

REPUBBLICA ITALIANA



# Regione Emilia-Romagna

BOLLETTINO UFFICIALE

---

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO LA PRESIDENZA DELLA REGIONE - VIALE ALDO MORO 52 - BOLOGNA

---

Parte seconda - N. 73

Euro 1,23

---

Anno 38

9 luglio 2007

N. 97

---

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 25 giugno  
2007, n. 917

**L.R. 7/98 e successive modificazioni – Approvazio-  
ne delle modalità, procedure e termini per  
l’attuazione degli interventi regionali per la promo-  
zione e la commercializzazione turistica**

## DELIBERAZIONI REGIONALI

### DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

REGIONE EMILIA-ROMAGNA

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 25 giugno 2007, n. 917

**L.R. 7/98 e successive modificazioni – Approvazione delle modalità, procedure e termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promozione e la commercializzazione turistica**

LA GIUNTA DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA

Viste:

- la L.R. 4 marzo 1998 n. 7, concernente: “Organizzazione turistica regionale - Interventi per la promozione e commercializzazione turistica - Abrogazione delle Leggi regionali 5 dicembre 1996, n. 47, 20 maggio 1994, n. 22, 25 ottobre 1993, n. 35 e parziale abrogazione della L.R. 9 agosto 1993, n. 28”;
  - la L.R. 6 marzo 2007, n. 2 concernente: “Modifiche ed integrazioni alla L.R. 4 marzo 1998, n. 7”;
- preso atto che:
- l'art. 5 della L.R. 7/98, così come sostituito dall'art. 5 della L.R. 2/07, stabilisce tra l'altro, che la Giunta regionale approvi:
    - a) le modalità, le procedure e i termini relativi all'attuazione dei progetti di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per i mercati internazionali di APT Servizi;
    - b) le modalità, le procedure e i termini relativi all'attuazione dei progetti di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per il mercato italiano delle Unioni di prodotto, nonché i limiti delle quote regionali di cofinanziamento e gli eventuali incrementi di tali limiti per i progetti relativi a comparti e prodotti turistici d'interesse regionale economicamente più deboli;
    - c) i criteri e i limiti per il cofinanziamento, anche in forma di co-marketing, delle iniziative di promocommercializzazione e commercializzazione turistica realizzate dalle aggregazioni di imprese aderenti alle Unioni, nonché le priorità e le tipologie dei soggetti beneficiari;

d) le modalità, le procedure e i termini relativi all'attuazione dei programmi turistici di promozione locale delle Province;

- l'articolo 13 bis, della L.R. 7/98, così come inserito con l'art. 13 della L.R. 2/07, stabilisce tra l'altro, che la Giunta regionale approvi i criteri e le modalità per il cofinanziamento regionale delle iniziative di promozione e valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche dei Sistemi turistici locali;

ritenuto pertanto di procedere agli adempimenti previsti dai sopra citati art. 5 e 13 bis della L.R. 7/98 e successive modificazioni, mediante la definizione delle “Modalità, procedure e termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promozione e commercializzazione turistica” che in allegato A al presente atto ne forma parte integrante e sostanziale;

richiamate le proprie deliberazioni:

- n. 450/07 concernente: “Adempimenti conseguenti alle delibere 1057/06 e 1663/06. Modifiche agli indirizzi approvati con delibera 447/03 e successive modifiche”;
- n. 77/06 concernente: “Contratto di lavoro e conferimento dell'incarico di Direttore generale alle Attività produttive, Commercio e Turismo”;

dato atto:

- del parere favorevole espresso dalla competente Commissione assembleare “Turismo Cultura Scuola Formazione Lavoro Sport” nella seduta del 20 giugno 2007;
- del parere in ordine alla regolarità amministrativa reso sul presente provvedimento ai sensi dell'art. 37, comma 4 della L.R. 43/01, nonché della sopracitata deliberazione 450/07, espresso dal Direttore Generale Attività Produttive, Commercio, Turismo, dott.ssa Morena Diazzì;

su proposta dell'Assessore competente in materia di turismo,

a voti unanimi e palesi, delibera:

per le motivazioni indicate in premessa e che qui si intendono integralmente riportate:

1) di approvare le “Modalità, procedure e termini per l'attuazione degli interventi regionali per la promozione e commercializzazione turistica” che in allegato A al presente atto ne forma parte integrante e sostanziale;

2) di pubblicare il presente provvedimento nel Bollettino Ufficiale della Regione Emilia-Romagna.

*(segue allegato fotografato)*

## **ALLEGATO A**

### **MODALITA', PROCEDURE E TERMINI PER L'ATTUAZIONE DEGLI INTERVENTI REGIONALI PER LA PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA**

#### **I N D I C E**

- CAPITOLO 1:** Programmazione annuale della promozione e della commercializzazione turistica.
- CAPITOLO 2:** Modalità, procedure e termini per l'attuazione dei progetti di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per i mercati internazionali di APT Servizi.
- CAPITOLO 3:** Modalità, procedure e termini per l'attuazione dei progetti di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per il mercato italiano delle Unioni di Prodotto.
- Paragrafo 1:** Riconoscimento delle Unioni.
- Paragrafo 2:** Progetti di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per il mercato italiano della Unioni di Prodotto.
- CAPITOLO 4:** Modalità, procedure e termini per il cofinanziamento, anche in forma di co-marketing, delle iniziative di promocommercializzazione e commercializzazione turistica realizzate dalle aggregazioni di imprese aderenti alle Unioni di Prodotto.
- CAPITOLO 5:** Modalità, procedure e termini per l'attuazione dei Programmi turistici di promozione locale delle province.
- Paragrafo 1:** Programmi turistici di promozione locale.
- Paragrafo 2:** Sistemi turistici locali.
- CAPITOLO 6:** Progetti speciali o iniziative di carattere straordinario ovvero nuove iniziative ritenute meritevoli dell'intervento regionale.

## **CAPITOLO 1**

### **PROGRAMMAZIONE ANNUALE DELLA PROMOZIONE E DELLA COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA**

La Giunta Regionale, entro il 28 febbraio di ogni anno, stabilisce con proprio atto le linee guida generali, punto di riferimento propedeutico per la programmazione delle attività di promozione e commercializzazione turistica.

Tale atto dovrà contenere, per l'anno di riferimento, in particolare:

- strategie;
- obiettivi;
- principali prodotti e mercati;
- i budget indicativi da destinare distintamente alla realizzazione dei Programmi Annuali delle Unioni di prodotto ed alle azioni di co-marketing da realizzare con i soggetti privati aderenti alle Unioni stesse, di cui ai successivi Capitoli 3 e 4. Tali budget hanno un carattere indicativo ed orientativo degli importi in cifre assolute del cofinanziamento destinato ai programmi delle diverse Unioni, per l'esercizio di riferimento, tenuto conto delle risorse finanziarie iscritte a bilancio a livello previsionale.

Il Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche trasmetterà il sopra citato atto a tutti i soggetti interessati.

**PER LE LINEE GUIDA GENERALI RIFERITE ALL'ANNO 2008 LA  
TEMPISTICA E' LA SEGUENTE:**

L'atto dovrà essere predisposto entro il 30/6/2007

## **CAPITOLO 2**

### **MODALITA', PROCEDURE E TERMINI PER L'ATTUAZIONE DEI PROGETTI DI MARKETING E PROMOZIONE TURISTICA DI PREVALENTE INTERESSE PER I MERCATI INTERNAZIONALI DI APT SERVIZI.**

L'APT Servizi s.r.l. invia alla Regione, entro il 31 marzo dell'anno antecedente quello di riferimento, il proprio Piano Obiettivo, contenente le proposte relative alla progettazione di massima delle azioni di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per i mercati internazionali.

L'APT Servizi s.r.l. invia alla Regione, entro il 31 agosto dell'anno antecedente quello di riferimento, le proprie proposte esecutive relative ai progetti di marketing e promozione turistica di prevalente interesse per i mercati internazionali.

Sulla base delle proposte dell'APT Servizi srl e di quanto previsto dagli artt. 7. punto 2. lettera a) e 12 della L.R. n. 7/1998 e successive modificazioni, la Giunta Regionale dispone la stipulazione di apposito contratto con l'APT Servizi per la realizzazione dei progetti di marketing e promozione turistica relativi all'anno di riferimento, autorizzandone la sottoscrizione da parte del Dirigente regionale competente in materia di Turismo.

Al fine di ottimizzare gli interventi e razionalizzare l'utilizzo delle risorse finanziarie sviluppando sinergie operative/progettuali, l'Apt Servizi s.r.l., ai sensi della lettera a) comma 3 dell'art. 5 della L.R. 7/98 e dell'art. 11 della L.R. 7/98, potrà svolgere funzioni di servizio anche a favore degli altri Assessorati, delle quattro Unioni di Prodotto, dei Sistemi Turistici Locali (STL), delle Province, del sistema delle Camere di Commercio e di privati in genere. Le funzioni di servizio, riguardanti le operazioni di promozione turistica in particolare sui mercati esteri, saranno regolate con apposita convenzione o contratto fra Apt Servizi s.r.l. e i soggetti interessati.

**PER I PROGETTI DI MARKETING E PROMOZIONE TURISTICA DI PREVALENTE INTERESSE PER I MERCATI INTERNAZIONALI, DA REALIZZARSI NELL'ANNO 2008, LA TEMPISTICA E' LA SEGUENTE:**

APT Servizi dovrà presentare il proprio piano obiettivo entro il 31 Luglio 2007, e le proprie proposte esecutive entro il 30/9/2007.

### **CAPITOLO 3**

**MODALITA', PROCEDURE E TERMINI PER L'ATTUAZIONE DEI PROGETTI DI MARKETING E PROMOZIONE TURISTICA DI PREVALENTE INTERESSE PER IL MERCATO ITALIANO DELLE UNIONI DI PRODOTTO.**

#### *Paragrafo 1*

##### **RICONOSCIMENTO DELLE UNIONI**

La domanda per il riconoscimento regionale deve essere sottoscritta dal Legale rappresentante dell'Unione e deve contenere l'elenco dei soci fondatori.

Alla domanda per il riconoscimento deve essere acclusa copia conforme dello Statuto dell'Unione, nonché qualsiasi altra documentazione che l'Unione ritenga di produrre.

Ai fini della presentazione delle domande di cofinanziamento regionale, le Unioni devono comunque essere regolarmente costituite, legalmente rappresentate e riconosciute dalla Regione.

La Giunta Regionale, con apposito atto e ai sensi del comma 2 dell'art. 13 della L.R. n. 7/1998 e successive modificazioni, riconosce le Unioni aventi diritto entro 15 giorni dal ricevimento della domanda.

I Legali Rappresentanti delle Unioni riconosciute dalla Regione, hanno l'obbligo di comunicare alla Regione stessa, entro il 15 giugno di ciascun anno, l'elenco dei soci e dei loro rappresentanti, nonché eventuali modifiche statutarie.

## *Paragrafo 2*

PROGETTI DI MARKETING E PROMOZIONE TURISTICA DI PREVALENTE INTERESSE PER IL MERCATO ITALIANO DELLE UNIONI DI PRODOTTO.

### 1. Presentazione del PIANO DEGLI OBIETTIVI

Ciascuna Unione regolarmente costituita e riconosciuta deve trasmettere, entro il 30 aprile dell'anno antecedente a quello di riferimento, il Piano degli obiettivi per l'anno successivo, sia alla Regione Emilia Romagna (Direzione Generale Attività Produttive, Commercio, Turismo - Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche - V.le A. Moro n. 64 - 40127 Bologna) che, per opportuna conoscenza, all'APT Servizi s.r.l. - P.le Fellini n. 3 - Rimini.

Il piano degli obiettivi, sottoscritto dal Legale Rappresentante dell'Unione di Prodotto, dovrà essere predisposto tenendo conto di quanto indicato dalla Regione nell'atto contenente le linee guida generali per l'anno di riferimento e dovrà essere concordato dai soggetti pubblici e dai soggetti privati aderenti all'Unione stessa.

Il piano dovrà contenere:

- le strategie e gli obiettivi che saranno alla base del programma dell'Unione per l'anno di riferimento;
- la programmazione di massima dei progetti di marketing e promozione turistica che formeranno il Programma Annuale, con l'indicazione dei mercati sui quali l'Unione intende intervenire nonché degli strumenti che intende utilizzare;
- l'elenco dei progetti di marketing e promozione turistica, individuati tra quelli di cui al precedente alinea, per i quali l'Unione intende attivare i co-marketing con i soggetti privati ad essa aderenti.

### 2. Presentazione del PROGRAMMA ANNUALE

Entro il 1 agosto dell'anno antecedente a quello di riferimento, ciascuna Unione di Prodotto deve presentare:

- alla Regione Emilia Romagna (Direzione Generale Attività Produttive, Commercio, Turismo - Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche - V.le A. Moro n. 64 - 40127 Bologna) la domanda per il cofinanziamento regionale di cui all'art. 7, comma 2, lett. b) della L.R. 7/1998 e successive modificazioni. La domanda, regolarmente bollata e sottoscritta dal Legale Rappresentante dell'Unione di Prodotto, deve contenere il Programma Annuale dell'Unione;
- copia della domanda e del Programma di cui al precedente alinea all'APT Servizi s.r.l. (P.le Fellini n. 3 - Rimini) per l'attività di validazione delle azioni da realizzare all'estero.

Il PROGRAMMA ANNUALE dell'Unione deve contenere:

- una relazione generale contenente l'indicazione dei singoli progetti di marketing e promozione turistica nonché di altre iniziative da realizzarsi con la partecipazione di soggetti pubblici e privati;
- la dichiarazione che i progetti contenuti nel programma non sono stati presentati per il finanziamento ai sensi di altre normative regionali, statali e dell'Unione Europea;
- una scheda tecnica di sintesi, per ogni progetto, che evidenzi:
  - gli obiettivi;
  - i mercati e i target di domanda da privilegiare;
  - le singole azioni programmate con l'indicazione, per ognuna:
    - se si realizza in Italia, all'estero e/o in Italia e all'estero;
    - gli strumenti che si prevede di utilizzare;
    - la spesa, comprensiva di IVA. Nel caso in cui l'azione si realizzi sia in Italia che all'estero la spesa dovrà essere suddivisa per le rispettive quote;
    - l'indicazione di eventuali soggetti incaricati dell'attuazione;

- il preventivo di spesa dell'intero progetto comprensivo dell'IVA;
- una scheda che evidenzi le azioni da realizzarsi in particolare sui mercati esteri e che dovranno essere regolate da specifica convenzione sottoscritta con APT Servizi srl;
- il preventivo di spesa dell'intero programma comprensivo dell'IVA e corredato da un piano finanziario;
- i budget indicativi da destinare alla realizzazione delle azioni di co-marketing con i soggetti privati aderenti alle Unioni di cui all'art. 7, comma 2, lettera c) della L.R. 7/1998 e successive modificazioni. Tali budget dovranno essere così suddivisi:
  1. budget indicativo da destinare alla realizzazione di attività di co-marketing di tipo A., di cui al successivo Capitolo 4;
  2. budget indicativo da destinare alla realizzazione di attività di co-marketing di tipo B., di cui al successivo Capitolo 4;
  3. l'indicazione di una quota non superiore al 10%, calcolata sulla somma dei due budget di cui sopra, quale riconoscimento forfettario di spese generali per la gestione dei progetti di co-marketing con i privati.

La somma dei budget di cui ai precedenti punti 1. e 2. deve essere suddivisa tra i due tipi di co-marketing in modo tale che la quota massima assegnabile ad un singolo tipo non superi il 65% della somma dei due budget.

Il programma stesso viene inviato dall'Unione interessata, per opportuna conoscenza e per gli opportuni raccordi di coordinamento, alle Province interessate.

### 3. Elementi per l'ammissibilità dei programmi

Il cofinanziamento previsto dall'art. 7 della L.R. 7/1998 e succ. modificazioni è rivolto principalmente a sostenere le azioni congiunte dei soggetti pubblici con i soggetti privati aderenti alle Unioni, suscettibili di rafforzare ed integrare le attività promozionali ed ottimizzare le risorse disponibili in una logica di concertazione, di condivisione degli obiettivi, nonché le azioni di co-marketing realizzate congiuntamente tra pubblico e privato.

#### Spese non ammissibili a cofinanziamento:

- le iniziative promozionali che pubblicizzino risorse turistiche e prodotti estranei alla Regione Emilia-Romagna;
- le spese di partecipazione alle fiere ed ai workshops dei soci pubblici e privati aderenti alle Unioni e del loro personale ordinario.

E' ritenuta ammissibile una quota in misura non eccedente il 10% del costo del programma (esclusa la quota per la realizzazione di co-marketing con i privati aderenti alle Unioni) quale riconoscimento forfettario di spese generali per la gestione del programma stesso.

#### 4. Modalità procedurali e misura dei cofinanziamenti regionali

Il Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche della Direzione regionale Attività Produttive, Commercio e Turismo:

- valuta i programmi di ciascuna Unione tenendo conto a tali fini principalmente della coerenza del programma alle linee guida generali regionali, approvate dalla Giunta Regionale per l'anno di riferimento, nonché della congruità, incisività ed efficacia dell'insieme delle azioni contenute nel programma stesso;
- verifica, sulla base dei budget di previsione indicati dalle Unioni, che le azioni del programma da realizzarsi sul mercato italiano siano prevalenti rispetto all'intero programma. Sono escluse da questo computo le spese per le azioni di co-marketing realizzate con i privati aderenti alle Unioni;
- acquisisce da APT Servizi s.r.l. la documentazione relativa alla validazione delle azioni del programma da realizzarsi sui mercati esteri.

Entro il 31 dicembre dell'anno antecedente a quello di riferimento la Giunta regionale provvede, con propria deliberazione, ad approvare il piano di cofinanziamento dei programmi delle Unioni per l'anno di riferimento. In tale atto stabilisce e quantifica gli importi di cofinanziamento definitivi assegnati, con la specifica indicazione della quota finalizzata al cofinanziamento dei Programmi e della

quota finalizzata ai co-marketing con i privati aderenti alle Unioni, sulla base delle disponibilità del Bilancio regionale per l'esercizio di riferimento.

Tale piano tiene conto delle indicazioni iniziali di finanziamento, rapportate alla consistenza e alla qualità dei programmi presentati.

I suddetti cofinanziamenti possono essere differenziati per ciascuna Unione ed i relativi importi in cifre assolute originariamente previsti dalla Giunta Regionale, sono almeno confermati se i programmi presentati dalle singole Unioni hanno contenuti che la Giunta Regionale ritenga qualitativamente e quantitativamente adeguati in relazione ai parametri di valutazione di cui sopra.

I cofinanziamenti regionali possono essere concessi in misura fino al 50% della spesa complessiva ammissibile risultante dal programma dell'Unione relativa al comparto Costa Adriatica, nonché in misura fino al 60% della spesa complessiva ammissibile risultante dal programma delle Unioni relative ai comparti turistici economicamente più deboli: Appennino e Verde, Terme e Benessere, Città d'Arte, Cultura e Affari.

Con la medesima deliberazione la Giunta regionale dispone le modalità per la gestione e la liquidazione dei cofinanziamenti dei programmi delle Unioni relativi all'anno di riferimento. Le Unioni di prodotto sono autorizzate a spostare i budget assegnati dalla Regione tra il proprio Programma Annuale e le azioni di co-marketing con i privati, per una percentuale massima del 20% calcolata sul budget complessivo dei co-marketing di cui successivo Capitolo 4.

Al completamento delle attività del nucleo di valutazione di cui al punto 6.1 del successivo Capitolo 4, ogni Unione di Prodotto definisce quali progetti di co-marketing con i soggetti privati, sia di tipo A che di tipo B, intende inserire nel proprio Programma Annuale e ne dà comunicazione alla Regione.

Per tutto quanto concerne le attività relative ai cofinanziamenti la Regione può eventualmente avvalersi anche di specifico apporto specialistico esterno, da attivarsi in rapporto alla normativa regionale vigente.

**PER I PROGRAMMI ANNUALI DA REALIZZARSI PER IL 2008, LA TEMPISTICA PER LE UNIONI DI PRODOTTO E' LA SEGUENTE:**

Il Piano degli obiettivi deve essere presentato alla Regione e alla APT Servizi entro il 15/7/2007.

Le Unioni di Prodotto devono presentare alla Regione l'elenco dei soci entro il 15/8/2007.

Il Programma Annuale deve essere presentato alla Regione e all'APT Servizi entro il 20/9/2007.

Il Servizio Turismo predispone la delibera di impegno per il cofinanziamento dei programmi annuali entro il 15 novembre 2007.

#### **CAPITOLO 4**

**MODALITA', PROCEDURE E TERMINI PER IL COFINANZIAMENTO, ANCHE IN FORMA DI CO-MARKETING, DELLE INIZIATIVE DI PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA REALIZZATE DALLE AGGREGAZIONI DI IMPRESE ADERENTI ALLE UNIONI DI PRODOTTO.**

1) I progetti di commercializzazione, presentati dai soggetti privati, ammissibili al cofinanziamento in forma di co-marketing.

I soggetti privati che possono attivare azioni di co-marketing sono le aggregazioni di imprese aderenti alle Unioni di Prodotto.

I soggetti privati devono risultare iscritti alle Unioni entro il 15 giugno dell'anno antecedente quello di riferimento.

Secondo quanto stabilito al punto 5. dell'art. 13 della L.R. 7/1998 e successive modificazioni, per aggregazioni di impresa si intendono:

- i club di prodotto;
- i consorzi;
- le cooperative turistiche;
- altri raggruppamenti di imprese turistiche;

purché costituiti in FORMA DI IMPRESA.

Ciascuna aggregazione può presentare un solo progetto per i co-marketing di tipo A e/o un solo progetto per i co-marketing di tipo B.

I soggetti privati possono richiedere il cofinanziamento per iniziative di commercializzazione turistica (art. 7, punto 2., lettera c) della L.R. 7/1998 e successive modificazioni) mediante l'attivazione di azioni di co-marketing con le Unioni di prodotto, con le seguenti modalità:

#### **CO-MARKETING DI TIPO A:**

##### **Progetti finalizzati ad integrare i programmi delle Unioni di Prodotto.**

Le aggregazioni di imprese possono chiedere di attivare progetti di co-marketing con le Unioni di Prodotto, che vadano ad integrare i progetti inseriti dalle Unioni stesse nel proprio Piano degli Obiettivi di cui al precedente Capitolo 3, Paragrafo 2, punto 1, terzo alinea.

Il soggetto attuatore delle attività di co-marketing per le quali viene richiesto il cofinanziamento è l'Unione di Prodotto.

Le unioni di prodotto, per la realizzazione di specifici progetti di co-marketing, possono convenzionarsi con APT Servizi, con gli S.T.L, le Provincie, i Comuni, le CCIAA interessate.

#### **CO-MARKETING DI TIPO B:**

##### **Progetti di co-marketing finalizzati alla realizzazione di "Progetti Sperimentali" e/o "Progetti di comprovata efficacia per il consolidamento dei target/mercati di riferimento"**

Le aggregazioni di imprese che intendono realizzare progetti mirati alla fidelizzazione di aree mercato, prodotti o target, e/o progetti finalizzati all'individuazione di nuove nicchie di mercato oppure che utilizzino strumenti particolarmente innovativi e/o creativi, possono richiedere alle Unioni di prodotto di partecipare, in forma di co-marketing, alla realizzazione dell'intero progetto.

In tale caso il soggetto attuatore del progetto è l'aggregazione di imprese, ed in tale caso viene riconosciuto un 10% del progetto quali spese generali.

#### **2) Modalità di presentazione della domanda**

La domanda, regolarmente bollata e redatta obbligatoriamente sull'apposito modulo, di cui all'Allegato 1, deve essere presentata alla Regione Emilia Romagna - Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche - V.le A. Moro n. 64 - 40127 Bologna, e deve essere sottoscritta dal legale rappresentante della aggregazione.

Oltre alla domanda in originale, devono essere presentate ulteriori due copie comprensive di tutta la documentazione richiesta;

Le aggregazioni che intendono presentare un progetto sia per i co-marketing di tipo A che per i co-marketing di tipo B devono presentare due distinte domande.

Le domande devono essere inviate alla Regione entro il 1 luglio dell'anno antecedente quello di riferimento, esclusivamente a mezzo raccomandata con ricevuta di ritorno e farà fede la data del timbro postale di partenza.

Nella domanda deve essere dichiarato quanto segue:

- i dati identificativi ed anagrafici della aggregazione;
- l'appartenenza della aggregazione, al 15 giugno, all'Unione di Prodotto cui fa riferimento il progetto presentato;
- se la richiesta di finanziamento è presentata per i co-marketing di tipo A o di tipo B;
- che il medesimo progetto non è stato presentato per il finanziamento ai sensi di altre normative regionali, statali e dell'Unione Europea.

Alla domanda deve inoltre essere allegata la seguente documentazione obbligatoria, in assenza della quale il progetto non sarà ritenuto ammissibile.

- Documentazione da produrre contestualmente alla domanda compilata obbligatoriamente sulla base dell'apposito facsimile di cui all'Allegato 1:
  - a) Il certificato di iscrizione al registro imprese della Camera di Commercio competente o la visura camerale;
  - b) Il Progetto strutturato secondo le seguenti voci minime e obbligatorie:

- strategie e obiettivi;
  - mercati e target di domanda di riferimento;
  - attività e azioni programmate con l'identificazione delle tipologie di strumenti, materiali, nonché delle modalità e tempi del loro svolgimento. Per ogni singola azione programmata dovrà essere evidenziato il mercato di riferimento;
  - esclusivamente per i co-marketing di tipo A devono essere elencate le azioni del progetto, con i relativi costi, per le quali si richiede l'attivazione del co-marketing;
  - definizione delle azioni di verifica dei risultati attesi con la realizzazione del progetto;
- c) Il piano finanziario articolato per macro voci e tipologie di spesa, redatto obbligatoriamente sulla base degli appositi fac-simile di cui agli Allegati 2/A e 2/B (fac simile 2/A da utilizzare per i co-marketing di tipo A e fac simile 2/B da utilizzare per i co-marketing di tipo B).
- 3) Le spese non ammissibili per le attività di co-marketing di tipo A e di tipo B

Non sono ammissibili le spese per:

- gli investimenti e/o l'acquisto di beni durevoli;
- le iniziative di sola incentivazione;
- le iniziative che riguardano esclusivamente la produzione di materiale cartaceo di carattere generale;
- le iniziative che contengono la commercializzazione di prodotti estranei alla Regione Emilia Romagna in misura quantitativamente superiore al 30% del progetto;
- le spese per ospitalità a terzi nelle sue varie forme (es. pernottamenti, pranzi e cene, trattamenti benessere, ecc.);
- spese per personale, sia dipendente che a qualsiasi altro titolo;
- qualsiasi tipo di attività formativa.

Per le sole attività di tipo B sono riconosciute spese per il personale dipendente nella misura massima del 10% della spesa ammissibile del progetto.

#### 4) Limiti di spesa

##### **CO-MARKETING DI TIPO A:**

Il totale delle azioni del progetto per le quali si chiede l'attivazione del co-marketing con l'Unione di Prodotto non può essere di importo superiore a Euro 200.000,00 (IVA esclusa).

##### **CO-MARKETING DI TIPO B:**

Ai fini dell'ammissibilità i progetti presentati dalle aggregazioni aderenti all'Unione di Prodotto Costa non possono essere di importo unitario inferiore a Euro 40.000,00, mentre i progetti presentati dalle aggregazioni aderenti alle altre Unioni di Prodotto non possono essere di importo unitario inferiore a Euro 20.000,00.

I progetti saranno ammessi per un importo unitario non superiore ad Euro 200.000,00, senza alcuna distinzione tra aggregazioni aderenti alle diverse Unioni di Prodotto; a tal fine i progetti di importo superiore, dovranno essere accompagnati da uno stralcio funzionale, e relativo piano finanziario, dell'importo massimo di Euro 200.000,00.

Dagli importi sopra indicati sono escluse l'IVA, le spese di gestione ordinaria.

#### 5) L'istruttoria amministrativa

Il Servizio regionale Turismo e Qualità Aree Turistiche trasmette tempestivamente copia dei progetti alle Unioni di Prodotto di competenza, all'APT Servizi s.r.l. per l'attività di validazione delle iniziative da realizzarsi all'estero, e al coordinatore del nucleo di valutazione di cui al successivo punto 6.1;

Il Direttore Generale Attività Produttive, Commercio, Turismo, con propria determinazione, nomina i componenti del nucleo per l'istruttoria amministrativa. Il nucleo effettua l'istruttoria amministrativa circa i requisiti di ammissibilità delle aggregazioni richiedenti l'attivazione dei co-marketing, la completezza della anagrafica e della documentazione prodotta. In particolare deve essere verificata:

- l'esatta denominazione e i dati anagrafici dell'aggregazione richiedente il co-marketing regionale;
- l'esatta identificazione del legale rappresentante;
- l'appartenenza alla Unione di Prodotto indicata nella domanda;
- l'esatta denominazione del progetto;
- se la domanda è presentata per il co-marketing di tipo A o di tipo B;
- la ammissibilità o la non ammissibilità al cofinanziamento, in forma di co-marketing, delle aggregazioni richiedenti.

Le attività del nucleo si concludono con la predisposizione di quattro diverse schede di riepilogo, una per ciascuna Unione di Prodotto. Ogni scheda di riepilogo deve contenere:

- l'elenco dei progetti di co-marketing di tipo A;
- l'elenco dei progetti di co-marketing di tipo B.

Per ogni progetto deve essere indicato il risultato dell'istruttoria amministrativa con l'indicazione "ammissibile" o "non ammissibile". Nel secondo caso dovrà essere esplicitata la motivazione della non ammissibilità.

Le risultanze dell'istruttoria amministrativa saranno trasmesse al Responsabile del Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche.

## 6) L'istruttoria tecnica e la valutazione dei progetti

### 6.1 Il nucleo di valutazione

L'istruttoria tecnica e la valutazione dei progetti è effettuata da un nucleo di valutazione nominato, con propria determinazione, dal Direttore Generale Attività Produttive, Commercio, Turismo.

Il nucleo di valutazione è così composto:

- il Responsabile del Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche in qualità di coordinatore del nucleo;
- il Presidente e il Coordinatore dell'Unione di Prodotto di volta in volta interessata, o loro delegati;
- un collaboratore del Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche della Regione Emilia-Romagna;

- due tecnici interni al personale dell'APT Servizi, designati dal Consiglio di Amministrazione dell'APT stessa;
- un esperto tecnico designato da Unioncamere Regionale.

Il nucleo di valutazione effettua l'istruttoria tecnica:

- dei progetti di co-marketing di tipo A, con particolare riguardo alle azioni per le quali è stato richiesto il co-marketing, esprimendo per ciascuno un parere di valutazione "Alto", "Medio" o "Basso";
- dei progetti di co-marketing di tipo B, esprimendo per ciascuno un parere di valutazione "Alto" "Medio" o "Basso";

In sede di nucleo l'APT Servizi s.r.l. documenterà l'attività di validazione effettuata per ogni progetto che prevede azioni da realizzarsi all'estero.

Per esprimere il giudizio di valutazione, il nucleo si avvale della "Metodologia per la valutazione dei progetti" di cui al successivo punto 6.2, e può richiedere eventuali chiarimenti alle aggregazioni.

Entro il 15 ottobre dell'anno antecedente quello di riferimento il Responsabile del Servizio Turismo e Qualità Aree Turistiche, coordinatore del nucleo di valutazione, trasmette alle Unioni di Prodotto una propria determinazione contenente le risultanze del lavoro svolto.

In tale atto saranno evidenziati:

- i Progetti di co-marketing di tipo A con il parere di valutazione "Alto, Medio o Basso" su ciascun progetto, nonché l'importo totale delle azioni di co-marketing ritenute ammissibili;
- i Progetti di co-marketing di tipo B con il parere di valutazione "Alto, Medio o Basso" su ciascun progetto nonché l'importo ammissibile per il co-marketing;
- i Progetti di co-marketing sia di tipo A che di tipo B ritenuti "non ammissibili".

## 6.2 Metodologia per la valutazione dei progetti

Per esprimere il giudizio di valutazione dei progetti si considerano i seguenti parametri:

A. Livello di internazionalizzazione;

B. Incisività di prodotto;

C. Innovazione e/o creatività;

D. Coerenza tra gli obiettivi, i mercati, le azioni ed i costi;

E. Integrazione tra soggetti di settori diversi.

Con successivo atto della Giunta Regionale saranno ulteriormente specificati i sopra citati parametri.

#### 7) Indicazioni generali per il cofinanziamento dei progetti di co-marketing

Le Unioni di prodotto, sulla base sia delle disponibilità finanziarie per tali attività che della determinazione relativa alla valutazione dei progetti, definiranno i co-marketing di tipo A e di tipo B da inserire nel proprio Programma Annuale. Le Unioni possono autonomamente graduare la partecipazione finanziaria ai progetti di co-marketing, entro le percentuali massime sotto specificate, uguali per tutte e quattro le Unioni di Prodotto, fino ad un massimo del 5% ed in misura uniforme per le tre categorie:

	<b>PROGETTO CON VALUTAZIONE "ALTO"</b>	<b>PROGETTO CON VALUTAZIONE "MEDIO"</b>	<b>PROGETTO CON VALUTAZIONE "BASSO"</b>
<b>CO-MARKETING DI TIPO A</b>	Percentuale massima del 25% della spesa ammessa per le azioni di co-marketing	Percentuale massima del 20% della spesa ammessa per le azioni di co-marketing	Percentuale massima del 15% della spesa ammessa per le azioni di co-marketing
<b>CO-MARKETING DI TIPO B</b>	Percentuale massima del 25% della spesa ammessa per la realizzazione del progetto	Percentuale massima del 20% della spesa ammessa per la realizzazione del progetto	Percentuale massima del 15% della spesa ammessa per la realizzazione del progetto

Per tutto quanto concerne le attività relative ai cofinanziamenti in forma di co-marketing, la Regione può eventualmente avvalersi anche di specifico apporto specialistico esterno, da attivarsi in rapporto alla normativa regionale vigente.

**PER I PROGETTI DI CO-MARKETING DA REALIZZARSI PER IL 2008, LA TEMPISTICA E' LA SEGUENTE:**

I soggetti privati aderenti alle Unioni devono essere iscritti alla Unione di Prodotto, e presentare le domande di co-marketing entro il 10 settembre 2007.

**CAPITOLO 5**

**MODALITA', PROCEDURE E TERMINI PER L'ATTUAZIONE DEI PROGRAMMI TURISTICI DI PROMOZIONE LOCALE DELLE PROVINCE.**

*Paragrafo 1*

**PROGRAMMI TURISTICI DI PROMOZIONE LOCALE**

**1. Linee strategiche del Programma Turistico di Promozione Locale**

Ciascuna Provincia approva, sentiti i Comuni, le Linee strategiche del proprio Programma Turistico di Promozione Locale, di seguito denominato con l'acronimo PTPL, per l'anno di riferimento, e lo presenta alla Regione, entro e non oltre il 31 gennaio dell'anno antecedente a quello di riferimento.

Tale atto, redatto in piena sintonia con gli atti di indirizzo strategico della Regione Emilia-Romagna ed in particolare col Programma poliennale degli interventi regionali per la promozione e la commercializzazione turistica di cui all'articolo 5 della L.R. n. 7/1998 e successive modificazioni, deve definire:

- le priorità strategiche per la realizzazione degli interventi per lo sviluppo delle attività di promozione a carattere locale;
- le modalità procedurali cui si dovranno attenere i soggetti proponenti ed attuatori dei sopracitati interventi;

- le eventuali iniziative di promozione e valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche realizzate tramite l'attuazione dei Programmi di azione, dei Sistemi Turistici Locali, di seguito denominati con l'acronimo STL, di cui al successivo paragrafo 2.

Gli interventi e/o le iniziative che prevedono la realizzazione di azioni sui mercati internazionali, devono ottenere la preventiva validazione da parte di APT Servizi S.r.l.

Ciascuna Provincia provvede a trasmettere copia delle Linee strategiche del PTPL all'APT Servizi srl.

## 2. Interventi per lo sviluppo delle attività di promozione a carattere locale

Gli ambiti di attività di promozione a carattere locale attengono:

### **I. ai Servizi Turistici di base dei Comuni.**

Questo ambito comprende sia gli interventi di accoglienza che gli interventi di animazione e intrattenimento turistico. In questo contesto assume una particolare rilevanza il funzionamento dei Servizi di accoglienza ed informazione ai turisti per la comunicazione delle informazioni e per l'offerta dei servizi presenti sul territorio. Rientrano in questo ambito anche eventuali azioni di accertamento e valorizzazione delle professionalità turistiche locali.

### **II. alle Iniziative di Promozione Turistica di interesse locale.**

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

Al fine di ottimizzare gli interventi e razionalizzare l'utilizzo delle risorse finanziarie, le Province possono attivare le più adeguate forme di collaborazione con APT Servizi S.r.l. e con le Unioni di Prodotto.

Gli interventi per lo sviluppo delle attività di promozione a carattere locale sono proposti dai soggetti di cui all'art. 6, comma 2) della L.R. 7/98 e successive modifiche.

La Giunta regionale, entro il 31 marzo dell'anno antecedente a quello di riferimento, approva le Linee Strategiche dei PTPL ed i budget indicativi da destinare alle Province per il finanziamento delle attività di promozione a carattere locale.

Per la ripartizione alle Province delle predette risorse finanziarie, la Giunta Regionale si attiene ai seguenti criteri:

- a. una prima quota pari al 10% della disponibilità prevista viene ripartita in parti uguali fra le province;
- b. la restante disponibilità viene ripartita sulla base della quota attribuita per il finanziamento dei PTPL dell'anno 1998 (Tabella "A" di cui alla deliberazione della Giunta Regionale n. 2728/1997).

Ciascuna Provincia, seguendo i propri criteri di programmazione, ripartisce il budget regionale destinandone l'utilizzo ai "Servizi turistici di base" e alle "Iniziative di Promozione Turistica di interesse locale"; ciascuna Provincia deve comunque assicurare l'attuazione dei Servizi di accoglienza ed informazione ai turisti.

### 3. Programma Turistico di Promozione Locale

Ciascuna Provincia approva il proprio PTPL e lo trasmette alla Regione e all'APT Servizi s.r.l. entro il 30 giugno dell'anno antecedente a quello di riferimento. Ogni PTPL deve contenere, per ciascun ambito di attività di promozione a carattere locale:

- una scheda tecnico-finanziaria riportante le caratteristiche salienti per ciascun intervento e gli elementi identificativi dei soggetti coinvolti;
- la graduatoria degli interventi ammissibili 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 dalle Province stesse nel corso dell'attuazione del medesimo PTPL per il completamento degli interventi già previsti o programmando nuovi interventi coerenti con gli atti di indirizzo programmatici regionali.

#### 4. Assegnazione delle Risorse regionali

La Giunta Regionale dispone la ripartizione alle Province delle risorse finanziarie destinate al finanziamento delle attività di promozione a carattere locale e la contestuale assegnazione nonché l'assunzione dei relativi impegni di spesa sui competenti capitoli di Bilancio entro il 30 settembre dell'anno precedente a quello di riferimento.

#### 5. Modalità di erogazione dei finanziamenti regionali

Ai sensi della vigente normativa regionale, il Dirigente regionale competente in materia provvede a liquidare a favore di ciascuna Provincia, nell'anno di riferimento, un acconto fino al 50% del budget assegnato, previo invio da parte delle stesse di un atto amministrativo contenente:

- la identificazione dei soggetti beneficiari del finanziamento;
- l'ammontare del finanziamento assegnato dalla Provincia a ciascun progetto;
- le modalità procedurali ed i contenuti delle documentazioni e delle rendicontazioni consuntive da presentarsi dai diversi soggetti attuatori ai fini della erogazione dei finanziamenti, nonché i termini per la presentazione delle documentazioni consuntive stesse;
- le modalità procedurali per l'utilizzo di eventuali economie di spesa, modalità che verranno determinate con gli stessi atti di impegno per il completamento di interventi già previsti nel proprio PTPL, aumentando il budget ovvero programmando nuovi interventi coerenti con gli atti di indirizzo e di programmazione regionali.

Alla liquidazione del saldo dei finanziamenti regionali assegnati provvede con propri atti il Dirigente regionale competente ai sensi della vigente normativa regionale attenendosi alle seguenti disposizioni:

- a) Le Province devono trasmettere entro il 30 aprile dell'anno successivo a quello di riferimento, un atto amministrativo che approvi:
- una relazione tecnico-finanziaria dalla quale risultino gli obiettivi raggiunti e i singoli progetti realizzati; tale relazione deve essere suddivisa in due settori:
    - Servizi turistici di base, con una chiara distinzione tra "animazione e intrattenimento turistico" e "Informazione e accoglienza turistica";
    - Iniziative di promozione turistica di interesse locale;
  - un conto consuntivo, redatto per ogni progetto compreso nei due ambiti di attività di promozione a carattere locale, dal quale risultino gli atti di impegno e gli importi delle spese effettivamente sostenute dai soggetti attuatori.
- b) La Provincia potrà in corso d'opera riutilizzare eventuali economie secondo quanto stabilito nel proprio PTPL. La relazione tecnico finanziaria di cui al precedente punto a) deve contenere l'indicazione dei provvedimenti provinciali di riutilizzo.

## *Paragrafo 2*

### **SISTEMI TURISTICI LOCALI**

#### 1. Definizione, contesto operativo ed obiettivi dei STL

I STL, ai sensi del comma 2) dell'art. 13 bis della L.R. n. 7/98 e successive modificazioni, sono aggregazioni rappresentative dei soggetti pubblici e privati che operano per lo sviluppo dell'economia turistica attraverso la realizzazione di iniziative di promozione e valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche dei contesti di appartenenza e di qualificazione e innovazione dei prodotti e dei servizi turistici dei territori e del sistema integrato di offerta turistica.

I STL operano nell'ambito di contesti turistici omogenei comprendenti territori caratterizzati dall'offerta integrata di località turistiche, beni culturali ed ambientali, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e

dell'artigianato locale, e dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.

I STL operano per la valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche, delle produzioni artigianali ed agricole, dei servizi integrati sui mercati nazionale ed internazionale.

## 2. Modalità di promozione e costituzione dei STL

Sono enti promotori dei STL le Province ricadenti nell'ambito territoriale del STL interessato.

Gli enti promotori individuano la Provincia referente del STL.

La scelta della forma aggregativa e di funzionamento dei STL è definita dalle Province in qualità di soggetti promotori.

Deve aderire al STL almeno il 60% dei Comuni appartenenti all'ambito territoriale del medesimo STL.

Possono aderire ai STL:

- le imprese singole ed associate rappresentative dell'economia dell'ambito territoriale del STL interessato, ed operanti all'interno del medesimo territorio;
- le Camere di Commercio competenti per territorio;
- G.A.L, Strade dei vini e dei sapori, Consorzi di promozione di prodotti tipici, Comunità Montane, Società d'Area, Pro-Loco, Associazioni del Volontariato operanti nel territorio del STL;
- altri enti, organizzazioni, associazioni di natura pubblica e privata, gli Istituti di credito operanti nel territorio del STL.

## 3. Programmi di azione dei STL

Le iniziative di promozione e valorizzazione dei territori e delle destinazioni turistiche di cui all'art. 13 bis della L.R. 7/98 e successive modifiche si realizzano tramite l'attuazione dei Programmi di azione dei STL.

I Programmi di azione dei STL, per essere riconosciuti ed eventualmente cofinanziati, devono essere redatti in piena sintonia con gli atti di indirizzo strategico della Regione Emilia-Romagna e, in particolare, col Programma poliennale degli interventi regionali per la promozione e la commercializzazione turistica di cui all'art. 5 della L.R. 7/98 e successive modifiche e devono presentare le seguenti indicazioni:

- obiettivi;
- territori, produzioni e destinazioni promosse;
- prodotti dell'agricoltura e dell'artigianato, servizi integrati e servizi su cui si intende operare per un sempre maggiore integrazione;
- target e mercati di riferimento;
- attività previste e tempi di attuazione;
- soggetti incaricati dell'attuazione delle attività;
- dettagliato piano finanziario contenente le ulteriori seguenti indicazioni:
  - spese per azioni di promozione e di marketing territoriale da sostenersi da parte dei soggetti pubblici aderenti al STL;
  - spese per azioni di commercializzazione turistica da sostenersi da parte dei soggetti privati aderenti al STL;
  - specificazione delle fonti di finanziamento.

I Programmi di azione dei STL possono essere annuali, biennali o triennali in base a necessità motivate dalla provincia referente.

Nel caso in cui un Programma di azione sia redatto in forma pluriennale, la Provincia referente ha inoltre la responsabilità di evidenziarne chiaramente la parte stralcio relativa all'anno di riferimento che deve essere valutata dalla Regione ai fini del riconoscimento e dell'eventuale cofinanziamento.

#### 4. Riconoscimento dei STL

La provincia referente, ai fini del riconoscimento di cui all'art. 13 bis, comma 3) della L.R. 7/98 e successive modificazioni, approva il Programma di azione del STL e lo trasmette alla Regione con le modalità e nei termini previsti al Paragrafo 1, Punto 1, del presente Capitolo.

Entro il 31 marzo dell'anno antecedente a quello di riferimento la Regione Emilia-Romagna, ai sensi dell'art. 13 bis, comma 3) della L.R. 7/1998 e succ. modifiche ed ai fini dell'eventuale ammissione ai cofinanziamenti regionali:

- riconosce la validità dei Programmi di azione dei STL su proposta della provincia referente;
- approva gli eventuali budget indicativi da destinare alle Province referenti per il cofinanziamento dei Programmi di azione.

#### 5. Cofinanziamento regionale ai Programmi di azione

La Regione Emilia-Romagna, ai sensi dell'art. 13 bis, comma 3) della L.R. 7/98 e successive modificazioni e solamente in caso di disponibilità di risorse provenienti dallo Stato, può concedere cofinanziamenti ai Programmi di azione dei STL, qualora vi partecipino soggetti privati che garantiscano risorse finanziarie proprie, finalizzate alla realizzazione di specifiche azioni di sostegno alla commercializzazione turistica, non inferiori al 40% della spesa globale dello stesso Programma, con particolare riferimento alle risorse provenienti da settori esterni al sistema turistico-ricettivo e dei club di prodotto aderenti alle Unioni di prodotto.

Il cofinanziamento di cui al precedente comma può essere concesso qualora sussistano entrambe le seguenti condizioni:

- per le spese del Programma di azione relative ad azioni di promozione e di marketing territoriale da sostenersi da parte dei soggetti pubblici facenti parte del STL;
- solo quando il Programma di azione del STL sia inserito dalla Provincia referente nel proprio PTPL.

Non sono ammissibili a finanziamento regionale le iniziative promozionali che pubblicizzino territori, destinazioni, risorse turistiche locali estranee all'ambito territoriale del STL di riferimento.

## 6. Procedimento per la richiesta del cofinanziamento regionale

Entro il 30 giugno dell'anno antecedente a quello di riferimento la Provincia referente trasmette alla Regione, all'interno del proprio PTPL, il Programma di azione del STL regolarmente riconosciuto.

Il Programma di azione deve essere accompagnato da apposita dichiarazione, sottoscritta dal Presidente della Provincia, contenente:

- la richiesta del cofinanziamento regionale del Programma di azione del STL;
- la dichiarazione che la proposta del PTPL, contenente il Programma di azione del STL, è stata redatta tenendo conto degli opportuni raccordi di integrazione, coordinamento e collaborazione, ai sensi di quanto stabilito dall'art. 13 bis della L.R. n. 7/98 e successive modifiche, nonché dai successivi atti di attuazione della medesima legge approvati dalla Regione;
- la dichiarazione che i soggetti privati che partecipano al Programma di azione garantiscono risorse finanziarie proprie, finalizzate alla realizzazione di specifiche azioni di commercializzazione turistica, non inferiori al 40% della spesa globale del Programma stesso e che gli stessi soggetti non hanno richiesto, per il medesimo anno di riferimento, cofinanziamenti in forma di co-marketing ai sensi della lettera c), comma 2) art. 7 della L.R. 7/98 e successive modifiche;
- la dichiarazione che il Programma è stato validato da parte di APT Servizi srl nel caso siano previste azioni per i mercati esteri;
- la dichiarazione che è stata sottoscritta con APT Servizi srl apposita convenzione per le azioni da realizzarsi in particolare sui mercati esteri.

## 7. Responsabilità amministrativa

La Provincia referente del STL è l'unico soggetto titolare di rapporti amministrativi con la Regione Emilia-Romagna.

## 8. Valutazione dei STL

Il Servizio regionale Turismo e Qualità Aree Turistiche, avvalendosi eventualmente di un apposito nucleo di valutazione, valuta i Programmi annuali di azione proposti da ciascun STL tenendo conto dei seguenti elementi:

- estensione e rilevanza territoriale del STL;
- numero delle Province e dei Comuni facenti parte del STL;
- totale degli arrivi e delle presenze turistiche, nonché numero dei posti letto riguardanti il territorio del STL;
- percentuale delle strutture ricettive rappresentate nel Programma annuale del STL rispetto a quelle esistenti sul medesimo territorio;
- rapporto tra investimento pubblico ed investimento privato espresso dal Programma del STL;
- coerenza del Programma annuale di azione del STL alle linee strategiche contenute negli atti della programmazione turistica regionale e, in particolare, nel Programma Turistico Poliennale;
- congruità, incisività ed efficacia delle azioni contenute nel Programma annuale di azione del STL;
- grado di coinvolgimento di soggetti pubblici e privati non facenti capo al sistema dell'organizzazione turistica regionale, ma comunque operanti nell'ambito territoriale del STL;
- livello di integrazione di servizi del territorio (quali, ad es.: trasporti, porti, aeroporti, piste ciclabili, parcheggi) finalizzata al potenziamento dell'ospitalità e dell'accoglienza.

## 9. Assegnazione delle Risorse regionali

La Giunta Regionale, solamente in caso di disponibilità di risorse provenienti dallo Stato e a seguito delle risultanze della valutazione di cui al precedente punto 8), dispone le assegnazioni del cofinanziamento alle Province referenti per

i Programmi di azione degli STL nonché l'assunzione dei relativi impegni di spesa sui competenti capitoli di Bilancio entro il 30 settembre dell'anno precedente a quello di riferimento.

#### 10. Modalità di erogazione del cofinanziamento regionale

Ai sensi della vigente normativa regionale, il Dirigente regionale competente in materia provvede a liquidare a favore di ciascuna Provincia referente, nell'anno di riferimento, un acconto fino al 50% del cofinanziamento assegnato, previo invio da parte delle stesse, di un provvedimento contenente:

- l'approvazione di una relazione tecnico-finanziaria che descriva la procedura posta in essere per la realizzazione del Programma di azione del STL, specificando le azioni effettivamente iniziate e i tempi previsti per la loro completa attuazione; tale relazione deve indicare in modo dettagliato le azioni di promozione e di marketing territoriale che vengono realizzate dai soggetti pubblici facenti parte del STL ed ammesse al cofinanziamento regionale
- l'indicazione dell'atto con il quale la Provincia referente ha destinato il cofinanziamento regionale assegnato.

Ai sensi della vigente normativa regionale, il Dirigente regionale competente in materia provvede a liquidare a favore di ciascuna Provincia referente, il saldo del cofinanziamento regionale assegnato, previo invio da parte delle stesse di un provvedimento di utilizzo delle predette risorse. Tale provvedimento, che deve essere trasmesso alla Regione entro il 30 aprile dell'anno successivo a quello di riferimento, deve contenere:

- l'approvazione di una relazione tecnico-finanziaria che descriva la realizzazione del Programma di azione del STL, specificando le azioni effettivamente poste in essere, gli obiettivi e i risultati raggiunti; tale relazione deve inoltre indicare in modo dettagliato le azioni di promozione e di marketing territoriale realizzate dai soggetti pubblici facenti parte del STL ed ammesse al cofinanziamento regionale;
- l'approvazione del rendiconto finanziario contabile relativo alla realizzazione della parte del Programma di azione del STL relativa alle azioni di promozione e di marketing territoriale realizzate dai soggetti

pubblici facenti parte del STL ed ammesse al cofinanziamento regionale, specificando, per ogni singola azione effettuata, gli importi delle spese sostenute.

Nel caso di parziale realizzazione del Programma di azione del STL o di minori spese sostenute, l'importo del cofinanziamento regionale sarà proporzionalmente ridotto.

## **CAPITOLO 6**

### **PROGETTI SPECIALI O INIZIATIVE DI CARATTERE STRAORDINARIO OVVERO NUOVE INIZIATIVE RITENUTE MERITEVOLI DELL'INTERVENTO REGIONALE.**

Il Bilancio della Regione Emilia Romagna prevederà la disponibilità finanziaria per i progetti speciali e le iniziative previste al quinto comma dell'art. 7 della L.R. n. 7/98 e successive modificazioni.

I successivi atti deliberativi della Giunta Regionale, adottati nell'anno di riferimento, ne approvano la realizzazione e il finanziamento e stabiliscono altresì le modalità attuative, procedurali e gestionali.

**ALLEGATO 1**

**Fac-simile di domanda da utilizzarsi per la richiesta di cofinanziamento in forma di co-marketing**

MARCA  
DA  
BOLLO

**Riferimento:**  
**Cofinanziamento L.R.7/98**  
**per l'anno 200\_\_**

Alla Regione Emilia-Romagna  
Servizio Turismo e Qualità  
Aree Turistiche  
Viale Aldo Moro, 64  
40127 BOLOGNA

**Oggetto: Domanda di cofinanziamento in forma di co-marketing, ai sensi della L.R. 7/98 e successive modificazioni**

La/il sottoscritta/o \_\_\_\_\_  
Nata/nato a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_\_

In qualità di Legale Rappresentante di \_\_\_\_\_

Con sede legale in via/piazza \_\_\_\_\_

Comune \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_

Tel \_\_\_\_\_ FAX \_\_\_\_\_

Indirizzo e-mail \_\_\_\_\_

Partita IVA \_\_\_\_\_

Eventuale sede operativa cui inviare comunicazioni inerenti il progetto:

Via/p.zza \_\_\_\_\_

Comune \_\_\_\_\_ CAP \_\_\_\_\_

Prov. \_\_\_\_\_

Referente per gli aspetti amministrativi del progetto :

Nome e cognome \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Indirizzo e-mail \_\_\_\_\_

## **RICHIEDE**

☐ **CO-MARKETING DI TIPO A** per il progetto dal titolo \_\_\_\_\_

Cofinanziamento in forma di co-marketing ad integrazione di progetti dell'Unione di Prodotto \_\_\_\_\_, ai sensi degli artt. 7, punto 2, lettera c) e 13 punto 5. della L.R. 7/1998 e successive modificazioni.

☐ **CO-MARKETING DI TIPO B** per il progetto dal titolo \_\_\_\_\_

Cofinanziamento in forma di co-marketing per "PROGETTI SPERIMENTALI" e/o "PROGETTI DI COMPROVATA EFFICACIA PER IL CONSOLIDAMENTO DEI TARGET/MERCATI DI RIFERIMENTO", ai sensi degli artt. 7, punto 2, lettera c) e 13 punto 5. della L.R. 7/1998 e successive modificazioni.

## **DICHIARA**

- A. che l'aggregazione \_\_\_\_\_, è stata iscritta alla Unione di Prodotto prima del 15 giugno (esclusivamente per i cofinanziamenti relativi all'anno 2008 la data entro la quale è indispensabile essere iscritti è 15/08/2007).
- B. che il presente progetto non è stato presentato ai sensi di altre normative regionali, statali e dell'Unione Europea.
- C. di allegare:
- il progetto per il quale si richiede il co-marketing;
  - il certificato di iscrizione al registro imprese della Camera di Commercio competente o la visura camerale;
  - il piano finanziario del progetto.
- D. la propria disponibilità a fornire qualsiasi ulteriore informazione che possa essere necessaria in sede di valutazione dei progetti.

Data \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

**ALLEGATO 2/A****FAC-SIMILE PER LA COMPILAZIONE DEL PIANO FINANZIARIO****PER CO-MARKETING DI TIPO A****Beneficiario:** \_\_\_\_\_**Titolo del progetto:** \_\_\_\_\_

<b>TIPOLOGIE DI SPESA</b>	<b>Spese preventivate per l'intero progetto al netto di IVA</b>	<b>Spese per le quali si richiede l'attivazione del co-marketing al netto di IVA</b>
<b>1. Immagine coordinata, editoria, informazione all'ospite</b>		
Materiali promo-commerciali (cataloghi, folder, guide, ecc)		
Marchio (realizzazione e diffusione)		
Pubblicazioni e prodotti multimediali		
<i>Specificare eventuali ulteriori voci di spesa</i>		
<b>2. Comunicazione, pubbliche relazioni</b>		
Pubblicità (TV, stampa, radio)		
Marketing factory, pubbliche relazioni		
Educational per giornalisti		
<i>Specificare eventuali ulteriori voci di spesa</i>		
<b>3. Fiere e workshop</b>		
Fiere, borse e workshop (noleggio e/o allestimento stand, affitto spazi, viaggio e alloggio per partecipanti alle fiere, ecc...)		
Serate promo-commerciali		
<i>Specificare eventuali ulteriori voci di spesa</i>		
<b>4. Sostegno alla commercializzazione</b>		
Promoter (viaggi, visite e collaborazioni esterne)		
Educational per Tour Operator		
Azioni di co-marketing		
<i>Specificare eventuali ulteriori voci di spesa</i>		
<b>5. Marketing diretto</b>		
Acquisto e creazione di mailing list, spese di mailing		
Telemarketing		
Numero verde, fax verde		
Sito Internet		
Web Marketing		
<i>Specificare eventuali ulteriori voci di spesa</i>		
<b>IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO</b>		

**ALLEGATO 2/B****FAC-SIMILE PER LA COMPILAZIONE DEL PIANO FINANZIARIO****PER CO-MARKETING DI TIPO B**

Beneficiario: \_\_\_\_\_

Titolo del progetto: \_\_\_\_\_

<b>TIPOLOGIE DI SPESA</b>	<b>Spese preventivate per l'intero progetto al netto di IVA</b>
<b>1. Immagine coordinata, editoria, informazione all'ospite</b>	
Materiali promo-commerciali (cataloghi, folder, guide, ecc)	
Marchio (realizzazione e diffusione)	
Pubblicazioni e prodotti multimediali	
Specificare eventuali ulteriori voci di spesa	
<b>2. Comunicazione, pubbliche relazioni</b>	
Pubblicità (TV, stampa, radio)	
Marketing factory, pubbliche relazioni	
Educational per giornalisti	
Specificare eventuali ulteriori voci di spesa	
<b>3. Fiere e workshop</b>	
Fiere, borse e workshop (noleggio e/o allestimento stand, affitto spazi, viaggio e alloggio per partecipanti alle fiere, ecc...)	
Serate promc-commerciali	
Specificare eventuali ulteriori voci di spesa	
<b>4. Sostegno alla commercializzazione</b>	
Promoter (viaggi, visite e collaborazioni esterne)	
Educational per Tour Operator	
Azioni di co-marketing	
Specificare eventuali ulteriori voci di spesa	
<b>5. Marketing diretto</b>	
Acquisto e creazione di mailing list, spese di mailing	
Telemarketing	
Numero verde, fax verde	
Sito Internet	
Web Marketing	
Specificare eventuali ulteriori voci di spesa	
<b>6. Spese per il personale dipendente (max 10% della somma delle spese dei punti 1+2+3+4+5)</b>	
<b>7. Spese generali forfetarie (max 10% della somma delle spese dei punti 1+2+3+4+5)</b>	
<b>IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO</b>	

























## LIBRERIE CONVENZIONATE PER LA VENDITA AL PUBBLICO

**Edicola del Comunale** S.n.c. – Via Zamboni n. 26 – 40127 Bologna

**Libreria di Palazzo Monsignani** S.r.l. – Via Emilia n. 71/3 – 40026 Imola (BO)

**Libreria del professionista** – Via XXII Giugno n. 3 – 47900 Rimini

**Nuova Tipografia Delmaino** S.n.c. – Via IV Novembre n. 160 – 29100 Piacenza

**Libreria Incontri** – Piazza Libertà n. 29 – 41049 Sassuolo (MO)

**Libreria Feltrinelli** – Via Repubblica n. 2 – 43100 Parma

**Edicola Libreria Cavalieri** – Piazza Mazzini n. 1/A – 44011 Argenta (FE)

A partire dall'1 gennaio 1996 tutti i Bollettini Ufficiali sono consultabili gratuitamente collegandosi al sito Internet della Regione Emilia-Romagna <http://www.regione.emilia-romagna.it/>

## MODALITÀ PER LA RICHIESTA DI PUBBLICAZIONE DI ATTI

Le modalità per la pubblicazione degli atti per i quali è previsto il pagamento sono:

– Euro 2,07 per ogni riga di titolo in grassetto o in maiuscolo

– Euro 0,77 per ogni riga o frazione di riga (intendendo per riga la somma di n. 65 battute dattiloscritte)

gli Enti e le Amministrazioni interessati dovranno effettuare il versamento sul **c/c postale n. 239400** intestato al Bollettino Ufficiale della Regione Emilia-Romagna – Viale Aldo Moro n. 52 – 40127 Bologna e unire la ricevuta dell'avvenuto pagamento al testo del quale viene richiesta la pubblicazione.

**Avvertenza** – L'avviso di rettifica dà notizia dell'avvenuta correzione di errori materiali contenuti nel provvedimento inviato per la pubblicazione al Bollettino Ufficiale. L'errata-corrige rimedia, invece, ad errori verificatisi nella stampa del provvedimento nel Bollettino Ufficiale.

Il Bollettino Ufficiale si divide in 3 parti:

– Nella parte prima sono pubblicate: leggi e regolamenti della Regione Emilia-Romagna; circolari esplicative delle leggi regionali, nonché atti di organi della Regione contenenti indirizzi interessanti, con carattere di generalità, amministrazioni pubbliche, privati, categorie e soggetti; richieste di referendum regionali e proclamazione dei relativi risultati; dispositivi delle sentenze e ordinanze della Corte costituzionale relativi a leggi della Regione Emilia-Romagna, a conflitti di attribuzione aventi come parte la Regione stessa, nonché ordinanze con cui organi giurisdizionali abbiano sollevato questioni di legittimità costituzionale di leggi regionali. **Il prezzo dell'abbonamento annuale è fissato in Euro 18,08.**

– Nella parte seconda sono pubblicati: deliberazioni del Consiglio e della Giunta regionale (ove espressamente previsto da legge o da regolamento regionale); decreti del Presidente della Giunta regionale, atti di Enti locali, di enti pubblici e di altri enti o organi; su specifica determinazione del Presidente della Giunta regionale ovvero su deliberazione del Consiglio regionale, atti di organi statali che abbiano rilevanza per la Regione Emilia-Romagna, nonché comunicati o informazioni sull'attività degli organi regionali od ogni altro atto di cui sia prescritta in generale la pubblicazione. **Il prezzo dell'abbonamento annuale è fissato in Euro 33,57.**

– Nella parte terza sono pubblicati: annunci legali; avvisi di pubblici concorsi; atti che possono essere pubblicati su determinazione del Presidente della Giunta regionale, a richiesta di enti o amministrazioni interessate; altri atti di particolare rilievo la cui pubblicazione non sia prescritta da legge o regolamento regionale. **Il prezzo dell'abbonamento annuale è fissato in Euro 20,66.**

**L'abbonamento annuale cumulativo al Bollettino Ufficiale è fissato in Euro 72,30 - Il prezzo di ogni singolo Bollettino è fissato in Euro 0,41) per 16 pagine o frazione di sedicesimo.**

**L'abbonamento si effettua esclusivamente a mezzo di versamento sul c/c postale n. 239400 intestato a Bollettino Ufficiale della Regione Emilia-Romagna (Viale Aldo Moro n. 52 – 40127 Bologna) – Si declina ogni responsabilità derivante da disguidi e ritardi postali. Copie del Bollettino Ufficiale potranno comunque essere richieste avvalendosi del citato c/c postale.**

**La data di scadenza dell'abbonamento è riportata nel talloncino dell'indirizzo di spedizione. Al fine di evitare interruzioni nell'invio delle copie del Bollettino Ufficiale si consiglia di provvedere al rinnovo dell'abbonamento, effettuando il versamento del relativo importo, un mese prima della sua scadenza.**

In caso di mancata consegna inviare a Ufficio BO-CMP per la restituzione al mittente che si impegna a versare la dovuta tassa.