

# **TAVOLO TURISMO**

***10 luglio 2014***  
***Ore 15:30***

***Sala Riunioni Ar.04.34***  
***Palazzo Lombardia - Piazza Città di Lombardia 1 - Milano***



# Ordine del giorno

1. Intervento dell'Assessore Commercio, Turismo e Terziario, Mauro Parolini
2. Presentazione e illustrazione dello stato di attuazione delle misure promosse per il turismo lombardo
3. Varie ed eventuali

# Punto 1

## Intervento dell'Assessore Commercio, Turismo e Terziario, Mauro Parolini

## Punto 2

# Stato di attuazione delle misure promosse per il turismo lombardo

# **LOMBARDIA CONCRETA**

**DGR X/986 del 29 novembre 2013**

**DDG 2185 del 14 marzo 2014**

# L'adesione ad oggi

<http://www.finlombarda.it/finanziamentieservizi/lombardiaconcreta2015>

## Banche convenzionate

BANCA DI IMOLA SPA, BANCA POPOLARE DI MILANO, BANCA POPOLARE DI SONDRIO, BANCA POPOLARE DI VICENZA, BANCA SELLA, BCC ADDA E CREMASCO, BCC ALTA BRIANZA - ALZATE BRIANZA, BCC BANCA CENTROPADANA, BCC BASSO SEBINO, BCC BEDIZZOLE TURANO VALVESTINO, BCC BUSTO GAROLFO E BUGUGGIATE, BCC CANTU', BCC DEL GARDA, BCC DELLA BERGAMASCA, BCC DI BRESCIA, BCC LEZZENO, BCC OROBICA, BCC RIVAROLO MANTOVANO, BCC SORISOLE E LEPRENO, BCC VALSASSINA, CREDITO VALTELLINESE, INTESA SAN PAOLO, MONTE PASCHI DI SIENA, UBI BANCA DI VALLE CAMONICA, UBI BANCA POPOLARE COMMERCIO & INDUSTRIA, UBI BANCA POPOLARE DI BERGAMO, UBI BANCO DI BRESCIA

## Confidi accreditati

ARTIGIANFIDI LOMBARDIA, ASCONFIDI LOMBARDIA Soc. Coop. p.a., ITALIA COMFIDI Soc. consortile a r.l.

# Stato di avanzamento

- ✓ **10 aprile 2014** → Apertura presentazione domande formale
- ✓ **Inizio giugno 2014** → Completamento del percorso di convenzionamento degli Istituti di credito e piena operatività dell'iniziativa

*Ad oggi risultano già presentate 44 domande.*

## Prossimi passi:

- Lancio della **campagna di comunicazione** (leaflet informativo, spot radiofonici, banner sui siti di RL e Finlombarda e promozione sui social di RL)
- **Eventuale ritaratura** della misura (entro settembre/ottobre)

# **Lombardia Concreta sui territori**

**DGR X/1690 del 17 aprile 2014**

-----

# **Valtellina Concreta**

**DGR X/1770 dell'8 maggio 2014**

# Lombardia Concreta sui territori

Soggetti attuatori

**Unioncamere**

**CCIAA di BS – LO – MN – MB – PV - VA**

Cosa finanzia

interventi effettuati nel **territorio della CCIAA** che cofinanzia, finalizzati alla **realizzazione e riqualificazione di strutture turistiche, commerciali e ricettive** – progetti da **10 a 30mila €**

Beneficiari

**Micro, piccole e medie imprese del turismo**  
**Micro e piccole imprese del commercio**

Incentivo

**Contributo** a fondo perduto, c/capitale, **max 35%**  
**Bandi camerali**, con modalità «a sportello»

Modalità e tempistiche bandi

- **Pavia Concreta:** bando aperto 20.05.2014
- **Brescia Concreta:** apertura bando a gennaio 2015
- **Varese Concreta:** emanazione bando: settembre 2014

# Il quadro finanziario

Camera di Commercio	Finanziamento camerale (60%)	Finanziamento regionale (40%)	Totale
Brescia	€ 400.000,00	€ 267.000,00	€ 667.500,00
Lodi	€ 100.000,00	€ 67.000,00	€ 167.000,00
Mantova	€ 150.000,00	€ 100.000,00	€ 250.000,00
Monza e Brianza	€ 500.000,00	€ 334.000,00	€ 834.000,00
Pavia	€ 700.000,00	€ 467.000,00	€ 1.167.000,00
Varese	€ 600.000,00	€ 400.000,00	€ 1.000.000,00
	€ 2.450.000,00	€ 1.635.000,00	€ 4.085.000,00

# Valtellina Concreta

Soggetto attuatore

Camera di Commercio di Sondrio

Cosa finanzia

Interventi effettuati nel **territorio provinciale di Sondrio**, finalizzati alla **realizzazione e riqualificazione di strutture turistiche, commerciali e ricettive** – progetti da **10 a 50mila €**

Beneficiari

**Micro, piccole e medie imprese del turismo**  
**Micro e piccole imprese del commercio**

Incentivo

**Finanziamento agevolato** con abbattimento del **3% del tasso di interesse** praticato dalle Banche aderenti al Fondo Fiducia Valtellina  
Garanzia agevolata collaterale attraverso i Consorzi Fidi

Modalità e risorse

**Bando camerale pubblicato il 13/06/2014, presentazione domande fino al 30 aprile 2015**  
**Risorse: 300.000€** (200.000 di RL e 100.000€ di CCIAA Sondrio)

# Progetti di promozione turistica con il Comune di Milano

**Sottoscrizione protocollo d'intesa: 02/12/2013 (DGR 806 del 11 ottobre 2013)**  
**Convenzione esecutiva: DDG 985 del 29 novembre 2013**

# Progetti attivati

Nell'ambito del protocollo con il Comune di Milano, oltre ai progetti condivisi per la valorizzazione del commercio, sono in corso le seguenti azioni:

## ❑ SISTEMA INTEGRATO DI IDENTITÀ VISIVA ESTERNA ED AMBIENTALE PER MILANO

Completamento del progetto di installazione di **150 totem infomonumentali ad uso turistico** (attualmente 139 finanziati da RL), leggibili in 7 lingue grazie a codici QR e collegati al Portale Turismo del Comune di Milano.

## ❑ PORTE INTERNAZIONALI DI MILANO

Progetto strategico per offrire un servizio di accoglienza turistica di qualità attraverso la collaborazione con SEA. RFI. TRENORD, ATM per realizzare punti di informazione ed accoglienza nei punti di accesso alla Lombardia.

# I DISTRETTI DELL'ATTRATTIVITA'

DGR X/1613 del 4 aprile 2014

# Linee di intervento

- 
1. Linea di intervento A per progetti con **Comuni Capoluogo di Provincia** (escluso il Comune di Milano)
  1. Linea di intervento B per progetti con **Comuni non capoluogo in aggregazione** per la realizzazione di interventi e iniziative di area vasta.

# **LINEA A: risorse, ambiti di intervento e percorso attuativo**

# 1. Risorse

***4 MILIONI DI EURO***

**BILANCIO REGIONALE 2014-2015**

**+**

***4 MILIONI DI EURO***

**COMUNI CAPOLUOGO**

**(raddoppio delle risorse regionali)**

## 2. Riparto risorse

- Ai sensi della DGR 1613 del 4 aprile 2014, le risorse sono **ripartite in considerazione del peso demografico** dei Comuni Capoluogo, fermo restando che il **valore effettivo** del contributo viene determinato sulla base del **valore del programma di intervento** e della **disponibilità dei Comuni** al cofinanziamento.
- Di seguito l'**ipotesi di riparto** in considerazione del peso demografico dei Comuni\*

(Fonte Rilevazione ISTAT 31/12/2012)

Comune Capoluogo	Popolazione residente al 31/12/2012	Peso %	Risorse regionali
Brescia	188.520	21,3	€ 766.800
Monza Brianza	120.440	13,6	€ 489.600
Bergamo	115.072	13,0	€ 468.000
Como	83.422	9,4	€ 338.400
Varese	79.333	8,9	€ 320.400
Cremona	72.137	8,1	€ 291.600
Pavia	68.313	7,7	€ 277.200
Lecco	47.240	5,3	€ 190.800
Mantova	47.223	5,3	€ 190.800
Lodi	43.465	4,9	€ 176.400
Sondrio	21.536	2,4	€ 86.400

(\*) E' prevista una **riserva del 10% (400.000€)**

# LINEA B

**DGR 2027 del 1° luglio 2014 recante ulteriori  
determinazioni e specificazioni  
alla DGR 1613/2014 in tema di partenariato, programma  
di Intervento, premialità, capofilato di Distretto  
al fine di dare piena attuazione ai Distretti  
dell'Attrattività**

# I distretti dell'Attrattività: iniziative per l'attrattività territoriale integrata turistica e commerciale della Lombardia (Misura B)

## Destinatari

- **Reti di Comuni** lombardi che presentano un programma di intervento in aggregazione con **Distretti del Commercio** e coinvolgimento dei **Sistemi Turistici**
- Partenariato pubblico-privato sottoscrive **Accordo di partenariato di Distretto dell'Attrattività**.

## Finalità

- **incremento dell'attrattività turistica** e commerciale dei Comuni;
- miglioramento servizi di **accoglienza** e **promozione luoghi di interesse turistico**;
- sviluppo **promozione innovazione dei sistemi di offerta** commerciale e turistica;
- incremento della competitività delle **imprese turistiche** e commerciali;
- realizzazione di **partenariati** locali e sinergie con attori pubblici e privati.

## Il ruolo dei Sistemi Turistici nel Bando Distretti dell'attrattività (Misura B)

Sono previsti:

1. l'istituzione di un **“Nucleo di Valutazione”** integrato da un **referente dei Sistemi Turistici** dell'ambito territoriale a cui afferiscono i programmi di intervento, che dovrà esprimere un parere in merito ai seguenti elementi:

- **coerenza** del Programma presentato con il Programma di Sviluppo Turistico;
- **valutazione dell'efficacia degli interventi turistici** del programma di intervento.

2. La premialità per il coinvolgimento dei Sistemi turistici nei programmi di intervento

## Sistemi Turistici – semplificazione procedure

- **D.G.R. n. X/1564 del 20/03/2014** semplifica il procedimento di aggiornamento dei Programmi di Sviluppo Turistico:
  - ✓ Il PST non deve essere sottoposto a valutazione complessiva ogni **tre anni** dalla sua approvazione (pena decadenza)
  - ✓ L'aggiornamento del Documento Strategico e dei Piani d'Azione avviene con Decreto Dirigenziale.
- **Decreto 4565 del 29 maggio 2014**
  - ✓ Apertura termini 3.06.14 – 07.07.14 per modifiche/Integrazioni ai Programmi di Sviluppo Turistico.
- **Decreto 6563 del 9 luglio 2014**
  - ✓ Riapertura termini 10.07.14 – 31.07.14;

# I CLUB DI PRODOTTO

**DGR X/775 dell'11 ottobre 2013 - Varese**

**DGR X/1589 del 29 marzo 2014 - Lodi**

**DGR X/1655 dell'11 aprile 2014 - Lecco**

**DGR X/ 1692 del 17 aprile 2014 - Bergamo**

# Stato di avanzamento

- ✓ **Club di prodotto Varese** (1,050 mln € di cui 300.000 RL):  
8 progetti in fase di realizzazione
  
- ✓ **Club di prodotto Lodi** (300.000 € di cui 200.000 RL):
  - ✓ Dal 15 aprile al 31 maggio 2014: Fase 1: presentazione idee progettuali
  - ✓ Dal 1° al 30 giugno 2014: Fase 1: valutazione idee progettuali e conferma ammissione fase 2
  - ✓ Dal 1° luglio al 31 agosto 2014: Fase 2: presentazione progetti esecutivi (per ammessi a questa fase)
  - ✓ Dal 1° al 30 settembre 2014: Fase 2: valutazione progetti esecutivi e conferma ammissibilità a contribuzione
  
- ✓ **Club di prodotto Bergamo** (300.000 € di cui 200.000 RL):
  - ✓ Dal 15 maggio al 30 giugno 2014: Fase 1: presentazione idee progettuali
  - ✓ Dal 1° luglio al 15 settembre 2014: Fase 1: valutazione idee progettuali e conferma ammissione fase 2
  - ✓ Dal 1° ottobre al 10 novembre 2014: Fase 2: presentazione progetti esecutivi (per ammessi a questa fase)
  - ✓ Dal 15 novembre al 15 dicembre 2014 : Fase 2: valutazione progetti esecutivi e conferma ammissibilità a contribuzione

# Stato di avanzamento

- ✓ **Club di prodotto Lecco (210.000 € di cui 140.000 RL):**
  - ✓ Dal 15 maggio al 30 giugno 2014: Fase 1: presentazione idee progettuali
  - ✓ Dal 1° luglio al 15 settembre 2014: Fase 1: valutazione idee progettuali e conferma ammissione fase 2
  - ✓ Dal 30 settembre al 15 novembre 2014: Fase 2: presentazione progetti esecutivi (per ammessi a questa fase)
  - ✓ Dal 15 novembre al 15 dicembre 2014 : Fase 2: valutazione progetti esecutivi e conferma ammissibilità a contribuzione

# Programmazione Comunitaria POR FESR 2014-20

(DGR 1916/2014)

## ASSE PRIORITARIO II: Competitività dei Sistemi produttivi

### OBIETTIVO SPECIFICO II.3.a.1 - Nascita e consolidamento delle micro, piccole e medie imprese

#### Azione II.3.b.2.2 – Sostegno ai processi di aggregazione e integrazione tra imprese nella costituzione di un prodotto integrato nelle destinazioni turistiche

Promuovere prodotti turistici coerenti con il posizionamento strategico di Regione Lombardia, che sperimentino modelli innovativi di prodotto/servizio/processo/organizzazione .

#### Azione II.3.b.2.3 – Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa

Saranno **finanziati** investimenti strutturali, beni materiali e nuove tecnologie per la qualificazione del contesto urbano a supporto dell'attrattività turistica e commerciale, interventi per la promozione, l'accoglienza e iniziative per il marketing e la fidelizzazione di turisti e clienti.

**DOTAZIONE FINANZIARIA DELL'ASSE € 290.000.000**

# POR FSE 2014-2020

(DGR n. 1940/2014)

### **Azione 10.4.3 - Interventi formativi per elevare le competenze a rafforzamento dell'ambiente, della cultura e del turismo)**

Con questa Azione si intendono promuovere percorsi formativi, anche innovativi, in ambito energia, turismo, cultura e ambiente.

**Target group:** Lavoratori, disoccupati e inoccupati

**Beneficiari:** Imprese, enti accreditati

**Territorio:** Lombardia

# Programma di promozione turistica della Lombardia

Anno 2014 - 2015

## PARTECIPAZIONE A FIERE TURISTICHE 2014

Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
14-19 VAKANTIEBEURS (Utrecht)	6/10 SALON DES VACANCES (Bruxelles)	5-9 ITB (Berlino)	3 -6 GITANDO ALL (Vicenza)	20-22 IMEX (Francoforte)	
16-19 GOLF & WELLNESS REISEN (Stoccarda)	13-15 BIT (Rho)	19-22 MITT (Mosca)	6-9 VINITALY (Verona)	30/5-1/6 100 CITTÀ D'ARTE (Bologna)	
30/1- 3/2 GOLF MESSE (Zurigo)	19-23 F.RE.E (Monaco)	20-23 TUR (Goteborg)		23 - 25 SPORT SHOW (Brescia)	
		14-16 SALON DU GOLF (Parigi)			
		28-30 SALON DES RANDONNEES (Parigi)			

## PARTECIPAZIONE A FIERE TURISTICHE 2014

Luglio	Agosto	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
	27-30 EUROBIKE (Friedrichshafen)	19-21 WTE (Padova)	9-11 TTI (Rimini)	29/10-2/11 METRO SKI SNOWBOARD SHOW (Londra)	1-4 ILTM (Cannes)
		26-27 NO FRILLS (Bergamo)	9-11 THERMALIA (Rimini)	3-6 WTM (Londra)	
			10-12 ALTA QUOTA (Bergamo)	27-29 TOUR & TRAVEL (Varsavia)	
			14-16 IMEX (Las Vegas)	18-20 EIBTM (Barcellona)	
			23-27 SALONE DEL GUSTO (Torino)		
			27-30 IGTM (Cernobbio)		
			30/10-2/11 SKI PASS (Modena)		

# I NUMERI DI BIT 2014

- 3.600 Operatori aziende partecipanti a 70 eventi
- 1000 buyers provenienti da 100 Paesi dai cinque continenti
- 62.000 visitatori
- 2.000 hosted buyer internazionali
- 20.400 business match direttamente agli stand (il **5% in più** dello scorso anno)
- nuovo concept **Business to Business** che ha riscosso grande consenso tra gli operatori della domanda e dell'offerta.
- 51 operatori seller lombardi per l'incontro con i buyers internazionali.
- 25 postazioni/reception per le 12 Province lombarde;
- 1 area reception per la nostra Direzione generale (con materiale delle altre DG) – La DG Famiglia con Sportello vacanze Disabili, Trenord ed. Explora

# ADP 2014

## ASSE 2 PROMOZIONE TURISTICA

### CCIAA BERGAMO

1. NO FRILLS – settembre 2014
2. TURISMO RELIGIOSO febbraio-agosto 2014
3. WORKSHOP ITINERANTE EUROPA febbraio – giugno 2014
4. PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE IN ASIA: NATAS HOLIDAY 2014

### CCIAA DI BRESCIA

LAGHI DI LOMBARDIA 2014

### CCIAA DI COMO

TTT- TOURISM THINK TANK 2014

### CCIAA DI CREMONA

TURISMO MUSICALE 2014

### CCIAA DI MILANO/EXPLORA

1. FORMAZIONE DEGLI OPERATORI RICETTIVITÀ MILANESE IN VISTA DI EXPO 2015
2. ACCOGLIENZA DELEGAZIONI TURISTICHE ESTERE

### CCIAA DI MANTOVA

PROMOZIONE SITI UNESCO

# PROMOZIONE TURISTICA 2015

## ☐ MERCATO TURISTICO IN ITALIA

Nella graduatoria 2013 delle destinazioni turistiche mondiali più frequentate l'Italia si colloca al 5° posto per gli arrivi internazionali e al 6° posto per gli introiti valutari.

## ☐ MERCATO TURISTICO IN LOMBARDIA

Il flusso complessivo di turisti italiani e stranieri in Lombardia, nonostante la perdurante crisi economica, ha registrato un trend leggermente positivo.

## ☐ STRATEGIA

Regione Lombardia per il 2015, a seguito del Nuovo Posizionamento strategico per il turismo, che individua nove macro aree tematiche prioritarie (**Arte & cultura, Enogastronomia e food experience, Natura e green, Sport e turismo attivo, Fashion, design, artigianato & shopping, Terme & benessere, Musica, teatro & spettacolo, Business, Turismo religioso**) intende promuovere l'offerta turistica sui mercati nazionale e internazionale anche in vista di Expo basato sulla costruzione di prodotti per un turismo "esperienziale" modulato sulle esigenze dell'ospite.

# LINEE DI INTERVENTO

## ❑ MANIFESTAZIONI ED EVENTI TURISTICI

Partecipazione alle principali fiere nei seguenti paesi: Italia, Olanda, Spagna, Belgio, Germania, Svezia, Francia, Regno Unito, Polonia, - Israele, Turchia, Cina, Russia (Bit, Altaquota, Skipass, TTI, Wte, Mitt, ITB, WTM....)

## ❑ EDUCATIONAL TOUR, WORKSHOP, EVENTI

Realizzazione di un programma di educational tour, press trip e di workshop e road show, in collaborazione con Province, autonomie locali, CC.I.AA. e gli altri soggetti pubblici e privati appartenenti anche ai Sistemi Turistici lombardi.

## ❑ ATTIVITÀ EDITORIALI E CO-MARKETING

Realizzazione di materiale promozionale con particolare attenzione ai mercati di riferimento. Partnership con operatori privati, compagnie aeree, ferroviarie, associazioni e fondazioni (FAI, Eataly ) per sviluppare azioni di visibilità

## ❑ COMUNICAZIONE

Azioni di comunicazione a supporto della presenza degli operatori alle iniziative fieristiche - Campagne di visibilità del prodotto turistico lombardo - Promozione web/social in sinergia con Explora.

## ❑ COLLABORAZIONI

Le iniziative di promozione verranno realizzate attivando collaborazioni con la nuova Agenzia per il turismo (Enit), con le CCIAA e sarà garantita la sinergia con le azioni del piano marketing della società **Explora**.

Collaborazione con le Direzioni Generali, gli operatori, le associazioni di categoria, i consorzi, il sistema fieristico lombardo, le Province lombarde, il Sistema camerale, Sistemi Turistici e Comune di Milano.