

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 5 luglio 2018, n. 1200

POR Puglia 2014/2020 – Asse VI – Azione 6.8 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”. Variazione al bilancio annuale e triennale di previsione 2018-2020 ai sensi dell’art. 51 comma 6 lett. a) del D. Lgs. n. 118/2011. Potenziamento del Piano Strategico Turismo 2017-2019 e modifica dell’Accordo di Cooperazione, già approvati con DGR n. 191/2017.

Assente l’Assessore all’Industria Turistica e Culturale, Gestione e Valorizzazione dei Beni Culturali avv. Loredana Capone, di concerto con l’Assessore con delega alla Programmazione Unitaria avv. Raffaele Piemontese, sulla base dell’istruttoria espletata dalla Sezione Turismo, di concerto, per la parte contabile, con il Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria dott. Pasquale Orlando, dal Direttore del Dipartimento Turismo, Economia della cultura e Valorizzazione del territorio dott. Aldo Patruno, di concerto con il Direttore del Dipartimento Sviluppo economico, Innovazione, Istruzione, Formazione e Lavoro prof. Domenico Laforgia, riferisce quanto segue il Vice Presidente, dott. Antonio Nunziante:

Premesso:

- che con **DGR n. 191 del 14.02.2017**, la Giunta Regionale ha:
 - **approvato il Piano Strategico Regionale** del Turismo 2016/2025 denominato “Puglia 365” e l’allegato Business Plan;
 - **approvato il Piano Triennale ed il Piano Annuale** di Attuazione degli interventi da realizzare a valere sulle risorse dell’Azione 6.8 del PO FESR 2014-2020 “Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche”;
 - **individuato l’ARET Pugliapromozione**, quale soggetto con cui procedere alla sottoscrizione dell’Accordo di Cooperazione ex art. 15 della Legge 241/90, per l’attuazione ed implementazione dei citati Piano Triennale e Piano Annuale di Attuazione degli interventi da realizzare a valere sulle risorse dell’Azione 6.8 del PO FESR 2014-2020;
 - **approvato lo schema di Accordo di Cooperazione tra la Regione Puglia e ARET Pugliapromozione**, per la regolamentazione dei rapporti di attuazione, gestione e controllo del Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016-2025.
- che nel “Piano Annuale e Triennale”, approvato anch’esso con la richiamata DGR n. 191/2017, sono declinate le schede delle seguenti macro azioni:
 - **“Promozione delta destinazione Puglia”**
 - **“Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia”**
 - **“Qualificazione e potenziamento del sistema dell’accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell’offerta”**
 - **“Innovazione della destinazione Puglia”**
 - **“Governance del Piano, comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato”**.
- in esecuzione della richiamata DGR 191/2017, ai sensi dell’art. 15 della Legge n. 241/90 ed in applicazione delle indicazioni operative fornite dalla Segreteria Generale della Presidenza, con nota prot. n. 1083 del 15/11/2016 avente ad oggetto “Acquisizione di servizi delle Agenzie regionali e degli Organismi in house”, in data 17/02/2017 è stato sottoscritto l’accordo triennale di cooperazione (c.d. Partenariato Pubblico Pubblico) tra la Regione Puglia e l’Agenzia Pugliapromozione (rep. n. 19106 del 28.2.2017) per l’attuazione del piano strategico;
- che il suddetto accordo stabilisce che la Regione Puglia/il Dipartimento “definisce le priorità strategiche di attuazione del Piano Strategico” e che l’Agenzia “declina operativamente le priorità strategiche su cui focalizzare le fasi di esecuzione delle attività progettuali, delle azioni e dei relativi contenuti” e che

- “ciascuna delle parti potrà proporre variazioni ai progetti attuativi oggetto dell'accordo stesso;
- che pertanto le attività previste sono state avviate nel corso della prima annualità (2017) al fine del raggiungimento degli obiettivi prefissati nell'ambito del Piano Strategico;
 - che in linea con la programmazione del PO FESR 2014/2020 - Azione 6.8, tutti gli interventi previsti nel “Piano annuale e triennale” 2017-2019 trovano copertura e impegno sulle risorse dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, per un valore di 12,030 milioni di € anno e per un totale di 36,090 milioni € per il triennio 2017/2019, così come stabilito nella DGR n. 191/2017;

Considerato:

- che la strategia pugliese di sviluppo del settore turistico pone come obiettivi principali l'internazionalizzazione e la destagionalizzazione. La sfida è quella di mettere in campo azioni efficaci per perseguire fino in fondo la strategia della destagionalizzazione che il Piano strategico ha evidenziato essere profondamente interconnessa ad un robusto rafforzamento dell'internazionalizzazione, che a sua volta dipende da un innalzamento della qualità del prodotto e dell'offerta turistica, a partire dal tema fondamentale dell'accoglienza. Elemento chiave della strategia è quello legato alla brand identity e, più in generale, alla prospettiva di commercializzazione e promozione della Puglia nel prossimo futuro;
- che in fase di attuazione, è stata manifestata l'esigenza di rafforzare gli interventi progettuali, in virtù di nuove opportunità emerse per lo sviluppo della strategia turistica pugliese, che determinano la necessità di implementare le attività e le risorse al fine di potenziare e meglio indirizzare la strategia sempre nel solco delle linee programmatiche prefissate;
- che sulla base di queste considerazioni, l'Agenzia Pugliapromozione, in linea con la strategia espressa dalla Giunta con deliberazione n. 191/2017, nonché in attuazione della funzione di exploration ad essa assegnata dal nuovo Modello Ambidestro di Innovazione Amministrativa (M.A.I.A.) cui è improntato l'Amministrazione regionale e le relative agenzie, ha predisposto e sottoposto al Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e Valorizzazione del Territorio, le allegate “Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365”.
- che in particolare, il potenziamento/implementazione proposto del Piano Strategico del Turismo Puglia365 riguarda le seguenti progettualità: “Promozione della destinazione Puglia”, “Comunicazione digitale e Brand identity della destinazione Puglia”,
- “Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta” e “Governance del Piano, comunicazione, diffusione, partecipazione, partenariato” delineate nelle allegate schede;
- che l'attuazione degli interventi previsti nelle allegate “Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365”, parte integrante e sostanziale della presente deliberazione, comportano una spesa incrementale rispetto a quella stabilita con la DGR 191/2017 per un importo di 4,25 milioni di euro. Spesa aggiuntive rispetto alla somma di euro 36.090.000,00, già stabilita e programmata nella DGR n. 191/2017.

Considerato inoltre:

- che con Deliberazione n. 1482 del 28/09/2017, la Giunta regionale ha approvato il POR Puglia FESR-FSE 2014-2020 nella versione generata dalla piattaforma informatica della Commissione SFC 2014, facendo seguito all'approvazione da parte dei Servizi della Commissione avvenuta con decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015 da ultimo modificata con Decisione C(2017) 6239 del 14 settembre 2017;
- che con Deliberazione di Giunta regionale n. 1131 del 26/05/2015 è stato confermato quale Autorità di Gestione il Dirigente del Servizio Attuazione del Programma e nominata come Responsabile del FSE la Dirigente del Servizio Autorità di gestione del PO FSE 2007-2013;
- che in data 11/03/2016 si è svolta la prima riunione del Comitato di Sorveglianza del FESR-FSE 2014/2020 che ha approvato, tra l'altro, il documento riguardante la metodologia e criteri per la selezione delle operazioni;
- che nell'ambito dell'ASSE VI del POR Puglia 2014/2020, l'Azione 6.8 prevede interventi per il

riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche le cui attività sono state declinate nel piano strategico del Turismo predisposto dall'Agenzia Pugliapromozione in esecuzione delle direttrici manifestate dalla Giunta con la summenzionata DGR n. 2421/2015;

- che la Giunta intende tracciare un indirizzo politico-strategico volto al potenziamento degli interventi promozionali per lo sviluppo del territorio quale destinazione Turistica, tenuto conto della necessità di utilizzare i fondi europei entro il 2018 e di rendere quanto più concreti ed effettivi i risultati delle azioni strategiche per il territorio regionale. A questo fine, la Giunta, in relazione alle attività di promozione per l'estero ed agli eventi con le caratteristiche anzidette realizzate dall'ARET Puglia Promozione, valuta significativo l'impatto mediatico e comunicativo da essi discendente;
- che, pertanto, si ritiene di concentrare gli interventi promozionali e indirizzarli strategicamente verso attività ed eventi che possano veicolare e potenziare in modo unico ed esclusivo la brand awareness e i valori identitari della destinazione Puglia e del territorio regionale;
- che le "Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365" allegate alla presente, prevedono azioni da realizzare a valere sull'Azione 6.8 POR Puglia 2014-2020, per un importo pari a euro 4.250.000,00, risorse che si rendono immediatamente necessarie.

Visto:

- il D.Lgs. 23 giugno 2011, n. 118 come integrato dal D.Lgs. 10 agosto 2014, n. 126 "Disposizioni integrative e correttive del D.Lgs. n. 118/2011 recante disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della L. n. 42/2009;
- la Legge Regionale n. 67 del 29.12.2017 di approvazione del bilancio di previsione della Regione Puglia per l'esercizio finanziario 2018 e pluriennale 2018-2020;
- la Legge Regionale n. 68 del 29/12/2017 "Bilancio di previsione della Regione Puglia per l'esercizio finanziario 2018 e pluriennale 2018 - 2020";
- la D.G.R. n. 38 del 18.1.2018, di approvazione Documento tecnico di accompagnamento e Bilancio Finanziario Gestionale;

Dato atto:

Che la variazione proposta con il presente provvedimento assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica garantendo il pareggio di bilancio di cui alla Legge Regionale n. 68/2017 ed il rispetto delle disposizioni di cui ai commi 465 e 466 dell'articolo unico Parte prima Sezione prima della Legge n. 232/2016 e ss.mm.ii. e del comma 775 dell'articolo unico della Legge n. 205/2017.

Per quanto esposto, sussistendo la volontà della Giunta Regionale di implementare le attività e risorse destinate all'accordo di cooperazione sottoscritto con PugliaPromozione e descritte nelle allegate schede predisposte dalla medesima Agenzia, si rende necessario:

- approvare le allegate "Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365", parte integrante e sostanziale del presente atto, che si aggiungono al "Piano Annuale e Triennale" approvato con DGR n. 191/17;
- disporre la modifica dell'articolo 1 "Oggetto e finalità" dell'Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l'Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017, per la parte relativa a "importo complessivo nel triennio", che passa da euro 36.090.000,00 a euro 40.340.000,00,
- disporre la modifica del "Quadro economico" del "Piano Annuale e Triennale" approvati con DGR 191/2017;
- autorizzare il Servizio Bilancio e Ragioneria ad apportare, ai sensi dell'art. 51 del D.Lgs. 118/2011, le variazioni compensative in aumento e in diminuzione a valere sul bilancio vincolato così come espressamente riportate in Copertura Finanziaria;
- autorizzare il dirigente della Sezione Turismo, in qualità di responsabile dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, ad adottare i conseguenti provvedimenti di impegno e liquidazione a valere sui competenti

capitoli di spesa di cui alla sezione copertura finanziaria, la cui titolarità è del Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria, per l'importo pari a € 4.250.000,00 a valere sull'Azione 6.8 del POR Puglia 2014/2020;

COPERTURA FINANZIARIA AI SENSI DEL D. LGS. N. 118/2011 E SS.MM.II.

- Il presente provvedimento comporta la VARIAZIONE IN TERMINI DI COMPETENZA E CASSA al Bilancio di Previsione 2017 e pluriennale 2017-2019, al Documento Tecnico di accompagnamento e al Bilancio Finanziario Gestionale approvato con DGR n. 16 del 17/01/2017, ai sensi dell'art. 51 comma 2) lettera a) del D. Lgs. 118/2011

BILANCIO VINCOLATO

CRA	62 Dipartimento Sviluppo Economico, Innovazione, Istruzione, Formazione e Lavoro
	06 Sezione Programmazione Unitaria

Variazione di bilancio

capitolo di spesa	Declaratoria	Missione Programma Titolo	Codifica del Programma di cui al punto 1 lett. i) dell'All. 7 al D. Lgs. 118/2011	Codice identificativo delle transazioni riguardanti le risorse UE	Codifica Piano dei Conti finanziario	Variazione competenza e cassa E.F. 2018	Variazione competenza E.F. 2019
1161000	POR Puglia 2014-2020. Fondo FESR. Quota UE. Contributi agli investimenti a Amministrazioni Locali	14.5.2	01- industria, PMI e Artigianato	3 spese finanziate da trasferimenti della UE	U.2.03.01.02	- € 1.062.500,00	- € 1.062.500,00
1162000	POR Puglia 2014-2020. Fondo FESR. Quota Stato. Contributi agli investimenti a Amministrazioni Locali	14.5.2	01- Industria, PMI e Artigianato	4 spese finanziate da trasferimenti statali correlati ai finanziamenti dell'Unione Europea	U.2.03.01.02	- € 743.750,00	- € 743.750,00
1161680	POR 2014-2020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE, CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA UE	7.2.2	1 - Sviluppo e valorizzazione del turismo	3 spese finanziate da trasferimenti della UE	U.2.03.01.02	+ € 1.062.500,00	+ € 1.062.500,00
1162680	POR 2014-2020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. QUOTA STATO	7.2.2	1 - Sviluppo e valorizzazione del turismo	4 spese finanziate da trasferimenti statali correlati ai finanziamenti dell'Unione Europea	U.2.03.01.02	+ € 743.750,00	+ € 743.750,00

- L'entrata a valere sul POR Puglia 2014-2020 trova copertura sullo stanziamento dei seguenti capitoli;

Capitolo	Declaratoria	Codice identificativo delle transazioni riguardanti le risorse UE	Codifica piano dei conti finanziario e gestionale SIOPE
4339010	TRASFERIMENTI PER IL POR PUGLIA 2014/2020 QUOTA UE FONDO FESR	1 entrate derivanti da trasferimenti destinate al finanziamento dei progetti comunitari provenienti da amministrazioni pubbliche e da altri soggetti	E.4.02.05.03.001

4339020	TRASFERIMENTI PER IL POR PUGLIA 2014/2020 QUOTA STATO FONDO FESR	1 entrate derivanti da trasferimenti destinate al finanziamento dei progetti comunitari provenienti da amministrazioni pubbliche e da altri soggetti	E.4.02.01.01.001
----------------	--	--	------------------

- Si attesta che l'importo relativo alla copertura del presente provvedimento corrisponde ad obbligazione giuridicamente perfezionata, con debitore certo: Unione Europea e Ministero dell'Economia e Finanze.
- Titolo giuridico che supporta il credito: POR Puglia 2014-2020: Decisione di esecuzione Decisione di esecuzione C(2017) 6239 del 14 settembre 2017 dei competenti Servizi della Commissione Europea che modifica la precedente Decisione C(2015) 5854 del 13 agosto 2015.

BILANCIO AUTONOMO

Variazione di bilancio

CRA	capitolo di spesa	Declaratoria	Missione Programma Titolo	Codifica del Programma di cui al punto 1 lett. i) dell'All. 7 al D. Lgs. 118/2011	Codice identificativo delle transazioni riguardanti le risorse UE	Codifica Piano dei Conti finanziario	Variazione competenza e cassa E.F. 2018	Variazione competenza E.F. 2019
66.03	1110050	POR 20142020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE	20.3.2			U.2.05.01.99	- € 318.750,00	- € 318.750,00
62.06	1163680	POR 2014-2020. FONDO FESR. AZIONE 6.8 INTERVENTI PER IL RIPOSIZIONAMENTO COMPETITIVO DELLE DESTINAZIONI TURISTICHE. CONTRIBUTI AGLI INVESTIMENTI A AMMINISTRAZIONI LOCALI. COFINANZIAMENTO REGIONALE	7.2.2	1 - Sviluppo e valorizzazione del turismo	7 spese finanziate da risorse dell'ente correlate ai finanziamenti dell'Unione europea	U.2.03.01.02	+ € 318.750,00	+ € 318.750,00

Si attesta che la variazione proposta con il presente provvedimento assicura il rispetto dei vincoli di finanza pubblica, garantendo il pareggio di bilancio di cui alla Legge Regionale n. 68/2017 ed il rispetto delle disposizioni di cui ai commi 465 e 466 dell'articolo unico della Legge n. 232/2016 e ss.mm.ii. e del comma 775 dell'articolo unico della Legge n. 205/2017.

L'entrata e la spesa di cui al presente provvedimento, pari complessivamente ad Euro 4.250.000,00, corrispondono ad OGV che saranno perfezionate nel biennio 2018-2019 mediante accertamento e impegno pluriennale da assumersi con atto dirigenziale della Sezione Turismo, in qualità di Responsabile dell'Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, giusta DGR n. 833/2016, ai sensi del principio contabile di cui all'allegato 4/2, par. 3.6, lett. c) "contributi a rendicontazione" del D. Lgs. 118/2011.

Il Relatore, sulla base delle risultanze istruttorie come innanzi illustrate, propone alla Giunta l'adozione del conseguente atto finale che rientra nelle competenze della G.R. a norma dell'art. 4 comma 4 lettera d della LR. n. 7/97.

LA GIUNTA

- Udita la relazione e la conseguente proposta del Vice Presidente;

- Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento da parte dei Dirigenti che ne attestano la conformità alla legislazione vigente;
- A voti unanimi e palesi espressi nei modi di legge:

DELIBERA

- di **prendere atto ed approvare** quanto espresso in narrativa, che qui si intende integralmente riportato;
- di **approvare le allegate “Schede Azioni Integrative al Piano strategico del Turismo - Puglia 365”**, parte integrante e sostanziale del presente atto, che si aggiungono al “Piano Annuale e Triennale” approvato con DGR n. 191/17;
- di **approvare la modifica dell’articolo 1 “Oggetto e finalità”** dell’Accordo di cooperazione sottoscritto tra la Regione Puglia e l’Agenzia Pugliapromozione in data 17/02/2017, per la parte relativa a “importo complessivo nel triennio”, che passa da euro 36.090.000,00 a euro 40.340.000,00;
- di **modificare il “Quadro economico”** del “Piano Annuale e Triennale”, che costituisce parte integrante e sostanziale del presente atto;
- di **autorizzare il Servizio Bilancio e Ragioneria** ad apportare, ai sensi dell’art. 51 del D.lvo 118/2011, le variazioni compensative in aumento e in diminuzione a valere sul bilancio vincolato così come espressamente riportata in Copertura Finanziaria;
- di **autorizzare il dirigente della Sezione Turismo**, in qualità di responsabile dell’Azione 6.8 del POR Puglia 2014-2020, ad adottare i conseguenti provvedimenti di accertamento, impegno e liquidazione a valere sui competenti capitoli di entrata e spesa di cui alla sezione copertura finanziaria, la cui titolarità è del Dirigente della Sezione Programmazione Unitaria, per l’importo pari a € 4.250.000,00 a valere sulle risorse dell’Azione 6.8 del POR Puglia 2014/2020;
- di **approvare l’Allegato E/1**, parte integrante e sostanziale del presente atto, nella parte relativa alla variazione al bilancio;
- di **incaricare il Servizio Bilancio** di trasmettere al Tesoriere regionale il prospetto di cui all’art. 10 comma 4 del D. Lgs n. 118/2011 conseguentemente all’approvazione della presente deliberazione;
- di **pubblicare il presente provvedimento** sul BURP e sul sito ufficiale www.regione.puglia.it;

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
ROBERTO VENNERI

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA
MICHELE EMILIANO

Allegato E/1

Allegato n. 8/1
al D.Lgs 118/2011

Allegato delibera di variazione del bilancio riportante i dati d'interesse del Tesoriere

data: .../.../..... n. protocollo
Rif. Proposta di delibera del TUR/DEL/2018/0000
SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO	DENOMINAZIONE	PREVISIONI AGGIORNATE ALLA PRECEDENTE VARIAZIONE - DELIBERA N. - ESERCIZIO 2018	VARIAZIONI		PREVISIONI AGGIORNATE ALLA DELIBERA IN OGGETTO - ESERCIZIO 2018
			in aumento	in diminuzione	
MISSIONE	20 Fondi e accantonamenti				
Programma	3 Altri fondi				
Titolo	2 Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		318.750,00 318.750,00	
Totale Programma	3 Altri fondi	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		318.750,00 318.750,00	
TOTALE MISSIONE	20 Fondi e accantonamenti	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		318.750,00 318.750,00	
MISSIONE	14 SVILUPPO ECONOMICO E COMPETITIVITÀ				
Programma	5 Politica regionale unitaria per lo sviluppo economico e la competitività				
Titolo	2 Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		1.806.250,00 1.806.250,00	
Totale Programma	5 Politica regionale unitaria per lo sviluppo economico e la competitività	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		1.806.250,00 1.806.250,00	
TOTALE MISSIONE	14 SVILUPPO ECONOMICO E COMPETITIVITÀ	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		1.806.250,00 1.806.250,00	
MISSIONE	7 TURISMO				
Programma	2 Politica regionale unitaria per il turismo				
Titolo	2 Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00 -2.125.000,00		
Totale Programma	2 Politica regionale unitaria per il turismo	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00 -2.125.000,00		
TOTALE MISSIONE	7 TURISMO	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00 -2.125.000,00		
TOTALE VARIAZIONI IN USCITA		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00 -2.125.000,00	2.125.000,00 2.125.000,00	
TOTALE GENERALE DELLE USCITE		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00 2.125.000,00	2.125.000,00 2.125.000,00	

ENTRATE

TITOLO, TIPOLOGIA	DENOMINAZIONE	PREVISIONI AGGIORNATE ALLA PRECEDENTE VARIAZIONE - DELIBERA N. - ESERCIZIO 2018	VARIAZIONI		PREVISIONI AGGIORNATE ALLA DELIBERA IN OGGETTO - ESERCIZIO 2018
			in aumento	in diminuzione	
TITOLO	IV Entrate in conto capitale				
Tipologia		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TITOLO	IV Entrate in conto capitale				
Tipologia		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TOTALE TITOLO	IV Entrate in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TOTALE VARIAZIONI IN ENTRATA		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TOTALE GENERALE DELLE ENTRATE		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00



TIMBRO E FIRMA DELL'ENTE
Responsabile del Servizio Finanziario e dell'intera responsabilità della spesa

4

Allegato E/1

Allegato n. 8/1
al D.Lgs 118/2011

Allegato delibera di variazione del bilancio riportante i dati d'interesse del Tesoriere
data: .../.../..... n. protocollo
Rif. Proposta di delibera del TUR/DEL/2018/0000
SPESE

MISSIONE, PROGRAMMA, TITOLO	DENOMINAZIONE	PREVISIONI AGGIORNATE ALLA PRECEDENTE VARIAZIONE - DELIBERA N. - ESERCIZIO 2019	VARIAZIONI		PREVISIONI AGGIORNATE ALLA DELIBERA IN OGGETTO - ESERCIZIO 2019
			in aumento	in diminuzione	
MISSIONE	20 Fondi e accantonamenti				
Programma	3 Altri fondi				
Titolo	2 Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		318.750,00	
Totale Programma	3 Altri fondi	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		318.750,00	
TOTALE MISSIONE	20 Fondi e accantonamenti	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		318.750,00	
MISSIONE	14 SVILUPPO ECONOMICO E COMPETITIVITÀ				
Programma	5 Politica regionale unitaria per lo sviluppo economico e la competitività				
Titolo	2 Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		1.806.250,00	
Totale Programma	5 Politica regionale unitaria per lo sviluppo economico e la competitività	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		1.806.250,00	
TOTALE MISSIONE	14 SVILUPPO ECONOMICO E COMPETITIVITÀ	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa		1.806.250,00	
MISSIONE	7 TURISMO				
Programma	2 Politica regionale unitaria per il turismo				
Titolo	2 Spese in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00		
Totale Programma	2 Politica regionale unitaria per il turismo	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00		
TOTALE MISSIONE	7 TURISMO	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00		
TOTALE VARIAZIONI IN USCITA		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00	2.125.000,00	
TOTALE GENERALE DELLE USCITE		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	-2.125.000,00	2.125.000,00	

ENTRATE

TITOLO, TIPOLOGIA	DENOMINAZIONE	PREVISIONI AGGIORNATE ALLA PRECEDENTE VARIAZIONE - DELIBERA N. - ESERCIZIO 2019	VARIAZIONI		PREVISIONI AGGIORNATE ALLA DELIBERA IN OGGETTO - ESERCIZIO 2019
			in aumento	in diminuzione	
TITOLO	IV Entrate in conto capitale				
Tipologia		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TITOLO	IV Entrate in conto capitale				
Tipologia		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TOTALE TITOLO	IV Entrate in conto capitale	residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TOTALE VARIAZIONI IN ENTRATA		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00
TOTALE GENERALE DELLE ENTRATE		residui presunti previsione di competenza previsione di cassa	0,00 0,00 0,00		0,00 0,00 0,00

Il presente allegato è composto da n. 2 facciate

IL DIRIGENTE della SEZIONE TURISMO
Dot. Patrizio GIANNONE

TIMBRO E FIRMA DELL'ENTE
Responsabile del Servizio Finanziario / Dirigente responsabile della spesa



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
OSSERVATORIO INDUSTRIA TURISMO E CULTURALE
DESTINAZIONI E VALORIZZAZIONE DEL BENE CULTURALE



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



Piano strategico
del turismo 2016 - 2025

#Puglia365

SCHEDA AZIONI INTEGRATIVE AL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO - PUGLIA 365:

PROGETTO PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA

Azione Italia 2018 top destination: Puglia - mercato cinese

1. Premessa

Ogni anno, negli ultimi 10 anni, il turismo outbound cinese è cresciuto del 19%. Nel 2017 i viaggiatori cinesi sono stati 145 milioni classificandosi al primo posto tra i più grandi mercati di viaggi in uscita nel mondo. Allo stesso tempo, grazie alla costante crescita economica (+6,5% in media nell'ultimo quinquennio) i turisti cinesi accrescono costantemente anche il loro potere di spesa all'estero, attirando l'attenzione delle maggiori destinazioni turistiche che intensificano le rispettive strategie e azioni promozionali in Cina.

L'Osservatorio sul Turismo della Regione Puglia ha stimato una incidenza del 20% del turismo straniero sul totale regionale, auspicando la possibilità di raggiungere il 30% entro il 2020. Ad oggi, l'incoming cinese in Puglia è marginale, il che rappresenta una criticità considerando che il 2018 è stato proclamato anno del turismo sino-europeo da parte dell'European Travel Commission e che 'I turisti cinesi sono il motore di cambiamento più potente dell'industria del turismo mondiale': tra le destinazioni europee, quella in cui i cinesi spendono di più è l'Italia, con una spesa media di 918 euro pro capite.

Dei 10 milioni di arrivi previsti in Europa nel 2018, 2 milioni saranno quelli registrati in Italia (dati China Friendly Italy).

CITS - Chinese International Travel Service - è il Tour Operator di Stato, il brand di turismo più prestigioso nella Repubblica Popolare Cinese, che possiede interamente 42 aziende stake-controlling e shareholding, 50 uffici distribuiti in tutte le regioni del paese, 1.200 outlet, oltre 1.800 agenzie di viaggi, 30 visa center in 14 paesi per servire più di 20 milioni di turisti in entrata, 30 milioni in uscita e gran parte del turismo domestico della Cina. Collabora stabilmente con più di 1.400 fornitori di servizi turistici in oltre 100 paesi ed è GSA di molte compagnie aeree straniere operanti in Cina, inclusa Alitalia.

Italia 2018 Top Destination è un progetto ideato dal CITS che mira a formare un prodotto turistico studiato appositamente per il turista cinese e finalizzato a proporre soggiorni più lunghi e di qualità, affinché il viaggio possa essere un'esperienza da ricordare e da vivere in piena armonia con il territorio e le realtà che lo compongono.

2. Obiettivi

Al fine di realizzare attività promozionali realmente efficaci nell'enorme e complicato mercato turistico cinese, è necessario individuare una strategia di medio termine basata su un sistema integrato di azioni che



UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
DESTINAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

tenga conto delle caratteristiche dei viaggiatori, sempre più sofisticati ed eterogenei, provenienti dalla Repubblica Popolare Cinese.

La sfida è intercettare turisti cinesi della middle-upper class che ricercano lusso, esclusività, arte e cultura, non particolarmente attratti dal prodotto balneare che caratterizza buona parte dell'offerta regionale e, quindi, funzionali al conseguimento dell'auspicata destagionalizzazione a cui mira il *Piano Strategico del Turismo - Puglia 365* anche tramite attività di promozione della destinazione Puglia nei nuovi mercati ad alto potenziale di crescita, ma non ancora consolidati.

La proposta di collaborazione avanzata da CITS, con la supervisione dell'Ambasciata d'Italia a Pechino, ha lo scopo di far conoscere la destinazione Puglia al maggior numero di cinesi interessati ad un viaggio che sia fonte di emozioni e di arricchimento culturale anche attraverso la scoperta delle eccellenze enogastronomiche regionali.

3. Descrizione delle attività

Per una promo-commercializzazione efficace sul vasto territorio cinese è necessaria una programmazione stimata in almeno due anni.

La collaborazione proposta da CITS prevede l'impegno di un team specializzato che seguirà costantemente tutte le fasi del progetto: fam trip in Puglia per sviluppare maggiore conoscenza della destinazione e del prodotto turistico; formazione degli agenti CITS; realizzazione di pacchetti turistici ad hoc dedicati alla Puglia; presentazione della collaborazione ai media, alla rete CITS e a tutti i partner dell'industria turistica cinese; campagna di promozione e comunicazione sui media: stampa, outdoor e web.

Fam trip, formazione ed elaborazione pacchetti: il fam trip sarà dedicato ai responsabili di prodotto del CITS affinché possano conoscere il territorio e studiare pacchetti turistici ad hoc per gruppi o individuali. I pacchetti saranno presentati a tutti i responsabili e gli addetti alle vendite delle agenzie tramite incontri e presentazioni online a tutta la rete di vendita.

Presentazione dell'accordo Regione Puglia/CITS: il progetto sarà presentato ai media, all'industria turistica cinese e, ovviamente, a tutti i manager della rete vendita di CITS. Durante la conferenza stampa/evento in programma a Pechino saranno descritti gli elementi principali della collaborazione e gli obiettivi a breve e a medio termine. Saranno proiettati video sulla regione Puglia per mostrarne gli aspetti di maggiore appeal per il pubblico cinese, sarà consegnato un press kit informativo ed offerta una degustazione di prodotti tipici pugliesi al termine della presentazione. L'obiettivo è quello di coinvolgere 130 partecipanti tra influencer, key opinion leader, giornalisti dei media specializzati e non.

Campagna di comunicazione.

TV: sarà utilizzata l'innovativa piattaforma Siwéi gòuwù che combina i vantaggi dell'e-commerce di Internet e dei moderni device per creare una simbiosi a quattro dimensioni. Nel 2017 la piattaforma tv ha registrato oltre 378 milioni di spettatori.

Stampa: per la promozione della regione Puglia sono state selezionate alcune delle testate più importanti in Cina fra cui Lonely Planet - Traveller che in Cina è leader del settore e comprende rivista cartacea, rivista elettronica, microblogging. Traveller è in distribuzione in negozi, librerie, sale VIP aeroportuali ed è presente in 29 province e regioni, con una tiratura di 2,2 milioni copie.

Youth Newspaper è uno dei quotidiani nazionali più importanti in Cina. La maggior parte dei suoi lettori è composta da impiegati di alto livello di istruzione, dirigenti di grandi imprese e numerosi funzionari governativi: ha una tiratura di 1,2 milioni di copie.





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO REGIONALE TURISTICO E CULTURALE
GESTIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzie Regionali del Turismo

Global Times è un importante quotidiano di informazione e approfondimento, con un focus specifico sul turismo. Il lunedì è distribuito gratuitamente sui voli di 30 differenti compagnie aeree cinesi ed ha una tiratura di 2.400.000 copie.

Traveller Magazine, edito da CITS, è un importante mensile di informazione turistica dedicato al pubblico e distribuito in tutte le sue agenzie in Cina e nei punti vendita partner. Il magazine conta oltre 4 milioni di lettori, tutti appassionati di viaggio ed ha una tiratura di 486.000 copie.

WEB: la Puglia sarà promossa con una forte visibilità sul sito ufficiale di CITS nella sezione *outbound* e su tutti i propri canali presenti sul web. La stessa campagna si affiancherà ad azioni rilevanti anche sul social network più importante in Cina: WeChat.

4. Risultati attesi

Maggiore informazione, migliore posizionamento e sviluppo del prodotto turistico nel mercato cinese.

Aumento della percezione e della conoscenza della destinazione da parte del pubblico cinese e degli agenti di vendita del CITS con una maggiore consapevolezza del territorio e delle sue potenzialità.

Miglioramento costante del prodotto e degli itinerari grazie all'analisi dei feedback dei viaggiatori.

Consolidamento della popolarità della destinazione Puglia e incremento costante del numero totale di viaggiatori in entrata.

Sviluppo di flussi di incoming in bassa stagionalità e valorizzazione delle destinazioni considerate 'minori' e dell'entroterra.

Possibilità di raccolta e analisi dei primi dati statistici e del grado di soddisfazione dei viaggiatori cinesi.

Azioni mercato russo (biennio 2018-2019)

Premessa:

I dati dell'Osservatorio evidenziano come il mercato russo, nonostante le difficoltà geo-politiche in atto, sia un in forte ascesa per la Puglia: rispetto al 2016, il 2017 ha fatto registrare incrementi pari al 13,1% negli arrivi ed al 12,8% nelle presenze in regione. L'outlook per il 2018 resta positivo grazie all'attivazione del volo diretto Bari-Mosca ad opera della Siberian Airlines (S7), a partire dal 24 giugno.

L'obiettivo è quello di non lasciare ad altre regioni la possibilità di attirare importanti flussi di visitatori in Italia (in forte crescita grazie ai nuovi collegamenti aerei) interessati a vivere esperienze a contatto con il patrimonio culturale materiale e immateriale, l'enogastronomia e lo stile di vita del nostro Paese.

Evento B2C al Gorky Park di Mosca (5-7 luglio 2018)

Il Gorky Park di Mosca sarà una delle zone più frequentate della capitale russa in occasione dei campionati del mondo di calcio 2018, per l'occasione si vuole organizzare una tre giorni pugliese in collaborazione con Apulia Film Commission e Teatro Pubblico Pugliese caratterizzata da spettacoli musicali e teatrali dal vivo, spazio degustazione, cinema all'aperto.





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSOCIATO REGIONALE TURISTICO E CULTURALE
DEI TERRI E VALORIZZAZIONE DEL BENE CULTURALE



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Partecipazione evento *Buongiorno Italia* al Manege del Cremlino, Mosca (dicembre 2018)

Dopo l'attenzione del pubblico mostrata nei confronti della Puglia in occasione della prima edizione di Buongiorno Italia, manifestazione per la promozione delle eccellenze italiane nel cuore di Mosca, si vuole replicare il format vincente dell'anno passato anche nel dicembre 2018: desk per informazioni turistiche, cena di gala con stakeholder e istituzioni italiane e russe, proiezione di film girati in puglia. In collaborazione con Apulia Film Commission.

Evento B2C in collaborazione con S7 Airlines al MITT di Mosca (marzo 2019)

La MITT di Mosca è uno degli eventi fieristici mondiali di settore più partecipati, il più importante di tutta la Russia con 2.000 espositori e 25.000 visitatori provenienti da tutto il mondo.

In occasione dell'edizione 2018 Pugliapromozione ha organizzato una conferenza stampa di presentazione della destinazione e del volo di linea Bari-Mosca che ha riscontrato grande partecipazione. Nell'edizione 2019, nel mese di marzo, si vuole organizzare un evento B2C fuori salone dedicato alla Puglia, in collaborazione con la compagnia aerea russa S7.

Aggiornamento sito www.visitapulia.ru

Il sito www.visitapulia.ru pensato per il mercato russo è al momento statico, un semplice redirect di alcuni contenuti di viaggiareinpuglia.it con parziale traduzione in lingua russa. Con questa azione si vuole creare la versione in wordpress anche mobile, completamente in lingua russa e funzionale alla fruizione sia del pubblico sia degli operatori russi.

Realizzazione e diffusione webinar in lingua russa (biennio 2018/2019)

Per far conoscere ai Russi la Puglia ed il suo patrimonio ambientale, culturale ed enogastronomico verrà creato il sistema webinar attraverso il canale Youtube di Pugliapromozione che permetterà di organizzare convegni virtuali in lingua russa: i webinar avranno luogo una volta a settimana per tutto l'anno, avranno una durata di un'ora e mezza e potranno essere rivolti sia al pubblico che agli operatori russi.

Campagna di comunicazione a supporto della tappa del Buy Puglia Tour a Mosca (autunno 2018)

In occasione della tappa di Mosca del Buy Puglia Tour 2018, nelle settimane precedenti e successive, verrà lanciata una campagna di comunicazione online sui canali social più utilizzati dai Russi (VKontakte, Instagram) ed offline nelle aree più frequentate della capitale: stazioni della metropolitana, bus e tram, cartellonistica.

Comunicazione su National Geographic Russia e magazine Living

Realizzazione di contenuti promozionali da pubblicare su due magazine molto letti ed influenti in Russia: Traveler (National Geographic) e Living.

Traveler ha una media di 2.179.000 lettori a bimestre (uomini e donne giovani con alto livello di istruzione e reddito elevato) e conta 1.500.000 di visitatori unici mensili del sito www.nat-geo.ru.

La diffusione delle riviste è supportata tra l'altro anche da una campagna promozionale mirata negli aeroporti moscoviti di Sheremetyevo, Vnukovo, Domodedovo (da dove partiranno i voli Mosca-Bari), nelle stazioni di servizio BP e nei grandi supermercati.





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
DESTINAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Nel numero di giugno-agosto 2018 sono previsti una serie di servizi e articoli editoriali dedicati alla Puglia ed è prevista anche la dedica della stessa copertina di Traveler: l'obiettivo, nei mesi successivi, è quello di perseverare nella comunicazione mantenendo alta l'attenzione dei lettori nei confronti della regione.

Il magazine Living, invece, insieme al sito di riferimento www.liv-italy.ru è sicuramente una delle riviste specializzate sullo stile di vita italiano ed i viaggi nella Penisola per i Russi che amano il nostro Paese e che lo frequentano spesso: la presenza con publireddazionali o inserzioni pubblicitarie garantirebbe anche la visibilità della Puglia in occasione dei numerosi eventi che la redazione organizza a Mosca nel corso dell'anno in collaborazione con le istituzioni russe e italiane.

TOTALE SCHEDA AZIONE INTEGRATIVA PROGETTO PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE PUGLIA: euro
870.000,00





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
SISTEMI E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



Piano strategico
del turismo 2016 - 2025

#Puglia365

SCHEDA AZIONI INTEGRATIVE AL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO - PUGLIA 365:

PROGETTO COMUNICAZIONE BUSINESS TO CONSUMER E BRAND IDENTITY

Obiettivi

Nel corso degli ultimi anni la Puglia ha visto crescere in modo estremamente significativo il numero di presenze turistiche sul territorio e questa condizione favorevole richiede, vista anche la rapida evoluzione del contesto competitivo globale, che la Regione Puglia si doti di strumenti in grado di accrescere ulteriormente la propria visibilità ed attrattività, attraverso una rafforzata ed integrata offerta turistica in grado di garantire ed accrescere la sostenibilità del vantaggio competitivo acquisito.

La Regione Puglia, negli ultimi dieci anni, ha pesantemente investito per implementare il livello dell'industria culturale adottando quale metodologia di intervento il consolidamento e lo sviluppo di reti integrate di fruizione dei beni culturali ed ambientali; la promozione alla gestione sostenibile e duratura dei beni; l'attivazione delle filiere di attività produttive collegate a quest'ambito di intervento. L'azione regionale, quindi, è stata indirizzata ad integrare il patrimonio storico e le attività di valorizzazione artistica dello spettacolo dal vivo, dell'audiovisivo e della arti contemporanee;

Con l'obiettivo di promuovere l'immagine della Puglia come terra viva e ricca di cose da fare, pertanto, l'Agenzia Pugliapromozione intende incrementare le azioni previste dal piano di comunicazione della destinazione attraverso un focus specifico sugli eventi come motivo di viaggio.

D'intesa con il Dipartimento Turismo, Economia della Cultura e valorizzazione del territorio, ed in attuazione del Piani Strategici del Turismo "Puglia 365" e della Cultura "Puglia Cultura", l'Agenzia ha individuato una selezione di eventi turisticamente rilevanti, e tali da essere promossi verso il target generalista attraverso campagne di comunicazione su segmenti di target specifici.

La campagna di comunicazione ha l'obiettivo di promuovere la Puglia come destinazione turistica sul raggio di diffusione prevalentemente nazionale, e dunque sul target dei cittadini italiani o di altra nazionalità che comprendono la lingua italiana.





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
SEZIONE DI VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

L'obiettivo è quello di stimolare il turismo di medio-lungo raggio e il turismo interno, identificando tutte le manifestazioni con un unico brand: *#InPugliaospettacoloèovunque* o *#weareinpuglia*

Strategia e descrizione delle attività

La presente proposta intende perseguire il risultato atteso dalla linea 6.8, attraverso "Il miglioramento dell'awareness e della reputazione del brand turistico Puglia", costruendo una brand image di destinazione dinamica, moderna e capace di adattarsi ai bisogni e agli interessi degli ospiti. Un brand image che promuova la Puglia tramite attività di spettacolo dal vivo, eventi culturali, della tradizione e della enogastronomia turisticamente rilevanti, e tali da essere promossi verso il target generalista attraverso campagne di comunicazione su segmenti di target specifici.

Si tratta di una pluralità di eventi, di diversa natura (arte, cultura, tradizione, musica jazz e pop, enogastronomia ecc.) che a vario titolo e in relazione a tipologie differenti di utenti, riescono già ad attrarre un incoming nelle località in cui si realizzano, ma tramite i quali si intende implementare il numero di arrivi e le giornate di pernottamento nella nostra regione.

L'evento diventa, agli occhi del cittadino, motivo di viaggio, di scoperta e di richiamo della destinazione, nonché elemento fondamentale ed emozionale dell'esperienza turistica. La programmazione delle iniziative è articolata, al fine di coinvolgere i diversi settori di interesse: dalla enogastronomia, alla cultura, dalle tradizioni, e ancora sport, natura, arte e musica. La comunicazione e promozione delle attività seguirà il calendario degli eventi.

Di seguito alcuni tra i principali eventi individuati come turisticamente rilevanti, che potranno, peraltro, essere incrementati in relazione alle determinazioni del Comitato di Attuazione sull'eventuale strategicità dell'evento in relazione alla sua attrattività o popolarità mediatica. Fermo restando che il parco progetti Cultura e Spettacolo finanziato dalla Regione Puglia sarà veicolo di promozione della destinazione Puglia.

	Nome evento	Tema evento	Date evento	Città
1	Artemisia e i pittori del conte. La collezione di Giangirolamo II Acquaviva D'Aragona a Conversano	Arte e Cultura	14/04 > 30/09	Conversano
2	I dialoghi di Trani - 17° Edizione	Arte e Cultura	18 > 23 /09	Trani
3	Il libro possibile - 17° Edizione	Arte e Cultura	04 > 07/07	Polignano a Mare
4	Picasso e l'altra metà del cielo	Arte e Cultura	24/04 > 04/11	Martina Franca Mesagne Ostuni
5	Premio Pino Pascali - 21° Edizione	Arte e Cultura	Tbd	Polignano a Mare
6	Salento International Film Festival - 15° Edizione	Cinema	01 > 10/09	Tricase
7	Mercatino del gusto - 19° Edizione	Enogastronomia	01 > 5/08	Maglie
8	"Birra e Sound"	Enogastronomia	dal 1 al 7 agosto 2018	Leverano
9	Carpino Folk Festival - 23° Edizione	Musica	06 > 11/08	Carpino





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
SEZIONE VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

10	Festambientesud - 14° Edizione	Musica	25 lug>5 ago	Monte Sant'Angelo
11	Festival della Valle d'Itria - 44° Edizione	Musica	13/07 > 04/08	Martina Franca
12	Festival metropolitano - Bari in jazz 14° Edizione	Musica	15/06 > 26/07	Puglia
13	La Ghironda - 22° Edizione	Musica	07/07 > 12/08	Ostuni
14	La notte della Taranta - 21° Edizione	Musica	25/08	Melpignano
15	Locomotive Jazz Festival - 13° Edizione	Musica	10/07 > 03/08	Lecce
16	Locus Festival - 14° Edizione	Musica	07/07 > 11/08	Locorotondo
17	Medimex - 7° Edizione	Musica	07 > 10/06	Taranto
18	Viva! Festival	Musica	04 > 08/07	Alberobello Cisternino Fasano Locorotondo Martina Franca Ostuni
19	Battiti live	Musica	Luglio	Puglia
20	Apulia music days	Musica	Agosto	
21	Be creative in Bari	Musica e Tradizione	Agosto	Bari
22	Red Bull Cliff Diving World Series	Sport e Natura	23/09	Polignano a Mare
23	Castel dei Mondi - 22° Edizione	Teatro e Danza	Tbd	Andria
24	Corteo Storico di Federico II e Torneo dei Rioni - 52 Edizione	Tradizione	11 > 12/08	Oria
25	Il Palio di Taranto - 32° Edizione	Tradizione	08/05; 03/06; 21/07	Taranto
26	Santa Domenica - La notte delle luci	Tradizione	05 > 08/07	Scorrano

Gli eventi, in relazione alla specificità del tema e della dimensione mediatica, saranno il mezzo per realizzare attività di promozione attraverso radio e tv, visibilità su stampa, attività *on site* a favore della piazza prima e durante lo show, visibilità *on air* durante lo spettacolo e engagement tramite i social media, attività online e video, attività PR e Ufficio Stampa, presenza e visibilità nel backstage, e, nei casi degli eventi più rilevanti, anche copertura televisiva su una rete nazionale.

Il sostegno regionale alla comunicazione degli eventi sarà differenziato a secondo dell'impatto dell'evento a cui si riferisca.

Nel caso di grandi eventi di spettacolo dal vivo viene preso in considerazione un impatto quali-quantitativo in termini di:

- entità della presenza di pubblico, cittadini e turisti coinvolti;
- diffusione della brand awareness della Puglia attraverso l'evento sui principali canali di diffusione, ossia radio, televisione, social network, stampa;
- presenza di artisti e influencer di fama nazionale e internazionale.





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSISSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
SEZIONE DI VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Indicatori

L'efficacia dell'intervento sarà verificabile in termini di:

- Presenze di pubblico agli spettacoli;
- Numero di visualizzazioni delle dirette streaming;
- Numero di post e trend topics;
- Engagement delle instagram stories georeferenziate sul tag "Puglia" o sulla specifica città interessate;
- Engagement con artisti e influencer tramite i social media;
- Rassegna stampa;
- Numero di telespettatori durante le eventuali dirette televisive;
- Numero di radioascoltatori sull'emittente regionale.

A conclusione del singolo evento i parametri su cui sarà accertata l'efficacia della misura sono:

- qualità delle conversazioni on line generate con gli hashtag ufficiali;
- condivisioni di materiale video o foto della Puglia e/o recensioni sui portali di OTA;
- incremento delle visite al portale regionale www.viaggiareinpuglia.it;
- booking: arrivi e presenze nelle città coinvolte.

**TOTALE SCHEDA AZIONE INTEGRATIVA COMUNICAZIONE BUSINESS TO CONSUMER E BRAND
IDENTITY: euro 2.780.000,00**





UNIONE EUROPEA
FOR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
SEZIONE VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



Piano strategico
del turismo 2016 - 2025

#Puglia365

SCHEDA AZIONI INTEGRATIVE AL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO - PUGLIA 365:

PROGETTO ACCOGLIENZA E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO.

Azioni di accoglienza "APULIAN LIFESTYLE" 2018 - 2019

1. Obiettivi

L'aspettativa per la Puglia, attraverso le politiche del turismo, è di rafforzare il cambiamento verso una destinazione più attrattiva, capace di tutelare la propria bellezza e renderla fruibile e conosciuta, incardinando su di essa nuove opportunità di sviluppo socio-economico. Puntare sul turismo come fattore di crescita sostenibile significa far crescere i territori e la qualità di vita dei residenti agendo contemporaneamente su infrastrutture tecnologiche e digitalizzazione, mobilità, ambiente e valorizzazione delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo.

Le azioni del Piano Strategico del Turismo Puglia365 sono dirette al raggiungimento di obiettivi di breve, medio e lungo periodo finalizzate al potenziamento dell'attrattività turistica della Puglia e all'inclusione sociale attraverso forme di partecipazione delle comunità. Ciò significa, in primo luogo, prevedere azioni che rinnovino il senso di identificazione dei cittadini rispetto ai luoghi nei quali vivono, in coerenza con le indicazioni emerse dal Rapporto Bes - Benessere equo e sostenibile (Istat) e all'individuazione di set di indicatori del benessere, sociale ed individuale, utili ad orientare le strategie di sviluppo locali e a rendere le città posti del "buon vivere".

Considerato che la Delibera di Giunta Regionale n. 566 del 18/04/2017 ha approvato le Linee di indirizzo "The Apulian Lifestyle™ per una lunga Vita Felice" - definito dalla Regione Puglia - Health Marketplace e Direzione Amministrativa del Gabinetto - in collaborazione con il Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes di Bari (CIHEAM- Bari), l'AReSS, l'ARTI e il Dipartimento Interdisciplinare di Medicina dell'Università degli Studi "Aldo Moro" di Bari - finalizzate ad avviare un processo di promozione e diffusione della dieta mediterranea sostenibile pugliese attraverso percorsi di formazione e informazione. Il progetto **Apulian Lifestyle e ICT per il Distretto Salute della Puglia**, giusta DGR n. 132/2018, intende di favorire, organicamente, le condizioni di Salute dei cittadini pugliesi a partire dai determinanti sociali, attraverso una nuova impostazione culturale ed organizzativa con il supporto delle competenze tecnico-scientifiche in





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
DIREZIONE DI PROMOZIONE TURISTICO-CULTURALE



PUGLIA
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

grado di produrre innovazione: una serie di azioni volte a promuovere un corretto stile di vita - basato sulla dieta mediterranea pugliese - che migliora lo stato di salute del singolo e, contestualmente, genera un impatto positivo sul tessuto sociale ed economico dei territori anche a beneficio dei turisti intesi come "cittadini temporanei".

Tutto ciò premesso, in attuazione del Piano Strategico "Puglia 365 e del progetto esecutivo "Qualificazione e potenziamento del sistema dell'accoglienza turistica regionale e valorizzazione dell'offerta" 2018-2019, l'Agenzia Pugliapromozione intende sostenere iniziative di valorizzazione del contesto locale attraverso forme di partecipazione sociale, intese come terreno di investimento e sviluppo etico del capitale sociale di un dato territorio che ponga attenzione al saper fare delle comunità locali, al paesaggio urbano e rurale e al *life style* pugliese inteso come stile di vita sano, "genuino" ed "autentico".

2 Descrizione delle attività

Il progetto si caratterizza da azioni *local*, per la promozione e valorizzazione delle realtà locali innovative, e da strumenti *global*, con percorsi di informazione, formazione, comunicazione e di coworking, indispensabili per la messa a sistema dell'intero progetto.

Gli interventi si sviluppano per Ambiti Territoriali e raggruppano i Comuni pugliesi con il supporto dei partner locali individuati in base alla specifica *azione local* (Enti Locali, Associazioni di categoria nel settore agrifood, della ristorazione, dell'ospitalità, del benessere e dello sport).

Tale percorso prevede circa n.10 iniziative - *azioni local* - su tutto il territorio regionale e prevedono:

- conferenze, dibattiti, momenti di confronto tra istituzioni e realtà locali
- presentazione delle realtà innovative e attive sul territorio
- laboratori di informazione rivolti alla stampa e ai media
- showcooking
- spazi per il coworking
- lifestyle per la promozione dell'attività fisica come corretto stile di vita.

L'iniziativa sarà supportata prima e durante il suo svolgersi attraverso i canali di comunicazione on e offline di Pugliapromozione, anche attraverso il coinvolgimento degli info-point della Rete Regionale.

3 Indicatori

L'efficacia dell'intervento sarà monitorata e analizzata con il supporto dell'Osservatorio di Pugliapromozione mediante la somministrazione ai partecipanti agli eventi di questionari





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSessorATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
SEZIONE DI VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

sull'indice di gradimento, attraverso strumenti di social media monitoring e analytics della reputazione on-line associata all'uso dell'hashtag #Puglia365.

TOTALE SCHEDA AZIONE INTEGRATIVA PROGETTO ACCOGLIENZA E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO: euro 200.000,00





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSESSORATO INDUSTRIA TURISTICA E CULTURALE
RETI E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



Piano strategico
del turismo 2016 - 2025

#Puglia365

SCHEDA AZIONI INTEGRATIVE AL PIANO STRATEGICO DEL TURISMO - PUGLIA 365:

PROGETTO GOVERNANCE DEL PIANO, COMUNICAZIONE, DIFFUSIONE, PARTECIPAZIONE, PARTENARIATO

Azione Pugliesi nel Mondo (biennio 2018-2019)

Obiettivi

La nuova emigrazione dall'Italia è un fenomeno tangibile: sono 4.636.647 gli italiani iscritti all'Anagrafe degli Italiani all'Estero (AIRE), di questi 336.607 sono pugliesi.

Si stima, pertanto, che nel mondo le persone di origini pugliesi siano circa 4 milioni.

I paesi che nel mondo accolgono le comunità di pugliesi più numerose sono la Germania, la Svizzera, la Francia, il Belgio, l'Argentina e gli Stati Uniti. Oltre a questi paesi è importante segnalare che negli ultimi anni sono molte le nuove mete verso cui si sono trasferiti i giovani Expat pugliesi, in primis le capitali europee tra cui spiccano Londra, Parigi e Berlino, ma anche paesi come il Regno Unito, la Spagna, l'Olanda, complici, probabilmente, le competenze lavorative e linguistiche specificatamente richieste da questi territori "emergenti".

La Regione Puglia, già dall'anno 2000 con la legge n. 23 ha mostrato l'attenzione per i suoi concittadini residenti all'estero, infatti all'art.1 della legge si legge "La Regione Puglia riconosce nei pugliesi nel mondo, nelle loro famiglie, nei discendenti e nelle loro comunità una componente essenziale della società regionale e una risorsa da attivare al fine di rafforzare i legami con i Paesi che li ospitano e attribuisce ai rapporti con tale componente un valore fondamentale da sostenere e sviluppare".

Negli ultimi anni di programmazione regionale, relativamente alle politiche e alle reti di internazionalizzazione, si è andata consolidando una strategia operativa di eventi di promozione della Puglia all'estero con la collaborazione della rete di Associazioni e Federazioni di "Pugliesi nel Mondo" iscritte all'omonimo Albo regionale, che al momento sono complessivamente oltre 180 nei cinque continenti.

L'attenzione riservata dalla Regione Puglia alle politiche e alle reti di internazionalizzazione fa emergere l'esigenza di individuare soggetti che possano specializzarsi in tale settore e soprattutto essere dei delegati del "sistema Puglia" in contesti altri nei quali indirizzare strategie di internazionalizzazione.

Occorre però compiere un importante distinguo, infatti, come evidenziato dai dati, esistono almeno due differenti dinamiche migratorie. Una è quella del passato, sviluppatasi a partire dal secondo dopoguerra che ha visto un enorme flusso di manodopera emigrare alla volta di grandi centri industriali in Europa, in Nord America, in Argentina e in Australia. I protagonisti di quella emigrazione oggi sono stabilmente





UNIONE EUROPEA
 POR FESR-FSE 2014 - 2020
 Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
 AGENZIA REGIONALE TURISTICA E CULTURALE
 SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
 PROMOZIONE
 Agenzia Regionale del Turismo

integrati nel paese in cui vivono e spesso sono componenti attivi di grandi associazioni di corregionali all'estero. L'altra è quella contemporanea, in atto da circa un decennio, che coinvolge migliaia di giovani con un alto tasso di istruzione che decidono di partire per mettere a frutto concretamente le conoscenze apprese e che cercano opportunità. La maggior parte resta in Europa, altri si spingono in Paesi caratterizzati da una forte espansione economica (Cina, Emirati Arabi, Russia), in luoghi in cui hanno più possibilità di mettersi alla prova professionalmente e di essere promotori di innovazione sociale e tecnologica.

Tutto ciò premesso l'ARET Puglia promozione propone di sostenere ed accompagnare professionalmente le competenze e l'entusiasmo di chi è impegnato da anni nella diffusione della cultura e dei prodotti pugliesi all'estero, per incentivare la domanda del prodotto turistico pugliese e allo stesso tempo garantire un migliore adattamento dell'offerta alle esigenze del mercato.

Tale obiettivo sarà percorribile attraverso una pluralità di azioni integrate tra loro con lo scopo di **1. Creare un network internazionale** per la promozione della destinazione turistica creando una community online legata al brand Puglia attraverso la valorizzazione della rete dei pugliesi nel mondo.
2. Diventare un punto di riferimento per l'informazione e il dialogo sulla Puglia attraverso **l'organizzazione di eventi di promozione turistica all'estero**.
3. Favorire lo sviluppo del turismo di ritorno, anche detto genealogico, promuovendo l'incoming di flussi turistici esteri costituiti da visitatori di origini pugliesi, in particolare

discendenti di seconda, terza e quarta generazione degli emigrati partiti dalla Puglia nel Novecento.

Descrizione delle attività

L'attività che si intende realizzare è articolata su una serie di azioni che sia singolarmente che in sinergia tra loro, possono contribuire alla promozione e internazionalizzazione della Puglia all'estero. Di seguito le azioni che si intende realizzare:

1. Creazione di una community

Costruire community online all'estero, selezionando dei giovani pugliesi all'estero da formare con il ruolo di animatori di social media. È fondamentale attivare attività di *seeding*, engagement e identificare in ogni mercato/paese i principali *blogger* e *influencer* in ambito turistico. È importante anche creare un network di attori interessati a parlare di turismo e di Puglia nello specifico da cui ricevere spunti che possano essere utilizzati come amplificatori della nostra promozione territoriale: strumento adatto a questa azione è il bando educational che potrebbe favorire il loro coinvolgimento dalle associazioni dei Pugliesi nel Mondo promotrici dei vari tour organizzati in regione.

2. Favorire l'incoming dei pugliesi residenti all'estero

Promuovere destinazioni cosiddette minori che ospitano eventi, seminari o itinerari sul tema del turismo delle radici. Il target è quello dei discendenti appartenenti ai flussi migratori del secolo scorso, con una offerta che possa spingerli a visitare i paesi d'origine, a conoscere usi e cultura ma anche a fidelizzarli ai





UNIONE EUROPEA
 POR FESR-FSE 2014 - 2020
 Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
 ASSOCIATI INDUSTRIA TURISMO E CULTURALE
 DESTINI E VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



PUGLIA
 PROMOZIONE
 Agenzia Regionale del Turismo

territori affinché possano promuoverli nei luoghi di residenza. Uno degli strumenti da diffondere e valorizzare è il bando *In Puglia 365* incentivando le partnership fra le associazioni dei Pugliesi nel Mondo ed i Comuni pugliesi.

3. Organizzazione di eventi promozionali all'estero

Organizzare eventi in collaborazione con le associazioni di Pugliesi nel Mondo in occasione di eventi fieristici o a: Parigi, Londra e New York nel 2018; Milano, Berlino e Shanghai nel 2019. Supportare altri eventi organizzati dalle Associazioni che siano caratterizzati da un forte richiamo per le comunità locali all'estero e dalla partecipazione di un pubblico consumer non italiano: strumento da promuovere e valorizzare è il bando *cobranding*.

4. We were in Puglia

Sostegno ad un progetto promosso dall'associazione culturale PhEST, tramite l'iniziativa ALBUM - Archivio di Famiglia, che rientra nel calendario di attività dell'Anno Europeo del patrimonio culturale 2018 promosso dal Ministero dei beni e delle attività culturali e dalla Commissione Europea, con il supporto di Pugliapromozione ed il servizio Pugliesi nel Mondo.

ALBUM - Archivio di Famiglia si dedica alla raccolta, alla conservazione e alla valorizzazione del ricchissimo patrimonio fotografico e audiovisivo proveniente dall'ambito familiare e da contesti non professionali. Protagonista è la vita quotidiana delle persone, che documentano i viaggi e le vacanze, le feste e gli eventi pubblici, il lavoro, la città e i paesaggi. Primo esito della raccolta sarà l'allestimento della mostra #WeWereInPuglia durante la terza edizione di PhEST - Festival internazionale di fotografia e arte di Monopoli - a settembre 2018, dove una selezione delle foto d'archivio diverrà oggetto di una suggestiva installazione in esterno nel centro storico di Monopoli.

5. Campagna di comunicazione

Svolgere promozione pubblicitaria attraverso i mass media che vedono a diverso titolo coinvolti componenti dell'associazionismo di origini pugliesi, selezionando i canali specializzati in turismo, enogastronomia, natura e cultura anche al fine di accompagnare e supportare gli eventi di promozione.

6. Spettacoli e rassegne cinematografiche

Supporto all'organizzazione di spettacoli dal vivo teatrali e musicali o di rassegne cinematografiche. Gli spettacoli e le rassegne dovranno essere stati realizzati in Puglia veicolandone l'immagine o da produzioni pugliesi. Saranno privilegiate le proposte integrate con iniziative o eventi di rilevanza internazionale che già rientrano nella pianificazione annuale di Pugliapromozione.

7. Infopoint

Creazione di infopoint turistici stabili o temporanei da allestire nelle sedi delle 180 associazioni dei Pugliesi nel Mondo, in attività commerciali o in occasione di eventi o fiere. L'iniziativa è finalizzata a veicolare l'immagine della Puglia attraverso specifici prodotti/canali di comunicazione che abbiano un riferimento diretto con la Regione Puglia. Le proposte potranno essere presentate anche in partnership





UNIONE EUROPEA
POR FESR-FSE 2014 - 2020
Asse VI - Azione 6.8



REGIONE PUGLIA
ASSEGNATO INDICATORI TURISTICI E CULTURALI
DESTINATI A VALORIZZAZIONE DEI BENI CULTURALI



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

con imprese, aggregazioni di imprese, enti, istituzioni aventi come oggetto sociale la produzione e/o commercializzazione e/o promozione/marketing di prodotti pugliesi (identificativi dell'identità regionale e funzionali alla strategia di promozione turistica regionale), appartenenti alle filiere dell'enogastronomia, dello spettacolo (teatro, danza, musica), del cinema e audiovisivo, delle nuove tecnologie, della moda, del design, della creatività, della ricerca, della cultura, dello sport, dell'artigianato.

**TOTALE SCHEDA AZIONE INTEGRATIVA PROGETTO GOVERNANCE DEL PIANO, COMUNICAZIONE,
DIFFUSIONE, PARTECIPAZIONE, PARTENARIATO: euro 400.000,00**

Il presente allegato è composto
da n. 16 facciate

IL DIRIGENTE della SEZIONE TURISMO
Dott. Patrizio GIANNONE

IL DIRIGENTE della SEZIONE TURISMO
Dott. Patrizio GIANNONE