetti con finalità turistico-culturale promossi dalla Regione e dalle Province nella fase attuale di attuazione del Documento Unico di Programmazione della Regione Emilia-Romagna (Obiettivo 9), che per l'ambito modenese hanno già individuato e finanziato 10 progetti;
- il tratto modenese dell'Alta via dei Parchi, promossa attraverso un progetto regionale sviluppato con APT per la commercializzazione di un'offerta turistica coordinata;
- gli eventi sportivi di maggiore richiamo turistico;
- l'offerta termale e del benessere;
- le eccellenze delle tipicità e dei prodotti della tradizione e cultura modenese, quali elementi culturali e di identità del territorio.

A fronte di una così ampia offerta sia quantitativa che qualitativa in termini di attività culturali, sportive ma anche in ambito enogastronomico, artistico, architettonico, naturalistico non si ha purtroppo ancora un riscontro in termini di presenze adeguato; si rende quindi necessario, in questo senso, svolgere delle azioni di informazione e comunicazione verso la potenziale domanda e rafforzare e sostenere l'offerta dandole maggiore visibilità e concretezza anche grazie ad un maggiore coinvolgimento degli operatori turistici, in primo luogo delle strutture ricettive, attraverso azioni di formazione e informazione mirate.

Si rende quindi necessario proseguire in azioni volte alla creazione ed allo sviluppo di una rete capillare di punti d'informazione turistica di base con un progressivo potenziamento dei mezzi informativi e di promozione in dotazione alla stessa rete, in stretta sintonia e collaborazione con il sistema di promozione turistica provinciale e regionale. Il fine è di integrare la rete di punti informativi istituzionali esistenti con una rete ben più estesa, radicata nel territorio e vitale. Tale rete è stata identificata negli operatori turistici, negli esercizi commerciali e in tutti quei luoghi che

costituiscono le tappe che normalmente contraddistinguono l'esperienza del turista in visita al territorio.

Attraverso protocolli d'intesa, la Provincia di Modena ha sostenuto la diffusione della pratica denominata "IAT diffuso" da realizzarsi mediante progetti coordinati sul territorio finalizzati a rafforzare gli strumenti di informazione e assistenza al turista attraverso la formazione degli operatori a contatto con il turista stesso, a coinvolgere gli esercizi turistici e commerciali e a favorire l'uso di tecnologie innovative nel campo della comunicazione.

La Provincia di Modena, a questo scopo, ha sottoscritto:

- un protocollo d'intesa con il Comune di Modena approvato con deliberazione di Giunta Provinciale n. 477 del 20/12/2011,
- un accordo di programma con il Comune di Maranello nell'ambito del progetto "Rete nazionale Città dei Motori" approvato con delibera di Giunta Provinciale n. 298 del 15/10/2013,
- un protocollo d'intesa con Comunità Montana del Frignano ora Unione dei Comuni del Frignano approvato con deliberazione di Giunta Provinciale n. 376 del 17/12/2013.

La Provincia di Modena in un'ottica di ottimizzazione delle risorse umane e finanziarie, al fine di creare una rete efficiente di informazione e comunicazione al turista che possa in modo efficace sostenere l'offerta del nostro territorio sul mercato nazionale e internazionale, ha predisposto un "Progetto di revisione e integrazione del sistema di informazione turistica nella Provincia di Modena" approvato con delibera di Giunta Provinciale n. 101 del 25/03/2014.

Il progetto intende creare un sistema di rete che ha come obiettivo la realizzazione di una piattaforma informativa on-line che risponda alle esigenze di gestione dei soggetti incaricati di fornire informazioni turistiche.

Attraverso i canali di output multimediali (Terminali Touch Screen e Widget web), attivati a livello locale dalle singole Amministrazioni interessate, verranno fornite informazioni relative a eventi, percorsi turistici di varia natura (in bicicletta, a piedi, naturalistici, storici, ecc.), strutture ricettive, enogastronomia e eccellenze del territorio per dare al turista la massima scelta e valorizzare pienamente l'unicità di ogni zona del territorio; tali informazioni potranno essere accessibili e utili non solo all'utenza turistica ma anche alla cittadinanza e all'utenza remota connessa al web e ai dispositivi mobili.

Il progetto intende, altresì, permettere un collegamento continuo on-line tra tutti gli attori che movimentano la vita turistica del territorio: enti, imprese del settore ed i turisti, coloro a cui si rivolge principalmente questo sistema.

Punto qualificante sarà la condivisione di una banca unitaria per tutti gli aderenti al progetto, detentori di banche dati utilizzate, che designi questi ultimi come attori protagonisti non solo passivi ma soprattutto attivi in quanto potranno implementare questo sistema affinché nella piattaforma siano disponibili informazioni attendibili e aggiornate.

Obiettivi prioritari del progetto sono quindi:

- lo sviluppo e l'ulteriore diffusione del sistema di informazioni già esistente da gestire anche attraverso una piattaforma software web-based;
- la possibilità di mettere in rete in modo unitario le informazioni nella disponibilità della Provincia e di altre reti informative realizzate e funzionanti a livello provinciale per diffondere oltre alle informazioni dedicate al turismo (ricettività, eventi, risorse turistiche) anche informazioni utili ai cittadini residenti;
- l'attivazione di dispositivi Touch Screen H24, presso luoghi appositamente individuati e/o presso gli uffici IAT del territorio provinciale, per l'erogazione del servizio informativo anche negli orari di chiusura degli uffici stessi.

La Provincia di Modena è partner del progetto europeo e-CREATE attraverso cui sono studiate le modalità di utilizzo di applicazioni mobile per la promozione dell'offerta turistica e per l'informazione strutturata e aggiornata al turista.

Lo sviluppo del progetto renderà possibile utilizzare una piattaforma tematica per la generazione di App turistiche con funzioni modulari e tramite la condivisione di dati tra i partners.

Nel processo di formazione del PTPL 2015, anche secondo quanto disposto dalle linee guida regionali, dovrà essere ricercata la maggiore continuità possibile delle proposte, sia valorizzando le riedizioni in chiave di innovazione ed implementazione, sia valorizzando le azioni con un respiro almeno triennale, soprattutto per le attività rivolte ai mercati stranieri, in particolare per una parte del nostro territorio, le aree colpite dal sisma del 2012, sarà fondamentale prevedere azioni volte alla valorizzazione e rivitalizzazione dei centri storici, compatibilmente con la tempistica degli interventi ancora in corso e l'accessibilità dei luoghi anche per sostenere le attività volte al recupero del tessuto produttivo ed economico ancora fortemente sofferente, a causa tra l'altro della recente alluvione che ha colpito in parte gli stessi territori.

Alla luce di questi recenti eventi che hanno duramente colpito anche il patrimonio turistico-culturale dell'Area Nord, i progetti che perverranno dai Comuni coinvolti riceveranno particolare attenzione, in quanto inseriti in un più ampio progetto di ricostruzione, al fine di contribuire a sostenere il riavvio della promozione turistica ed economica delle aree colpite.

Costituisce inoltre ancora importante riferimento per gli obiettivi strategici in esso contenuti il Documento Unico di Programmazione 2007-2013 per una politica regionale unitaria (DUP), che prevede all'Obiettivo 8 la **“Valorizzazione e promozione del patrimonio ambientale e culturale, al fine di accrescere la competitività e l'attrattività del territorio”** e all'Obiettivo 9 di **“Valorizzare i potenziali territoriali, consolidare le aree ex Obiettivo 2”**. L'attuazione della strategia prevede un approccio integrato in grado di coniugare efficacemente esigenze di tutela, di valorizzazione e di sviluppo economico locale, con specifico riferimento al ruolo del turismo ed agli strumenti di programmazione del settore, in particolare il Piano di Valorizzazione e Promozione dei Territori delle Province (PVPT).

In questo quadro, la Provincia svolge la propria funzione istituzionale al fine di determinare condizioni favorevoli per lo sviluppo e la qualificazione di un'economia turistica socialmente ed ambientalmente sostenibile, attenta ai valori delle comunità locali e fortemente connessa alle connotazioni storiche, culturali e produttive del territorio.

B. Elementi specifici per la progettazione delle attività

1. Indicazioni generali

Ad integrazione delle linee strategiche del capitolo precedente, così come indicato al punto 1, gli elementi di riferimento per la progettazione delle attività sono contenuti negli atti normativi e programmatori regionali, anche a riferimento nazionale e comunitario, negli atti formali e nelle azioni attivate dagli organismi regionali di promozione turistica, negli atti di programmazione e di attività della Provincia di Modena, dei Comuni e più in generale del sistema istituzionale della provincia di Modena. In particolare, costituiscono riferimento:

a) relativamente al primo filone, riferito a estensione e qualificazione sul territorio provinciale del sistema di informazione e di accoglienza turistica, ai fini della conformità dei progetti alle caratteristiche, modalità e standard previsti dalla normativa regionale relativamente a uffici e sistema informativo turistico:

- le delibere della Giunta Regionale n. 956 del 20.6.05 e n. 1611/99 (e successive integrazioni: G.R. 2062/99 e G.R. 2767/03);

- l'evoluzione del sistema di informazione e accoglienza turistica in sede provinciale, come determinata dalle richieste di riconoscimento delle strutture, dalle procedure in atto e pervenute a compimento; le azioni in corso da parte della Regione relative alla gestione delle banche dati provinciali ai fini di una migliore fruizione e valorizzazione in rete;
- Il "Progetto di revisione e integrazione del sistema di informazione turistica nella provincia di Modena" approvato con Delibera di Giunta Provinciale n. 101 del 25/03/2014.

b) relativamente al secondo filone, riferito a promozione turistica integrata e rivolta alla valorizzazione del territorio:

- i progetti di attività previsti nei Piani Obiettivo di APT Servizi e Unioni di Prodotto, le azioni interprovinciali e settoriali di comarketing in essere e quelli con riferimento agli strumenti di azione comunitaria attivi e/o in attivazione in sintonia con il Programma di Valorizzazione e Promozione del Territorio (P.V.P.T.), con la pianificazione locale e in generale con le iniziative nazionali e interregionali (di cui ad esempio la legge 135/2001, art.5) che abbiano ad obiettivo, anche in forma integrata:
 - Promozione del prodotto neve e della montagna invernale ed estiva
 - Turismo sportivo e bike
 - Turismo rurale, escursionistico, ambientale e dei parchi
 - Turismo scolastico ed associativo
 - Terra di Motori
 - Circuiti Romanico e Siti Unesco
 - Turismo di interesse storico-culturale e religioso collegato ai percorsi del pellegrinaggio storico di carattere devozionale
 - Turismo Enogastronomico e delle produzioni tipiche
 - Turismo termale e del benessere
 - Promozione del Circuito dei Castelli
 - Vie e Parchi storici e culturali
 - Turismo culturale (con start up per l'archeologico) e congressuale
 - Turismo rivolto alle famiglie e ai ragazzi
 - Turismo per i diversamente abili.
- i piani settoriali e di intervento in essere o previsti da strumenti programmatori, tra cui:
 - interventi di attivazione di strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere, così come definite dalla LR 16/2004 e di strutture complementari all'attività ricettiva previste dai piani comunali, anche soggette a finanziamento dalle leggi regionali e dalle iniziative delle istituzioni locali;
 - interventi di formazione professionale previsti dagli strumenti del Fondo Sociale Europeo inerenti all'ambito turistico;
 - piani ed interventi settoriali e/o territoriali in campo economico ad elevato impatto sull'indotto turistico, in particolare, relativi a:
 - Attività di produzione e di commercializzazione delle produzioni tipiche a "marchio di qualità" delle Aziende Agricole, Artigianali e Commerciali del territorio, nelle diverse modalità organizzative previste dalle norme vigenti (Strade dei vini e dei sapori, Consorzi, Associazioni, ecc.);
 - Piani di riqualificazione di borghi e centri storici e piani di intervento d'area a valenza turistica;
 - Piani e interventi territoriali a valenza turistica adottati da Comuni, Associazioni di Comuni, Comunità Montane, ecc.



- Piani e interventi di sviluppo e di qualificazione rurale, di promozione dei prodotti tipici, volti alla valorizzazione turistica del territorio;
- Attività delle fattorie didattiche;
- Sistema museale e degli istituti culturali del territorio;
- Progetti e azioni di recupero, restauro e valorizzazione di edifici e siti a valenza culturale e turistica che in particolare rientrano nell'interesse delle Soprintendenze e soggette al finanziamento delle Istituzioni pubbliche e delle Fondazioni bancarie;
- Eventi ricorrenti e/o calendarizzati sul territorio;
- Sistema dei parchi e delle oasi protette;
- Piano di interventi e azioni relativi a sentieri e piste ciclabili a valenza turistica;
- Piani vigenti e progettazione di impiantistica sciistica e sportiva (plein air, attrezzature e strutture).
- Le iniziative di commercializzazione nelle forme previste dalla legge regionale 2/07 e successive modifiche, comunque compatibili con le norme vigenti che si possono collegare con le attività previste dal progetto a presentazione sul PTPL.

c) in particolare per quanto riguarda **“La sostenibilità delle attività per la valorizzazione turistica del territorio”**:

- comunicazione della Commissione Europea “Rinnovare la politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo” del 17.3.2006;
- risoluzione del Parlamento Europeo “Una nuova politica comunitaria per il turismo: una partnership più forte per il turismo europeo” di Ottobre 2007”;
- gli obiettivi specifici e le priorità tematiche dei nuovi programmi comunitari con particolare riferimento al P.V.P.T.
- relazione, Norme di attuazione e le altre componenti del nuovo P.T.C.P. della Provincia di
- Modena;
- la Carta di Rimini per il turismo sostenibile e competitivo assunta a novembre 2008, a seguito della seconda conferenza internazionale sul turismo sostenibile.

2. Criteri e modalità di presentazione dei progetti e di formazione del Programma

Sulla base di quanto richiamato al punto 1, il quadro di riferimento per la presentazione di progetti soggetti allo specifico finanziamento regionale è così costituito:

2.1 Ambiti di attività

Come da normativa regionale e in riferimento al 2015, gli ambiti di attività o filoni di intervento del PTPL sono, relativamente al territorio provinciale:

- a) estensione e qualificazione sul territorio provinciale del sistema di informazione e di accoglienza turistica, in conformità con le caratteristiche, modalità e standard previsti dalla normativa regionale relativamente a uffici e sistema informativo turistico;
- b) promozione turistica integrata e rivolta alla valorizzazione del territorio di interesse locale.

2.2 Elementi di indirizzo e obiettivi

2.2.1 L'estensione e la qualificazione sul territorio provinciale del sistema di informazione e di accoglienza turistica si attua sulla base delle caratteristiche, modalità e standard previsti dalla normativa regionale relativamente a uffici e sistema informativo turistico e anche sulla base delle indicazioni fornite nel “Progetto di revisione e integrazione del sistema di informazione turistica nella provincia di Modena” approvato con Delibera di Giunta Provinciale n. 101 del 25/03/2014, che nasce dall'esigenza di restituire, sia all'esterno che all'interno del territorio stesso, un'immagine

riconoscibile e affidabile della Provincia e dalla constatazione che le tecnologie oggi disponibili consentono da una parte un presidio del territorio e una fruibilità delle informazioni svincolate dalla presenza fisica di operatori e dall'altra la possibilità di reperire facilmente anche da parte di non addetti ai lavori di informazioni e notizie relative alle tematiche turistico-culturali di località specifiche. Si è ritenuto quindi utile e necessario, per ottimizzare la rete di Uffici di informazione e accoglienza turistica e di punti informativi esistenti, integrarli con i già avviati IAT diffusi presenti sul territorio in un'ottica di diffusione del modello proposto, avviando un'attività di coordinamento e sostegno all'implementazione del sistema di informazioni già esistente da gestire anche attraverso una piattaforma software web-based, con valenza promozionale ma anche a servizio degli operatori del turismo, prevedendo la presenza sul territorio in modo diffuso di postazioni touch-screen sempre consultabili.

2.2.2 La promozione turistica integrata e rivolta alla valorizzazione del territorio si attua secondo i seguenti criteri:

- a) integrazione con le tematiche e le azioni di promozione che interessano il territorio provinciale derivanti dall'attività in essere e/o prevista da parte degli organismi di promozione turistica regionale e/o sovra regionale;
- b) integrazione di prodotti e di destinazioni turistiche, nell'ottica della promozione di un turismo dei luoghi;
- c) integrazione delle offerte, in una logica di rete, sia per caratteristiche (natura, cultura, storia ed emergenze archeologiche, prodotti, eventi), che per territorio (sistemi territoriali a valenza sovra comunale);
- d) integrazione con azioni concorrenti di valorizzazione complessiva del territorio derivanti da interventi relativi alla ricettività turistica e di interventi in campo formativo, di sviluppo economico (agricoltura, artigianato, commercio, ecc.), culturale e sulle emergenze archeologiche, sportivo ed ambientale, con riferimento anche al turismo della Bike e dell'escursionismo;
- e) integrazione tra le attività di promozione e di commercializzazione turistica;
- f) sostenibilità delle attività in termini di:
 - compatibilità con il contesto ambientale e culturale dei luoghi;
 - compatibilità con il contesto socio-economico delle comunità locali coinvolte dall'attività;
 - compatibilità con le caratteristiche dell'utenza, le regole e le garanzie di ospitalità e fruizione dei luoghi.
- g) Integrazione di azioni promozionali e di marketing volte a ripristinare e rafforzare l'immagine del nostro territorio nella sua integrità e specificità insieme con particolare riguardo alle zone colpite dal sisma del 2012.

2.3 Soggetti ammessi alla presentazione dei progetti di attività con richiesta di finanziamento

2.3.1 Relativamente all'ambito di attività "Servizi turistici di base relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico"

Possono presentare domanda i Comuni, singolarmente ovvero in aggregazione volontaria e/o nelle forme di aggregazione previste e consentite dalla normativa vigente, le Unioni di Comuni della provincia di Modena anche attraverso loro Società e Organismi operativi, che intendono gestire per l'anno 2015, nelle forme e secondo le modalità previste dalle norme vigenti per l'esercizio di attività proprie dell'ente pubblico, uffici di informazione e accoglienza turistica, ovvero uffici di informazione turistica, così come previsti dalla Deliberazione di Giunta Regionale n. 956/05, nonché altri servizi comunque relativi all'informazione e all'accoglienza turistica, quali punti informativi turistici, ecc..

I Comuni, singolarmente ovvero in forma aggregata, le Unioni di Comuni della provincia di Modena nel presentare domanda di finanziamento relativamente all'ambito di attività descritto,

dovranno indicare le azioni che intendono svolgere nel 2015, anche in relazione alla avvenuta presentazione di domanda di accreditamento come IAT o UIT, prevista dalla Deliberazione di Giunta Regionale n. 956/05 corredate di un preventivo di spesa, limitatamente ai costi di funzionamento e di attività a spesa corrente.

2.3.2 Relativamente all'ambito di attività "iniziative di promozione turistica di interesse locale"

In questo ambito di attività rientrano le iniziative che vengono realizzate dai soggetti attuatori ai fini di affermare l'immagine di qualità dei servizi e dei prodotti turistici locali presenti sul territorio provinciale.

Preso atto che la Regione Emilia Romagna con la D.G.R. n. 700 del 3/06/2013 ha modificato la propria deliberazione n. 592/2009 così come parzialmente modificata dalla propria deliberazione n. 1100/2010 e dalla propria deliberazione n. 1084/2012, inserendo al punto 1.1 del Paragrafo 1 del Capitolo 5 dell'Allegato A il seguente capoverso: "La Provincia può realizzare progetti di scala sovracomunale attraverso la collaborazione con le Unioni di prodotto. In questo contesto, le quote finanziarie di adesione alle Unioni di prodotto si configurano come spese rendicontabili nell'ambito di attività - Iniziative di promozione turistica di interesse locale".

La Provincia di Modena, anche in ragione delle premesse poste con riferimento particolare all'auspicata attività congiunta di APT Servizi, Unioni di Prodotto e Amministrazioni locali, volta ad assicurare un adeguamento costante dell'offerta all'evoluzione del mercato attraverso anche la creazione di sinergie e collaborazioni, intende avvalersi di tale possibilità e realizzare così un'azione sinergica che vede al centro due aspetti qualificanti della proposta turistica del territorio modenese: da una parte l'Appennino con le sue diversificate offerte e proposte turistiche e sportive e dall'altra l'arte, la cultura e l'accoglienza, soprattutto convegnistica, aspetti certamente qualificanti e assolutamente caratterizzanti della nostra provincia.

Possono presentare domanda i Comuni, singolarmente ovvero in aggregazione volontaria e/o nelle forme di aggregazione previste e consentite dalla normativa vigente, le Unioni di Comuni della provincia di Modena anche attraverso loro società od organismi operativi, nonché, ai sensi del comma 2 . art. 6 della L.R. 6.3.07 n. 2, Società d'Area, Pro Loco, Gruppi di Azione Locale (GAL), Strade dei Vini e dei Sapori e Associazioni del volontariato iscritte all'albo provinciale.

Si intendono per società d'area gli organismi elencati dalla Regione Emilia Romagna e comunque società/enti con una compagine sociale mista pubblico/privata e per le quali sia statutariamente prevista l'attività di promo-commercializzazione).

I soggetti sopraindicati nel presentare domanda di finanziamento relativamente all'ambito di attività descritto, dovranno indicare le caratteristiche del progetto ovvero: una descrizione del progetto, gli obiettivi, gli strumenti per perseguire gli obiettivi e le azioni nelle quali si articola il progetto, le modalità per il riscontro dei risultati.

2.4. Elementi di riferimento in relazione ai contributi erogabili

L'ammontare complessivo delle risorse, a parziale finanziamento delle attività inserite nel PTPL 2015, sarà stabilito con atto regionale.

In relazione alle risorse effettivamente attribuite e in considerazione delle priorità di azioni da realizzarsi sul territorio, la Provincia di Modena *assegnerà i contributi dietro rendicontazione delle spese sostenute.*

Per i soggetti non pubblici, in relazione all'applicazione del regime "de minimis" di cui al Regolamento comunitario n. 1998/2006 tenuto anche conto del parere già espresso dalla Regione Emilia Romagna Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche Prot. n°19749 del 4/9/2002, si precisa che i contributi eventualmente erogati a finanziamento dei progetti presentati e ammessi non sono soggetti all'applicazione del regime "de minimis".

Ciò in considerazione del fatto che:

- le iniziative di promozione turistica locale e di valorizzazione turistica locale di per sé collegate a territori limitati, anche quando attuate da soggetti terzi rispetto alla pubblica amministrazione, sono da ascrivere nel novero delle modalità con cui la Provincia attraverso procedura di evidenza pubblica persegue le finalità normativamente previste di promozione turistica locale;
- le iniziative soggette a contributo non possono tassativamente comprendere azioni di commercializzazione e dunque non sussistono elementi lesivi della concorrenza tra imprese.

2.5. Valutazione dei progetti

La valutazione dei progetti presentati, in relazione all'ammissibilità e al fine di comporre le graduatorie di ammissione ai contributi previsti dalla L.R. 7/98 e succ. mod. e comunque ad eventuali contributi con risorse proprie della Provincia in relazione al PTPL 2015, sarà effettuata da apposito Nucleo di Valutazione, la cui composizione sarà determinata con atto del dirigente responsabile che approverà congiuntamente il bando per la presentazione dei progetti.

Con lo stesso atto si provvederà anche a definire e dettagliare l'attribuzione dei punteggi per la formazione delle graduatorie da parte del Nucleo di Valutazione che applicherà i criteri qui di seguito riportati.

A. Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e all'intrattenimento turistico.

Le domande dei Comuni relative ai servizi di accoglienza ed informazione turistica vengono valutate, sulla base della documentazione presentata, in relazione ai seguenti parametri, che verranno meglio dettagliati,:

1. rispondenza dei servizi progettati in offerta rispetto agli standard regionali previsti dalla deliberazione di Giunta Regionale n. 956 del 20-6-2005;
 2. bacino di utenza dei servizi – rilievo territoriale e socioeconomico del comune/comuni attuatori dei servizi, anche in relazione agli strumenti di programmazione in atto di sostegno e valorizzazione territoriale;
 3. numerosità di strutture ricettive, posti letto e presenze turistiche (comutate in forma aggregata quando il bacino di utenza potenzialmente servito supera l'ambito comunale);
 4. qualità dei servizi progettati in relazione, con riferimento alla comunicazione, alle attività di fidelizzazione e soddisfazione del cliente, alle attività attinenti all'ospitalità e all'adesione alla rete proposta con il progetto "Progetto di revisione e integrazione del sistema di informazione turistica nella Provincia di Modena" approvato con delibera di Giunta Provinciale n. 101 del 25/03/2014.
- Si ricorda che il progetto citato intende creare una rete che ha come obiettivo la realizzazione e fruizione di una piattaforma informativa on line che possa facilitare la gestione e la fruizione delle informazioni turistiche mediante l'implementazione del sistema già esistente con la presenza sul territorio in modo diffuso di postazioni touch-screen sempre consultabili.

B. Iniziative di promozione turistica di interesse locale

Le domande relative a progetti di iniziative di promozione turistica di interesse locale per l'anno 2015 sul territorio provinciale vengono valutate sulla base dei seguenti parametri:

1. Integrazione del progetto di promozione con i contenuti e le attività previste dagli strumenti di programmazione

Nella valutazione del progetto di promozione locale verrà considerato, sulla base della documentazione presentata, il grado di coerenza e di integrazione del progetto presentato con riferimento alla:

- programmazione e attività previste a livello regionale ovvero con i contenuti degli Obiettivi strategici della Regione, con gli indirizzi del Piano di Marketing di APT Servizi e con i Piani Obiettivo delle Unioni di Prodotto (Città d'Arte, Cultura e Affari, Appennino e Verde

e Terme). Il progetto dovrà infatti concorrere alla promozione del territorio, integrando le azioni previste ed evitando sovrapposizioni con attività previste ai livelli provinciale e sovra provinciale.

- programmazione e attività previste a livello provinciale di valorizzazione complessiva del territorio derivanti da interventi relativi alla ricettività turistica e in campo formativo, economico (agricoltura, artigianato, commercio, ecc), culturale, sportivo ed ambientale. Il progetto dovrà infatti concorrere alla promozione locale, avendo anche a riferimento le azioni previste da altre attività concorrenti alla valorizzazione del territorio.

2. Integrazione del progetto in relazione alle loro specifiche caratteristiche e al territorio in una ottica di “rete”

Nella valutazione del progetto di promozione locale verrà considerato, sulla base della documentazione presentata, il grado di integrazione delle azioni previste sia in relazione alle caratteristiche dell’offerta progettuale, sia in relazione al territorio e ai soggetti coinvolti.

Pertanto, in relazione al progetto presentato, e con riferimento alle presenti Linee strategiche, si terrà conto di:

- Estensione territoriale e rilievo socio-economico dei territori coinvolti dall’iniziativa;
- Varietà e connotazione dei fattori promozionali (attinenti, in particolare, a natura, cultura, prodotti, eventi);
- Interrelazione delle azioni con il territorio, sia in rapporto alle risorse a valenza turistica, sia ai soggetti coinvolti, sia alla loro sostenibilità.

3. Qualità complessiva del progetto

Nella valutazione del progetto di promozione locale verrà considerato, sulla base della documentazione presentata, il grado di qualità complessiva del progetto presentato in relazione a:

- Contenuti specifici della progettazione con riferimento al livello di definizione del prodotto/destinazione turistica, al mercato di riferimento, agli obiettivi da raggiungere, agli strumenti utilizzati per perseguire gli obiettivi (in particolare – al grado di innovazione di detti strumenti);
- Modalità di realizzazione;
- Efficacia del progetto in relazione alla coerenza tra strumenti posti in essere per la realizzazione del progetto o obiettivi dichiarati (in riferimento anche ad esperienze già realizzate);
- Economicità del progetto, sia con riferimento ai costi preventivati, sia in relazione agli obiettivi previsti.

4. Correlazione tra promozione e commercializzazione

Nella valutazione del progetto di promozione locale verrà considerato, sulla base della documentazione presentata, quando esistente, il raccordo tra le attività di promozione previste e la commercializzazione di iniziative inerenti e/o concorrenti alle proposte progettuali di attività.

Verranno quindi valutati, sulla base della documentazione presentata, i rapporti in essere o da sviluppare con gli operatori al fine della vendita del prodotto, l’esistenza di progetti di commercializzazione previsti e/o pattuiti anche dal soggetto presentatore, comunque inerenti a contenuti/prodotti del progetto presentato e più in generale, tutti i tipi di rapporti che attestino un riferimento reale tra promozione e vendita afferente al progetto presentato.

In relazione ai criteri e ai punteggi sopra indicati e relativi ai progetti afferenti all’ambito di attività del secondo filone “Iniziative di promozione turistica di interesse locale”, quando gli elementi necessari per la valutazione non fossero adeguatamente dichiarati nella domanda, anche in relazione al modello fornito, non daranno origine singolarmente e/o complessivamente ad alcun punteggio attribuibile.

Saranno ammessi alla graduatoria di ammissione ai potenziali finanziamenti i progetti che avranno ottenuto almeno 60 punti su 100 totali.

I progetti che ottengono 60 punti e oltre sono ammessi e vengono inseriti nella graduatoria relativa, in ordine di punteggio complessivo, con le seguenti attribuzioni di merito: Ottimo (da 91 a 100 punti), Distinto (da 81 a 90 punti), Buono (da 71 a 80 punti) e Sufficiente (da 60 a 70 punti).

I progetti che non ottengono almeno 60 punti non sono ammessi in graduatoria utile per la definizione e approvazione del PTPL 2015.

2.6. Motivi di non ammissibilità e spese non ammissibili

Non sono ammessi i progetti presentati da soggetti diversi da quelli previsti, anche in relazione agli specifici ambiti di attività, ovvero attraverso domanda presentata fuori termine ovvero non conforme.

Inoltre, in applicazione delle misure adottate dalla Provincia di Modena riguardanti Enti Privati che ricevono Contributi Pubblici (in applicazione dell'art.6 comma 2. Decreto Legge n.78/2010 convertito con Legge n.122/2010), i soggetti privati diversi da società e non espressamente esclusi dalla normativa di riferimento dovranno dichiarare — ai fini dell'erogazione degli eventuali contributi — attraverso dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà che dovrà essere assunta agli atti dal Servizio interessato, la situazione della specifica Organizzazione riguardo alla disposizione secondo la quale *"la partecipazione agli organi collegiali, anche di amministrazione, degli enti, che comunque ricevono contributi a carico delle finanze pubbliche, nonché la titolarità di organi dei predetti enti è onorifica; essa può dar luogo esclusivamente al rimborso delle spese sostenute ove previsto dalla normativa vigente; qualora siano già previsti i gettoni di presenza non possono superare l'importo di 30 euro a seduta giornaliera"*.

Inoltre, verranno esclusi, in considerazione della normativa regionale relativa al PTPL, i progetti che presentino ai fini dello specifico finanziamento azioni di commercializzazione ovvero iniziative di sola incentivazione.

Sono inoltre non ammessi progetti contenenti in forma esclusiva iniziative editoriali non collegate ad attività contestuali di promozione turistica.

Anche ai fini della determinazione del contributo, ma in ogni caso non sono ammesse nella rendicontazione finale la spese relative a interventi di carattere strutturale (quali le spese relative ad acquisti di attrezzature, impianti, ristrutturazioni, segnaletica, cartellonistica, arredi, ecc.).

Non sono inoltre ammissibili:

1. Iva, per i soggetti privati;
2. Spese per iniziative di promozione per le quali venga richiesto il finanziamento ai sensi della L.R. 7/98 e successive modifiche, qualora le stesse risultino già ammesse a finanziamento regionale sulla base di altre leggi di settore;
3. Spese di gestione ordinaria e ogni altra spesa non direttamente riconducibile al progetto.

2.7. Priorità e modalità di finanziamento dei progetti

Il Nucleo di Valutazione provvederà alla ammissibilità e alla valutazione dei progetti, e a redigere, sulla base dei punteggi attribuiti in relazione a quanto previsto al precedente paragrafo 2.5, le seguenti graduatorie, composte dai progetti ammessi riportati in schede tecniche che ne contengono gli elementi identificativi (soggetto proponente, tipologia e descrizione di sintesi del progetto, ammontare della spesa prevista):

- la **graduatoria A** relativa all'ambito di attività "Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e all'intrattenimento turistico";
- la **graduatoria B** relativa agli ambiti di attività "Iniziative di promozione turistica di interesse locale";

Accanto ai progetti non ammessi verranno riportate le motivazioni di non ammissibilità. L'attività del Nucleo di Valutazione verrà verbalizzata e conservata agli atti del Servizio.

I progetti ammessi verranno a comporre, accanto alle linee strategiche, il Programma Turistico di Promozione Locale 2015, che verrà approvato con delibera della Giunta Provinciale entro il 30 Settembre 2014 e che dovrà contenere una scheda tecnico-finanziaria riportante le caratteristiche salienti per ciascun intervento e gli elementi identificativi dei soggetti coinvolti, le graduatorie degli interventi ammessi a finanziamento, la validazione rilasciata da APT Servizi s.r.l. in presenza di interventi che includano azioni nei mercati esteri, l'indicazione della ridestinazione delle eventuali economie che potranno essere accertate.

Successivamente (entro il 30 novembre 2014 in via provvisoria e ad avvenuta entrata in vigore della Legge regionale di approvazione del bilancio di previsione regionale relativo all'esercizio finanziario 2015, in via definitiva) la Regione provvederà ad assegnare le risorse destinate sulla base della ripartizione alle Province.

2.8. Attivazione della procedura di evidenza pubblica, modalità e termini di presentazione delle domande

A seguito dell'approvazione da parte della Regione delle presenti Linee Strategiche e delle modalità per la definizione del Programma, nonché delle risorse a finanziamento, il Dirigente del Servizio Industria, Commercio, Turismo e Cultura provvederà ad attivare la procedura di evidenza pubblica che dovrà contenere quanto previsto nei precedenti punti, nonché le modalità e i termini di presentazione delle domande.

L'emanazione dell'avviso di avvio della procedura di evidenza pubblica sarà pubblicata sul sito web istituzionale della Provincia di Modena, alla sezione Turismo, con relativa modulistica per la presentazione delle domande, oltre ad essere inviata ai componenti della Consulta provinciale del Turismo.

In caso di osservazioni della Regione in sede di approvazione, ovvero nell'eventualità di nuovi elementi che normativamente e/o utilmente in rapporto alle finalità generali del PTPL dovessero intervenire, nel rispetto della tempistica indicata dalla normativa regionale, la Giunta Provinciale potrà intervenire con proprio atto nei contenuti del bando a chiamata per la presentazione di progetti e di attività.

2.9. Rendicontazione

La rendicontazione dei progetti finanziati, effettuata sulla base degli indirizzi e nei termini determinati dalla normativa regionale, sarà appositamente prevista nei tempi e nelle modalità dalla procedura di evidenza pubblica attivata e dovrà consentire alla Provincia di predisporre e trasmettere alla Regione entro il 30 Aprile 2016 una relazione tecnico-finanziaria contenente gli obiettivi raggiunti e i progetti realizzati, nonché il conto consuntivo per progetto finanziato relativo agli atti di impegno e agli importi delle spese sostenute.

Maggiori indicazioni sui criteri per la rendicontazione e relativa modulistica saranno pubblicati sul sito web istituzionale della Provincia di Modena, alla sezione Turismo, contestualmente all'avviso di avvio della procedura di evidenza pubblica per la raccolta delle proposte progettuali.