



Rimini, 25 luglio 2017

Il presente progetto denominato **“Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche”** si sviluppa nel rispetto ed in coerenza con le seguenti disposizioni:

- POR FESR 2014-2020 - Asse prioritario 5 di valorizzazione delle risorse artistiche, culturali e ambientali - Azione 6.8.3 sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche
- DGR n. 53872015 L.R. 7/98 e s.m. - Linee Guida generali per la promozione e la commercializzazione turistica anno 2016 – Obiettivi strategici

La progettualità in oggetto intende sostenere interventi di promozione turistica dei territori e delle destinazioni turistiche e pone tra i suoi obiettivi lo sviluppo di una visione sistemica e integrata di prodotti turistici di area vasta e/o trasversali d'interesse regionale, per migliorare la competitività ed attrarre nuovi flussi inbound. Tale progetto viene proposto quale prosecuzione, integrazione e ottimizzazione del progetto POR FESR 2014-2020 denominato “Promozione delle destinazioni turistiche dell'Emilia-Romagna attraverso la valorizzazione delle risorse ambientali, culturali e artistiche e il sostegno alla fruizione integrata – annualità 2017”, approvato con deliberazione di Giunta regionale n. 950/2017. La forte coerenza fra le diverse progettazioni realizzate da APT Servizi srl in ambito POR FESR 2014-2020 è infatti condizione necessaria per garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi prefissati.

1. IL SOGGETTO PROMOTORE

APT Servizi s.r.l., così come espresso dalla legislazione regionale corrente, è il soggetto in house providing incaricato dalla Regione Emilia-Romagna a rendere

operativo il documento guida con le linee e gli obiettivi strategici dell'ampia e complessa programmazione regionale in materia di promozione e commercializzazione turistica. APT Servizi redige annualmente un piano di marketing e promozione e va così a sviluppare, sulla base di quanto indicato dalla regione, progetti esecutivi. Inoltre con LR 4/16 APT Servizi svolge un ruolo di coordinamento per prodotti tematici trasversali che riguardano più destinazioni turistiche, al fine di delineare le politiche generali di tali prodotti trasversali e definire azioni coordinate, in particolare sui mercati esteri.

Il ruolo che APT Servizi riveste nel quadro generale del sistema turistico regionale, ridefinito con LR 4/16, ne fa il soggetto più indicato per la progettazione e attuazione di azioni e interventi, volti a perseguire gli obiettivi specifici dell'attività "POR-FESR 2014-2020 - Asse 5 –Azione 6.8.3".

L'intervento di APT Servizi srl consente infatti, di perseguire l'ottimizzazione delle risorse che la regione Emilia-Romagna destina annualmente alla promozione turistica, attivando un'integrazione sinergica con le attività annuali realizzate da APT Servizi nell'ambito del proprio piano, anche attraverso la generazione di economie di scala nei rapporti con i fornitori.

In questo quadro, e nell'ambito del piano strategico per la promozione turistica regionale, si sviluppa questo progetto di valorizzazione dei beni e delle destinazioni turistiche che rientra nella strategia dell'Unione Europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva e al raggiungimento della coesione economica, sociale e territoriale.

3. IL PROGETTO

Il progetto di **“Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche”** si articola in interventi di promozione e marketing turistico basati su strategie di valorizzazione legate allo sviluppo di prodotti trasversali integrati d'interesse regionale, che coinvolgono le aree vaste turistiche dell'Emilia-Romagna (D.T.- Destinazioni turistiche). Il progetto valorizza e promuove i prodotti turistici d'interesse regionale del global brand “Via Emilia – Experience the Italian lifestyle”, avviato nel 2015 e caratterizzato da una forte ed incisiva azione di brand identity, definita per differenziarsi dalla concorrenza e per

posizionare l'offerta turistica rinnovata in chiave di "travel experience"

Il brand *Via Emilia* rappresenta così l'aggregatore del turismo dell'esperienza regionale definendo i prodotti turistici/cluster (Motor Valley, Wellness Valley e Food Valley) basati sulla loro unicità (le eccellenze motoristiche, del benessere fisico e mentale e del wine & food) e la loro capacità di legare territori di area vasta sotto specifiche linee di sviluppo.

Obiettivi:

- Realizzare interventi di promozione e di supporto alla promo-commercializzazione dei territori e delle destinazioni turistiche interessati allo sviluppo di una visione sistemica ed integrata di prodotti turistici di area vasta, capaci di innalzare il valore e la competitività del brand turistico regionale a livello europeo ed extraeuropeo.
- Attuare la strategia dell'Unione Europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, favorendo altresì la coesione economica, sociale e territoriale.
- Valorizzare le risorse artistiche, culturali e ambientali della Regione Emilia-Romagna, sostenendo e favorendo la loro fruizione integrata e la promozione delle destinazioni turistiche
- Sviluppare, promuovere e sostenere la promo-commercializzazione dei prodotti turistici trasversali d'interesse regionale "Motor Valley", "Wellness Valley" e "Food Valley" - definiti all'interno del progetto di global branding territoriale ad elevata specializzazione denominato "Via Emilia – Experience the Italian Lifestyle".
- Generare nuovi flussi incoming nel segmento del turismo di nuova generazione legato alla travel experience, dai mercati obiettivo e favorire la destagionalizzazione, nonché l'internazionalizzazione turistica dell'intero territorio regionale

Mercati:

- Italia
- Medio raggio – Europa (con focus specifici su mercati di lingua tedesca, UK, Irlanda, Francia, BENELUX, Spagna, Europa dell'Est, Russia, Scandinavia)
- Lungo raggio – Nord America (USA, Canada), America Latina (Argentina,

Messico), estremo Oriente (Cina, Giappone, Corea del Sud e India), Vicino Oriente e Medio Oriente (Emirati Arabi Uniti, Iran, Turchia, Repubbliche dell'Asia centrale/CSI).

Target:

I target di riferimento sono divisi in base alla progettualità Motor Valley, Wellness Valley, Food Valley. Per le prime tre oltre al consumatore finale profilato qui di seguito, essendo previste anche azioni trade di supporto alla promocommercializzazione, queste avranno come target di riferimento non solo il consumatore finale ma anche il "business", per meglio dire gli operatori turistici che generano il turismo organizzato (tour operator, tour organizer, coach operator, associazioni del tempo libero e/o culturali, operatori del settore M.I.C.E., ecc.).

- Motor Valley: adulti, 30/65 anni, alto spendente, orientato al turismo esperienziale tailor made declinato al mondo dei motori; la progettualità 2017 mira ad ampliare il target group della linea motor valley introducendo anche famiglie e corporate
- Wellness Valley: adulti, 25/over 65 anni, alto spendente, orientato al turismo esperienziale tailor made declinato alla vacanza attiva e attento a stili di vita sani, focus sulle famiglie con bambini e sul segmento over 65.
- Food Valley Experience: adulti, 30/65 anni, alto spendente e orientato al turismo esperienziale tailor made, declinato sull'esperienza culturale enogastronomica.

Strategia:

Per raggiungere gli obiettivi di cui sopra:

- saranno messi in campo interventi ed attività plurime secondo la metodologia "mix" della comunicazione e commercializzazione: pubblicità, pubbliche relazioni, product placement, promozione delle vendite (b2b e b2c).
- saranno posizionati sul mercato pacchetti turistici special interest (prodotti turistici omogenei che integrano beni/territorio/valori, ispirati al turismo dell'esperienza, customer driven in cui il driver principale è l'esperienza

vissuta dal turista, rispondenti a standard di qualità e orientati ad una clientela internazionale).

Il progetto Via Emilia – Experience the Italian Lifestyle nelle sue declinazioni della Motor Valley, Wellness Valley e Food Valley sarà oggetto di integrazione con le attività che APT Servizi ha già avviato nella sua programmazione 2017.

Piano operativo - esecutivo:

| LINEEA DI INTERVENTO | ATTIVITA' | BUDGET LORDO IVA 22% |
|--|--|-----------------------------|
| 1. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - supporto alla promo-commercializzazione | - Organizzazione e/o partecipazione a fiere internazionali, workshop, borse turistiche ed eventi (Fiera del Turismo di Varsavia TTI, Borsa del turismo fluviale e fiume Po, Salone del Camper di Parma, Evento ANCESCAO dedicato alla Golden Age, Borsa del Turismo Archeologico di Paestum) | 140.300,00 euro lordo IVA |
| 2. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - Emilia Romagna lab | - Forum dedicato allo sviluppo e all'innovazione del prodotto turistico - la travel experience - della Via Emilia e i suoi cluster, con la partecipazione degli stakeholder dell'Emilia- Romagna. | 61.000,00 euro lordo IVA |
| 3. Via Emilia: experience the Italian Lifestyle - Azioni di Comunicazione | - Info-point di Via Emilia: experience the Italian Lifestyle, a Bologna, | 478.700,00 euro lordo IVA |

| | | |
|--|--|----------------------------------|
| <p>on line – off line in Italia e nei paesi stranieri</p> | <p>nell'area arrivi dell'Aeroporto e a F.I.CO. Eatalyworld</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione di eventi di comunicazione e promo-commercializzazione in occasione della Settimana della Cucina Italiana a New York e in Cina (Canton, Shanghai e Pechino). - Azioni di comunicazione estero sui mercati target attraverso l'organizzazione di educational tour stampa. - Azioni di comunicazione Italia attraverso i mezzi di comunicazione off line (print, radiofonici, ecc.). - Implementazione del progetto di APT Servizi denominato Open Data Monuments rivolto alla comunicazione visual e distribuzione di materiale fotografico in Open Data. - Produzione di video teaser promozionali e layout grafici. | |
| <p>Spese generali (15%)</p> | | <p>120.000,00 euro lordo IVA</p> |

| | | |
|---------------|--|---------------------------|
| TOTALE | | 800.000,00 euro lordo IVA |
|---------------|--|---------------------------|

Time frame e budget:

- Le azioni sopra esplicitate al punto piano operativo-esecutivo saranno realizzate nell'ambito della progettazione POR-FESR 2014-2020, asse 5, azione 6.8.3, entro il 31/12/2017, con rendicontazione alla regione Emilia-Romagna entro il 28/02/2018.
- Le attività che saranno implementate nella linea 3 – con Open Data Monuments prevedono l'utilizzo di tecnologie innovative e di ICT funzionali alla promozione e capaci di garantire una migliore fruibilità ed accesso al prodotto turistico e la sua veicolazione seguendo le specifiche dell'Open Data.
- Le azioni sopra esplicitate sono contraddistinte da elementi di richiamo internazionale (fiere e presentazioni internazionali, educational tour stampa e con partecipanti internazionali. La strategia perseguita dal progetto punta a portare i prodotti trasversali al territorio legati al global brand Via Emilia- Experience the Italian lifestyle sul mercato internazionale, facendo leva sui valori unici ed identitari del patrimonio dell'Emilia-Romagna e sul suo essere un distretto di eccellenza in Europa, inserito in network transnazionali. Diverse progettualità implementate da Apt Servizi nell'ultimo quinquennio si interfacciano e si relazionano con altre realtà di eccellenza turistica in Europa, con l'obiettivo di condividere esperienze e buone pratiche e di dare vita a reti internazionali (come ad esempio il progetto *Eurofood trip* con la Costa Brava).
- APT Servizi agirà attraverso procedure di selezione trasparenti nell'individuazione dei propri fornitori/expertise professionali, assicurando l'allineamento della qualità delle risorse umane, e del relativo costo, alle condizioni di mercato.
- Relativamente a parte delle azioni del progetto, si precisa che sono attualmente in corso le necessarie attività organizzative preliminari alla loro realizzazione.

Il budget complessivo del progetto di 800.000,00 di euro lordo IVA è così suddiviso:

- ✓ quota parte macro voce progettuale **Supporto alla commercializzazione:** Euro 140.300,00 lordo IVA 22%;

- ✓ quota parte macro voce progettuale **Emilia Romagna Lab**: Euro 61.000,00 lordo IVA 22%.
- ✓ quota parte macro voce progettuale **Azioni di Comunicazione on line – off line in Italia e nei paesi stranieri**: Euro 478.700,00 lordo IVA 22%.
- ✓ quota parte macro voce progettuale **Spese generali**: Euro 120.000,00 lordo IVA 22%.

Gli importi indicati nel piano operativo – esecutivo per la realizzazione delle singole attività/iniziativa sono dei previsionali di spesa. In fase esecutiva-operativa si potranno verificare degli scostamenti che saranno gestiti attraverso delle compensazioni e degli spostamenti da un'attività all'altra, senza superare il limite complessivo del budget totale del progetto.