

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE n. 127 del 07 febbraio 2017

Programma esecutivo del Piano Turistico Annuale di promozione turistica 2017. Individuazione iniziative e programmazione operativa della partecipazione regionale a manifestazioni fieristiche, attività ad esse collegate a supporto dell'offerta turistica da effettuarsi nel 2017 nei mercati di interesse per il turismo veneto. DGR 70 del 27 gennaio 2017; Legge regionale 14 giugno 2013, n. 11.

[Turismo]

Note per la trasparenza:
Esecuzione PTA - Piano Turistico Annuale. Programma di iniziative e partecipazione a manifestazioni ed eventi di promozione commercializzazione del settore turistico in Italia e all'estero. Importo di spesa previsto euro 504.952,00.

L'Assessore Federico Caner riferisce quanto segue.

L'art. 7 della Legge regionale n. 11 del 14 giugno 2013 "Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto" stabilisce che la Giunta regionale approvi, sentita la competente commissione consiliare, il Piano Turistico annuale. Il piano, a seguito del parere favorevole espresso dalla terza Commissione consiliare in data 17 gennaio 2017 è stato approvato con deliberazione di Giunta n. 70 del 27 gennaio 2017.

Il piano turistico annuale ha quindi individuato gli interventi regionali, prevedendo:

- a. gli interventi regionali per incrementare la conoscenza della domanda e dell'offerta turistica;
- b. le azioni per la promozione, valorizzazione e qualificazione delle risorse turistiche;
- c. le iniziative per lo sviluppo dei prodotti turistici e della gamma di offerta delle destinazioni turistiche;
- d. le disponibilità complessive di spesa per l'attuazione del piano e i criteri di allocazione delle risorse;
- e. il monitoraggio delle attività svolte e la valutazione della loro efficacia;
- f. la verifica dell'andamento occupazionale del settore;
- g. le linee di azione, i riferimenti programmatici e gli ambiti di operatività a cui devono fare riferimento gli enti locali.

Il piano è lo strumento di pianificazione delle strategie regionali di medio-lungo periodo per lo sviluppo economico sostenibile del turismo.

In esso si individuano:

- a. il quadro dell'offerta turistica, delle risorse turistiche regionali e l'analisi della domanda e delle previsioni sull'evoluzione delle potenzialità turistiche;
- b. gli obiettivi e le strategie dell'attività regionale, da attuarsi anche mediante piani strategici;
- c. le linee di intervento in relazione alle risorse per lo sviluppo dell'offerta turistica regionale e l'incremento dei flussi di domanda turistica in Italia e all'estero;
- d. la definizione delle misure necessarie a migliorare la qualità e la competitività delle imprese e dei prodotti turistici;
- e. i criteri per la valutazione dell'impatto sulle risorse e le misure per la protezione delle stesse;
- f. gli strumenti per la valutazione dei risultati economici, sia in termini qualitativi che quantitativi;
- g. gli strumenti per la valutazione dei risultati occupazionali, sia in termini qualitativi che quantitativi.

Il turismo internazionale, grazie all'avvento e al diffondersi dell'utilizzo di internet e delle ICT applicate al turismo, all'abbattimento delle barriere geo-politiche e alla forte riduzione dei costi di trasporto con l'affermarsi dei voli "low-cost" è divenuto uno dei settori trainanti dell'economia mondiale con uno sviluppo esponenziale negli ultimi anni e si prevede (dati UNWTO) che la tendenza alla crescita del fenomeno turistico continuerà anche nei prossimi decenni.

In tale contesto di crescita intercettare i flussi turistici, sia quelli consolidatisi nel tempo che quelli legati a nuovi mercati della domanda, richiede da parte delle destinazioni turistiche, come il Veneto, un sempre maggiore grado di competitività soprattutto sul piano della promozione e della commercializzazione con l'obiettivo di consolidare e ove possibile accrescere, il ruolo di regione leader nel contesto italiano ed internazionale con circa 17 milioni di arrivi e più di 63 milioni di presenze, circa un

quarto del turismo internazionale in Italia, sesta regione in Europa per presenze.

A fronte di queste performances vanno però evidenziate alcune criticità, così come evidenziato nel Piano Turistico Annuale approvato per il corrente esercizio, di cui è necessario tener conto al fine di fronteggiarle attraverso appropriate strategie di intervento. Nelle prime 10 destinazioni venete si concentrano oltre il 66 per cento delle presenze turistiche, nelle prime 20 più dell'80 per cento, vi è quindi la necessità di diversificare la scelta delle destinazioni evitando il concentrarsi in poche di esse alcune delle quali ormai giunte alla saturazione del mercato con un forte rischio di stagnazione o di declino. Occorre quindi una *vision* più moderna orientata a strategie di *Destination Management* che consentano di gestire con un approccio integrato la costruzione di prodotti turistici di qualità, a carattere innovativo, anche trasversali rispetto ai tematismi territoriali accompagnata da azioni di *destination marketing* che operino il necessario collegamento tra destinazione e domanda di mercato con lo sviluppo di prodotti e servizi integrati ad alto valore aggiunto rivolti anche a segmenti emergenti della domanda o a trend che si vanno consolidando.

L'offerta turistica di cui dispone il Veneto è molto ampia e in tal senso questo è sicuramente un vantaggio ma se non gestita opportunamente può rappresentare anche un limite in termini di promozione, perché rende più complessa e difficile la valorizzazione di un marchio unico come Veneto regione turistica, strategia che nell'ultimo decennio è stata perseguita attraverso azioni di promozione dell'immagine turistica unitaria declinate nel logotipo "Veneto tra la Terra e il Cielo".

E' evidente che la componente fondamentale della strategia turistica rimane certamente il territorio, che deve però essere considerato in termini dinamici, come un elemento del "prodotto" turistico e come tale deve essere interpretato come "elemento competitivo naturale" nella sue diversificate forme (mare, montagna, città d'arte, terme, lago, parchi, ecc.).

La rivisitazione strategica tiene quindi conto delle mutate esigenze di mercato che sempre più punta le sue scelte su destinazioni turistiche in grado di offrire vacanze che siano anche ricerca di esperienza ma sempre più supportata da servizi che consentano al "nuovo" turista di organizzarsi in modo consapevole, informato e in piena autonomia.

Riprendendo quindi quanto stabilito nel PTA regionale ed in particolare gli obiettivi di aumentare la competitività complessiva del sistema turistico veneto attraverso l'incremento del numero di arrivi e presenze turistiche nelle destinazioni turistiche venete e conseguentemente all'aumento dei livelli di occupazione, per quanto di competenza del presente atto, in ottemperanza alle indicazioni stabilite dal piano, si intendono declinare le azioni operative volte a:

- incrementare la promozione di prodotti turistici a carattere innovativo anche attraverso il sostegno economico delle reti di imprese e dei club di prodotto;
- realizzare le attività di marketing e commercializzazione dell'offerta turistica veneta da parte degli operatori turistici veneti presso i principali mercati di riferimento della domanda turistica, allo scopo di consolidare le relazioni commerciali nei mercati "tradizionali" e sviluppare la presenza nei mercati nuovi o in fase di crescita;
- promuovere l'immagine turistica del Veneto attraverso attività di comunicazione istituzionale (mezzi televisivi, carta stampata, social);
- coordinare e supportare le iniziative di promozione locale delle destinazioni turistiche.

In tale contesto le azioni che si vanno ad individuare con il presente atto riguardano iniziative rivolte prevalentemente agli operatori del settore turistico, sui mercati-obiettivo per le aree di mercato più importanti per il turismo veneto, secondo gli obiettivi precedentemente definiti.

Si tratta quindi di azioni a carattere trasversale non destinate a specifiche aree di mercato, dirette prevalentemente verso il turista, sia a livello locale che nazionale/internazionale, interessando in modo generale tutta l'offerta turistica del Veneto.

Nella fattispecie si punta a realizzare la partecipazione a manifestazioni fieristiche, workshop, business to business, business to consumer, nonché ad organizzare famtrip ed eductour rivolti a media, opinion leader e soprattutto buyer e network, interessati al mercato turistico veneto ma nel contempo si cercherà di realizzare un insieme di attività, anche nuove, come per esempio i photowalk e i blog tour che facciano sistema tra loro in modo da cogliere l'opportunità di promozione del territorio ampiamente inteso, proponendo tutte le eccellenze produttive del Veneto e sfruttando al meglio le sinergie tra mondo produttivo tradizionale e mondo turistico che di fatto costituiscono il sistema economico regionale. In questa filosofia rientra l'integrazione tra proposta turistica e marketing territoriale sublimando in esso ciò che meglio rappresenta l'immagine del Veneto dove eccellenze eno-gastronomiche, industria manifatturiera, produzioni di lusso, cultura e arte, sport e benessere sono solo alcuni degli aspetti per i quali l'occasione della promozione turistica si offre per promuovere un unicum di offerta territoriale.

Strategico da questo punto vista sarà lo sviluppo che potrà avvenire nei prossimi mesi che riguarderà la realizzazione di unico sistema DMS il Destination Management System che consentirà l'interscambio delle informazioni e l'interoperabilità fra uffici IAT e Regione e tra i siti di destinazione e il sito regionale www.veneto.eu, garantendo così la migliore fruizione delle strutture ricettive, dei trasporti e dell'offerta complessiva delle risorse turistiche e della gamma di prodotti turistici rinvenibile

nell'intero territorio veneto. Infatti il "Destination Management System" costituirà la nuova piattaforma unitaria, messa a disposizione di uffici IAT, OGD e Consorzi di imprese, e consentirà alle destinazioni turistiche venete e alla stessa Regione di gestire la promozione di eventi, nonché le attività di *booking* e *dynamic packaging* sui rispettivi siti web e portali di destinazione.

Di seguito si elencano una serie di manifestazioni ed eventi che si ritiene utile ricomprendere nella programmazione regionale subordinando l'effettiva partecipazione alla dimensione delle risorse disponibili.

In ragione quindi dei mercati di riferimento individuati dal PTA, la Regione Veneto intende partecipare ai principali eventi fieristici nazionali ed esteri. Con riferimento al mercato internazionale nord europeo il Veneto guarda da sempre con grandissima attenzione al mercato di lingua tedesca; si conferma pertanto l'interesse a partecipare, come per gli anni passati, ai principali eventi fieristici che avranno svolgimento in Germania. Tra questi si individua prioritariamente la partecipazione alla ITB di Berlino, la Borsa internazionale del turismo tra le più importanti d'Europa e alla FREE di Monaco di Baviera. Per quanto riguarda quest'area mercato nell'ambito della promozione dei cd. club di prodotto, per il settore MICE, si conferma l'interesse a partecipare ad IMEX di Francoforte, la manifestazione fieristica dedicata al settore meeting e congressi a livello mondiale. Sempre per restare nell'ambito della promozione dei prodotti viene programmata per il settore cicloturismo la presenza ad EUROBIKE a Friedrichshafen - Germania e a Ferien-Messe di Vienna - Austria. Questi due mercati hanno tra i loro principali consumatori turisti che privilegiano la vacanza che consenta loro l'utilizzo ludico della bicicletta come mezzo per una fruizione *slow* del tempo libero. Infine si individua la partecipazione a CMT di Stoccarda - Germania in quanto rappresenta la più importante manifestazione dedicata al caravanning al gamping e al e motoring tourism.

Per quanto riguarda il Nord Europa le principali manifestazioni dove trovano ospitalità le proposte di tutto il mondo e che riscuotono interesse anche ai fini del presente atto, si segnala la partecipazione al WTM - World Travel Market di Londra - Gran Bretagna, il più importante evento fieristico europeo, al SMT - Salon Mondial du Tourisme di Parigi - Francia.

Altre iniziative non eminentemente fieristiche interessanti il mercato scandinavo tra quelle organizzate da soggetti specializzati e in possesso di una comprovata esperienza di marketing su questo mercato potranno essere oggetto di valutazione in particolare prevedendo attività di promozione mirate e organizzate con la condivisione economica degli operatori interessati come ad esempio workshop finalizzati all'incontro di buyer provenienti da quell'area e seller veneti.

A tal fine è ormai esperienza acquisita attivare per tempo le strutture regionali nella scelta delle fiere alle quali la Giunta regionale intende partecipare e ciò in quanto la conoscenza, per tempo, di tali eventi produce vantaggi sia agli operatori economici che alle attività amministrative.

Va infatti rilevato che la possibilità di conoscere con sufficiente anticipo rispetto alle date degli eventi la partecipazione o meno della Regione, consente agli operatori turistici, singoli ed associati, di programmare la propria attività, pianificare le loro partecipazioni, organizzare l'impresa in termini di materiale documentale, lingue, ecc. nell'affrontare i nuovi mercati e i nuovi turisti. E ciò è ancora più importante se si considera che la Giunta regionale da alcuni anni, ha abbandonato la partecipazione meramente istituzionale alle fiere, indirizzandosi invece verso quelle manifestazioni ove è preponderante l'aspetto della commercializzazione e del contatto diretto fra seller veneti e buyer nazionali ed internazionali, dove la Regione opera di concerto con il privato e crea le condizioni per lo sviluppo delle attività commerciali.

Dall'altro lato la pianificazione per tempo delle fiere a cui la Regione sarà presente, consente di acquisire gli spazi espositivi ad un prezzo più vantaggioso rispetto a quando tale scelta è operata a "ridosso delle date"; consente altresì di poter scegliere la migliore localizzazione all'interno dei padiglioni in termini di passaggio dei visitatori, di disposizione dell'area espositiva, di organizzazione dei servizi.

Inoltre per tempo è possibile attivare le procedure di selezione dei progetti per l'allestimento espositivo e per la realizzazione di quelle azioni collaterali alla presenza in fiera che si rendono spesso necessarie per "tesaurizzare" e molto spesso concretizzare i contatti svolti in fiera: workshop, incontri istituzionali con le autorità locali, presentazione dei prodotti agroalimentari di qualità, eventi culturali, che proseguono ed intensificano i contatti fra seller veneti e T.O., agenzie di viaggio, operatori economici dei mercati di riferimento.

In considerazione delle nuove disposizioni in termini di bilancio, e pertanto in funzione delle attuali disponibilità sia di cassa che di competenze dei capitoli afferenti al PTA 2017, si rende necessario, tra le manifestazioni indicate sopra, autorizzare la partecipazione a quelle di prossima realizzazione ritenute di notevole importanza per la promozione dell'offerta turistica nei mercati internazionali e per le quali è già intervenuta una manifestazione di interesse alla partecipazione da parte degli operatori veneti.

Per i criteri di selezione dei seller si farà riferimento ai medesimi già approvati con dgr 1708/2016 per la partecipazione alla ITB di Berlino.

Per le considerazioni sopra esposte e al fine di dare tempestiva informazione agli operatori veneti, si propone di autorizzare la partecipazione in forma autonoma, alle seguenti manifestazioni:

- TTG Incontri -Salone internazionale del Turismo - in programma a Rimini dal 12 al 14 ottobre 2017,
- WTM - World Trade Market - in programma a Londra dal 6 al 8 Novembre 2017,

Eventi che, per i termini di realizzazione, devono essere pianificati e programmati con il presente provvedimento per consentire, tra l'altro, l'esecuzione operativa da parte della competente Struttura tecnica in ordine alla individuazione degli spazi e delle attività di coordinamento della presenza del Veneto agli eventi indicati.

La partecipazione regionale alle manifestazioni fieristiche seguirà l'impostazione già tracciata negli anni più recenti, quella cioè di un forte orientamento alla commercializzazione dei prodotti turistici, con spazi espositivi destinati in prevalenza alle imprese venete, che partecipano comunque, anche se in misura minore rispetto ad una presenza individuale, e in proporzione allo spazio assegnato, ai costi di realizzazione dello stand regionale. Verrà pertanto richiesta agli operatori veneti la corresponsione di una quota di partecipazione a titolo di mero rimborso per le spese sostenute stabilita: per la partecipazione al WTM di Londra euro 1.000,00 per la disponibilità di un desk personalizzato e di un'agenda di appuntamenti prestabilita; euro 600,00 per la disponibilità di un tavolo-contrattazioni e per un'agenda di appuntamenti prestabilita. Per la partecipazione al TTG di Rimini euro 800,00 per un desk personalizzato e un'agenda appuntamenti prestabilita. Tali quote che saranno introitate direttamente dalla Regione, sono proporzionali al valore delle manifestazioni e appaiono in linea con i costi generalmente applicati dall'ENIT.

Per la manifestazione WTM di Londra si prevede uno stand regionale con un'area espositiva di mq 108, per un importo stimato totale in base ai listini di 45.701,76 Sterline, pari al cambio in data 19 gennaio a euro 52.830,00 più euro 11.622,00 di IVA per un totale complessivo euro 64.452,00, somma che potrà tuttavia subire delle variazioni in relazione al cambio in vigore al momento dell'adozione dell'atto di impegno della spesa. All'interno dello stand verranno ospitati non più di 40 operatori turistici veneti.

Per la partecipazione al TTG Incontri di Rimini è prevista l'acquisizione di un'area di mq 250 e relativi servizi per un costo totale massimo di euro 120.000,00. All'interno dello stand, in base al regolamento della Fiera, verranno ospitati non più di 40 operatori veneti. La quota per il plateatico del TTG di Rimini comprende anche l'acquisto di un'agenda appuntamenti dedicata alle imprese venete accreditate. Si fa peraltro presente che rispetto alla partecipazione al WTM il maggior costo degli spazi espositivi per ogni singolo operatore presente al TTG, è determinato dal fatto che in base al regolamento di partecipazione del TTG lo spazio destinato ad ospitare la corrispondente postazione è molto più ampio determinando, a parità di operatori, maggiori costi di acquisto del plateatico.

Negli spazi espositivi acquisiti saranno realizzati degli stand aventi un'immagine coordinata con un forte richiamo di unitarietà e di rilievo alle principali destinazioni turistiche del Veneto anche con l'utilizzo di supporti multimediali, con la Regione che manterrà il coordinamento complessivo dello stand e un punto informativo e di promozione generale del territorio veneto.

Per l'acquisizione di beni e servizi necessari alla completa realizzazione delle iniziative sopra indicate e per le attività collaterali necessarie ad integrare e rendere maggiormente proficua la partecipazione regionale all'evento, compreso l'utilizzo di supporti multimediali l'Unità Organizzativa competente è tenuta ad acquisirli secondo le procedure di selezione previste dal nuovo codice degli appalti approvato con D.lgs n. 50 del 18 aprile 2016, ricorrendo, ai sensi dell' articolo 36 comma 2 lettera b, all'affidamento mediante procedura negoziata con l'applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo attribuendo rispettivamente un peso pari a 80/20.

Per tali attività si ritiene di riservare un importo di euro 155.000,00 che in linea di massima si prevede suddiviso in euro 105.000,00 per lo stand al WTM di Londra, ed euro 50.000,00 per quello al TTG di Rimini.

Oltre alle manifestazioni segnalate viene con il presente atto richiamata la necessità di ampliare la gamma delle opportunità turistiche e delle occasioni di soggiorno in Veneto, con prodotti e offerte diversificate ed innovative che rispondano alle esigenze di diversi segmenti della domanda. Uno di questi è rappresentato dal mototurismo, prodotto che da anni viene promosso nell'ambito della manifestazione Motorbike Expo di Verona, alla quale la Regione ha partecipato con continuità e successo di pubblico alle passate sei edizioni. Un segmento turistico in forte crescita negli ultimi anni, come dimostra il successo delle manifestazioni fieristiche di settore, che registrano ogni anno una sempre maggiore affluenza di visitatori. Il motociclismo coinvolge soprattutto un turista con un'elevata capacità di spesa, interessato ad un'offerta turistica ben organizzata e di qualità che caratterizza il sistema turistico e ricettivo del Veneto. Anche per il 2017 si propone pertanto di mantenere la collaborazione con la Fiera di Verona che prevede a questo riguardo un programma di iniziative non frazionabile in grado di assicurare per l'intero esercizio la promozione settoriale del prodotto individuato.

Lo scopo è quello presentare l'offerta di proposte d'itinerari adatti al moto turista collegati a specifici pacchetti turistici predisposti dai consorzi di commercializzazione turistica. Tale programma, oltre a comprendere la partecipazione alla

manifestazione fieristica "Motor Bike Expo", prevede la presentazione dell'offerta nelle fiere internazionali dedicate al settore del mototurismo e in occasione dei principali eventi motociclistici europei, ai quali l'Ente Fiere di Verona assicurerà in nome e per conto della Regione Veneto la sua presenza predisponendo appositi corner informativi, presidiati da loro personale appositamente formato e in possesso dei requisiti linguistici necessari. La Regione Veneto in questo modo parteciperà per tutta la durata del corrente anno ai seguenti eventi: "Custom Show Emirates" - Abu Dhabi, "European Bike Festival" di Saint Tropez (F), " Cafe Racer Festival" di Parigi, "European Bike Week" di Faaker See (A) e "Glemseck 101" di Stoccarda (D).

La Regione intendendo quindi confermare il suo interesse verso i nuovi target, quale quello degli appassionati del turismo sportivo e del mototurismo, accoglie la proposta formulata da Verona Fiere relativa alla partecipazione della Regione alle sei iniziative sopra indicate nel circuito delle manifestazioni internazionali per una spesa complessiva di euro 65.000,00, IVA inclusa.

Il Veneto è una regione ad alta vocazione cicloturistica, con un numero sempre maggiore di turisti che desiderano scoprire il territorio veneto ricercando la dimensione lenta, ludica e leggera della vacanza, con un elevato ritorno economico per gli operatori del turismo sempre più numerosi che offrono prodotti appositamente ideati per questa tipologia di turista. La regione si è infatti dotata di un progetto complessivo denominato Veneto Bike, nell'ambito del quale sono stati strategicamente individuati per il turista slow, provvedendo anche alla segnaletica stradale, quattro itinerari con percorrenza settimanale e sette escursioni giornaliere per oltre mille chilometri di percorsi. È stata, poi, promossa la versione più sportiva per gli appassionati di mountain bike e di road bike sui sentieri e sui tracciati delle grandi corse ciclistiche. Da rilevare che forte interesse al settore viene espresso da Enti e Gruppi di Azione Locale che si inseriscono con le loro iniziative nella Rete Escursionistica Veneta. Da alcuni anni pertanto la regione è impegnata alla promozione delle proprie opportunità turistiche in questo settore anche attraverso la partecipazione a due tra le più importanti manifestazioni che si svolgono nel veneto e che sono diventate un punto di riferimento per il mercato : Cosmo Bike di Verona con carattere prettamente fieristico e EXPOBICI experience che si svolge nei Colli Euganei e maggiormente rivolta agli appassionati della bicicletta. Con il presente provvedimento si propone di partecipare come nel 2016 anche alle edizioni 2017 di CosmoBike organizzata da Fiera di Verona e BIKE Experience organizzata da PadovafiereSpa . In particolare tramite l'acquisizione dall'Ente Autonome per le fiere di Verona, concessionario esclusivo della manifestazione , di uno spazio allestito e personalizzato di mq 128 comprensivo di tutti i servizi tecnici integrativi per un importo massimo di euro 50.000,00 iva compresa. Per quanto riguarda BIKE Experience che si svolge a Galzignano terme , l'acquisizione di uno spazio espositivo personalizzato di mq 40 da Padova Fiere spa concessionario esclusivo della manifestazione per un importo comprensivo di iva di euro 20.000,00.

Per quanto riguarda il mercato dell'Est Europa l'obiettivo principale indicato dal PTA per la Russia è consolidare le posizioni sul mercato russo e come evidenziato in commissione consiliare che esprimendo parere favorevole al Piano ha auspicato in una forte attenzione da parte dell'esecutivo regionale per questo mercato e le sue potenzialità, in vista della futura ripresa degli scambi commerciali e turistici con la Russia, anche con riferimento ai prodotti turistici maggiormente attrattivi per tale mercato rispetto all'Italia (cultura, arte, ambiente e lifestyle).

Le potenzialità di questo mercato sono comunque particolarmente interessanti per l'offerta turistica regionale, e in particolare per i sistemi turistici tematici delle Dolomiti, delle terme euganee, delle città d'arte e del mare e spiagge, anche perché i russi, rispetto alle altre nazionalità, sono turisti con un elevato livello di spesa giornaliera che interessa sia i servizi del soggiorno, sia la spesa per il settore dell'abbigliamento che del cibo. Si ritiene pertanto di ripetere la presenza regionale all'edizione di Mosca del work shop "I & W By Comitel" che si svolgerà alla vigilia della MITT 2017 e che coinvolgerà 300 agenti di viaggio russi oltre alla stampa specializzata russa. Trattasi di un'iniziativa alla quale partecipano le regioni italiane turisticamente più importanti e maggiormente interessate ai mercati dell'est europeo, di grande utilità per contattare gli operatori russi. Per tale iniziativa si prevede un importo massimo di euro 25.000,00 più di IVA.

In ordine alla somma complessivamente riservata per le manifestazioni, che si deve intendere nel limite massimo di impegno, si fa presente che la stessa è stata considerata dalla Unità Organizzativa Promozione Turistica congrua perché in linea con i costi di mercato e tiene conto della spesa storica, dell'ampiezza del plateatico e delle dimensioni dello stand, della tipologia dell'allestimento, della notorietà e frequentazione della manifestazione fieristica, del Paese nel quale si svolge l'evento, dei servizi accessori che vengono messi a disposizione dall'Ente fieristico (luce, acqua, servizi vari, monitor, postazioni e rete internet, servizio fax, ecc.).

Per l'acquisizione degli spazi espositivi e dei servizi connessi alle manifestazioni autorizzate con il presente provvedimento si ritiene ricorrano i presupposti previsti dall'articolo 63 comma 2 del d.lgs n. 50/2016, in quanto nelle fattispecie considerate sussistono le ragioni per cui il contratto di affidamento diretto possa essere assegnato unicamente e in esclusiva ad un operatore economico determinato, mediante procedura negoziata direttamente appunto con gli Enti Fieristici e le Società organizzatrici degli eventi ai quali la Regione intende partecipare.

Al fine di raggiungere lo scopo della più ampia conoscenza della presenza della Regione del Veneto alle manifestazioni fieristiche indicate dal presente provvedimento, lo stesso sarà pubblicato oltre che nel Bollettino Ufficiale della Regione, anche nel sito internet www.veneto.eu area operatori e trasmesso agli operatori medesimi, ai consorzi e associazioni di

rappresentanza del settore turismo.

In ordine all'aspetto finanziario, si ritiene di determinare in euro 504.952,00 l'importo massimo delle obbligazioni di spesa alla cui assunzione provvederà con propri atti il Direttore dell'Unità Organizzativa Promozione Turistica della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, entro il corrente esercizio, disponendo la copertura finanziaria a carico dei fondi stanziati a bilancio 2017-2019 sul capitolo 101891 "Iniziativa per la promozione e valorizzazione del Turismo veneto e dei prodotti turistici".

Si propone infine di incaricare il Direttore dell'Unità Organizzativa Promozione Turistica della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione della gestione tecnica, amministrativa e finanziaria dei procedimenti derivanti dall'adozione della presente deliberazione.

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

LA GIUNTA REGIONALE

UDITO il relatore, 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 statale e regionale, e che successivamente alla definizione di detta istruttoria non sono pervenute osservazioni in grado di pregiudicare l'approvazione del presente atto;

VISTA la legge regionale 14 giugno 2013, n. 11 "Sviluppo e sostenibilità del turismo veneto";

VISTA la deliberazione di Giunta n. 70 del 27 gennaio 2017 di approvazione del Piano Turistico Annuale di promozione turistica per l'anno 2017;

VISTA la legge regionale n. 39 del 29 novembre 2001 "Ordinamento del bilancio e della contabilità della Regione"

VISTO il Decreto Legislativo 118/2011 "Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli Enti locali e dei loro organismi" e ss.mm.ii;

VISTA la legge 32/2016 regionale con cui è stato approvato il bilancio regionale di previsione per l'esercizio finanziario 2017-2019;

VISTO l'art. 2, comma 2 della legge regionale 54 del 31 dicembre 2012 "Legge regionale per l'ordinamento e le attribuzioni delle strutture della Giunta Regionale in attuazione della Legge regionale statutaria 17 aprile 2012, n. 1 "Statuto del Veneto".

delibera

1. di approvare, per le motivazioni e argomentazioni riportate nelle premesse che fanno parte sostanziale e integrante del presente provvedimento, con riferimento al Piano Turistico Annuale 2017, la pianificazione e programmazione operativa della partecipazione istituzionale alle seguenti manifestazioni:
 - ◆ World Trade Market in programma Londra dal 6 al 8 novembre 2017 per un importo massimo di euro 169.452,00 iva compresa, somma che potrà tuttavia subire delle variazioni in relazione al cambio in vigore al momento dell'adozione dell'atto di impegno della spesa, di cui euro 64.452,00 per il plateatico ed euro 105.000,00 per la progettazione e allestimento dello stand con l'utilizzo di tecnologie multimediali e comprensivo dei servizi tecnici e la realizzazione di iniziative promozionali;
 - ◆ TTG Incontri - Salone internazionale del Turismo - in programma a Rimini dal 12 al 14 ottobre 2017 per un importo massimo di euro 170.000,00 iva compresa di cui euro 120.000,00 per lo spazio espositivo e servizi connessi e di euro 50.000,00 per l'allestimento dello stand e la realizzazione di iniziative promozionali;
 - ◆ in collaborazione con Fieraverona: "MotorBike Expo Verona" , " Custom Show Emirates - Abu Dhabi", "European Bike Festival" di Saint Tropez (F), " Cafe Racer Festival" - Parigi (F), "European Bike Week" di Faaker See (A) e "Glemseck 101" - Stoccarda (D)", manifestazioni che si svolgeranno per l'intero corrente esercizio e il cui costo complessivo è quantificato in un importo totale di euro 65.000,00 iva compresa;
 - ◆ partecipazione a COSMOBIKE in programma a Verona dal 15 al 18 settembre 2017 per un importo massimo di euro 50.000,00;
 - ◆ BIKE Experience in programma a Galzignano (PD) dal 8 al 10 settembre 2017 per un importo massimo di € 20.000,00;
 - ◆ Partecipazione al workshop "I & W by Comitel" in programma a Mosca il 13 marzo 2017 per un importo di euro 30.500,00 iva compresa.
2. di stabilire che nella selezione delle imprese partecipanti alle manifestazioni WTM di Londra e TTG incontri di Rimini le adesioni siano valutate secondo i criteri già approvati con dgr 1708/2016;

3. di stabilire che, per l'acquisto dei plateatici e dei servizi, che potranno per tipologia avvenire esclusivamente in forma diretta dagli Enti fieristici e società organizzatrici, ai sensi dell'art. 63 del Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, sia riservata la somma complessiva di euro 349.952,00, somma che potrà subire delle variazioni in relazione al cambio in vigore al momento dell'adozione dell'atto di impegno della spesa;
4. di incaricare il Direttore della Unità Organizzativa Promozione Turistica ad avviare le procedure ai sensi dell'articolo 36 comma 2 lettera b del codice degli appalti approvato con il decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50, ricorrendo all'affidamento mediante procedura negoziata con l'applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo attribuendo rispettivamente un peso pari a 80/20, per il servizio di ideazione, progettazione, grafica e allestimento degli stand previsti per la partecipazione alla WTM di Londra e alla TTG di Rimini;
5. di stabilire che ai seller veneti verrà richiesta la corresponsione di una quota di partecipazione a titolo di mero rimborso per le spese sostenute, così stabilita per WTM di Londra euro 1.000,00 per un desk personalizzato e euro 600,00 per un tavolo-contrattazioni e per TTG di Rimini euro 800,00 per un desk personalizzato e somme che verranno versate direttamente alla Regione del Veneto;
6. di disporre che il presente provvedimento sia inserito nel sito internet www.veneto.eu area operatori e trasmesso ai consorzi e associazioni di rappresentanza del settore turismo;
7. di determinare in euro 504.952,00 l'importo massimo delle obbligazioni di spesa alla cui assunzione provvederà con propri atti il Direttore dell'Unità Organizzativa Promozione turistica della Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, entro il corrente esercizio, disponendo la copertura finanziaria a carico dei fondi stanziati a bilancio di previsione 2017-2019 sul capitolo 101891 "Iniziativa per la promozione e valorizzazione del Turismo veneto e dei prodotti turistici";
8. di dare atto che la Direzione Promozione Economica e Internazionalizzazione, a cui è stato assegnato il capitolo di cui al precedente punto, ha attestato che il medesimo presenta sufficiente disponibilità;
9. di incaricare il Direttore dell'Unità Organizzativa Promozione Turistica della Direzione Promozione economica e Internazionalizzazione della gestione tecnica, amministrativa e finanziaria dei procedimenti derivanti dall'adozione della presente deliberazione;
10. di dare atto che la spesa di cui si prevede l'impegno con il presente provvedimento non rientra nelle tipologie soggette a limitazioni ai sensi della L.R. 1/2011;
11. di pubblicare il presente provvedimento nel Bollettino Ufficiale della Regione.