

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 2838 del 30 dicembre 2013

Disciplina d'uso del marchio turistico regionale "Veneto tra la terra e il cielo" all'estero. Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11, art. 5 comma 2. Deliberazione della Giunta regionale del 18 ottobre 2004, n. 2679.

[Turismo]

Note per la trasparenza:

Con riferimento al programma delle attività di promozione e comunicazione della Regione del Veneto all'estero e alla legge regionale 14 giugno 2013 n. 11, art. 5 comma 2, si prevede che al marchio turistico regionale "Veneto tra la terra e il cielo" venga affiancato il termine "Italia".

L'Assessore Marino Finozzi riferisce quanto segue.

Nell'ambito delle funzioni e competenze proprie, la Giunta regionale ha ritenuto opportuno avviare un processo di forte rinnovamento nella promozione unitaria e nella valorizzazione dell'offerta turistica del territorio del Veneto, abbandonando così la logica degli interventi parziali, spesso non coordinati e non inseriti in un disegno strategico in termini di aree di mercato, di temporalità delle iniziative, di mezzi di comunicazione, di equilibri dei comparti.

In attuazione di questo processo innovativo, con provvedimento n. 2679/2004 è stata indetta una procedura di gara per pubblico incanto, ai sensi dell'art. 6 comma 1 lett. a) del D.Lgs n. 157/1995, per l'affidamento del servizio di ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione integrata per la promozione dell'immagine turistica del Veneto.

In seguito all'espletamento della gara, con decreto dirigenziale n. 27/2005, la medesima è stata aggiudicata in via definitiva al raggruppamento temporaneo di imprese composto da Fabrica S.p.A., capogruppo, Poster Pblcity Italy S.r.l., Creative Mode S.r.l., Touring Editore S.r.l..

Successivamente, una volta espletate le verifiche di rito, in data 19 maggio 2005 è stato stipulato tra la Regione e Fabrica ATI il contratto d'appalto.

In esecuzione del contratto e dell'articolo 3 del capitolato d'onere, che richiedeva l'individuazione di una "cifra stilistica" caratterizzante il Veneto come prodotto turistico, nell'ambito della strategia di comunicazione coordinata oggetto di gara, l'ATI aggiudicataria ha presentato gli esecutivi del marchio ed il relativo manuale d'uso.

Con successivo provvedimento n. 3049/2005, la Giunta regionale ha approvato il marchio "Veneto tra la terra e il cielo" quale unico marchio turistico regionale a cui ricondurre l'intero prodotto turistico offerto dal Veneto ed il relativo manuale d'uso, quest'ultimo modificato secondo quanto stabilito dalla deliberazione della Giunta regionale n. 3462/2002.

La medesima deliberazione n. 3049/2005 definisce, inoltre, l'elenco dei soggetti autorizzati ad utilizzare il marchio per la produzione del materiale turistico-promozionale e, più dettagliatamente, approva che lo stesso possa essere utilizzato, oltre che dalla Regione, anche dalle seguenti amministrazioni pubbliche e gli altri soggetti operanti nel settore del turismo: Province, Comuni, Comunità montane, Strutture associate di promozione turistica, Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura, Associazioni pro loco, Associazioni delle strade dei vini e dei prodotti tipici di cui alla legge regionale n. 17/2000 e Consorzi di tutela delle denominazioni dei prodotti agroalimentari.

Nel corso degli ultimi anni anche da parte dei soggetti privati operanti all'interno del sistema dell'offerta turistica veneta è emerso l'interesse all'utilizzo del marchio per cui, dopo opportuni approfondimenti della questione, la Giunta regionale, ritenendo che l'utilizzo del marchio da parte di questi ultimi soggetti sia coerente con il progetto di comunicazione integrata del sistema turistico veneto e ritenendo che ciò contribuisca ulteriormente a creare nel turista la consapevolezza di un collegamento tra marchio ed offerta turistica veneta nelle sue varie specificità settoriali, con provvedimento n. 2382/2006 ha stabilito che il marchio turistico regionale possa essere utilizzato per la produzione di materiale turistico e promozionale anche dagli operatori che svolgano le attività previste e disciplinate dalla legge regionale n. 33/2002, dagli operatori che svolgano attività nella filiera del turismo e dagli operatori che svolgano le attività di cui all'articolo 2 della legge regionale 18 aprile 1997, n. 9 (attività agrituristiche).

Proprio in virtù del forte impatto promozionale e identificativo del territorio veneto che ha avuto il marchio regionale ed in seguito alle richieste pervenute da parte dei diversi operatori del settore, con il provvedimento n. 2642/2008, vista la necessità di creare nuove sinergie tra le attività di promozione delle risorse turistiche e di quelle riguardanti le produzioni agroalimentari, con particolare riferimento ai prodotti agricoli ed agroalimentari di qualità certificata, nonché di favorire le modalità di fruizione integrata del territorio in chiave turistica, enogastronomica, culturale e naturalistica, è stata approvata l'estensione dell'uso del marchio turistico regionale anche alle organizzazioni di produttori agricoli, ai produttori agricoli singoli e associati, alle imprese di trasformazione, alle imprese di trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli e agroalimentari.

Successivamente, ma sempre nell'ottica di rendere più efficace e significativa l'immagine complessiva del marchio turistico, con provvedimento n. 1980/2007 la Giunta regionale ha approvato l'aggiunta, sotto la dicitura "Veneto tra terra e cielo" e comunque fuori dall'outline del marchio, della denominazione del portale turistico regionale www.veneto.to,

Nel corso degli anni, quindi, il marchio ha via via contraddistinto il materiale promozionale, informativo e comunicativo realizzato dalla Regione e dai soggetti operanti nel settore turistico, delle strade del vino e dei prodotti tipici e dei consorzi di tutela delle denominazioni, delle manifestazioni e degli eventi realizzati sia in Italia che all'estero, diventando di fatto una sorta di "motivo conduttore" in grado di suscitare nel turista/consumatore un effetto di "riconoscimento" e di immediata identificazione del marchio con il Veneto e con tutte le sue espressioni.

Proprio in virtù del successo riscontrato del marchio ed al raggiungimento davvero positivo della diffusione del medesimo, in una fase di utilizzazione più matura è stata evidenziata, sia da parte dell'Amministrazione regionale che dagli operatori del settore, l'opportunità di aggiungere al marchio, a sinistra dell'immagine del leone e comunque fuori dall'outline del marchio stesso, la dicitura "Italia", secondo lo schema allegato A al presente provvedimento, di cui costituisce parte integrante e sostanziale, al fine di rendere più incisiva e, nello stesso tempo, più operativa e funzionale, la percezione del messaggio turistico veneto nella potenziale utenza turistica estera.

Lo stesso articolo 5 della legge regionale 14 giugno 2013 n. 11, prevedendo che la Regione adotti una politica di sviluppo e promozione del "Veneto" come rappresentazione unitaria dei valori distintivi regionali che ricomprendono e rafforzano le diverse identità di territorio, prodotto e destinazione, per fornire

al turista un'immagine unica dell'offerta turistica e culturale regionale, sancisce, al comma 2 dell'articolo 5, che nei mercati esteri il marchio "Veneto" sia sempre affiancato dalla indicazione "Italia".

Ne consegue la necessità di procedere ad aggiungere fuori dall'outline del marchio esistente, approvato con la citata deliberazione n. 3049/2005, la scritta "Italia", fermo restando il contenuto dei citati provvedimenti della Giunta regionale n. 3049/2005 e n. 2382/2006.

Si propone infine che, per quanto attiene alla comunicazione integrata dell'immagine regionale, la direzione regionale competente in materia di turismo sia tenuta a vigilare affinché sia assicurato un corretto utilizzo del marchio, sia in Italia che all'estero, potendo prevedere strumenti di disincentivo o di penalizzazione in caso di distorto o mancato utilizzo parziale o totale del medesimo da parte dei soggetti utilizzatori individuati dal provvedimento n. 3049/2005 e dalle successive integrazioni.

Ciò posto il relatore conclude la propria relazione e propone all'approvazione della Giunta regionale il seguente provvedimento.

LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, incaricato dell'istruzione dell'argomento in questione ai sensi dell'articolo 53, quarto comma, dello Statuto, il quale dà atto che la Struttura competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione regionale e statale;

VISTA la legge regionale 14 giugno 2013, n. 11, art. 5 "Veneto marchio turistico", comma 2;

VISTA la legge regionale 4 novembre 2002, n. 33 "Testo unico delle leggi regionali in materia di turismo";

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 3462/2002 recante le direttive in ordine all'immagine coordinata della Regione del Veneto;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 2679/2004, di affidamento del servizio di ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione integrata per la promozione dell'immagine turistica della Regione del Veneto;

VIISTO il Decreto del Dirigente della Direzione Turismo n. 27/2005 di aggiudicazione della gara all'ATI Fabbrica S.p.A.;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 3049/2005 recante la disciplina dell'uso del marchio turistico regionale;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 2382/2006 recante le integrazioni alla disciplina d'uso del marchio regionale di cui alla deliberazione n. 3049/2005;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 1980/2007 recante le integrazioni alla disciplina dell'uso del marchio turistico regionale;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 2642/2008 recante l'estensione dell'uso del marchio turistico regionale agli operatori del settore agricolo e agroalimentare e a prodotti agricoli e agroalimentari di qualità certificata;

VISTA la deliberazione della Giunta regionale n. 2242/2011 che dispone il deposito per la registrazione del marchio regionale "Veneto tra la terra e il cielo" in Italia, nei paesi europei e nei mercati più importanti per il turismo regionale;

VISTA la legge regionale 10 gennaio 1997, n. 1 "Ordinamento delle funzioni e delle strutture della Regione;

delibera

1. di approvare, nei soli casi di utilizzo all'estero, l'affiancamento al marchio turistico regionale adottato con deliberazione della Giunta n. 3049 del 18 ottobre 2005 e successive integrazioni, della indicazione "Italia", tradotta ed utilizzata in lingue diverse, a seconda dei mercati di applicazione e comunque sempre nella medesima lingua utilizzata per il marchio regionale turistico;
2. di prevedere che la scritta "Italia", opportunamente declinata, sia inserita fuori dall'outline del marchio e, più precisamente, allineata a sinistra di questo, in verticale dall'alto verso il basso, in lettere maiuscole aventi carattere tipografico Univers Condensed Italic, con la stessa spaziatura, dimensione di carattere, ma con stile normale dell'indirizzo del portale turistico regionale www.veneto.to, secondo lo schema **Allegato A** al presente provvedimento, di cui costituisce parte integrante e sostanziale;
3. di prevedere che il marchio turistico regionale riportante la scritta "Italia" debba essere utilizzato dai soggetti individuati dalla deliberazione della Giunta regionale n. 2642 del 23 settembre 2008 per le finalità di informazione, comunicazione, promozione, divulgazione, valorizzazione e commercializzazione delle attività turistiche e delle produzioni del Veneto all'estero:
 - ◆ sul materiale prodotto, sia cartaceo che multimediale;
 - ◆ in occasione di eventi, fiere e manifestazioni ad esse collegate;
 - ◆ per attività a carattere promozionale e pubblicitario;
 - ◆ sui prodotti e sui relativi imballaggi e confezioni;
5. di confermare, per quanto non specificatamente previsto nel presente provvedimento, che le condizioni di utilizzo del marchio turistico regionale da utilizzare all'estero seguano le prescrizioni descritte dal "manuale d'uso" di cui all'Allegato B alla deliberazione della Giunta regionale n. 2382 del 1 agosto 2006 e successive modifiche ed integrazioni;
6. di individuare nella Direzione Promozione Turistica Integrata la struttura competente a vigilare sull'utilizzo distorto, o comunque potenzialmente lesivo, dell'immagine o del decoro della Regione, che possa essere fatto del marchio provvisto dell'integrazione "Italia";
7. di prevedere che nell'attuazione della presente deliberazione la Direzione Promozione turistica integrata operi, per quanto di competenza, in collaborazione con la Direzione Comunicazione e informazione;
8. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto a pubblicazione ai sensi degli articoli 26 e 27 del decreto legislativo 14 marzo 2013 n. 33.
9. di stabilire che il presente provvedimento non comporta oneri a carico del bilancio regionale;
10. di pubblicare il presente provvedimento nel Bollettino Ufficiale della Regione.