



Sezione I – Identificazione della misura

1. Misura
4.7- Promozione e marketing turistico

2. Fondo strutturale interessato
FESR

3. Asse prioritario di riferimento
Asse 4 - Sviluppo Locale

4. Descrizione della misura

La misura prevede interventi per la promozione dell'immagine e la riconoscibilità del "prodotto Campania" e del sistema di offerta turistica regionale nell'opinione pubblica e tra i potenziali clienti nazionali e internazionali.

Le azioni previste dalla misura hanno conseguentemente carattere sistemico e saranno realizzate sulla base della programmazione regionale di settore; in taluni casi specifici la misura potrà, comunque, concorrere al finanziamento di Progetti Integrati.

La misura prevede le seguenti azioni:

a) Marketing strategico e promozione della distribuzione dei prodotti turistici regionali

L'azione prevede attività di analisi e studio e attività di indagine e monitoraggio del sistema turistico (osservatorio del turismo: domanda, offerta, soddisfazione, qualità, ecc.), a supporto della programmazione del settore, della nascita e del consolidamento dei distretti e degli itinerari turistici regionali e del miglioramento delle conoscenze relative alla misura e alla sua implementazione. L'azione prevede inoltre l'elaborazione di un piano di marketing strategico regionale che delinea le linee d'azione da intraprendere per il riposizionamento competitivo del "prodotto Campania" sui mercati nazionali ed internazionali.

b) Realizzazione di campagne promozionali per l'inserimento del prodotto turistico regionale nei circuiti internazionali della domanda

L'azione prevede, in attuazione del piano di cui all'azione a), operazioni finalizzate a promuovere l'immagine della Campania e delle sue risorse, naturali e culturali, sui mercati nazionali ed internazionali, mediante campagne di comunicazione che utilizzino in maniera sinergica e/o integrata i media ed altri strumenti della comunicazione (stampa, tv, internet, partecipazione e/o allestimento fiere e borse turistiche, organizzazione Conferenza turistica regionale, allestimento e realizzazione eventi folcloristici e culturali, realizzazione materiale pubblicitario, pubblicazioni, etc.). Le campagne di comunicazione e promozione del "prodotto Campania" saranno affiancate da programmi finalizzati a promuovere sistemi locali di offerta turistica, itinerari tematici, pacchetti di offerta per specifici target di domanda, etc.

c) Connessione del sistema di offerta regionale ai grandi sistemi di prenotazione e distribuzione info-telematici.

L'azione prevede operazioni per la connessione dell'offerta regionale ai grandi sistemi di prenotazione e distribuzione info-telematica e operazioni per l'inserimento e l'aggiornamento dell'offerta turistica regionale nei cataloghi degli operatori specializzati che operano a livello nazionale e internazionale.



La misura si attua sia mediante operazioni monosettoriali sia mediante operazioni nell'ambito di Progetti Integrati.

Sezione II – Contenuto tecnico della misura

1. *Soggetti destinatari*
 - Associazioni in qualsiasi forma costituite
 - Imprese o altri soggetti che svolgono o intendono svolgere attività di interesse turistico
 - Enti pubblici
 - Fruitori dell'offerta turistica
2. *Copertura geografica*
 - Intero territorio regionale;
 - Aree di concentrazione individuate sulla base della programmazione regionale di settore;
 - Aree interessate da Progetti Integrati e/o rientranti in ambiti territoriali oggetto di programmazione negoziata (a prevalente carattere turistico).

Sezione III – Procedure per l'attuazione della misura

1. *Beneficiario finale:*
 - Regione Campania;
 - Enti ed organizzazioni strumentali regionali in campo turistico;
3. *Amministrazioni responsabili:*

Vedi scheda di sintesi in allegato 1.
4. *Procedure amministrative, tecniche e finanziarie per la realizzazione della misura e cronogramma della misura*

La misura è in linea generale a titolarità regionale. In alcuni specifici casi l'attuazione della misura potrà prevedere l'individuazione di un beneficiario finale diverso dall'Amministrazione regionale da compiersi con atto amministrativo della Regione. Tali atti prevedono, se del caso, le condizioni per l'esercizio dei poteri sostitutivi da parte dell'autorità di gestione. La selezione dei beneficiari finali, qualora diversi dall'amministrazione regionale e non identificati per legge, sarà effettuata mediante procedure di evidenza pubblica.

Alcune delle operazioni che attuano la misura sono identificate nel presente complemento di programmazione (Osservatorio del turismo, Piano di marketing strategico, Conferenza turistica regionale), altre saranno identificate successivamente direttamente dall'Autorità di gestione sulla base dei programmi annuali e pluriennali elaborati nell'ambito dell'azione a).

La misura si attua anche attraverso i Progetti Integrati. Le procedure per l'attuazione della misura nell'ambito dei Progetti Integrati saranno specificate nelle schede di sintesi relative a ciascun progetto; tali schede saranno progressivamente inserite nella parte II del presente complemento di programmazione.

Nessun aiuto ai sensi dell'art. 87.1 del Trattato sarà concesso a valere su questa misura.



Schema generale delle procedure attuative

Le procedure attuative variano parzialmente a seconda delle diverse azioni della misura, ma alcuni aspetti e principi attuativi, avendo valenza generale, vengono illustrati preliminarmente.

In linea generale, pertanto, la procedura attuativa prevede le seguenti fasi principali:

- A. ***Attività propedeutica all'attuazione***
Realizzazione di appositi studi e ricerche finalizzati a migliorare le conoscenze relative alla misura e alla sua implementazione e per la redazione dei programmi regionali annuali e pluriennali, ricorrendo, se del caso, a strutture specializzate esterne; definizione del progetto di osservatorio del turismo e della Conferenza regionale; definizione del progetto di servizio del Piano di Marketing strategico; approvazione da parte della G.R. dei programmi, del progetto di osservatorio, del progetto di Conferenza e del Progetto di servizio del Piano di Marketing. Individuazione degli eventuali soggetti terzi cui affidare – in tutto o in parte – l'attuazione delle azioni;
- B. ***Individuazione delle operazioni***
Individuazione delle singole operazioni che compongono l'azione di promozione, sulla base dei programmi predisposti nella fase 1); predisposizione della documentazione di gara e affidamento a strutture specializzate selezionate con le procedure previste dal decreto legislativo n. 157/95, ove ne ricorrano le circostanze di obbligatorietà per legge; stipula dei contratti e avvio delle attività di realizzazione. Si procede analogamente per l'affidamento del servizio di osservatorio, per l'organizzazione della Conferenza e per l'affidamento dell'attuazione del Piano di marketing (sulla base del progetto di servizio elaborato nella fase a);
- C. ***Attuazione e sorveglianza delle operazioni e della misura***
Erogazione in quote (o revoca) del finanziamento e svolgimento delle attività di osservazione, sorveglianza, verifica e controllo in itinere, da parte dell'eventuale organismo delegato e, comunque, dell'Amministrazione responsabile; monitoraggio e valutazione della spesa; preparazione e realizzazione di interventi correttivi e di riprogrammazione dell'azione.
- D. ***Conclusione e chiusura delle operazioni e della misura***
Controlli finali ed eventuale collaudo, erogazione del saldo (o revoca del contributo) e svincolo di eventuali fidejussioni; attività amministrative e di "reporting" connesse con la conclusione delle operazioni; certificazione della spesa e conclusione dell'azione.

Aspetti procedurali specifici di ciascuna azione

Azione A

Le attività propedeutiche all'attuazione della misura ed alla redazione dei programmi di attività così come le funzioni di osservatorio regionale, nonché le attività di servizio a supporto dell'azione di promozione sono a titolarità regionale, e saranno sviluppate per l'intero periodo di programmazione. La Regione procederà alla realizzazione di tali attività mediante affidamento a strutture esterne mediante bando pubblico, nel rispetto del decreto legislativo n. 157/95.



Azione B

Le attività di comunicazione e promozione a titolarità regionale saranno affidate a strutture esterne selezionate con le procedure previste dal decreto legislativo n. 157/95, ove ne ricorrano le circostanze di obbligatorietà per legge.

Le attività di comunicazione e promozione, affidate in convenzione ad enti subregionali o a consorzi e/o Enti a prevalente partecipazione pubblica dovranno essere realizzate anch'esse nel rispetto del decreto legislativo n. 157/95.

5. *Criteri di selezione delle operazioni:*

Per le operazioni non già individuate nel presente CdP, la misura sarà attuata sulla base degli studi, delle analisi e delle indagini previsti nell'ambito dell'azione A, che costituiranno il supporto per l'elaborazione di programmi di attività annuali e pluriennali e quindi per l'individuazione delle operazioni da realizzare. Tali programmi saranno comunicati al CdS del POR.

In relazione all'attivazione di specifici progetti integrati, e allo scopo di favorire un impiego delle risorse della misura pienamente funzionale alle esigenze di tali progetti, le modalità e i criteri di selezione delle operazioni qui identificati potranno essere modificati al fine di renderli coerenti con le specificità di ciascun Progetto Integrato. Le modifiche saranno rese esplicite e pubblicizzate in sede di aggiornamento del Complemento.

6. *Spese ammissibili (e intensità di aiuto)*

Le spese ammissibili per le diverse tipologie di operazione sono quelle previste dalla normativa nazionale e regionale di riferimento. Si farà inoltre riferimento all'Allegato del Regolamento (CE) n. 1685/2000 della Commissione del 28.7.00 (GUCE 29.7.00). Ulteriori dettagli nel merito potranno essere indicati, ove necessario, in apposite determinazioni dirigenziali dell'Amministrazione Responsabile.

Le operazioni finanziabili a valere sulla misura sono di massima riconducibili alle tipologie esemplificate nella descrizione della misura.

7. *Descrizione delle relazioni e integrazioni con altre misure*

La misura è collegata con le seguenti misure del POR Campania: 1.9; 1.10; 2.1; 2.2; 4.4, 4.5, 4.6, 5.1, 6.1, 6.2, 6.5.

La misura è inoltre collegata con altri interventi attualmente in corso di realizzazione previsti nell'ambito delle misure 3.1.1 e 3.1.2 del POP Campania 1994-99.

La misura è infine integrata con le iniziative attivate sulla base del Piano di Promozione Turistico Regionale (L.R. 24/84)

Sezione IV – Quadro finanziario della misura

Vedi tabelle cap. 4.



POR Campania 2000-2006
Complemento di programmazione Capitolo 3
Misura 4.7



Sezione V – Pertinenza dei criteri di selezione

Criteri di Priorità	Motivazioni ed impatti sulla misura
Conformità alla programmazione regionale di settore	Tale criterio permette di massimizzare l'efficacia dell'intervento garantendo la concentrazione e gerarchizzazione delle scelte sulla base delle opzioni strategiche formulate dalla Regione per il settore