



## Bollettino ufficiale della Regione Puglia n. 6 del 22/01/2016

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 28 dicembre 2015, n. 2421

Primi indirizzi per l'implementazione di buone pratiche nel settore del turismo utili all'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020 e per L'attività dell'Agenzia regionale Pugliapromozione (art. 3 comma 1 lettera a R.R. n. 9 del 13.05.2011)

L'Assessore all'Industria Turistica e Culturale - Gestione e Valorizzazione dei Beni Culturali Avv. Loredana Capone, sulla base dell'istruttoria espletata dal Dirigente del Servizio Promozione dott.ssa Antonietta Riccio d'intesa con il Dirigente ad interim della Sezione Turismo avv. Silvia Pellegrini, confermata dal Direttore ad interim del Dipartimento Turismo, Economia della cultura e Valorizzazione del territorio, dott. Angelosante Albanese, riferisce quanto segue.

PREMESSO CHE:

- l'Agenzia Regionale del Turismo denominata "Pugliapromozione", istituita con Decreto del Presidente della Giunta della Regione Puglia n. 176 del 2011 (Legge Regionale n.1 del 2011), lo strumento operativo delle politiche della Regione Puglia in materia di promozione dell'immagine unitaria della Regione e promozione turistica locale, la cui organizzazione e funzionamento sono disciplinati con Regolamento n. 9 del 13.05.2011.
- la predetta Agenzia è deputata, tra l'altro, all'attuazione dei seguenti obiettivi:
  - promuovere la conoscenza e l'attrattività del territorio nelle sue componenti naturali, paesaggistiche e culturali, materiali e immateriali, valorizzandone pienamente le eccellenze;
  - promuovere e qualificare l'offerta turistica dei sistemi territoriali della Puglia, favorendone la competitività sui mercati nazionali e internazionali e sostenendo la cooperazione tra pubblico e privato nell'ambito degli interventi di settore;
  - promuovere l'incontro fra l'offerta territoriale regionale e i mediatori dei flussi internazionali di turismo;
  - promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile, slow, enogastronomico, culturale, giovanile, sociale e religioso, nonché di tutti i "turismi" attivi ed esperienziali, sostenendo la valorizzazione degli indotti connessi;
  - sviluppare e coordinare gli interventi a fini turistici per la fruizione e la promozione integrata a livello territoriale del patrimonio culturale, delle aree naturali protette e delle attività culturali, nel quadro delle vocazioni produttive dell'intero territorio regionale.
- nell'espletamento dei summenzionati compiti l'Agenzia ha realizzato, anche per il tramite di fondi della programmazione nazionale, regionale unitaria FESR 2007-2013 e FSC 2007-2013, significative iniziative, nell'ambito di alcuni progetti strategici quali:
  - Comunicazione dei prodotti turistici regionali: media planning e produzioni di materiali editoriali; road show, co-promotion e co-branding; redazione on e off-line e contenuti editoriali;
  - Promozione nei mercati intermediati: fiere ed eventi;

- Monitoraggio domanda ed offerta turistica regionale: Osservatorio turistico regionale;
- Valorizzazione e promozione dei prodotti turistici regionali
- I suddetti progetti hanno determinato, nel corso del 2014, significativi impatti ed in particolare sono state realizzate:
  - 32 fiere e workshop (BIT di Milano; TBDI di Rimini; WTM di Londra; ITB di Berlino; MITT di Mosca);
  - Roadshow con la creazione dell'hashtag #wereareinPuglia (la Puglia da aprile a luglio stata presente nelle principali capitali europee con un nuovo programma di eventi e attività finalizzati alla comunicazione del brand Puglia al grande pubblico - oltre 30.000 presenze al villaggio hashtag #wereareinPuglia e grande affluenza sui social media; l'hashtag ha raggiunto circa 4.6 milioni di utenti unici twitter producendo 121 milioni di impression e coinvolgendo 4.600 account in tutto il mondo; oltre 46.200 foto postate su instagram.

#### CONSIDERATO CHE:

- nell'ambito del nuovo modello c.d. "MAIA - modello ambidestro per innovare la macchina amministrativa regionale" (approvato con DPGR 443/2015) "l'Agenzia Regionale del Turismo (ARET) è perfettamente idonea, una volta ristrutturata secondo un modello organizzativo consono, ad assumere il ruolo di Agenzia Regionale Strategica del corrispondente Dipartimento di riferimento....(.)";
- sempre nel suddetto modello si legge "L'Agenzia Regionale del Turismo, ha l'obiettivo di realizzare programmi di promozione dell'offerta turistica pugliese, sia in modo integrato che attraverso la valorizzazione di specifiche realtà locali appartenenti alle differenti macro aree pugliesi; elaborare piani di gestione e strumenti di sviluppo dell'offerta turistica integrata, del patrimonio culturale tangibile ed intangibile, delle strutture ricettive e di ristoro; programmare campagne di comunicazione mirate a specifici target di interesse a livello nazionale ed internazionale; implementare sistemi che incoraggino la creazione di brand autoctoni che siano fonte di attrattività e di promozione dell'offerta turistica. È demandato a questa Agenzia il compito di proteggere e valorizzare il patrimonio culturale materiale e immateriale della regione inteso quale driver per uno sviluppo economico sostenibile dell'industria del turismo. Rientrano quindi nei compiti dell'Agenzia lo sviluppo di politiche, piani e progetti per la riqualificazione dei beni architettonici, la salvaguardia di beni paesaggistici ed ambientali nonché per il recupero delle tradizioni popolari regionali concepiti in stretta connessione con strategie di marketing territoriale"

#### RILEVATO CHE:

- così come comunicato dalla Agenzia Pugliapromozione (nota Prot. U 7836 del 22.12.2015 agli atti della Sezione) i progetti strategici in premessa menzionati hanno registrato economie riutilizzabili e potrebbero essere implementati, tanto al fine di assicurare un potenziamento degli effetti già prodotti, tanto per consolidare la propria configurazione di buona pratica ai fini dell'avvio della nuova programmazione FESR 2007-2013 (OT 6.8 e OT 3);
- per garantire l'avvio di interventi di potenziamento della destinazione turistica di quanta risulta necessario un riposizionamento del brand Puglia, in un ottica di integrazione turismo-cultura-natura-attività produttive, per la valorizzazione del potenziale competitivo del sistema di attrattori nei mercati nazionali ed internazionali, selezionando i target di domanda potenziale nel quadro di uno sviluppo turistico sostenibile;
- appare, altresì, indispensabile promuovere il pieno coinvolgimento del tessuto produttivo, il potenziamento di economie di distretto (turistico/creativo), lo sviluppo di club di prodotto, la generazione di nuova imprenditorialità, la formazione di partenariati pubblico-privati, la creazione di piattaforme (Hub) di confronto degli operatori, anche attraverso la strutturazione di reti e di piattaforme di scambio dati (open data) con un Osservatorio del turismo aperto e sede deputata alla partecipazione ed al confronto di tutte le rappresentanze di categoria, degli operatori di settore e dei portatori di interesse;
- i progetti che potrebbero essere sviluppati, in coerenza ed in estensione rispetto agli interventi in premessa menzionati devono seguire tre direttrici prevalenti:

- (Programma integrato di comunicazione e promozione turistica digitale e Piani di comunicazione dei prodotti turistici regionali (business to consumer) per il miglioramento dell'awareness e della reputazione del brand turistico Puglia. L'intervento consiste nell'attuazione di attività di comunicazione e promozione integrate, grazie all'uso di strumenti digital e quindi web e social, volte alla diffusione della conoscenza del brand Puglia e finalizzate alla promo-commercializzazione dei servizi offerti dagli operatori della filiera del turismo e della cultura pugliesi presso mercati mirati;
- Programma di valorizzazione della offerta turistica regionale, per il miglioramento degli standard di qualità dei servizi pubblici connessi alla fruizione ed alla accessibilità degli attrattori turistici e il miglioramento della cooperazione tra gli Enti pubblici interessati dalla gestione dei servizi connessi alla fruizione turistica del territorio, al fine di sviluppare efficienza ed economie di scala. L'intervento consiste in un complesso di azioni volte a migliorare la fruibilità degli attrattori turistici regionali, la programmazione delle attività, l'estensione degli orari dei principali siti nei periodi di maggiore afflusso, l'innalzamento della qualità e la differenziazione dei servizi connessi alla fruizione, l'accessibilità e le informazioni sugli attrattori, la definizione di percorsi tematici, il miglioramento dei servizi turistici pubblici, la qualificazione del sistema dell'accoglienza e dei sistemi territoriali nel loro complesso;
- "Programma di promozione turistica nei mercati intermediati (business to business) per l'ampliamento e la differenziazione del portafoglio di prodotti turistici relativi alla destinazione e la sensibilizzazione degli operatori della filiera sulla reale domanda dei turisti. L'azione consiste nella organizzazione e/o partecipazione a manifestazioni e borse fieristiche e iniziative settoriali di livello nazionale ed internazionale per promo-commercializzare i prodotti turistici pugliesi presso mercati mirati e per cogliere i nuovi trend del settore attraverso il contatto diretto con gli operatori della domanda turistica e i potenziali turisti viaggiatori nazionali e internazionali;
- le anzidette direttrici costituiscono anche un indirizzo per la definizione e lo sviluppo del Piano triennale di promozione turistica di successiva emanazione;
- al fine di supportare le iniziative summenzionate possono rendersi utilizzabili anche le risorse di cui alla DGR 2640/2015 così come rese disponibili dalla DGR 2146/2015.

## COPERTURA FINANZIARIA AI SENSI DELLA L.R. n. 28/2001 E SUCCESSIVE MODIFICHE ED INTEGRAZIONI

La presente deliberazione non comporta implicazioni di natura finanziaria sia di entrata che di spesa e dalla stessa non deriva alcun onere a carico del bilancio regionale

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, quale atto di programmazione, nonché in quanto prevede procedure disciplinate dalla L.R. n. 28/01.

## LA GIUNTA

Udita la relazione e la conseguente proposta dell'Assessore all'Industria Turistica e Culturale - Gestione e Valorizzazione del Beni Culturali;

Viste le sottoscrizioni poste in calce al presente provvedimento da parte della Dirigente del Servizio Promozione, della Dirigente ad interim della Sezione Turismo, che ne attestano la conformità alla legislazione vigente;

A voti unanimi e palesi espressi nei modi di legge:

## DELIBERA

- di prendere atto e di approvare quanto espresso in narrativa, che qui si intende integralmente riportato;
- di approvare l'implementazione di buone pratiche nel settore del turismo utili all'avvio della nuova programmazione FESR 2014-2020, per la definizione del Piano triennale di promozione turistica di successiva emanazione e per il prosieguo delle attività dell'Agenzia regionale Pugliapromozione (art. 3 comma 1 lettera a R.R. n. 9 del 13.05.2011);
- di approvare l'estensione dei progetti strategici avviati nell'ambito della programmazione FESR 2007-2013 il cui attuatore è l'Agenzia Pugliapromozione;
- di dare mandato al Dirigente della Sezione Turismo di estendere le convenzioni già sottoscritte di cui ai progetti strategici summenzionati e di procedere agli adempimenti di conseguenza con ogni consentita urgenza;
- di pubblicare il presente provvedimento sul BURP e sul sito ufficiale [www.regione.puglia.it](http://www.regione.puglia.it);
- che il presente provvedimento è immediatamente esecutivo;
- di notificare il presente atto all'Agenzia Puglia promozione con ogni consentita urgenza.

Il Segretario della Giunta Il Presidente della Giunta  
Dott. Bernardo Notarangelo Dott. Michele Emiliano