

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 28 agosto 2008 - Deliberazione N. 1371 - Area Generale di Coordinamento N. 13 - Turismo e Beni Culturali – **P.O. FESR Campania 2007-2013. Approvazione Linee di indirizzo per l'attuazione delle attività afferenti agli Obiettivi Operativi 1.9, 1.11, 1.12 dell'Obiettivo Specifico 1d dell'Asse 1 (con Allegato).**

PREMESSO CHE:

- il Parlamento ed il Consiglio Europeo hanno adottato il Regolamento (CE) n. 1080 del 5 luglio 2006 relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e recante abrogazione del Regolamento (CE) 1783/1999;
- il Consiglio Europeo ha adottato il Regolamento (CE) n. 1083 del 11 luglio 2006 recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), sul Fondo sociale europeo (FSE) e sul Fondo di coesione e che abroga il Regolamento (CE) n. 1260/1999;
- il Consiglio Europeo ha adottato il Regolamento (CE) n. 1828/2006 dell'8 dicembre 2006 che stabilisce modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 1083/2006 del Consiglio recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo e sul Fondo di coesione e del regolamento (CE) n. 1080/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale;
- con DGR 1042 dell'1.8.2006 è stato approvato il Documento Strategico Regionale, allo scopo di fornire un quadro unitario di coordinamento per l'implementazione del processo di programmazione unitaria dei Fondi Strutturali e Nazionali della Politica di Coesione 2007/2013 e quelli di programmazione del Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale e del Fondo Europeo per la Pesca per il ciclo 2007-2013.
- la G.R., con Deliberazione n. 453 del 16.3.2007, ha approvato la proposta dei Programmi FESR e FSE per l'attuazione della politica regionale di coesione 2007-2013 e del Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 FEASR;
- la Commissione Europea. con decisione n. C(2007) 4265 dell' 11 settembre 2007, ha adottato la proposta di Programma Operativo Regionale Campania FESR 2007-2013;
- la Giunta Regionale, con deliberazione n. 1921 del 9 novembre 2007. ha preso atto della Decisione della Commissione Europea di approvazione del Programma Operativo Regionale Campania FESR 2007-2013;
- con nota n. 56182 del 3 maggio 2007, il Ministero dell'Economia e delle Finanze - Dipartimento della Ragioneria Generale dello Stato – IGRUE – ha diffuso le linee guida sui sistemi di gestione e di controllo 2007/2013;
- con D.G.R. n. 26 dell'11.1.2008 sono state affidate alle Aree Generali di Coordinamento le funzioni connesse alla gestione e al controllo delle operazioni, sulla base delle rispettive competenze così come stabilito dalla legge regionale n. 11/1991;

RILEVATO CHE:

- la costruzione del Programma Operativo Regionale Campania FESR 2007-2013, dal punto di vista della strategia di attuazione, presenta un'articolazione in sette Assi prioritari di intervento, di cui cinque settoriali, uno territoriale (Asse 6) ed uno di Assistenza Tecnica, in cui sono identificati "Obiettivi Specifici" ed "Obiettivi Operativi";
- in particolare, l'Asse 1 - "*Sostenibilità ambientale e attrattività culturale e turistica*" - ha lo scopo di affrontare le emergenze ambientali che caratterizzano la Regione Campania, nonché di perseguire il connubio tra la tutela ambientale e la crescita economica derivante dallo sviluppo di attività turistiche e culturali;
- tra le strategie delineate nell'ambito del Programma Operativo di che trattasi, nell'Asse 1 – Obiettivo Specifico 1d – sono previsti:
 - ***l'Obiettivo Operativo 1.9: "BENI E SITI CULTURALI"*** - *Valorizzare i beni e i siti culturali, attraverso azioni di restauro, conservazione, riqualificazione e sviluppo di servizi e attività connesse, favorendone l'integrazione con altri servizi turistici*, nel cui ambito sono individuate le seguenti attività:
 - a. Azioni di restauro, recupero e promozione dei siti di valore storico, archeologico, ambientale e monumentale presenti sul territorio regionale in continuità con la precedente programma-

zione, attraverso la gestione integrata degli interventi realizzati (messa a sistema dei GAC, itinerari culturali, messa in rete dei Siti UNESCO)

b. Incentivi all'offerta di servizi innovativi nel campo della salvaguardia e della promozione dei beni artistici, ambientali e culturali, previa valutazione della domanda specifica, in funzione della loro sostenibilità

- ***L'Obiettivo Operativo 1.11 – “DESTINAZIONE CAMPANIA”:*** *Qualificare, diversificare e sviluppare l'offerta turistica, con particolare riguardo ai prodotti sotto-utilizzati, al riequilibrio tra le zone interne e quelle costiere e allo sviluppo di soluzioni innovative per la gestione integrata delle risorse, in un'ottica di sviluppo sostenibile, nel cui ambito sono individuate le seguenti attività:*

a. Incentivi selettivi per ampliare l'offerta ricettiva in un'ottica di sostenibilità (albergo diffuso ecc.) e migliorare la qualità dell'offerta ricettiva (tradizionale e complementare alberghiera ed extra-alberghiera) e dei servizi collegati a maggior valore aggiunto, sostenendo i processi di integrazione tra le imprese turistiche e la creazione di *network* per la messa a sistema dei prodotti turistici locali con particolare riguardo all'ampliamento e alla diversificazione dell'offerta turistica anche in un'ottica di miglioramento del rapporto qualità/prezzo;

b. Realizzazione di servizi ed infrastrutture sostenibili per l'intrattenimento ed il tempo libero (Parchi a tema, campi da golf, ecc.) in grado di delocalizzare e destagionalizzare i flussi turistici;

c. Azioni volte all'innalzamento della qualità dei servizi al turista, quali la diffusione di innovazioni tecnologiche negli uffici di informazione turistica per il miglioramento degli standard di accesso e di fruibilità dei servizi di prenotazione on line e per il rafforzamento della offerta in rete, l'utilizzo di strumenti avanzati per la verifica della *customer satisfaction*, l'adozione della “Carta dei servizi del turista”, l'attivazione di un sistema di marchi di qualità territoriali, la promozione di Protocolli di qualità per l'utilizzo di materiali ecosostenibili;

- ***L'Obiettivo Operativo 1.12 – “PROMUOVERE LA CONOSCENZA DELLA CAMPANIA”:*** *Realizzare campagne di comunicazione e attività di direct e trade marketing per la promozione dell'immagine coordinata del prodotto turistico e dell'offerta turistica della Regione Campania, sia sul mercato estero sia su quello nazionale per contribuire a determinare l'aumento degli arrivi e delle presenze turistiche (nonché della spesa media procapite per turista), la destagionalizzazione, il riequilibrio delle presenze sul territorio regionale, con effetti positivi anche sugli indicatori economici e occupazionali, nel cui ambito sono individuate le seguenti attività:*

a. Potenziamento delle azioni di comunicazione/promozione/marketing della “*destination Campania*” per la valorizzazione, in modo armonioso e coerente, delle peculiarità del territorio della Campania in termini di accoglienza, ospitalità, qualità dell'offerta turistica, anche mediante azioni di *co-marketing* e di *merchandising*, l'uso delle tecnologie informatiche, audiovisive e multimediali;

b. Realizzazione dei programmi annuali dei Grandi Eventi, delle manifestazioni fieristiche e delle mostre di settore in grado di mobilitare significativi flussi di visitatori e turisti di cui sia valutata la domanda potenziale, quale modello di promozione sistemica in grado di coniugare gli eventi culturali, con momenti di commercializzazione, con attività di comunicazione. Sarà assicurato il legame con il bene o sito culturale e naturale valorizzato, anche ai fini di destagionalizzazione dei flussi di visita, dell'allungamento della stagione e di una maggiore attrazione di differenti segmenti di domanda;

c. Sostegno alla realizzazione di azioni di *direct e trade marketing*, rivolto al mercato rappresentato dagli intermediari turistici (tour operator, agenti di viaggio, associazioni, etc.) ed ai consumer, attuali e potenziali;

- con la citata Deliberazione n. 26 del 11.01.2008 è stato approvato il Piano Finanziario per obiettivo operativo del PO FESR 2007/2013 che, per gli Obiettivi Operativi afferenti all'Obiettivo Specifico 1.d, prevede la seguente dotazione finanziaria:

1.9 - BENI E SITI CULTURALI:	M€ 175
1.11 - DESTINAZIONE CAMPANIA:	M€ 150
1.12 - PROMUOVERE LA CONOSCENZA DELLA CAMPANIA:	M€ 75
TOTALE DOTAZIONE FINANZIARIA	M€ 400

- con la medesima D.G.R. n. 26 dell'11.1.2008 sono state affidate alle Aree Generali di Coordinamento le funzioni connesse alla gestione e al controllo delle operazioni, sulla base delle rispettive competenze così come stabilito dalla legge regionale n. 11/1991, riviando ad apposito Decreto del Presidente della Giunta la designazione dei Dirigenti di Settore ai quali affidare la gestione, il monitoraggio e il controllo ordinario delle operazioni previste dai singoli Obiettivi Operativi del Programma;
- con Decreto del Presidente della Giunta n. 62 del 7.3.2008, sono stati designati, quali Responsabili di Obiettivo Operativo del POR FESR Campania 2007/2013, i Dirigenti pro-tempore dei competenti Settori regionali, che si avvarranno della struttura organizzativa nella quale sono istituzionalmente incardinati;

DATO ATTO CHE:

- con D.G.R. n. 514 del 21.3.2008, si è provveduto a stanziare, con riferimento al Contratto di Programma Regionale di cui all'art. 2 della L.R. n. 12 del 28.12.2007, la somma di € 455.000.000,00, di cui € 55.000.000,00 a valere sull'Obiettivo Operativo 1.11. dell'Asse I – P.O.R. Campania 2007-2013;
- con D.G.R. n. 1267 del 24.7.2008, la G.R. ha destinato, al finanziamento degli interventi del Parco Progetti per il turismo di cui alla D.G.R. n. 1832 del 23.11.2006, risorse pari ad € 50.000.000,00 a valere sul medesimo Obiettivo Operativo 1.11 dell'Asse I – P.O.R. Campania 2007-2013;
- per quanto sopra, il piano finanziario approvato con la Deliberazione n. 26 del 11/01/2008 risulta così modificato:

1.9 - BENI E SITI CULTURALI:	M€ 175
1.11 - DESTINAZIONE CAMPANIA:	M€ 45
1.12 – PROMUOVERE LA CONOSCENZA DELLA CAMPANIA:	<u>M€ 75</u>
TOTALE DOTAZIONE FINANZIARIA	M€ 295

RITENUTO opportuno:

- approvare le Linee di indirizzo per l'attuazione delle attività afferenti agli Obiettivi Operativi 1.9, 1.11, 1.12 dell'obiettivo specifico 1.d, Asse 1. - P.O.R. Campania 2007-2013, allegate al presente provvedimento per formarne parte integrante, al fine di:
 - rappresentare in maniera puntuale le iniziative già intraprese o da intraprendere per una compiuta attuazione degli obiettivi indicati dal PO FESR, nonché per supportare le azioni degli attori pubblici e privati coinvolti e per costituire nel contempo un riferimento strategico per operatori e investitori nazionali e internazionali.
 - determinare azioni per migliorare l'offerta turistico culturale attraverso un più stretto legame con il territorio, sperimentando modelli di gestione delle risorse naturalistiche, paesaggistiche e culturali nell'ottica di un turismo sostenibile e che contemplino anche percorsi di crescita di tipo culturale e gestionale dei soggetti pubblici e privati interessati;
 - definire un livello adeguato di azioni dirette a potenziare l'offerta di servizi turistici e culturali sia attraverso il miglioramento della fruibilità dei siti culturali in genere, sia attraverso la qualificazione della ricettività turistica e dell'accoglienza;

ACQUISITO il parere favorevole reso dall'Autorità di Gestione del P.O.R. Campania in data 6/08/2008;

PROPONE e la Giunta, in conformità, a voto unanime,

DELIBERA

per i motivi espressi in narrativa che qui si intendono integralmente riportati e confermati,

1. di approvare il documento "Linee di indirizzo per l'attuazione delle attività afferenti agli Obiettivi Operativi 1.9, 1.11, 1.12 dell'Obiettivo Specifico 1d dell'Asse 1. - P.O.R. Campania 2007-2013", che allegato al presente provvedimento ne forma parte integrante;

2. di stabilire che, per la selezione degli interventi, si dovrà tenere conto dei criteri di selezione, fatte salve eventuali successive modifiche, approvati dal Comitato di Sorveglianza del PO FESR Campania 2007/2013 nella prima riunione tenutasi il 13 Marzo 2008;
3. di dare mandato ai Dirigenti di Settore, responsabili dei singoli obiettivi operativi, di porre in essere tutte le azioni necessarie a dare piena attuazione al presente provvedimento;
4. di inviare il presente atto, in uno all'allegato, alle AA.GG.CC. 13, 01, 05 e 09, nonché al Settore Stampa, Documentazione e Informazione per la pubblicazione sul BURC.

Il Segretario

D'Elia

Il Presidente

Bassolino

PO FESR CAMPANIA 2007 – 2013

ASSE 1 – “Sostenibilità ambientale ed attrattività culturale e turistica”.

OBIETTIVO SPECIFICO 1.d – Sistema Turistico

“Valorizzare il sistema turistico regionale, attraverso la messa in rete dell’offerta e il suo adeguamento alle specifiche esigenze della domanda nazionale ed internazionale, ponendo la massima attenzione allo sviluppo complessivo dell’attrattività del territorio e del patrimonio diffuso e alla qualificazione dei servizi turistici in un’ottica di sistema; promuovere la destination “Campania” sui mercati nazionale ed internazionale, con particolare riferimento sia ai mercati tradizionali della domanda, sia a quelli potenziali, favorendo anche in un’ottica di sostenibilità ambientale, territoriale e socio-culturale, la destagionalizzazione e delocalizzazione dei flussi”.

LINEE DI INDIRIZZO PER L’ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ AFFERENTI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI 1.9, 1.11, 1.12 DELL’OBIETTIVO SPECIFICO 1.d - ASSE I – P.O.R. CAMPANIA 2007-2013.

A) TURISMO E BENI CULTURALI

L’elaborazione di linee di indirizzo per l’attuazione della programmazione relativa ai settori del Turismo e dei Beni Culturali intende supportare le azioni degli attori pubblici e privati coinvolti costituendo nel contempo un riferimento strategico per operatori e investitori nazionali e internazionali.

La necessità di illustrare gli indirizzi programmatici contenuti nel presente documento risponde all’esigenza di rappresentare una strategia intersettoriale anche per il rilancio di un settore fondamentale e trasversale qual è il Turismo, necessità che è emersa fortemente dall’esigenza di migliorare l’offerta attraverso un più stretto legame con il territorio, sperimentando modelli di gestione delle risorse naturalistiche, paesaggistiche e culturali nell’ottica di un turismo sostenibile e che contemplino anche percorsi di crescita di tipo culturale e gestionale dei soggetti pubblici e privati interessati.

La valorizzazione turistica e dei beni culturali presenti su un territorio, infatti, esprime una compiuta e funzionale coerenza, in quanto unico modello di sviluppo in grado di recuperare gravi problematiche tanto sociali quanto ambientali, nonché di valorizzare adeguatamente le risorse endogene, quelle ambientali, culturali e biologiche del territorio considerato.

La programmazione, che ha come obiettivo generale la valorizzazione delle risorse naturali, culturali e paesaggistiche locali, trasformandole in vantaggio competitivo per aumentare l’attrattività, anche turistica, trova fondamento anche nelle azioni nell’ambito della Priorità 5 **“Valorizzazione delle risorse naturali e culturali per l’attrattività e lo sviluppo”** del QSN – **Quadro strategico nazionale 2007.**

La necessità di investire nella intersettorialità strategica tra ambiente, beni culturali, trasporti, attività produttive e sistemi urbani, finalizzata ad evitare interventi non inseriti in una logica di sistema è evidenziata anche nel **DSR -Documento strategico regionale per la politica di coesione 2007/2013** (cfr. delibera di GR n. 1042 del 1/08/2006), in particolare nella descrizione dell’obiettivo specifico riferito all’ambito settoriale del turismo.

Il medesimo documento di programmazione regionale individua specifiche linee di intervento anche nell’ambito dell’offerta turistica per migliorarne la qualità, sia in termini di accoglienza sia in termini di innovatività.

Appare pertanto necessario, dunque, avviare azioni finalizzate al perseguimento della destagionalizzazione turistica, del recupero di competitività rispetto ad altri paesi che negli ultimi anni hanno occupato alcuni dei segmenti di mercato che rappresentano il fattore trainante del

turismo in Campania, in particolare il balneare e il termale e intercettare le nuove tendenze della domanda turistica in termini di flessibilità e fidelizzazione, dell'integrazione sistemica tra le risorse turistiche con quelle culturali e di marketing territoriale dei sistemi turistici e piani di attività promozionali, sia in Italia sia all'estero.

Le linee strategiche sopra descritte, gli obiettivi che si intendono conseguire per rafforzare le potenzialità del turismo in Campania, sono state ulteriormente riprese e approfondite nel **Programma Operativo FESR** (Fondo Europeo per lo Sviluppo Regionale) che, in particolare, nell'ambito del contenuto strategico dell'Asse 1 dedicato alla "Sostenibilità ambientale ed attrattività culturale e turistica", mira a incrementare l'offerta turistica, migliorando l'integrazione delle politiche finalizzate alla valorizzazione delle risorse naturali e dei beni culturali – i parchi nazionali e regionali, i litorali e le coste, le isole, le aree termali, i centri storici, i luoghi delle tradizioni, il patrimonio museale, gli scavi archeologici, i geositi, gli itinerari turistico-ambientali - per consentire l'attrazione di flussi turistici durante l'intero anno e su tutto il territorio regionale, attraverso la diversificazione, la qualificazione e l'ammodernamento delle strutture e dei servizi offerti.

L'obiettivo più generale che si vuole perseguire è quello della Campania Regione sostenibile d'Europa, incidendo profondamente sulla qualità del modello di sviluppo.

Per rendere possibili tali processi risulta essenziale promuovere l'integrazione intersettoriale delle politiche che agiscono sulle due priorità tematiche che insistono sull'Asse 1: Energia - Ambiente e Valorizzazione delle Risorse Naturali e Culturali.

Tale strategia viene specificatamente definita prima attraverso l'Obiettivo Specifico 1d –Sistema Turistico e poi attraverso gli obiettivi operativi:

-1.9 Beni e siti Culturali.

Valorizzare i beni e i siti culturali, attraverso azioni di restauro, conservazione, riqualificazione e sviluppo di servizi e attività connesse, favorendone l'integrazione con altri servizi turistici.

-1.11 Destinazione Campania.

Qualificare, diversificare e sviluppare l'offerta turistica, con particolare riguardo ai prodotti sotto-utilizzati, al riequilibrio tra le zone interne e quelle costiere e allo sviluppo di soluzioni innovative per la gestione integrata delle risorse, in un'ottica di sviluppo sostenibile.

-1.12 Promuovere la conoscenza della Campania.

Realizzare campagne di comunicazione e attività di direct e trade marketing per la promozione dell'immagine coordinata del prodotto turistico e dell'offerta turistica della Regione Campania, sia sul mercato estero sia su quello nazionale per contribuire a determinare l'aumento degli arrivi e delle presenze turistiche (nonché della spesa media pro-capite per turista), la destagionalizzazione, il riequilibrio delle presenze sul territorio regionale, con effetti positivi anche sugli indicatori economici e occupazionali.

Nell'impostazione strategica dell'Asse1, da un lato si intende affrontare le problematiche ambientali, la cui risoluzione è ritenuta prioritaria, mediante un'azione di governo costante ed efficace: i rifiuti, la bonifica dei siti inquinati, il risanamento idrico, la prevenzione dei rischi di origine ambientale ed il deficit energetico e la valorizzazione delle risorse naturali, quali parchi nazionali e regionali nonché i litorali e le coste.

Dall'altro, si punta a incrementare l'offerta turistica migliorando l'integrazione delle politiche finalizzate alla valorizzazione del patrimonio culturale e naturale della Regione.

Tutto, nella consapevolezza che l'attrazione del turismo culturale è il vero elemento di sviluppo da incrementare, in coerenza con le strategie territoriali per lo sviluppo sostenibile, e per consentire l'attrazione di flussi turistici durante l'intero anno e su tutto il territorio regionale, attraverso la diversificazione, la qualificazione e l'ammodernamento delle attività e dei servizi offerti.

Per rendere possibili tali processi risulta essenziale promuovere la massima intersettorialità, a livello strategico e di interventi, fra le due priorità tematiche che insistono sull'Asse 1, *Risorse Turistico*

Culturali, Ambientali e risorse naturali, e tra queste e i trasporti, le attività produttive, i sistemi urbani e la sicurezza.

La fruizione del patrimonio culturale, oltre ad avere grande rilievo sociale e civile, viene assumendo un ruolo determinante anche per lo sviluppo economico e occupazionale. Ciò è tanto più vero per quelle aree territoriali dotate di una grande presenza di emergenze archeologiche, di complessi storico - architettonici, di beni artistici, di paesaggi culturali.

Per soddisfare la domanda di consumo culturale, non è sufficiente detenere una quota anche cospicua di patrimonio culturale, ma è sempre più necessario progettare un livello adeguato di offerta di servizi culturali sia attraverso il miglioramento della fruibilità dei musei, delle aree archeologiche, dei siti culturali in genere, sia attraverso la qualificazione della rete di servizi primari che ne favoriscano la corretta fruizione: trasporti, ricettività turistica, sicurezza, accoglienza.

B) ATTIVITA'

B1) Obiettivo Operativo 1.9 - Beni e Siti Culturali: *“Valorizzare i beni e i siti culturali, attraverso azioni di restauro, conservazione, riqualificazione e sviluppo di servizi e attività connesse, favorendone l'integrazione con altri servizi turistici”.*

Soggetti Beneficiari: Regione Campania, Province, Comuni, Enti Pubblici e territoriali, Istituti centrali e periferici del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Enti ed Istituzioni ecclesiastiche, Fondazioni pubbliche e private al cui interno sono presenti Comuni sedi dell'intervento, Comunità Montane, Enti Provinciali per il Turismo, Aziende Autonome di Cura, soggiorno e turismo (AACST), Enti Teatrali, Imprese.

L'Obiettivo Operativo 1.9 si articola nelle seguenti due attività:

Attività “a” - *Azioni di restauro, recupero e promozione dei siti di valore storico, archeologico, ambientale e monumentale presenti sul territorio regionale in continuità con la precedente programmazione, attraverso la gestione integrata degli interventi realizzati (messa a sistema dei GAC, itinerari culturali, messa in rete dei Siti UNESCO).*

L'attività “a” ha per scopo quello di investire sullo straordinario patrimonio culturale e paesaggistico della Campania, che ospita attualmente cinque dei trentadue siti italiani considerati patrimonio dell'umanità dall'UNESCO (Centro Storico di Napoli; Reggia di Caserta – Acquedotto Vanvitelliano – Complesso di San Leucio; Aree Archeologiche di Pompei, Ercolano e Torre Annunziata; Costiera Amalfitana; Parco Nazionale del Cilento e del Vallo di Diano), cui si aggiungono siti di straordinario valore storico, archeologico, monumentale.

Dal punto di vista operativo essa si articola in più linee di intervento che si possono così sintetizzare:

a1. Completamento interventi infrastrutturali del Programma 2000-2006 che non saranno completati entro la scadenza prevista.

La scelta fatta dalla Regione Campania per l'utilizzo dei fondi europei destinati, nel programma 2000-2006, alla valorizzazione del rilevante, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, patrimonio culturale, è stata la programmazione integrata, individuando nei Progetti Integrati Territoriali lo strumento di pianificazione.

Questo modo di programmare ha comportato la concentrazione delle risorse finanziarie su determinate aree (Grandi Attrattori Culturali e Itinerari Culturali), costituenti circa il 30% del territorio campano.

La programmazione è nella fase di chiusura e, da una prima ricognizione dei progetti afferenti alla Misura 2.1 - *Promozione e valorizzazione integrata del sistema dei beni culturali* - cofinanziati dal

FESR (di natura infrastrutturale, di acquisizione di beni e servizi e di concessione di aiuti), appare evidente che alcuni di essi, di importanza strategica per un'efficace politica di valorizzazione dei beni culturali, non saranno completati e/o operativi alla data di chiusura per ragioni legate alla complessa natura dei beni oggetto degli interventi (nuove scoperte architettoniche o archeologiche in corso d'opera, complessità degli interventi di restauro o di restauro, operazioni assoggettate ad una procedura giudiziaria o sentenza amministrativa, ecc.).

Appare pertanto opportuno, in via preliminare, verificare la possibilità di completare, con l'utilizzo delle risorse del periodo di programmazione 2007-2013, gli interventi programmati nei Progetti Integrati Territoriali relativi ai Grandi Attrattori e Itinerari culturali che non saranno ultimati entro la scadenza prevista, posto che rispettino le condizioni di co-finanziamento e di eleggibilità del nuovo Programma e che siano, altresì, funzionali all'obiettivo strategico alla base del programma integrato di riferimento.

a2. Interventi di restauro e recupero dei beni di valore storico-archeologico- ambientale e monumentale.

La Regione Campania persegue, tra l'altro, le finalità della **salvaguardia**, della **conservazione**, della **sicurezza** e dell'**integrità** del Patrimonio d'arte, di storia e di cultura, presente sul territorio regionale, nella consapevolezza che le risorse culturali regionali rappresentano un bene economico e una fondamentale occasione per il riequilibrio e lo sviluppo dell'intero territorio campano.

Nel processo di valorizzazione dei beni culturali, posto di rilievo occupano le attività indispensabili per la tutela del bene, ovvero quelle necessarie per la sua salvaguardia e per metterlo al sicuro da manomissioni o distruzioni. Questa funzione, che caratterizza tutti i processi di valorizzazione, ha come principale obiettivo quello di rendere disponibile il bene per le generazioni future.

Non secondarie sono le attività necessarie alla ordinaria gestione del bene, ovvero le funzioni attivate per la sua conservazione e manutenzione, a prescindere dalla fruibilità.

Sono, quindi, previsti interventi di recupero, riqualificazione, conservazione del patrimonio storico-culturale (archeologico, monumentale, paesaggistico, storico, etnografico, archeologico - industriale, giardini e parchi storici) e le operazioni finanziabili possono essere ricondotte alle categorie di seguito indicate:

- Acquisizione, recupero, restauro, conservazione, riqualificazione e rifunzionalizzazione di immobili;
- Realizzazione di impianti, installazioni permanenti di valore artistico, acquisizione di attrezzature, arredi, servizi informatici e multimediali, ecc.
- Scavo, recupero, sistemazione e valorizzazione di aree archeologiche, ivi comprese la realizzazione di strutture ed infrastrutture per servizi ed attività culturali; servizi informatici e multimediali, ecc.;

a3. Interventi di promozione dei beni di valore storico-archeologico- ambientale e monumentale.

La Regione, nella consapevolezza che la promozione gioca un ruolo fondamentale per l'accrescimento della domanda di consumo culturale, intende favorire la conoscenza, la valorizzazione e la fruizione dei beni e dei siti di interesse storico, artistico, archeologico e monumentale anche attraverso il loro utilizzo quali contenitori di attività ed eventi culturali.

Importante è, quindi, la programmazione di interventi di *promozione e diffusione dell'immagine culturale della Regione*, attraverso la realizzazione di eventi culturali, di mostre, studi ed iniziative scientifiche di valenza nazionale ed internazionale che favoriscano la più ampia conoscenza e fruizione del rilevante, sia in termini qualitativi che quantitativi, patrimonio culturale della Campania.

Sono, pertanto, previste azioni di valorizzazione che possono essere ricondotte alle seguenti tipologie:

- a) diffusione della conoscenza dei beni culturali mediante la promozione di studi, mostre, esposizioni e ricerche di rilevante interesse scientifico;
- b) promozione del sistema dei beni culturali della Campania sui mercati nazionali ed internazionali;
- c) valorizzazione e diffusione della conoscenza dei beni e dei siti di interesse storico, artistico, architettonico, archeologico e demografico della Campania attraverso l'organizzazione di iniziative, eventi e itinerari culturali strettamente connessi ai beni e ai siti culturali, anche in collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, gli Enti Pubblici Territoriali e con gli Enti competenti per il turismo.

I progetti di investimento previsti dalla presente linea di attività sono diretti a migliorare il grado di fruizione e valorizzazione delle risorse culturali, al fine di sostenere e promuovere lo sviluppo del turismo legato alla conoscenza e alla valorizzazione del patrimonio culturale regionale. In questo senso, sono quindi evidenti le possibili connessioni e sinergie con le azioni di cui all'attività "a" e "b" dell'Obiettivo Operativo 1.12, dirette al consolidamento e all'ampliamento delle attività di comunicazione del settore turistico regionale.

a4. Azioni di "messa a sistema" dei G.A.C e dei siti UNESCO.

La linea d'intervento "a4" si propone la messa a sistema del patrimonio culturale regionale che è stato oggetto di intervento nella programmazione P.O.R. 2000-2006 nell'ambito dei Progetti Integrati Territoriali, mediante l'impiego delle tecnologie dell'informazione tanto per la diffusione della conoscenza del patrimonio storico-culturale (anche mediante la realizzazione di prodotti multimediali), quanto per il miglioramento quali-quantitativo dei servizi rivolti all'utenza.

L'azione si propone, in tal modo, di accrescere la capacità dei singoli PIT di valorizzare il patrimonio storico-culturale, realizzando un sistema istituzionale che veda ancora coinvolti direttamente coinvolti tutti i soggetti partenariali locali al fine di rendere omogenea, sia a livello locale che regionale, l'azione produttiva della valorizzazione del sistema dei beni culturali.

Tale linea d'intervento intende favorire la valorizzazione del patrimonio culturale, attraverso una modalità di gestione integrata dei beni culturali sia negli aspetti legati alla tutela sia in quelli riferiti alla valorizzazione. L'obiettivo è la creazione di sistemi culturali integrati, capaci di innescare sviluppo economico locale, a partire dalla valorizzazione e messa in rete del patrimonio culturale di un territorio. Si vuole affermare la possibilità di ampliare, su base locale, l'offerta culturale e i servizi a differenti tipi di pubblico e di migliorare sensibilmente le capacità imprenditoriali dei soggetti che operano nel mondo della cultura e dell'arte.

L'intento è dimostrare come i beni culturali e ambientali possano costituire una vera e propria risorsa che, attraverso un'adeguata gestione integrata, fornisca un significativo contributo allo sviluppo economico locale.

I Progetti Integrati Territoriali G.G AA.CC. si identificano quali aree territoriali caratterizzate da una precisa identità storico-culturale, riconoscibile attraverso l'esistenza di un patrimonio culturale di pregio e dalla presenza di soggetti attivi nel settore del recupero, della conservazione e della valorizzazione dei beni culturali.

Tale patrimonio può diventare un volano per lo sviluppo economico locale nella misura in cui si integrino risorse e servizi all'interno di aree connotate da identità territoriali forti e riconoscibili.

Pertanto, affinché gli interventi realizzati nell'ambito della programmazione P.O.R. 2000-2006 possano concorrere alla nascita e allo sviluppo, nell'ambito del P.I.T. di riferimento, di specifici sistemi culturali locali, è necessario che il progetto di messa a sistema preveda:

- a) una progettazione integrata su più beni culturali di un territorio;
- b) azioni finalizzate ad assicurare stabilmente la conservazione del patrimonio;
- c) azioni di valorizzazione, volte ad aumentarne la conoscenza e la fruizione, migliorarne le infrastrutture e i servizi di accessibilità, attivare o potenziare servizi di accoglienza, ampliare i servizi connessi all'offerta culturale;

- d) azioni per la messa a sistema dei beni e azioni specifiche di avvio e gestione del sistema (coordinamento, formazione, attività didattiche, comunicazione, ecc.);
- e) modalità istituzionali e organizzative per la gestione del sistema a regime, con individuazione dell'ipotesi più adeguata a facilitare la sostenibilità economica nel tempo dell'operazione;
- f) azioni di benchmarking con altre esperienze che concorrono alla costruzione del sistema dei Beni Culturali nel territorio di riferimento e nelle aree contigue, anche a sostegno della realizzazione dei Piani di Gestione.

Attività "b" - *Incentivi all'offerta di servizi innovativi nel campo della salvaguardia e della promozione dei beni artistici, ambientali e culturali, previa valutazione della domanda specifica, in funzione della loro sostenibilità.*

L'attività "b" persegue il raggiungimento di un livello adeguato di offerta culturale attraverso l'impiego di tecnologie e servizi innovativi, che portino al miglioramento della fruibilità del patrimonio culturale in genere, ma anche attraverso la qualificazione della rete di servizi primari che ne favoriscano la corretta fruizione.

Si propone, in altri termini, di promuovere modelli innovativi di sviluppo locale centrati sulla salvaguardia e valorizzazione delle risorse culturali dei territori, perseguendo il duplice scopo di rafforzare le azioni di recupero, conservazione e gestione dei beni culturali e di qualificarne l'offerta, mediante lo sviluppo di ricerche, servizi e attività capaci di promuoverne la conservazione, la conoscenza e il grado di attrattività.

Fino agli anni Novanta, le politiche dedicate al settore dei beni culturali erano prevalentemente rivolte all'esercizio delle funzioni di conservazione e di tutela dei beni culturali. Questa attenzione, motivata con l'obiettivo di mantenere integra la risorsa a favore delle generazioni future, rendeva di fatto secondario l'obiettivo della valorizzazione.

Si è poi assistito ad un cambiamento di rotta nella direzione di una maggiore attenzione verso la gestione dei beni culturali e, negli ultimi anni, alla sperimentazione di modelli alternativi alla gestione pubblica tradizionale.

Il tema dell'innovazione gestionale è assolutamente centrale nella prospettiva di una diversa organizzazione del complesso sistema della cultura, al fine di vincere la sfida della sostenibilità e della qualità, all'interno di contesti organizzativi e tecnologici in rapida trasformazione. Essenziale sarà la capacità di introdurre azioni innovative capaci di raccordare la progettualità di tutti i livelli istituzionali, del settore pubblico e del settore privato sulla base di una condivisione di obiettivi al fine dello sviluppo socio-economico del territorio

Altra azione innovativa di rilievo sarà impostare una strategia di selezione e qualificazione dei soggetti ed enti operativi nel settore della cultura.

L'innovazione gestionale dovrà correlarsi con l'innovazione di prodotto, alla quale si chiede di far dialogare eredità culturale e globalizzazione, maggiore attenzione ai linguaggi, ai bisogni ed alla creatività del mondo giovanile ed a quelli dei nuovi cittadini e cittadine e delle loro culture di provenienza.

Si riportano di seguito, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alcuni ambiti di offerta di servizi innovativi per la conservazione, la valorizzazione e la riqualificazione dell'offerta culturale:

- tecniche innovative non distruttive per la diagnostica e il monitoraggio dei beni culturali;
- analisi dei materiali tramite tecniche non distruttive;
- nuovi metodi e materiali per il restauro;
- gestione istituzionale, organizzativa, finanziaria e delle risorse umane;
- tecniche digitali di ricostruzione tridimensionale delle opere d'arte e di elaborazione informatica "virtuale";

- monitoraggio e analisi statistiche di dati sul turismo e sui beni culturali;
- information technology (portali specializzati, servizi web dedicati, ecc.);
- modelli di gestione dei servizi culturali, collegabili anche al settore turistico e commerciale;
- creazione o riqualificazione di servizi turistici (servizi di accoglienza, assistenza, accompagnamento, connessi alla gestione del patrimonio storico-culturale; servizi per la comunicazione e l'informazione, ivi compreso i servizi in rete;).

B2) Obiettivo Operativo 1.11 – “Destinazione Campania”: *Qualificare, diversificare e sviluppare l'offerta turistica, con particolare riguardo ai prodotti sotto-utilizzati, al riequilibrio tra le zone interne e quelle costiere e allo sviluppo di soluzioni innovative per la gestione integrata delle risorse, in un'ottica di sviluppo sostenibile.*

Soggetti Beneficiari: Regione Campania, Province, Comuni, Enti Pubblici e territoriali, Comunità Montane, Società partecipate da Enti Locali, Istituti centrali e periferici del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Enti ed Istituzioni ecclesiastiche, Enti Provinciali per il Turismo, Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo (AACST), Imprese

L'Obiettivo Operativo 1.11 si articola nelle seguenti tre attività:

Attività “a” - *Incentivi selettivi per ampliare l'offerta ricettiva in un'ottica di sostenibilità (albergo diffuso ecc.) e migliorare la qualità dell'offerta ricettiva (tradizionale e complementare alberghiera ed extra-alberghiera) e dei servizi collegati a maggior valore aggiunto, sostenendo i processi di integrazione tra le imprese turistiche e la creazione di network per la messa a sistema dei prodotti turistici locali con particolare riguardo all'ampliamento e alla diversificazione dell'offerta turistica anche in un'ottica di miglioramento del rapporto qualità/prezzo;*

L'attività è finalizzata all'attuazione di interventi complessi di sviluppo territoriale e settoriale realizzate da una singola impresa o da gruppi di imprese nell'ambito della programmazione concertata e volti a generare positive ricadute nell'offerta ricettiva, migliorare la qualità dei servizi collegati a maggiore valore aggiunto, sostenendo i processi integrativi tra i vari operatori e la creazione di network per la messa a sistema dei prodotti turistici locali.

Tale azione è espletata attraverso bandi pubblici già avviati coerentemente ai criteri fissati nel PO FESR e approvati dal Comitato di Sorveglianza.

Attività “b” - *Realizzazione di servizi ed infrastrutture sostenibili per l'intrattenimento ed il tempo libero (Parchi a tema, campi da golf, ecc.) in grado di delocalizzare e destagionalizzare i flussi turistici;*

L'attività “b” riguarda la realizzazione di infrastrutture sostenibili per aumentare e diversificare l'offerta di turismo in aree ad offerta monotematica.

Dal punto di vista operativo essa si articola in due linee di intervento che si possono così sintetizzare:

b1) Realizzazione di servizi ed infrastrutture sostenibili per l'intrattenimento ed il tempo libero (Parchi a tema, campi da golf, ecc.) in grado di delocalizzare e destagionalizzare i flussi turistici.

La linea sarà attuata attraverso Bandi per sensibilizzare la partecipazione di soggetti privati attuatori, mediante il project financing, unitamente alla Regione Campania e ad altri enti pubblici e territoriali per la realizzazione di parchi a tema, campi da golf ed altre strutture in grado di complementare le

potenzialità turistiche di parti del territorio, al fine di destagionalizzare e delocalizzare i flussi turistici nei periodi di bassa stagione per le zone costiere.

b2) Parco Progetti per il Turismo.

Con D.G.R. n.1832 del 23/11/2006 è stato istituito uno specifico Parco Progetti Regionale relativo agli interventi infrastrutturali per il Turismo precisando che gli interventi da inserire debbano presentare un livello di progettazione esecutiva ovvero per essi sia stato adottato un provvedimento formale che indichi la volontà di attivare procedure dell'appalto integrato. Con D.G.R. n.1267 del 24/07/2008 sono stati destinati € 50.000.000,00 al suddetto Parco Progetti demandando al responsabile dell'obiettivo operativo 1.11 la verifica definitiva dell'ammissibilità al finanziamento e l'applicazione dei criteri di priorità di cui alla D.G.R. 879/2008 dei progetti di cui alla graduatoria già approvata con D.D. n.770/2007, fino alla concorrenza delle risorse stanziare. L'attività residuale consiste nella verifica definitiva suddetta per l'ammissibilità dei progetti già rubricati nel D.D. n. 770/2007, con il relativo impegno finanziario.

Attività "c" - *Azioni volte all'innalzamento della qualità dei servizi al turista, quali la diffusione di innovazioni tecnologiche negli uffici di informazione turistica per il miglioramento degli standard di accesso e di fruibilità dei servizi di prenotazione on line e per il rafforzamento della offerta in rete, l'utilizzo di strumenti avanzati per la verifica della customer satisfaction, l'adozione della "Carta dei servizi del turista", l'attivazione di un sistema di marchi di qualità territoriali, la promozione di Protocolli di qualità per l'utilizzo di materiali ecosostenibili.*

L'Azione sarà dispiegata attraverso l'intesa con le Camere di Commercio per la redazione del progetto Marchio di Qualità "Ospitalità Campana", acquisendo, attraverso protocolli d'intesa con UnionCamere, soggetti legittimati all'espletamento di tali attività ai sensi della normativa vigente appositi disciplinari, già elaborati per categoria a livello nazionale, ed istituendo un gruppo paritetico per la redazione dei disciplinari particolarizzati alle specificità campane. Attività successiva sarà quella della valutazione della qualificazione delle strutture esistenti. Infine saranno aperti bandi semestrali per il finanziamento alle PMI per l'innovazione, finalizzata al miglioramento e alla qualificazione per raggiungere gli standard fissati e, quindi, all'assegnazione del Marchio di Qualità.

B3) Obiettivo Operativo 1.12 – "Promuovere la conoscenza della Campania": *Realizzare campagne di comunicazione e attività di direct e trade marketing per la promozione dell'immagine coordinata del prodotto turistico e dell'offerta turistica della Regione Campania, sia sul mercato estero sia su quello nazionale per contribuire a determinare l'aumento degli arrivi e delle presenze turistiche (nonché della spesa media procapite per turista), la destagionalizzazione, il riequilibrio delle presenze sul territorio regionale, con effetti positivi anche sugli indicatori economici e occupazionali.*

Soggetti Beneficiari: Regione Campania, Province, Comuni, Comunità Montane, Enti Pubblici e territoriali, Enti Provinciali per il Turismo, Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo (AACST), Imprese.

Il turismo costituisce una delle industrie più importanti per l'intero Paese, ma anche e soprattutto per la Campania che ha assunto, tra i propri obiettivi di politica economica, il mantenimento di una forte posizione competitiva rispetto ai principali *competitors* e il conseguimento di nuovi obiettivi di crescita e sviluppo. La domanda di servizi legati al turismo ed al tempo libero cresce in maniera sensibile e stimola un'offerta sempre più articolata e competitiva; spesso è l'offerta che, sotto lo stimolo dell'innovazione e della creatività, tende a creare nuove domande e nuovi bisogni.

In un contesto competitivo globale, caratterizzato da cambiamenti bruschi e repentini e da un crescente grado di complessità sia dal lato della domanda turistica (bisogni sempre più sofisticati, mutevoli e variegati), sia da quello dell'offerta (necessità di maggiore professionalità, collaborazioni interaziendali sia in senso verticale, tra fornitori e clienti, sia in senso orizzontale, tra concorrenti) le istituzioni devono mettere in campo strategie in grado di rispondere con celerità agli stimoli di un mercato sempre più sensibile ai cambiamenti.

La Campania, con il suo patrimonio artistico, culturale oltre che ambientale, possiede potenzialità che la dovrebbero portare ai vertici dell'attrattività turistica proprio per la possibilità di unire turismo culturale a turismo di svago. In tale ottica, occorre individuare percorsi integrati che coinvolgano il tradizionale patrimonio di spiagge e mare con visite a centri storici e a siti culturali coinvolgendo anche le diverse filiere di prodotto (termale, enogastronomica, ambientale, religiosa, ecc).

Il turismo tende a diventare “consumo” e risposta al bisogno di conoscenza e di cultura dell'individuo: di conseguenza è necessario promuovere le attrattive turistiche di un territorio come “prodotti” da collocare sul mercato per rispondere ai bisogni dei “consumatori”.

La Regione, pertanto, cui compete istituzionalmente la promozione dell'immagine turistica sui mercati nazionali e internazionali, deve:

- ascoltare il mercato;
- adottare nuove strategie di promozione del prodotto turistico “Campania”.

Le “azioni promozionali di prodotto” promosse dalla Regione saranno poste in essere attraverso:

- una politica di promozione dell'immagine turistica della *destination* Campania che mira a definirne, migliorarne e affermarne i caratteri di affidabilità, di prestigio, di fiducia;
- la realizzazione dei programmi annuali dei Grandi Eventi, delle manifestazioni fieristiche e delle mostre di settore in grado di mobilitare significativi flussi di visitatori e turisti di cui sia valutata la domanda potenziale;
- l'implementazione di azioni di marketing rivolte ai consumer attuali e potenziali ed al *trade*.

Al fine di correggere eventuali distorsioni e di rispettare i principi di efficienza ed efficacia dell'azione di governo posta in essere dall'amministrazione regionale, la strategia complessiva di comunicazione e marketing turistico sarà oggetto di valutazione *ex-ante*, *in itinere* ed *ex-post* al fine di monitorare e verificare i risultati conseguiti e consentire l'eventuale riorientamento delle azioni, in chiave correttiva, per intercettare le mutate esigenze di questo specifico settore economico.

L'Obiettivo Operativo 1.12 si articola nelle seguenti tre attività:

Attività “a” - *Potenziamento delle azioni di comunicazione/promozione/marketing della “destination Campania” per la valorizzazione, in modo armonioso e coerente, delle peculiarità del territorio della Campania in termini di accoglienza, ospitalità, qualità dell'offerta turistica, anche mediante azioni di co-marketing e di merchandising, l'uso delle tecnologie informatiche, audiovisive e multimediali.*

Questa linea di attività mira al rafforzamento delle azioni di valorizzazione, comunicazione e promozione dell'intera filiera dei prodotti turistici regionali in un ottica sistemica che ne esalti la complessità e la complementarietà sul presupposto che l'offerta turistica campana possa essere conosciuta e apprezzata solo se adeguatamente veicolata.

La strategia alla base delle azioni di promozione sui mercati nazionale e internazionale dovrà, pertanto, caratterizzarsi per incisività, incentrando i maggiori sforzi verso il superamento dell'attuale frammentarietà degli interventi. La rete ed il sistema dovranno porsi, dunque, come elementi cardine per poter garantire un effetto moltiplicativo ai benefici materiali ed immateriali connessi ad una politica di promozione turistica che valorizzi la risorsa “turismo” in termini di ricchezza, di produttività, di lavoro, di crescita. Tale obiettivo sarà perseguito anche attraverso il coinvolgimento funzionale di soggetti privati che, in partnership con l'amministrazione regionale,

potranno porre in essere azioni specifiche maggiormente connesse ai bisogni espressi e non espressi della domanda.

Il disegno complessivo delle azioni di comunicazione, promozione e marketing sarà orientato alla valorizzazione di tutte le opportunità di scoperta, di viaggio e di soggiorno, “anche emozionali”, che può offrire la permanenza sul territorio regionale, puntando sulla vivacità, sulla cultura, sull’ambiente, sui paesaggi, sulla natura, sulle tradizioni, sul clima, sull’offerta di benessere, che la Campania offre in un peculiare mix di elementi che si caratterizza per la sua unicità.

Per una migliore valorizzazione, in modo armonioso e coerente, delle caratteristiche del territorio campano in termini di accoglienza, ospitalità, qualità dell’offerta turistica, le azioni di comunicazione, promozione e marketing territoriale, saranno attentamente calibrate secondo il target di turisti di riferimento, al fine di ottenere una più incisiva penetrazione nei mercati obiettivo.

Per la veicolazione del messaggio potranno essere utilizzati tutti i mezzi, dai più tradizionali (spot, carta stampata, borse e fiere turistiche, affissioni, ecc.) ai più innovativi (web, valorizzazione di territori come “location” cinematografico/televisive, merchandising, ecc.), anche mediante una sinergia funzionale dei medesimi per una comunicazione multicanale integrata.

Attività “b” - *Realizzazione dei programmi annuali dei Grandi Eventi, delle manifestazioni fieristiche e delle mostre di settore in grado di mobilitare significativi flussi di visitatori e turisti di cui sia valutata la domanda potenziale, quale modello di promozione sistemica in grado di coniugare gli eventi culturali, con momenti di commercializzazione, con attività di comunicazione. Sarà assicurato il legame con il bene o sito culturale e naturale valorizzato, anche ai fini di destagionalizzazione dei flussi di visita, dell’allungamento della stagione e di una maggiore attrazione di differenti segmenti di domanda.*

Dal punto di vista operativo questa attività si articola in più linee di azioni che si possono così sintetizzare:

“b1”. Programmazione di eventi.

L’elaborazione di un programma di eventi promozionali di risonanza nazionale ed internazionale e di notevole impatto mediatico, in grado di convogliare nel periodo di svolgimento delle manifestazioni, flussi turistici mirati, costituisce uno strumento fondamentale per realizzare efficaci azioni di marketing finalizzate al riposizionamento del “prodotto Campania” sul mercato nazionale ed estero.

Gli eventi mettono in scena l’identità di un territorio, valorizzandone la storia, i costumi, le usanze. Dal festival enogastronomico alla rassegna musicale, e alla grande mostra, l’evento costituisce oggi per i sistemi territoriali il miglior veicolo di valorizzazione e promozione, uno degli strumenti di marketing territoriale più innovativo, sia perché contribuisce alla crescita del numero di turisti e di visitatori, sia perché migliora l’immagine e la notorietà delle città, sia perché, attraendo investimenti e finanziamenti, crea effetti economici moltiplicativi rilevanti.

Questi eventi devono rappresentare delle eccellenze in grado di attrarre importanti flussi di visitatori, oltre che costituire l’occasione per offrire un’immagine della regione che contrasti i luoghi comuni che anche i media, in particolare quelli internazionali, propongono al grande pubblico.

I principali obiettivi che si intendono conseguire attraverso la programmazione e la realizzazione degli eventi consistono nel rafforzamento della più ampia conoscenza dell’attrattività della Campania nel suo complesso sul mercato turistico italiano ed estero, attraverso la valorizzazione delle peculiarità e degli elementi di attrattiva presenti sul territorio regionale, nonché nella creazione di offerta culturale e turistica integrate volta a favorire la conoscenza e la valorizzazione delle risorse inutilizzate o sottoutilizzate della Campania.

Si tende al superamento della dimensione locale nella capacità di attrazione di flussi turistici con il conseguente ampliamento della domanda turistica e, in particolare, dei flussi provenienti dall’estero

favorendo l'incentivazione di forme di cooperazione ed aggregazione tra soggetti pubblici e privati interessati alla realizzazione di iniziative per il miglioramento della qualità e la modernizzazione dell'offerta turistica.

Ruolo determinante in tale campo riveste la programmazione anticipata: programmare con anticipo i grandi eventi significa, da un lato, consentire ai tour operator la creazione di pacchetti turistici modellati anche in funzione degli eventi, e dall'altro dare la possibilità al territorio stesso di organizzare il suo sistema di accoglienza, il suo indotto, la sua economia e le sue imprese.

Costituiranno il filo conduttore della programmazione alcuni percorsi tematici che prevedono più manifestazioni racchiuse in un arco temporale medio-lungo, che interessano tutto il territorio regionale. Ciò in un'ottica di "concentrazione" di risorse ed energie per la realizzazione di pochi eventi che possano effettivamente definirsi "grandi", di rilevanza internazionale ed in grado di catalizzare l'attenzione di tutti i media, in funzione della valorizzazione dell'identità regionale.

I temi individuati che chiameremo "viaggi" mirano a valorizzare il patrimonio artistico, storico, culturale, paesaggistico ed enogastronomico della Campania e di Napoli. I sei temi individuati sono i seguenti:

1. Il viaggio nella memoria: Natale e Capodanno.

Realizzazione di azioni di valorizzazione e promozione delle tradizioni natalizie più significative del territorio campano attraverso:

- l'ideazione di eventi che permettano di valorizzare il patrimonio culturale campano, soprattutto nei confronti dei potenziali turisti italiani e stranieri;
- individuazione di percorsi "natalizi" in grado di coniugare la memoria del territorio con la sua vocazione artistica, artigianale, enogastronomica, commerciale, anche valorizzando l'integrazione tra tradizione e contemporaneità;
- creare una "rete" tra gli eventi già previsti sul territorio e gli eventi ideati ad hoc, anche attraverso attività di comunicazione e promozione integrata.

2. Il viaggio nelle emozioni: "Pasqua"

Puntare alla valorizzazione e promozione delle tradizioni culturali più significative del territorio campano attraverso:

- a) ideazione di eventi che permettano di valorizzare la tradizione campana, soprattutto nei confronti dei potenziali turisti italiani e stranieri;
- b) attività di ideazione e promozione di percorsi culturali, spettacolari e religiosi che pongano attenzione anche agli aspetti artistici ed enogastronomici tipici delle festività pasquali in Campania.

3. Il viaggio nella storia: Il Maggio dei Monumenti in Campania

L'idea che si vuole perseguire è quella di portare avanti attività sinergiche volte a far "rivivere il monumento" che diventa il protagonista di un racconto in grado di coniugare ad un tempo l'attrattività del luogo nel suo complesso, con la valorizzazione e l'implementazione dell'offerta culturale, ambientale e turistica e stimolare forme di cooperazione tra soggetti pubblici e privati.

4. Il viaggio nell'arte: Napoli Teatro Festival Italia

Realizzazione di manifestazioni collaterali e complementari alla programmazione della Fondazione Campania dei Festival, soggetto che si occupa della progettazione e della gestione operativa di Teatro Festival Italia.

5. Il viaggio nella creatività: il Festival itinerante della creatività.

Realizzazione annuale di un festival itinerante della creatività, con attenzione ai diversi linguaggi creativi, dalla musica all'ingegno in tutte le sue espressioni, rivolto a tutti i giovani. Il festival dovrà

coinvolgere tutto il territorio campano e dovrà essere racchiuso in un arco temporale di tre settimane.

6. Il viaggio nella tradizione: Piedigrotta – la festa di Napoli.

Attività ed eventi complementari ed integrati con quelli previsti per la Piedigrotta, con la finalità di accrescerne la risonanza internazionale, valorizzare il ruolo della manifestazione come promotore e diffusore dell'immagine culturale e artistica non solo di Napoli ma di tutta la Campania.

“b2”. Programmazione manifestazioni fieristiche e mostre di settore.

La presenza regionale alle mostre e fiere è improntata all'esigenza di una razionalizzazione delle modalità di presenza sui mercati nazionali ed esteri che si realizza attraverso una accurata selezione delle iniziative fieristiche cui partecipare, insieme ad un'attenzione ai contenuti rispetto alle tipologie di fiere e ai mercati.

In tale ottica si rende necessario individuare precise modalità di interazione fra la Regione e i soggetti pubblici e privati partecipanti, in coerenza con progetti di marketing che includano altre azioni mirate (fam trip, press tour, road show e workshop) indirizzate ai medesimi segmenti di mercato, così da concentrare obiettivi e interventi e massimizzarne l'efficacia.

La Regione, al fine di garantire la maggiore efficacia dell'iniziativa nell'azione di valorizzazione del prodotto turistico campano nell'ambito delle manifestazioni fieristiche, borse, meeting e workshop cui intende partecipare, definisce la propria programmazione con largo anticipo, assicurandone la massima diffusione e pubblicità, onde consentire ai Soggetti Istituzionali e/o alle Associazioni di Categoria, e/o ai singoli operatori, di manifestare tempestivamente il proprio interesse a partecipare. Per ciascun evento fieristico e in base al mercato di riferimento, il territorio regionale sarà presentato per filiere e “prodotti turistici”.

La Regione si farà carico dell'organizzazione di attività di comunicazione ed ufficio stampa, di road show, workshop, press tour, educational tour, familiarization trip con i buyers nazionali ed internazionali.

Attività c. Sostegno alla realizzazione di azioni di direct e *trade marketing*, rivolto al mercato rappresentato dagli intermediari turistici (tour operator, agenti di viaggio, associazioni, etc.) ed ai consumer, attuali e potenziali.

Nell'ambito dell'implementazione di una complessiva strategia di marketing turistico è necessario abbinare alle attività di comunicazione/promozione una serie di azioni di direct e trade marketing finalizzate a:

- promuovere la visita di tutte le aree turistiche regionali, note e meno note;
- fornire informazioni dettagliate circa l'offerta turistica di ciascun ambito, anche in rapporto alle differenti motivazioni di visita (enogastronomica, culturale, balneare, religiosa, termale, ambientale, giovanile, congressuale, etc.);
- stimolare la mobilità dei turisti sul territorio campano e la fruizione delle differenti risorse territoriali;
- promuovere itinerari tematici per facilitare la fruizione delle singole filiere;
- stimolare la fruizione delle diverse località in periodi di bassa stagione (destagionalizzare);
- favorire la fidelizzazione;
- promuovere i grandi eventi della Regione Campania quali attrattori turistici.

In particolare, attraverso le azioni di Direct Marketing si intende comunicare direttamente con il cliente e stimolarne l'interesse verso il consumo del prodotto nonché ricavare preziose informazioni per migliorarne la fruizione. Le attività di direct marketing si concretizzano in interventi quali emailmarketing, webmarketing, data mining, carta dei diritti, mappe e guide tematiche territoriale ed altri strumenti inerenti la customer satisfaction, ecc. e che abbiano, selettivamente, la caratteristica di poterne misurare i risultati, anche attraverso indicatori specifici quali quelli di CRM e di Loyalty.

Con il trade marketing, invece, si punta a conoscere, pianificare, e supportare i processi degli agenti del settore distributivo (tour operator, agenti di viaggio, giornalisti specializzati di settore, enti stranieri) in modo da massimizzare la redditività delle politiche di marketing per ottenere vantaggi competitivi e di posizionamento sui mercati nazionale ed internazionale.

L'obiettivo è quello di diffondere tra gli intermediari del settore la conoscenza del sistema turistico campano. In tale contesto assume particolare rilevanza la politica di stimolo alle attività MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) che rappresentano una leva ancora poco esplorata nel territorio regionale.

Nell'ambito di tali interventi, particolare attenzione verrà, altresì, posta verso le alleanze di co-marketing, che rappresentano una leva fondamentale per la formulazione e l'implementazione di strategie proattive, necessarie per la valorizzazione degli elementi che sono alla base del vantaggio competitivo. Difatti, attraverso il co-marketing si mette in moto quel processo mediante il quale due o più operatori, pubblici e/o privati, svolgono in partnership una serie di iniziative nell'ambito analitico, strategico ed operativo del marketing al fine di raggiungere obiettivi, comuni o autonomi ma tra loro compatibili.

Non ultimo, la realizzazione di familiarization trip, educational tour, press tour, workshop tematici, in sinergia con le principali manifestazioni fieristiche nazionali ed internazionali, permetterà di far conoscere ai mercati di riferimento le peculiarità del territorio meno note affiancando alle zone ed ai segmenti maturi itinerari alternativi nell'ottica di un turismo sostenibile che possa, altresì, spingere verso la destagionalizzazione e la delocalizzazione dei flussi.

C) SELEZIONE DEGLI INTERVENTI

Le Attività relative agli Obiettivi Operativi 1.9, 1.11 e 1.12 dell'obiettivo Specifico 1d, prevedono sia modalità attuative a regia che a titolarità regionale.

La selezioni delle operazioni cofinanziate e dei soggetti attuatori avverrà, di norma, tramite procedura ad evidenza pubblica a livello europeo, nel rispetto dei criteri di ammissibilità e priorità approvati dal Comitato di Sorveglianza del Programma FESR 2007/2013 nella riunione del 13 Marzo 2008 e approvati dalla G.R. con Deliberazione N. 879 del 16 maggio 2008, salvo, per quanto riguarda l'Obiettivo Operativo 1.9, e comunque nel rispetto della normativa regionale e comunitaria in materia, nei casi in cui:

1. l'organismo individuato rappresenti, per legge o per altra norma, l'attuatore delle strategie nazionali o regionali nella specifica materia;
2. la Regione, nell'ambito delle attività di collaborazione con il Ministero per i Beni e le Attività Culturali e con gli Enti Pubblici Territoriali, previste dagli artt. 5, 6 e 7 del D.Lgs n. 42/2004, promuova, anche in forma diretta, affidandone la realizzazione ai predetti Enti Pubblici Territoriali competenti per materia e territorio, operazioni, direttamente funzionali a interessi o obiettivi di livello regionale, che assumono particolare rilevanza per la valorizzazione e la promozione dei beni e dei siti di interesse storico, artistico e architettonico e si connotano quale importante veicolo per la diffusione dell'immagine culturale e turistica della Campania.

Nel caso di cui al precedente punto 2., e, in particolare, per la programmazione delle azioni di promozione, di cui alla linea di intervento "a3" dell'Obiettivo Operativo 1.9, le operazioni saranno promosse dall'alto (*top/down*) e saranno raccordate con la programmazione locale.

In particolare le Province, nell'ambito delle loro funzioni, quali soggetti intermedi della programmazione, costituiranno le sedi di coordinamento e di concertazione della programmazione a scala locale.

All'uopo, nell'ambito della definizione delle responsabilità, potranno essere sottoscritti, specifici Protocolli di Intesa e/o Convenzioni per la reciproca definizione dei compiti relativi alla realizzazione delle operazioni.

I Protocolli e/o le Convenzioni conterranno il cronogramma e altre condizioni il cui mancato rispetto potrà determinare l'esercizio di poteri sostitutivi o commissariali da parte dell'autorità responsabile.

Per quanto attiene alla linea di intervento "a1" dell'attività "a" dell'Obiettivo Operativo 1.9, le operazioni da cofinanziare derivano da una apposita ricognizione dei progetti, avviati con il FESR 2000-2006, che non saranno completati alla data di chiusura del programma. La spesa individuata è necessaria per portare a compimento con la programmazione 2007-2013 le operazioni avviate con la precedente programmazione.

Le azioni dell'Attività "a" e "b" dell'Obiettivo Operativo 1.11 sono state già avviate, così come riportato in sede di descrizione della predetta Attività.

Con riferimento all'obiettivo operativo 1.12, saranno coerentemente a quanto riportato nel P.O. 2007/2013 Asse 1, selezionati interventi volti a creare le condizioni per l'attrazione di investimenti con ricadute positive sul sistema economico, nonché funzionali al potenziamento dell'immagine della regione.

L'intersettorialità strategica più volte delineata nei vari atti di programmazione sopra richiamati implica che gli interventi da finanziare dovranno essere selezionati tenendo conto in particolare della necessaria integrazione tra il settore del turismo, e quello dei beni culturali, coerentemente a quanto stabilito nel PO FESR e ribadito dal Comitato di Sorveglianza.

Nell'ambito dell'obiettivo operativo 1.12, per l'attuazione delle attività a titolarità regionale verranno seguite procedure di evidenza pubblica poste in essere direttamente dal Settore competente. Per la realizzazione delle attività a regia regionale i soggetti beneficiari saranno Enti pubblici. I rapporti tra la Regione e i predetti Enti pubblici verranno regolamentati da specifici protocolli e/o convenzioni che conterranno, tra l'altro, il cronogramma delle azioni ad essi demandate.

SCHEDE DI SINTESI

OBIETTIVO OPERATIVO 1.9 - Beni e Siti Culturali - Procedure di attuazione (amministrative, tecniche e finanziarie)

Attività	A bando	PROCEDURE ATTUATIVE		TIPOLOGIE DI OPERAZIONI			
		Beneficiari	A titolarità regionale	A regia regionale	Aiuti %	Interventi %	Importo M€
a1. Completamento interventi del Programma 2000-2006.		Beneficiari Finali già individuati nel POR 2000-2006		X		8 %	15
a2. Interventi di restauro e recupero di beni di valore storico-archeologico-ambientale e monumentale	X	Province, Comuni, Enti Pubblici e territoriali, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Enti ed Istituzioni ecclesiastiche, Comunità Montane.		X		Infrastrutture 47%	82
a3. Interventi di promozione dei beni di valore storico-archeologico-ambientale e monumentale		Fondazioni pubbliche e private al cui interno sono presenti Comuni sedi dell'intervento, E.P.T., Enti Teatrali, Imprese.		X		Promozione 26%	45
a4. Azioni di "messa a sistema" dei G.A.C e dei siti UNESCO	X	Comuni, Enti Pubblici e territoriali, Comunità Montane	X			7%	12
b. Incentivi all'offerta di servizi innovativi nel campo della salvaguardia e della promozione dei beni artistici, ambientali e culturali, previa valutazione della domanda specifica, in funzione della loro sostenibilità in continuità con la Misura 4.6 POR 2000-2006.	X	Ministero per i Beni e le Attività Culturali, E.P.T., Enti Teatrali, Imprese	X		12%		21

OBIETTIVO OPERATIVO 1.11 - Destinazione Campania - Procedure di attuazione (amministrative, tecniche e finanziarie)

Attività	A bando	PROCEDURE ATTUATIVE			TIPOLOGIE DI OPERAZIONI		
		Beneficiari	A titolarità regionale	A regia regionale	Aiuti %	Interventi %	Importo M €
a. Incentivi selettivi per ampliare l'offerta ricettiva in un'ottica di sostenibilità (albergo diffuso ecc.)	Bando pubblico	M.G.I. e Consorzi P.M.I.	X		37		55
b.1 - Realizzazione di servizi ed infrastrutture sostenibili per l'intrattenimento ed il tempo libero	X • Projet Financing;	• Regione Campania, Enti Pubblici e territoriali		X	16		25
b.2 - D.G.R. n. 1832 del 30/11/2006. Parco Progetti Regionale per il Turismo	Selezione pubblica	Enti pubblici	X		33		50
c. Azioni volte all'innalzamento della qualità dei servizi al turista, quali la diffusione di innovazioni tecnologiche negli uffici di informazione turistica per il miglioramento degli standard di accesso e di fruibilità		Imprese	X		14		20

OBIETTIVO OPERATIVO 1.12 - Promuovere la conoscenza della Campania - Procedure di attuazione (amministrative, tecniche e finanziarie)

Attività	MODALITÀ DI ACCESSO AL FINANZIAMENTO		PROCEDURE ATTUATIVE		TIPOLOGIE DI OPERAZIONI		
	<i>A bando</i>	Beneficiari (saranno puntualmente specificati nei relativi bandi)	<i>A titolarità regionale</i>	<i>A regia regionale</i>	<i>Aiuti %</i>	<i>Interventi %</i>	<i>Importo M€</i>
a. Azioni di comunicazione e di promozione.	X	Regione	X			Beni e Servizi 27%	20
		Enti pubblici		X			
b1. Progettazione, realizzazione e gestione degli eventi legati ai sei viaggi tematici.		Enti pubblici		X		Beni e Servizi 40%	30
b2. Organizzazione e partecipazione a borse e fiere		Enti pubblici		X		Beni e Servizi 13%	10
c. Azioni di Direct e Trade Marketing e di co marketing (es. educational tour, fam trip, press tour, road show, accordi con tour operator)	X	Regione	X			Beni e Servizi 20%	15
		Enti pubblici		X			