



REGIONE CALABRIA

DIPARTIMENTO TURISMO, MARKETING TERRITORIALE E MOBILITA'

**PIANO REGIONALE DI
SVILUPPO TURISTICO
SOSTENIBILE 2023-2025**

PIANO ESECUTIVO ANNUALE 2024

(Legge Regionale n. 08/2008, art. 4)



CALABRIA
STRAORDINARIA

Allegato A
alla Deliberazione n. 2 del 23/01/2024

SOMMARIO

1. PREMESSA	3
2. LE DINAMICHE TURISTICHE IN CALABRIA	5
2.1 UNA BREVE FOTOGRAFIA DELLA DOMANDA E DELL'OFFERTA TURISTICA DELLA CALABRIA	5
2.2 ANALISI DELLA DOMANDA POTENZIALE	8
3. GLI INTERVENTI REALIZZATI NEL 2023	10
4. GLI INDIRIZZI OPERATIVI PER IL 2024	13
5. LE AZIONI PRIORITARIE	15
5.1 AZIONE 1- SOSTEGNO ALLA CREAZIONE DI FAMILY HOTEL.....	15
5.2 AZIONE 2 – INTERVENTI PER LA “COMPETITIVITÀ DEL SISTEMA PRODUTTIVO REGIONALE”	17
5.3 AZIONE 3 – MARKETING DIGITALE TURISTICO	22
5.4 AZIONE 4 – PORTALE CALABRIA STRAORDINARIA E OSSERVATORIO TURISTICO	24
5.5 AZIONE 5 – INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E COMUNICAZIONE TURISTICA	26
5.6 AZIONE 6 – EVENTI TURISTICI E FIERE NAZIONALI E INTERNAZIONALI.....	27
5.7 AZIONE 7 - INIZIATIVE CONGIUNTE CON ORGANISMI ISTITUZIONALI.....	34
5.8 AZIONE 8 – INIZIATIVE CINEMATOGRAFICHE ED AUDIOVISIVE	35
5.9 AZIONE 9 – ATTUAZIONE ARTICOLO 65 DELLA L.R. N.13/1985	36
5.10 AZIONE 10 – PROGETTO TURISMO DELLE RADICI	37
6. GOVERNANCE	39
6.1 SOGGETTO RESPONSABILE E ATTUATORI	39
6.2 STATI GENERALI DEL TURISMO	40
6.3 SISTEMA DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE.....	40
7. LE FONTI DI FINANZIAMENTO	42

1. PREMESSA

La Legge Regionale n. 8/2008 nel prevedere i principi e le funzioni della Regione in materia di turismo, stabilisce, per l'attuazione degli stessi, l'elaborazione del Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile con valenza triennale e la successiva adozione di **Piani Esecutivi Annuali** di attuazione predisposti e approvati dalla Giunta Regionale.

Il **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile – PRSTS 2023-2025** è stato adottato con deliberazione di Giunta regionale n. 190 del 28.04.2023 ed approvato dal Consiglio Regionale in data 22.06.2023. La visione strategica è quella di ambire a qualificare la Calabria come destinazione turistica che si contraddistingue per:

- **Genuinità**, potendo offrire un grado di servizio di ospitalità, per le molteplici tipologie di turisti (famiglie, giovani, ecc.), fortemente ancorato a tradizioni/vocazioni territoriali storiche;
- **Unicità**, essendo dotata di una pluralità di vocazioni turistiche (balneari e montane, storiche e culturali, enogastronomiche, ecc.) altamente distinte ma potenzialmente sinergiche tra loro, in quanto tutte collegate alla primaria "risorsa mare";
- **Tutela dell'ambiente**, potendo promuovere tipologie di turismo a forte contatto con la natura (es. montano, sportivo, outdoor, balneare, ecc.) e, al contempo, preservare e valorizzare la sostenibilità ambientale del territorio.

In particolare, la missione della Calabria dovrà essere quella di creare e alimentare un **Capitale Reputazionale Positivo** non solo attraverso attività promozionali ma anche puntando sul contributo di comunicazione e di *ambassadors* dei "repeaters".

Dal punto di vista della specializzazione turistica si tratta di costruire una strategia articolata per fasi che ruoti attorno al turismo balneare, in quanto proposizione predominante della regione. In considerazione del fatto che i trend turistici attuali vedono una necessità crescente di mettere a sistema i diversi tipi di turismi e promuovere i «politurismi», emerge una crescente importanza del turismo esperienziale (viaggio come esperienza e strumento per conoscere se stessi), lento (meno attività ma più approfondite) e sostenibile (rispetto dell'ambiente).

Il presente **Piano Esecutivo Annuale 2024**, che va in continuità con il PEA 2023 approvato con DGR n. 207/2023, assume questi elementi strategici e in coerenza con le analisi delle dinamiche turistiche in Calabria identifica e declina operativamente le azioni che saranno realizzate nel corso del presente anno.

Il Piano assume, inoltre, le finalità:

- dell'**art. 65 della Legge Regionale n. 13/85** che riconosce nelle attività promozionali un necessario strumento operativo rivolto a definire l'immagine unica dell'offerta

turistica calabrese nel suo complesso;

- della **Legge Regionale n. 21/2019** “Interventi regionali per il sistema del cinema e dell’audiovisivo in Calabria”.

Le azioni individuate sono correlate funzionalmente con i seguenti Obiettivi specifici del **PR Calabria 2021-2027**:

- RSO4.6. Rafforzare il ruolo della cultura e del turismo sostenibile nello sviluppo economico, nell'inclusione sociale e nell'innovazione sociale;
- RSO5.1. Promuovere lo sviluppo sociale, economico e ambientale integrato e inclusivo, la cultura, il patrimonio naturale, il turismo sostenibile e la sicurezza nelle aree urbane;
- RSO1.3. Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi;
- RSO1.2. Permettere ai cittadini, alle imprese, alle organizzazioni di ricerca e alle autorità pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione (FESR).

Le azioni sono, inoltre, coordinate con gli interventi previsti del **Fondo Unico Nazionale Turismo**, di cui all’art. 1, comma 366, della legge 30 dicembre 2021 n. 234.

Il Piano nel corso della sua attuazione potrà essere soggetto a modifiche ed integrazioni in connessione a cambiamenti di scenario, operativi e finanziari, nonché potrà essere prorogato nel caso di riproposizione delle medesime azioni.

2. LE DINAMICHE TURISTICHE IN CALABRIA

2.1 Una breve fotografia della domanda e dell'offerta turistica della Calabria

La Calabria è **quart'ultima Regione italiana** per arrivi turistici, con la Puglia e Sicilia, considerate come benchmark di riferimento per la Regione¹, che hanno registrato un numero di arrivi circa tre volte superiore a quello della nostra regione. Se si considera la **quota di turisti stranieri**, la Regione scala ulteriormente al **terz'ultimo posto**, con un'incidenza di visitatori stranieri pari al **15%** del totale regionale, seguita solo da Abruzzo (12%) e Molise (9%). Puglia e Sicilia, al contrario, hanno registrato rispettivamente il doppio e (quasi) il triplo della quota di turisti stranieri della Calabria.

La domanda di turismo nazionale verso la Calabria è caratterizzata da una elevata **incidenza di "repeater"**², la cui maggioranza proviene dalle regioni limitrofe. Secondo una survey realizzata da Unioncamere Calabria circa i canali di comunicazione che maggiormente influiscono sulle scelte del soggiorno, il **47,4% dei turisti** sceglie di andare in Calabria perché ci è **già stato** o perché ha avuto **esperienze pregresse** sul territorio. Inoltre, circa 1/3 dei visitatori italiani vengono dalla Campania (con 1,7 milioni di presenze), con a seguire Lazio (636 mila), Lombardia (548 mila) e Puglia (502 mila)³.

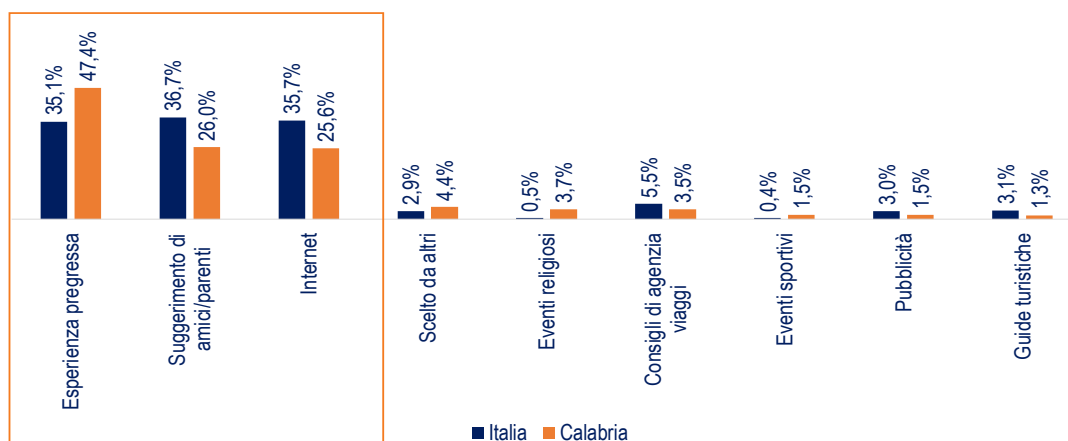


Figura 1. Canali di comunicazione che influenzano le scelte del soggiorno (% dei turisti, possibili più risposte), 2022. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Unioncamere Calabria, 2023.

Focalizzandosi invece sui turisti stranieri, emerge che il 67% proviene da Paesi di prossimità dell'Unione Europea, in particolare da **Germania, Polonia, Francia e Austria** (100.446 arrivi, il 44% del totale dei turisti stranieri in Calabria)⁴. Il restante 33% di

¹ La Puglia è stata considerata come benchmark in quanto ha registrato importanti tassi di crescita negli ultimi anni, è localizzata in un'area vicina a quella della Calabria e presenta caratteristiche ed asset assimilabili (al contrario, per esempio, della Campania, che detiene un patrimonio storico, culturale e naturalistico più ampio, oppure della Basilicata, geograficamente più piccola). La Sicilia, per quanto sia un'isola e, dunque, presenti necessità specifiche in termini di accessibilità trasportistica, è considerata un benchmark per quanto riguarda l'attrazione di turisti stranieri e la bassa stagionalità del turismo.

² Turisti che scelgono nuovamente di visitare la Calabria a seguito di un'esperienza pregressa.

³ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.

⁴ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2023.

stranieri proviene da Paesi extra-UE con particolare peso di Svizzera e Lichtenstein (17.980 arrivi), Regno Unito (13.429) e Stati Uniti (12.448 arrivi). Nel complesso, dai primi dieci Paesi di provenienza arriva il 72% dei turisti stranieri.

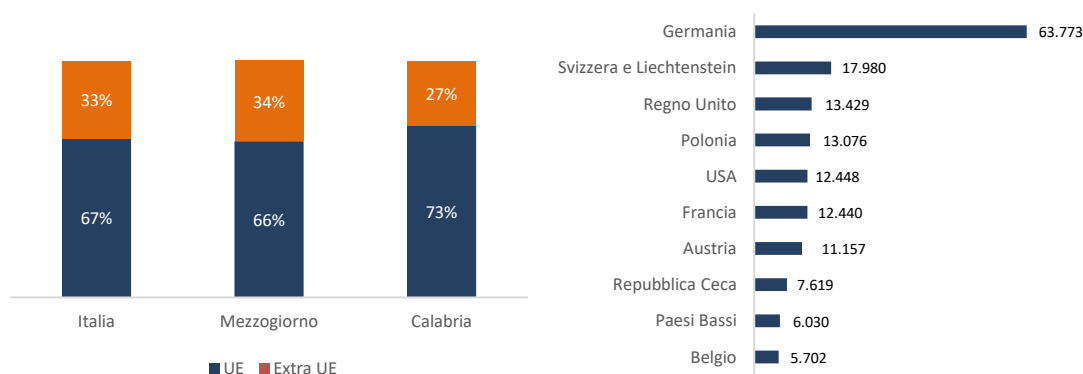


Figura 2. Aree di origine del turismo estero (percentuale, grafico di sinistra) e Top 10 Paesi di provenienza dei turisti stranieri in Calabria (numero, grafico di destra), 2022. *Fonte: elaborazione su dati Istat, 2023.*

Un'ulteriore caratteristica della domanda turistica della Calabria è quella della "stagionalità". I flussi turistici della Calabria, in linea con le altre Regioni del Sud Italia, sono caratterizzati da un'elevata concentrazione in determinati periodi dell'anno. Le conseguenze di tale dinamica si riflettono nella gestione dell'**overtourism** (l'elevata congestione delle strutture nel periodo di picco) e in una maggiore difficoltà per le aziende turistiche di ripartire le spese annuali/fisse.

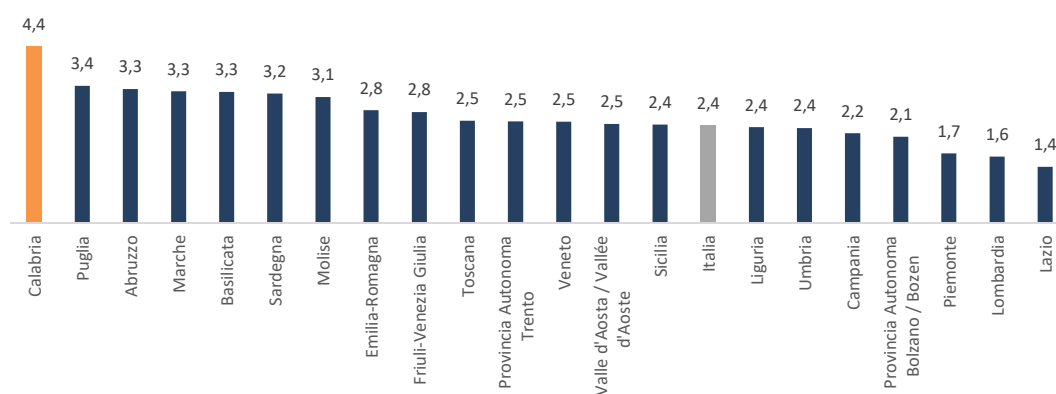


Figura 3. Fattore di picco stagionale S* (valore indice), 2022. (*) Misura di stagionalità che elimina le distorsioni dovute alla volatilità delle presenze minime: Presenze max registrate/Presenze medie. *Fonte: elaborazione su dati Istat, 2023.*

L'offerta turistica della Calabria è caratterizzata invece dalla **predominanza del turismo balneare e "domestico"** (ovvero nazionale). Secondo la survey realizzata da Unioncamere Calabria, il turismo balneare, in linea con le tendenze dell'intera penisola, è quello maggiormente diffuso, con un'incidenza pari al 18,2% in Calabria (vs 24,5% di

media nazionale)⁵. Tuttavia, la Regione evidenzia una minore valorizzazione e promozione di “turismi” alternativi (primi tra tutti quello enogastronomico, naturalistico e culturale) rispetto alla media nazionale, che andrebbero opportunamente potenziati.

Analizzando l’offerta ricettiva della Regione, si evidenzia come questa sia principalmente focalizzata su una tipologia di turismo medio spendente. Il numero di posti letto negli alberghi a 3 e 4 stelle corrispondente al 72% dell’intera offerta alberghiera regionale. Il turista medio spendente è anche il target delle strutture extra - alberghiere, con **campeggi e villaggi turistici** contenenti la maggioranza dei posti letto (60,4 mila).

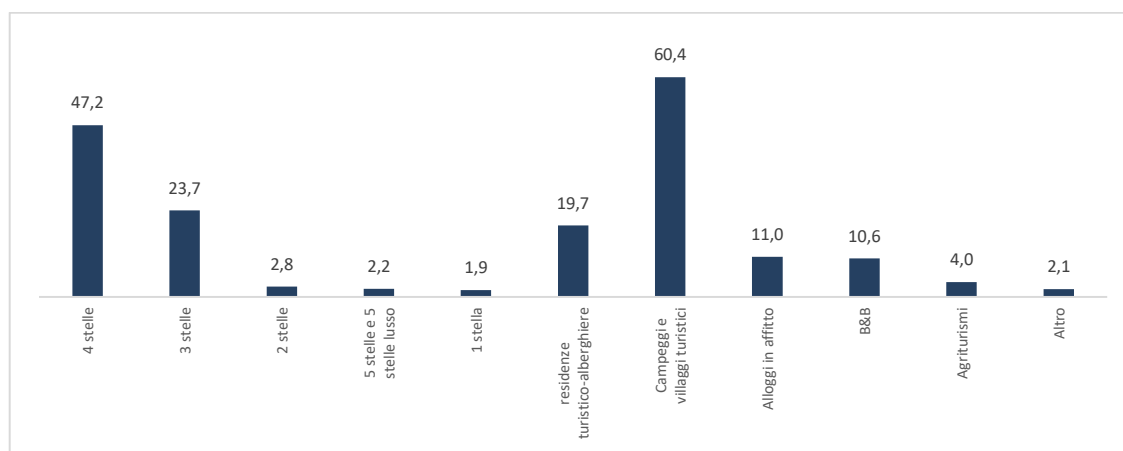


Figura 4. Numero di posti letto per classe di struttura alberghiera (migliaia, grafico di sinistra) ed extra-alberghiera (migliaia, grafico di destra), 2022. *Fonte: elaborazione su dati Istat, 2023.*

Anche le opinioni dei turisti confermano il potenziale dell’offerta ricettiva della Calabria. Il **giudizio medio** del soggiorno nella Regione per turisti stranieri e nazionali fa emergere un particolare **apprezzamento** nei confronti della qualità, accoglienza e costo degli alloggi. Sarebbe dunque opportuno andare a potenziare adeguatamente i servizi connessi al settore che, sempre sulla base delle opinioni dei turisti, sono inadeguati in termini di informazioni turistiche, e di costo ed efficienza del trasporto pubblico locale, in particolar modo per i turisti stranieri. Anche le competenze linguistiche degli operatori sarebbero da potenziare. Da questo punto di vista, in Italia il 23% degli addetti turistici presenta bassi livelli di formazione (13 punti percentuali in più rispetto alla media UE); l’incidenza risulta particolarmente elevata nei settori della ristorazione (37%, ovvero 7 p.p. in più della media UE) e dell’hospitality (29%, 6 p.p. in più della media europea)⁶.

⁵ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su Unioncamere Calabria, 2023.

⁶ Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Eurostat, 2023.

Area	Italiani	Stranieri	Totale	Area	Italiani	Stranieri	Totale
Ristorazione	8,6	8,7	8,6	Offerta culturale	8,0	7,6	7,9
Qualità del mangiare e del bere	8,6	8,7	8,6	Offerta di intrattenimento	7,9	7,7	7,9
Qualità e accoglienza negli alloggi	8,6	8,4	8,6	Informazioni turistiche	7,8	7,5	7,7
Cortesìa e ospitalità della gente	8,5	8,6	8,5	Costo dei trasporti locali	7,7	7,2	7,7
Costo della ristorazione	8,2	8,4	8,2	Efficienza dei trasporti locali	7,6	6,9	7,5
Costo dell'alloggio	8,1	7,9	8,1	Valore complessivo	8,3	8,5	8,3
Organizzazione del territorio	8,0	7,9	8,0				

Figura 5. Giudizio medio del soggiorno di italiani e stranieri in Calabria (min=1; max=10), 2022. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Unioncamere Calabria, 2023.*

2.2 Analisi della domanda potenziale

I dati sui flussi turistici in Calabria suggeriscono la presenza di un **forte sottodimensionamento della domanda turistica regionale** rispetto ai territori limitrofi. A tal proposito, per identificare il potenziale della Calabria in termini di attrazione turistica è stata realizzata un'analisi dei gap sui turisti nazionali e internazionali.

L'analisi si focalizza sul confronto tra la Calabria e alcuni **territori benchmark**, con caratteristiche simili in termini di posizione geografica, vocazione turistica e, di conseguenza, bacino potenziale di turisti. Sulla base di questi criteri, sono state identificate la Puglia e la Sicilia.

Partendo dall'analisi dei gap sui **turisti internazionali**, emerge un importante divario tra la Calabria e le due regioni benchmark, che risultano essere anche best performer nel Sud Italia. La quantificazione dei gap si concentra sui Paesi dai quali provengono i principali flussi turistici in Calabria e nelle regioni benchmark, ovvero Germania, Francia, Svizzera e Liechtenstein, Regno Unito, Paesi Bassi e Spagna. Per favorire la comparabilità dei territori, i flussi turistici sono stati normalizzati per la superficie della regione di arrivo e la Calabria è confrontata con il territorio benchmark best performer.

Osservando i risultati dell'analisi, la differenza più considerevole riguarda i **turisti tedeschi, francesi e britannici**. Il gap esistente sui primi tra Calabria e Puglia è pari a 12,7 (in termini di presenze turistiche in rapporto alla superficie regionale). Se si considerano invece i visitatori francesi, il best performer di riferimento diviene la Sicilia, che registra un gap con la Calabria di 40,5 (il più ampio tra tutti i Paesi considerati). Anche relativamente ai turisti provenienti dal Regno Unito, il benchmark è la Sicilia rispetto alla quale il divario è pari a 17,1. Se presi nella loro totalità, i gap registrati nel 2022 avrebbero implicato per la Regione una perdita di domanda potenziale pari a **1 milione e 560 mila presenze** (21% del totale delle presenze del 2022).

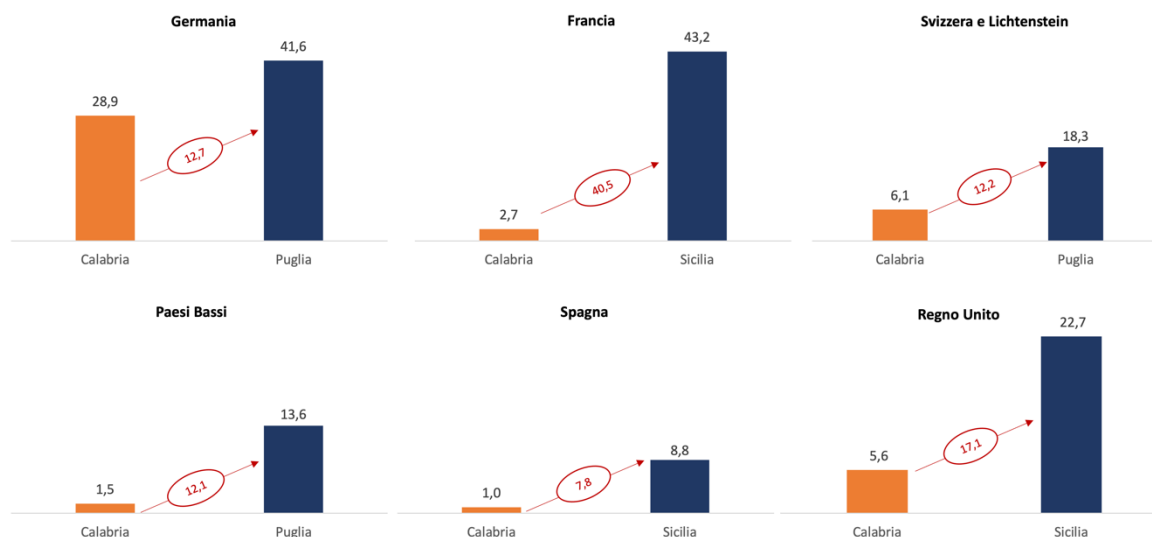


Figura 6. Analisi dei gap di turisti stranieri di maggiore rilevanza per la Calabria a confronto con best performer meridionali quali Puglia e Sicilia (presenza su superficie dell'area considerata), 2022. *Fonte: elaborazione su dati Istat, 2023.*

I gap di presenze turistiche esistenti tra la Calabria e le Regioni circostanti non si limitano soltanto agli stranieri. Anche considerando il numero di **visitatori nazionali**, la Calabria è in una situazione di “deficit” della domanda. Nel 2021 sono state registrate nella Regione 202,2 presenze di turisti italiani per km² in meno rispetto alla Puglia. La magnitudine della perdita di domanda potenziale turistica diventa notevole se entrambi i deficit venissero sommati. In assenza dei gap esistenti relativi ai turisti nazionali, si stima che la Calabria avrebbe registrato **3 milioni e 80mila presenze aggiuntive nel 2022** (42% del totale delle presenze dell'anno).

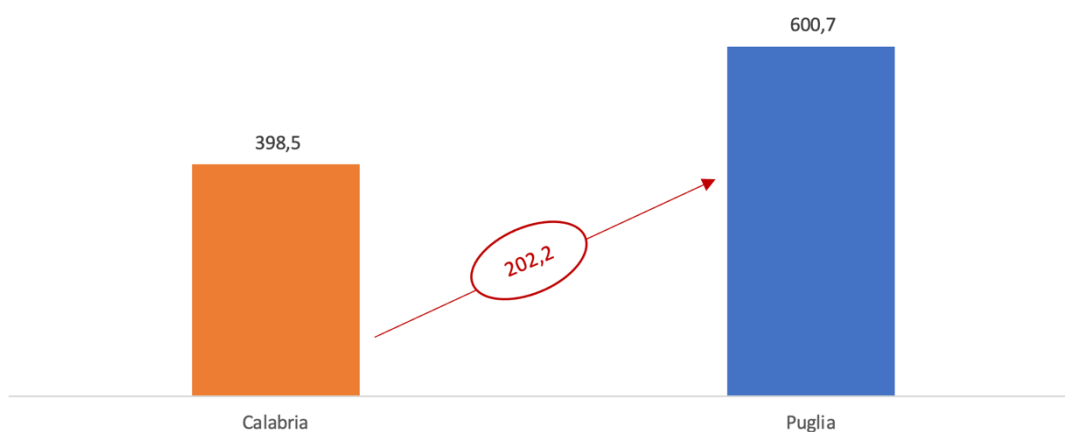


Figura 7. Analisi del gap esistente di turisti italiani tra Calabria e Puglia (presenze su superficie dell'area considerata), 2021. *Fonte: elaborazione su dati Istat, 2023.*

3. GLI INTERVENTI REALIZZATI NEL 2023

Gli interventi a supporto del settore turistico regionale realizzati attraverso il sostegno delle diverse fonti di finanziamento regionali, nazionali e comunitarie nel 2023 hanno riguardato:

- Campagne di comunicazione, promozione e marketing della destinazione turistica nel suo complesso, nonché dei diversi prodotti e itinerari attraverso eventi, advertising, produzioni cinematografiche, fiere, web-advertising, ecc.
- Eventi ed iniziative di promozione turistica ai sensi dell'art. 65 della L.R. 13/1985 e progetti pilota a titolarità regionale per la valorizzazione culturale e la creazione di itinerari scoperta del territorio;
- Grandi eventi turistici e sportivi;
- Partecipazioni a fiere di settore a livello nazionale ed europeo;
- Interventi per la mobilità sostenibile nelle principali località turistiche;
- Eventi di promozione e valorizzazione della destinazione turistica regionale;
- Costruzione di infopoint e attività di accoglienza dei turisti con particolare riferimento al sistema aeroportuale regionale;
- Interventi per attrezzare le strutture alberghiere e i lidi per accogliere le persone con disabilità in aree sperimentali con certificazione Bandiere blu;
- Acquisto di format per il marketing e campagna influencer
- Attività di promozione della Destinazione Calabria, svolti con le Camere di Commercio Italiane all'estero della Svizzera, Francia e Belgio;
- Sostegno delle attività promozionali di eventi religiosi a forte impatto turistico (Festa di San Francesco da Paola e Festeggiamenti della Varia a Palmi);
- Interventi per il riposizionamento competitivo delle imprese afferenti al settore del turismo, attraverso la qualificazione dell'offerta, l'introduzione di innovazioni di prodotto, di processo, organizzative, digitali e promo-commerciali intervenendo:
 - sulla qualificazione e potenziamento dell'offerta ricettiva, attraverso il miglioramento degli standard e dei servizi turistici;
 - sulla qualificazione dei servizi turistici;
 - sul sostegno all'innovazione di processo e di prodotto e alla digitalizzazione delle imprese turistiche, con particolare riferimento alla informatizzazione dei servizi ricettivi.

Le risorse impegnate sono state pari a **12,604 milioni di euro** per come rappresentato nella tabella seguente.

Denominazione Procedura	Risorse	Fonte di Finanziamento
Potenziamento dei servizi di mobilità turistica 2023	€1.500.000,00	POR Calabria FESR-FSE 2014-2020 Azione 6.8.3
Avviso Pubblico Scuole di Sci e Maestri di sci - "Misure urgenti in materia di sostegno alle imprese e agli operatori economici, di lavoro, salute e servizi territoriali, connesse all'emergenza da COVID-19."	€120.672,00	Ministero del Turismo
Partecipazione a Fiere turistiche 2023	€1.168.547,00	PAC 2007/2013
Avviso Grandi Eventi Calabresi	€1.600.000,00	POR Calabria FESR-FSE 2014-2020 Azione 6.8.3
Avviso Grandi eventi Sportivi	€365.000,00	PAC 2007/2013
Intervento certificazione "Bandiere Blu" delle coste calabresi COD	€389.927,00	POR Calabria FESR-FSE 2014-2020 Azione 6.8.3
"Progetto Pilota - HUB PARKING - Accessibilità e fruibilità turistica in Calabria" - avviso pubblico per l'assegnazione di contributi regionali a favore dei comuni per la realizzazione di interventi destinati a parcheggi pubblici	€2.600.000,00	FUNT - PAC 2007/2013
Produzione di contenuti audiovisivi e prodotti editoriali da distribuire per la promozione della Destinazione Calabria e da veicolare su social e mass media.	€140.000,00	art. 65 L.R. 13/1985 – PAC 2007/2013 - FUNT
Viaggi di Istruzione per la promozione del Turismo Scolastico Montano per l'Anno scolastico 2023/2024	€158.345,00	art. 65 LR 13/1985
Avviso pubblico - Sostegno alle imprese ricettive regionali per il rafforzamento e la qualificazione dell'offerta e l'innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa	€3.034.000,00	POR Calabria FESR-FSE 2014-2020. Azione 3.3.4.
Progetto Promozione dell'Offerta territoriale calabrese sul mercato svizzero "GOCalabria2023" - Camera di Commercio Italiana in Svizzera.	€ 116.750,00	PAC 2007/2013
Progetto "Organizzazione di una Missione di Promozione della Calabria in Belgio " - Camera di Commercio Italiana per Belgio.	€128.100,00	PAC 2007/2013
Progetto "Promozione Turistica integrata ad Eventi " Made in Italy" consolidati nel Grande Sud della Francia - Camera di Commercio Italiana per la Francia.	€99.228,00	PAC 2007/2013
Iniziative di promozione turistica sostenibile 2023	€ 1.301.073,22	PAC 2007-2013- FUNT - art. 65 LR 13/85

A questi interventi si aggiungono gli interventi a supporto delle attività cinematografiche e audiovisive quale strumento di valorizzazione dell'identità culturale e di promozione del territorio e quelli finalizzati ad attrarre nel territorio regionale produzioni nazionali e internazionali, realizzate da **Fondazione Calabria Film Commission**

Gli **effetti positivi** di questi interventi sono individuabili sui seguenti ambiti:

- **aumento dell'attenzione e reputazione della destinazione** in connessione alla realizzazione di eventi di rilievo nazionale e internazionale, della produzione

cinematografica e della maggiore attenzione dei media in generale;

- **crescita dell'offerta di turismo esperienziale e legato alle filiere agro-alimentari e culturali** soprattutto nelle aree interne;
- **affermazione di nuovi modelli imprenditoriali** maggiormente attenti alla digitalizzazione, all'innovazione di processo e di prodotto, all'inserimento di servizi complementari e a nuove forme di offerta integrata con il territorio (es. enoturismo, turismo delle radici, turismo slow, ecc.);
- avvio di **progetti per la valorizzazione dei servizi** turistici nelle aree turistiche ad elevata valenza naturalistica e ambientale.

Mentre, seppur con minore intensità, continuano a permanere le seguenti criticità:

- **Assenza di diversificazione.** La gamma di offerta turistica si esaurisce quasi esclusivamente nel balneare tradizionale. Il portafoglio prodotti non è ancora sufficientemente ampio e la Calabria si configura ancora come una destinazione sostanzialmente mono-prodotto;
- **Scarsa complessità e bassa differenziazione.** Le offerte di vacanza sono per la gran parte piuttosto semplici, simili tra loro e alle numerose offerte presenti sul mercato. Anche nel balneare tradizionale la configurazione delle proposte resta basica (alloggio, ristorazione, lettino-spiaggia e pochi altri servizi);
- **Bassa specializzazione.** Prodotti così poco strutturati si rivolgono ad una platea indistinta perché non sono capaci di rispondere alle varie esigenze di diversi segmenti. Questo si traduce in un'offerta standardizzata che risponde ancora ad un modello tradizionale di "turismo di massa" che ha perso progressivamente la propria competitività.
- **Debole livello di integrazione con l'offerta del territorio.** La maggior parte dei servizi e degli elementi inclusi nelle proposte turistiche sono offerti dalla stessa struttura ricettiva in cui il turista alloggia. La vacanza è troppo spesso slegata dagli elementi (servizi e attrattori) che il territorio offre o potrebbe offrire.

4. GLI INDIRIZZI OPERATIVI PER IL 2024

Sulla base degli indirizzi strategici delineati nel **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023-2025**, anche per il 2024 si ritiene di intervenire con azioni a sostegno dell'offerta e della domanda turistica e con azioni di carattere trasversale che perseguono gli obiettivi specifici già declinati nel 2023. Si tratta nel merito di:

- incrementare la qualità, l'innovazione e la diversificazione dell'offerta al fine di attrarre altri segmenti turistici;
- promuovere una maggiore diffusione degli strumenti digitali, favorire la digitalizzazione delle imprese, favorire i servizi digitali;
- favorire la creazione di percorsi turistici integrati e valorizzare il legame tra il territorio e le sue tradizioni;
- promuovere l'inserimento e la commercializzazione dei prodotti turistici di eccellenza regionali attraverso strumenti e azioni incentrate sulle leve dell'identità culturale, della sostenibilità e della tipicità;
- rafforzare la presenza del sistema regionale ad eventi, fiere e altre forme organizzative della commercializzazione, a livello nazionale ed internazionali, affiancando al modello tradizionale ulteriori meccanismi di incontro - anche virtuali - tra domanda e offerta;
- realizzare programmi strategici per la promozione nei mercati esteri con l'obiettivo di rafforzare le filiere regionali, valorizzare i punti di eccellenza e consolidare i sistemi territoriali e le destinazioni turistiche;
- promuovere l'aggregazione tra le imprese e la creazione di partnership pubblico-private finalizzate allo sviluppo e promozione dei sistemi turistici regionali;
- qualificare e potenziare l'offerta ricettiva esistente, con particolare focalizzazione sulle strutture di categoria media (B&B, 3 stelle, 4 stelle) e delle seconde case (in ottica di valorizzazione della *sharing economy*);
- sostenere l'offerta di trasporto locale connettendo i principali attrattori turistici;
- incentivare la progettazione e produzione dei contenuti creativi di natura "seriale" e di divulgazione e diffusione sui canali specializzati (es. RAI, piattaforme dedicate).

Le iniziative di promozione della Calabria saranno focalizzate sulle seguenti tipologie di turisti a maggior potenzialità di sviluppo, ovvero:

- i turisti «repeater» italiani, rinvenibili nelle Regioni con una maggiore presenza di turisti che visitano la Calabria (in primis Campania, Lazio, Lombardia e Puglia);
- i turisti europei da Paesi di prossimità, fortemente interessati al turismo balneare, dalle aree in cui la Calabria presenta un gap maggiore di domanda rispetto alla macroarea del Sud Italia, ma che già forniscono un contributo rilevante al turismo (in primis



Germania, Francia, Paesi Bassi, Spagna, Svizzera e Liechtenstein). Occorre altresì considerare le potenzialità connesse ai Paesi dell'Europa centro-orientale, la cui domanda turistica risulta essere coerente con l'attuale offerta presente in Calabria.

5. LE AZIONI PRIORITARIE

5.1 Azione 1- Sostegno alla creazione di Family Hotel

Obiettivi operativi

- Sostenere riposizionamento competitivo e del rilancio del sistema ricettivo locale incentivando l'ammmodernamento e la creazione di strutture "a misura di bambino" specializzate nelle vacanze delle famiglie.).

Linee di intervento

Il segmento delle famiglie con bambini rappresenta una tipologia di viaggiatori particolarmente attenta a fattori quali budget e sicurezza e con esigenze diverse e specifiche. Una tipologia che sta modificando i propri interessi, passando dal tradizionale binomio sole e spiaggia alla voglia di avventura e di esperienze da condividere tra tutti i membri del nucleo familiare.

L'intervento regionale è focalizzato sull'ammmodernamento, adeguamento e rifunzionalizzazione di strutture ricettive alberghiere (alberghi, villaggi albergo, residenze turistico alberghiere) al fine di conseguire le seguenti caratteristiche minime per la realizzazione di strutture per famiglie con bambini e neonati (Family Hotel):

- presenza in almeno la metà delle stanze/appartamenti di cucinino attrezzato con frigorifero, di sistemi oscuranti e letti speciali per bambini, di vasca da bagno per bambini, riduttore per asse WC, lavandino ribassato, di corredi per neonati e bambini (fasciatoio o comò fasciatoio, guardaroba ad altezza di bambino);
- disponibilità ampia di seggioloni, sedie per bambini con cuscino fisso nelle zone ristorazione, posate per bambini e bavaglino, baby-phon o simili, set da disegno e giochi per ingannare i tempi di attesa, di passeggini e zaini porta bebè;
- servizio lavanderia o uso lavatrice;
- area bebè separata e assistenza bebè almeno 5 giorni alla settimana;
- assistenza bambini, anche con disabilità, 7 giorni alla settimana e ogni giorno almeno 5 ore di programma di animazione per bambini suddivisi in almeno due fasce di età;
- assistenza bambini a pranzo o cena 7 giorni alla settimana;
- almeno due aree giochi divise per età;
- programma speciale per famiglie almeno 3 volte alla settimana;
- piscina coperta o piscina all'aperto con vasca bambini.

Gli interventi ammissibili devono essere riconducibili ad una o più delle seguenti tipologie:

- Interventi di ammmodernamento per adeguare gli spazi e sviluppare correttamente i servizi dedicati alle famiglie con bambini;
- Allestimento delle strutture ricettive a misura di bambino e funzionali alla

realizzazione di aree bebè, di aree e parchi gioco, di servizi lavanderia, di piscine coperto o all'aperto con vasca bambini, di spazi verdi all'aperto sicuri, di spazi sportivi pertinenziali alle strutture alberghiere, di centri benessere, ecc.. in grado di rendere la struttura funzionale all'ottenimento del riconoscimento di "Calabria Family Hotel";

- Interventi per l'accesso di persone con disabilità, per l'eliminazione delle barriere architettoniche e volte all'installazione di sistemi domotici;
- Acquisizione di servizi di consulenza specialistica per l'organizzazione e la gestione, per la comunicazione e il marketing digitale.

L'investimento minimo è pari a 400.000 Euro quello massimo a 1.500.000 Euro (aiuti artt. 14 e 18 Reg. 651/14).

L'operazione è finanziata nell'ambito delle risorse di cui al PR Calabria 2021/2027, Azione 1.3.1 Competitività del sistema produttivo regionale.

5.2 Azione 2 – Interventi per la “Competitività del sistema produttivo regionale”

Obiettivi operativi

- Sostenere gli investimenti delle imprese favorendo nuovi modelli di produzione che facciano perno sull'economia circolare e sull'innovazione rendendo le imprese meno esposte alla concorrenza dei paesi emergenti e consentendo di accedere (o di migliorare il loro posizionamento competitivo) anche sui mercati esteri.

Linee di intervento

L'Amministrazione regionale con DGR n. 415/2023 ha proceduto all'approvazione degli Indirizzi per l'attuazione dell'Obiettivo specifico RS01.3 - Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi (FESR) del Programma Regionale Calabria FESR-FSE+ 2021/2027, elaborati dal Dipartimento Sviluppo economico e attrattori culturali e dal Dipartimento Turismo, Marketing Territoriale e Mobilità.

Gli Indirizzi prevedono l'attuazione entro il primo semestre del 2024 dei seguenti interventi.

Az.	Titolo Operazione	Tipologie investimenti ammissibili	Importo finanziabile	Tipologia agevolazioni	Dotazione indicativa ⁷
1.3.1	Avviso Macchinari e Impianti	Investimenti produttivi per innalzamento tecnologico, sostenibilità ambientale, economia circolare e resilienza delle imprese, nei seguenti ambiti: Digitalizzazione e transizione da industria 4.0 verso 5.0, Sicurezza e sostenibilità sociale e ambientale Nuovi modelli produttivi per la resilienza	Investimento minimo 30.000 Euro e massimo 500.000 Euro	Contributo a fondo perduto - nel caso di aiuti Reg. 651/14: max 60% delle spese ammissibili - nel caso di aiuti Reg. 1407/2013 “de minimis”, max 75% delle spese ammissibili	20 M€
1.3.1	Avviso Servizi Avanzati	Interventi relativi al rafforzamento delle imprese anche attraverso processi di innovazione tecnologica, per il riposizionamento strategico e le aggregazioni, anche in ottica di filiera, che siano coerenti con le traiettorie tecnologiche della S3 regionale	Investimento minimo 20.000 Euro e massimo 100.000 Euro	Contributo a fondo perduto - nel caso di aiuti Reg. 651/14: max 50% delle spese ammissibili - nel caso di aiuti Reg. 1407/2013 “de minimis”, max 75% delle spese ammissibili	7 M€

⁷ La dotazione indicata è riferita alla prima pubblicazione della relativa procedura.

Az.	Titolo Operazione	Tipologie investimenti ammissibili	Importo finanziabile	Tipologia agevolazioni	Dotazione indicativa ⁷
1.3.1	FRI Regionale CDP (Cassa Depositi e Prestiti) per il sostegno all'innovazione e ai settori strategici (da attuare con integrazione di risorse FSC, PR OS 1.1 e PR parte FSE+)	Progetti di investimento rivolti a: ricerca & sviluppo, innovazione tecnologica, efficientamento energetico nei processi produttivi, sostenibilità nell'utilizzo delle risorse, ecc. per: - realizzare nuove unità produttive - ampliare unità produttive esistenti; - diversificare la produzione di uno stabilimento esistente	Il progetto di investimento deve essere di importo ricompreso preferibilmente tra 750mila e 15 milioni di euro.	Mix agevolazioni a copertura delle spese di investimento fino al 90% - CDP/Banche: finanziamento agevolato - Regione Calabria: contributo a fondo perduto, in conto impianti e in conto interesse	15 M€
1.3.1	Fondo regionale imprese (FRIF2)	Progetti di investimento rivolti a: - realizzare nuove unità produttive - ampliare unità produttive esistenti; - diversificare la produzione di uno stabilimento esistente	Il progetto di investimento deve essere compreso preferibilmente tra 80.000 e 750.000 Euro.	Mix agevolazioni a copertura delle spese di investimento fino all'80% - 75 % a titolo di Finanziamento a tasso agevolato (max 8 anni, più 2 di pre-ammortamento); - 25 % a titolo di Contributo in conto capitale Tasso di interesse del finanziamento: 1% fisso annuo Concessione degli aiuti ai sensi del Reg. 651/2014 o del Reg. 1407/2023 "de minimis"	30 M€
1.3.1	Avviso pubblico per il sostegno e l'attrazione degli investimenti e per il rafforzamento della struttura produttiva regionale (da attuare con integrazione di risorse FSC, PR OS 1.1 e PR parte FSE+)	Programmi Integrati di sviluppo che possono prevedere una o più delle seguenti tipologie (<i>di cui la A) obbligatoria</i>): A) Investimenti produttivi (Nuova unità produttiva, Ampliamento/ ammodernamento di unità produttiva esistenti) B) Progetti di ricerca e sviluppo C) Progetti di innovazione produttiva, organizzativa e commerciale D) Piani di formazione e occupazione	A) Investimenti produttivi: 500/3.500K€ B) Progetti di ricerca e sviluppo: 200/1.000K€ C) Progetti di innovazione: 50/200K€ D) Piani di formazione e occupazione: 50/300K€	Contributo a fondo perduto ai sensi del Reg. 651/14: Tip. A): max 60% delle spese ammissibili (le GI da finanziare con il FSC) Tip. B): intensità di aiuto di cui all'art. 25 (da finanziare con le risorse dell'OS 1.1 – Az 1.1.1 del PR) Tip. C): max 50% delle spese ammissibili (art. 18) (solo per le PMI) Tip. D) max 70% per la formazione (art.	20 M€

Az.	Titolo Operazione	Tipologie investimenti ammissibili	Importo finanziabile	Tipologia agevolazioni	Dotazione indicativa ⁷
				31); max 50% per le assunzioni (art. 31) (da finanziare con le risorse del PR - parte FSE+)	
1.3.1	Avviso per il rafforzamento delle filiere regionali (metalmecanica, cinema, agroalimentare, ICT, ...)	A) Azione di sistema per la l'identificazione dei fabbisogni di investimento delle imprese e per la costruzione/rafforzamento di reti e cluster di filiera B) Investimenti interaziendali per rafforzare le azioni comuni per qualificare e migliorare i processi di produzione, commercializzazione e valorizzazione di prodotti e servizi C) Investimenti aziendali per Digitalizzazione e transizione da industria 4.0 verso 5.0, Sicurezza e sostenibilità sociale e ambientale Nuovi modelli produttivi per la resilienza	Investimento minimo 30.000 Euro e massimo 250.000 Euro	Contributo a fondo perduto - nel caso di aiuti Reg. 651/14: max 60% delle spese ammissibili - nel caso di aiuti Reg. 1407/2013 "de minimis", max 75% delle spese ammissibili	16,5 M€
1.3.1	Avviso artigianato artistico	A – Promozione e valorizzazione delle imprese artigiane artistiche (realizzazione di produzioni tipiche di qualità legate alla creatività, alla manualità, all'arte e alla conoscenza dei territori; valorizzazione dei percorsi delle produzioni artistiche, delle botteghe storiche e degli antichi mestieri) B - Innovazione delle imprese artigiane artistiche (introduzione di processi o di singole fasi di produzione basate sull'utilizzo di tecnologie digitali; sistemi che impieghino le tecnologie digitali e la progettazione computerizzata; realizzazione di siti web, e-commerce, portali, show room virtuali, ecc.).	Investimento minimo 20.000 Euro e massimo 250.000 Euro	Contributo a fondo perduto, ai sensi del Reg. 1407/2013 "de minimis", max 80% delle spese ammissibili fino a max 200.000 Euro	5 M€
1.3.1	Avviso per la realizzazione	- Interventi di adeguamento degli spazi e per lo sviluppo di servizi dedicati alle famiglie con bambini;	Investimento minimo: 750 k€	Contributo a fondo perduto nella misura massima del 60%, ai sensi dell'art. 14 del Reg. UE 651/2014, fino a 1,2 M€	16 M€

Az.	Titolo Operazione	Tipologie investimenti ammissibili	Importo finanziabile	Tipologia agevolazioni	Dotazione indicativa ⁷
	dei "family hotel" ⁸	- Allestimento delle strutture ricettive a misura di famiglie con bambini; - Interventi per l'eliminazione delle barriere architettoniche e installazione di sistemi domotici; - Interventi per migliorare l'organizzazione, la gestione, la comunicazione e il marketing digitale.			
1.3.1	Interventi per l'emersione e qualificazione della ricettività delle seconde case	Interventi di miglioramento degli standard minimi di legge in tema di sicurezza, adeguamento sismico, prevenzione incendi Adozione di attrezzature, strumentazione e tecnologiche in grado di rendere il processo produttivo più sostenibile e circolare - Interventi per l'eliminazione delle barriere architettoniche e installazione di sistemi domotici; Interventi per migliorare la promozione e il marketing.	Investimento minimo: 25 k€	Contributo a fondo perduto, ai sensi del Reg. 1407/2013 "de minimis", max 70% delle spese ammissibili fino a max 75.000 Euro	3,5 M€
1.3.2	Avviso Progetti di internazionalizzazione	Progetti di internazionalizzazione e promozione export (riferiti a max 2 annualità), relativi a: A: Definizione di progetti per l'internazionalizzazione B: Servizi specialistici per l'export (i.e. certificazioni estere; normative; contrattualistica; ENM, TEM, DTEM; comunicazione, marketing, etc.). C: Partecipazione a manifestazioni fieristiche e/o saloni internazionali e/o rilevanti eventi commerciali o divulgativi (questi ultimi solo diretti a startup e PMI innovative) di livello internazionale	Il progetto deve essere compreso tra 15.000 e 200.000 Euro.	Contributo a fondo perduto - nel caso di aiuti Reg. 651/14: max 50% del totale ammissibile - nel caso del Reg. 1047/2013 "de minimis": max 75% nel limite massimo di 150.000 per impresa unica	5.5 M€

⁸ Si rimanda all'Azione 1 del presente Piano 2024.

Le operazioni sono finanziate nell'ambito delle risorse di cui al PR Calabria 2021/2027, Obiettivo 1.3 Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi (FESR).

La dotazione finanziaria indicativa è pari a 127.500.000,00 (al netto della dotazione relativa all'Avviso Family Hotel di cui all'Azione 1 del presente Piano).

Sulla base della consistenza del sistema turistico regionale si stima un assorbimento minimo pari al 20% del totale delle risorse disponibili.

La presente azione ha esclusivamente natura programmatica e, pertanto, non ha effetti sulla dotazione finanziaria del presente piano.

5.3 Azione 3 – Marketing digitale turistico

Obiettivi operativi

- Incrementare la competitività della Destinazione Calabria, sia a livello nazionale che internazionale. L'intento è quello di intercettare i viaggiatori che utilizzano l'aereo quale mezzo di trasporto, con l'obiettivo di incrementare nell'arco di vita del progetto, almeno del 10% il flusso passeggeri negli scali calabresi.

Linee di intervento

L'intervento prevede l'acquisizione di servizi di promozione e di comunicazione digitale al fine di rafforzare l'immagine del territorio calabrese sui mercati nazionali e internazionali e incentivare nuovi flussi turistici verso la "Destinazione Calabria".

La finalità della prestazione è quella di supportare la valorizzazione del territorio regionale nel suo complesso (Mare, Montagna, Natura e Cultura) attraverso la realizzazione di una serie di azioni di promozione e comunicazione da svolgere prioritariamente attraverso i seguenti canali: a) Website; b) Facebook; c) Instagram; d) Direct emails.

Le attività di marketing digitale devono essere tese al miglioramento del livello di notorietà, dell'awareness qualitativa, dell'attrattività nei confronti di target clientela interessata ai prodotti turistici regionali.

I mercati di interesse, in coerenza con il Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023-2025, sono classificati in base alla loro dimensione e rilevanza, alla loro dinamica recente evidenziatasi nell'incoming in regione e con riferimento all'offerta del territorio.

Su questa base sono stati individuati i seguenti mercati target:

- **Western Europe.** Al fine di massimizzare l'accesso ai grandi volumi di potenziali turisti, le campagne nel loro complesso dovranno rivolgersi ad almeno tre mercati (requisito minimo di esecuzione) tra i seguenti: Regno Unito, Irlanda, Francia, Belgio, Olanda, Lussemburgo, Spagna, Portogallo.
- **Central Europe.** Al fine di massimizzare l'accesso ai grandi volumi di potenziali turisti, le campagne nel loro complesso dovranno rivolgersi ad almeno tre mercati (requisito minimo di esecuzione) tra i seguenti: Albania, Bosnia, Croazia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Svizzera, Liechtenstein, Austria, Slovenia, Germania, Norvegia, Svezia, Finlandia, Danimarca, Malta
- **Eastern Europe.** Al fine di massimizzare l'accesso ai grandi volumi di potenziali turisti, le campagne nel loro complesso dovranno rivolgersi ad almeno tre mercati (requisito minimo di esecuzione) tra i seguenti: Russia, Bielorussia, Kazakistan, Moldavia, Ucraina, Estonia, Lettonia, Lituania, Armenia, Azerbaijan, Georgia, Bulgaria, Grecia, Macedonia, Romania, Serbia, Montenegro; Ungheria, Polonia, Turchia
- **Mercati interni.** Al fine di massimizzare l'accesso ai grandi volumi di potenziali turisti, le campagne nel loro complesso dovranno rivolgersi ad almeno tre mercati (requisito minimo di esecuzione) tra le regioni del Centro-Nord (Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta



Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige, Veneto, Lazio, Marche, Toscana, Umbria.).

L'operazione sarà attuata a seguito dell'espletamento di gara di appalto suddivisa in lotti, mediante procedura aperta da aggiudicare in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, secondo quanto disposto del D.Lgs. n. 36/2023.

Sono ammessi a partecipare alla gara gli operatori economici che nel sistema di classificazione unico per gli appalti pubblici possono erogare i servizi di cui al codice CPV 79340000 – 9: servizi pubblicitari e di marketing.

Il servizio avrà durata fino al 31.12.2026 per consentire che la realizzazione del progetto in un arco temporale medio che determini un cambiamento effettivo dell'immagine della "Destinazione Calabria".

L'intervento è coerente con il PAC 2014/2020, Azione 6.8.3 e con il FSC 2021/2027 in corso di approvazione.

5.4 Azione 4 – Portale Calabria Straordinaria e Osservatorio Turistico

Obiettivi operativi

- Promuovere la destinazione-Calabria comunicando i possibili itinerari ed esperienze a disposizione dei turisti e valorizzare le opportunità di «turismi» alternativi (per esempio, quello connesso ai borghi, alla natura, ecc.);
- Sviluppare un sistema evoluto di Data Governance regionale rivolto a PA, cittadini e imprese, che integri tecnologie Big Data, Machine Learning, Intelligenze Artificiale e funzionale ad attività di supporto decisionale e digital government in materia di turismo;
- Potenziare in un’ottica di integrazione i servizi informativi dell’Osservatorio turistico regionale;

Linee di intervento

4.A - Evoluzione e gestione del Portale Calabria Straordinaria

Sulla base del fabbisogno rilevato sono individuate le seguenti macro-attività finalizzate all’evoluzione e alla gestione del portale di informazione turistica Calabria Straordinaria:

- Manutenzione evolutiva attraverso l’integrazione di nuovi moduli e funzionalità ed erogazione di prestazioni relative allo sviluppo e adattamento del software secondo specifiche tecniche richieste. All’interno di tale attività rientra anche l’integrazione con il sito www.italia.it sulla base delle linee guida per l’interoperabilità disponibili sul sito ufficiale del Ministero del Turismo;
- Manutenzione correttiva della piattaforma tecnologica per il corretto funzionamento della piattaforma web;
- Nuova produzione di contenuti garantendo l’aggiornamento e la creazione di nuovi contenuti editoriali focalizzati sui temi di maggior interesse per l’utente.
- Attività di raccolta, analisi e valutazione dei feedback degli utenti relativi alla qualità percepita.

4.B Sistema Informativo Turistico – Osservatorio Turistico regionale

L’intervento prevede il potenziamento del **sistema di supporto alle decisioni** basato sull’interrogazione dinamica dei dati sul turismo per supportare le attività dell’Osservatorio Turistico regionale e consentire l’accesso ai dati in tempo reale e per l’effettuazione di analisi di approfondimento.

La Legge regionale 8/2008 relativa al riordino dell’organizzazione turistica regionale all’art.10 dispone lo sviluppo e la gestione del sistema informativo turistico regionale mediante procedure di acquisizione, produzione, elaborazione e gestione di dati e di informazioni, finalizzati alla conoscenza del sistema turistico calabrese ed al conseguimento degli obiettivi di sviluppo del turismo con particolare riferimento a:

- a) effettuare di **analisi dei movimenti turistici** con riferimento alle politiche turistiche regionali;

- b) realizzare studi e pubblicazioni sulle **evoluzioni della struttura ricettiva e dell'apparato dei servizi e delle attività di interesse turistico;**
- c) verificare **l'andamento delle principali variabili economiche e sociali** che influenzano il fenomeno turistico;
- d) elaborare indici di **misurazione dei risultati ottenuti dai destinatari dei finanziamenti regionali;**
- e) effettuare, attraverso ricerche di mercato, analisi della domanda turistica dei principali mercati di affluenza del movimento turistico che interessa la regione;
- f) rilevare avvalendosi anche delle associazioni dei consumatori riconosciute a livello regionale o nazionale i disservizi e reclami segnalati, la loro tipologia, nonché **le qualità percepite ed attese dal cliente consumatore;**
- g) organizzare e sviluppare servizi per favorire **l'incontro tra domanda e offerta individuale.**

Il sistema, oltre a integrare le informazioni dei dati scientificamente accreditati sulle dinamiche quantitative economiche e sociali d'interesse turistico, dovrà essere in grado di grado di investigare temi e questioni non adeguatamente descritti dalla statistica ufficiale ma di rilevanza cruciale per l'attrattività e la competitività della Calabria come destinazione turistica emergente. In particolare deve integrare informazioni attraverso i social media, (Facebook, Instagram, Twitter) e siti di recensioni (come ad esempio Tripadvisor) che sono diventati fonti primarie in cui si incontrano domanda e offerta di informazioni.

Nel Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile 2023-2025, il potenziamento del Sistema informativo e dell'Osservatorio Turistico Regionale è considerata un'azione strategica necessaria per supportare il cambio di passo delle politiche turistiche regionali. I servizi saranno erogati nell'arco del triennio 2024-2026.

Le operazioni sono finanziate nell'ambito del PR Calabria 21-27, Azione 1.2.1 - Sviluppo delle infrastrutture tecnologiche e digitali regionali in chiave di sicurezza informatica, data privacy, interoperabilità e digital government nell'ottica del rafforzamento del sistema regionale digitale delle PA.

5.5 Azione 5 – Interventi per la promozione e comunicazione turistica

Obiettivi operativi

- Promuovere la destinazione-Calabria comunicando i possibili itinerari ed esperienze a disposizione dei turisti e valorizzare le opportunità di «turismi» alternativi (per esempio, quello connesso ai borghi, alla natura, ecc.);
- Ampliare la presenza delle strutture calabresi presso i canali di Online Travel Agencies (OTA).

Linee di intervento

- Avvio di collaborazioni con piattaforme di comunicazione digitale legate al turismo (es. blog di intermediari turistici e/o compagnie turistiche, ecc.);
- Realizzazione di campagne di comunicazione sui diversi canali media e diffusione di contenuti audiovisivi digitali, riguardanti percorsi religiosi, naturalistici, enogastronomici e culturali;
- Avvio di interlocuzioni con le principali OTA operanti in Italia per valorizzare le principali destinazioni sul territorio;
- Sostegno a pubblicazioni anche in digitale, ritenute di interesse per la promozione della Calabria e per la diffusione del patrimonio storico, culturale, naturalistico, enogastronomico.
- Pianificazione e realizzazione di programmi di comunicazione sui diversi canali media generalisti, semi-generalisti e specializzati (es. RAI, Mediaset, LA7, SKY, piattaforme dedicate); Partnership di grandi eventi di comunicazione ambientati in Calabria, che oltre a dare grande visibilità alla regione per l'elevato numero di telespettatori, rappresentano uno strumento di attrattività dell'offerta turistica.
- Sponsorizzazione di eventi e format televisivi e radiofonici di promozione del turismo regionale;
- Programmazione di speciali campagne promozionali attraverso i social;
- Programmazione di campagne di comunicazione in luoghi di grande affluenza al pubblico e in occasione di grandi eventi a rilevanza nazionale e internazionale.

5.6 Azione 6 – Eventi turistici e fiere nazionali e internazionali

Obiettivi operativi

- Presidiare i mercati target della destinazione turistica attraverso azioni di promozione e valorizzazione dell'immagine;
- Supportare la partecipazione a fiere, eventi di business matching e scouting di investimenti in ambito turistico;
- Sostenere l'organizzazione di manifestazioni pubbliche ed eventi di grande interesse turistico in grado di generare particolare afflusso di turisti.

Linee di intervento

- Sostegno alla partecipazione collettiva a fiere ed iniziative promozionali di particolare rilevanza internazionale con l'obiettivo di promuovere le destinazioni turistiche locali, individuare nuovi partner commerciali, creare contatti con operatori di settore, rafforzare la cooperazione sovra-regionale, partecipare alle azioni di incoming e missioni commerciali;
- Incentivi alle imprese per la partecipazione alle fiere ed eventi di valenza internazionale (es. allestimento dello stand, organizzazione di B2B con Buyer, GDO, importatori e altri circuiti di distribuzione commerciale esteri, spese promozionali);
- Organizzazione e sponsorizzazione di specifici eventi di promozione e marketing, volte a promuovere l'ecoturismo, il turismo sostenibile ed esperienziale, il turismo religioso, nonché l'organizzazione e la promozione di B2B di incontro domanda-offerta per gli operatori interessati, saloni espositivi, educational tour, ecc.;
- Organizzazione di Tour di buyer e/o giornalisti, fotografi e media professionali provenienti dai mercati target finalizzati a migliorare la conoscenza della destinazione, dei territori, delle risorse, dei prodotti turistici calabresi verso il grande pubblico di viaggiatori/lettori/ascoltatori. Le relative attività potranno essere dedicate a specifici segmenti di offerta ed includere site inspection a strutture ricettive, visite guidate o esperienziali, incontri con operatori locali e stakeholder territoriali. L'organizzazione di incoming turistici potrà avvenire in collaborazione con gli operatori locali, le associazioni operanti sul territorio e prevedere eventi B2B in loco
- Promozione e organizzazione di eventi di grande rilievo turistico, in grado di richiamare l'attenzione verso la destinazione regionale, di contribuire a creare o rafforzare le motivazioni di viaggio, di favorire una significativa attività di animazione territoriale, diffusa sul territorio regionale e distribuita nel corso di tutto l'arco dell'anno.

In relazione alle manifestazioni fieristiche si specifica che quelle ritenute prioritarie per il 2024 sono rappresentate nella seguente tabella. Tale elenco potrà essere soggetto a modifiche ed integrazioni in connessione a cambiamenti di scenario ed operativi.

Si rappresenta, inoltre, che per le manifestazioni sotto riportate, si procederà a pubblicare specifici avvisi esplorativi al fine di verificare l'interesse degli operatori specializzati, all'esito dei quali, l'amministrazione confermerà o meno la partecipazione.

Per l'attuazione delle suddette iniziative, italiane ed internazionali, che si intendono autorizzate, sarà cura del Dipartimento Turismo, Marketing Territoriale e Mobilità predisporre appositi ordini di servizio al personale del dipartimento di volta in volta coinvolto.

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
<p>Reiselivsmessen Oslo 2024 Travel EXPO Oslo</p>	<p>Reiselivsmessen Oslo è il più importante luogo di incontro internazionale annuale dell'industria dei viaggi in Norvegia. Gli operatori hanno l'opportunità di incontrare le più importanti agenzie turistiche della Norvegia e stabilire contatti diretti con le istituzioni turistiche locali.</p>	<p>12 gennaio 2024</p>	<p>14 gennaio 2024</p>
<p>Maison Object Paris</p>	<p>Maison&Objet è la principale manifestazione europea dove si danno appuntamento espositori nazionali ed internazionali del settore Arredamento per la casa. Le nostre produzioni di nicchia, con particolare riferimento ai tessuti e alla produzione di ceramiche, sono intimamente connaturate alle tradizioni popolari e all'identità territoriale e rappresentano dunque strumenti di valorizzazione della nostra regione e collegamento tra sistema turistico, sistema economico e ambiente.</p>	<p>18 gennaio 2024</p>	<p>22 gennaio 2024</p>
<p>TRAVEL&ADVENTURE SHOW New York</p>	<p>I Travel & Adventure Show Series sono sempre stati il punto di riferimento per oltre 2,5 milioni di viaggiatori e oltre 4.500 tra le migliori destinazioni, tour operator, compagnie di crociera e fornitori di viaggi di tutto il mondo. All'evento di New York parteciperanno tour operator e fornitori di viaggi di tutto il mondo ed esperti di viaggio.</p>	<p>27 gennaio 2024</p>	<p>28 gennaio 2024</p>

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
FITUR Madrid	È il primo appuntamento annuale per i professionisti del turismo mondiale e la fiera leader per il mercato iberico e per i mercati dell'America Latina.	24 gennaio 2024	28 gennaio 2024
BIT Milano	BIT Milano è la fiera internazionale a supporto dell'industria turistica in Italia e nel mondo. Connette il mondo dei professionisti del settore in un contesto totalmente b2b, ma contemporaneamente offre l'opportunità agli operatori professionali di incontrare direttamente i viaggiatori. Bit ospiterà, inoltre, circa 400 Hosted Buyer Internazionali inserendoli nel programma di My Matching della BIT Community al quale ogni co-espositore dovrà accedere e creare la propria agenda di appuntamenti che si svolgeranno dalla domenica pomeriggio (dalle ore 14,00) e per tutte le due giornate successive. La domenica mattina sarà prevista un'ulteriore opportunità di business con i buyer, attraverso degli Speedy Meeting gratuiti (dalle ore 10,00 alle ore 12,00) che si svolgeranno in un'area dedicata.	4 febbraio 2024	6 febbraio 2024
F.RE.E MONACO	F.re.e si terrà in Messe München Monaco di Baviera dal prossimo 14 al 18 febbraio 2024 presentando le novità di aziende tedesche e internazionali nei settori del Benessere, Diving, Tempo Libero, Moda Sport, Sport Nautici, Turismo, Ozio. Dopo il successo dello scorso anno, migliaia di visitatori sono pronti nuovamente ad ammirare le bellezze regionali presso l'area dedicata alla Calabria.	14 febbraio 2024	18 febbraio 2024
Fiera dei Territori - Agri Travel Slow Travel Bergamo	Fiera dei Territori – Agritravel e Slow Travel Expo (ATEST), in programma alla Fiera di Bergamo dal 16 al 18 febbraio 2024 (16 febbraio B2B per operatori e 16 – 18 febbraio 2024 B2C per il grande pubblico) è una manifestazione internazionale che promuove il turismo slow, outdoor e active a livello locale, nazionale e internazionale.	16 febbraio 2024	18 febbraio 2024

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
<p>ITB Berlin 2024</p>	<p>Da oltre 50 anni, il nome ITB è sinonimo in tutto il mondo di conoscenza del settore turistico 365 giorni all'anno, networking ed eventi pionieristici, virtuali, di persona o in formato ibrido. Ogni anno a marzo il mondo del turismo internazionale si incontra alla più grande fiera di viaggi d'Europa, ITB Berlin.</p>	<p>5 marzo 2024</p>	<p>7 marzo 2024</p>
<p>Borsa Mediterranea del Turismo BMT Napoli</p>	<p>La Borsa Mediterranea del Turismo è il più grande market place del Mediterraneo organizzata a Napoli da 26 anni e si svolge presso il quartiere fieristico Mostra D'Oltremare in pieno centro città. La BMT è la manifestazione b2b per eccellenza e si rivolge alle agenzie di viaggio ed operatori, è strategica per geolocalizzazione e per il periodo in cui si svolge, unica nel settore e nel panorama fieristico nazionale.</p>	<p>14 marzo 2024</p>	<p>16 marzo 2024</p>
<p>FERIEN MESSE Vienna</p>	<p>Ferien Messe si terrà in Messe Wien Vienna dal prossimo 14 al 17 marzo 2024 presentando le novità di aziende austriache ed internazionali riguardanti i settori: Viaggi avventura, Turismo invernale e culturale.</p>	<p>14 marzo 2024</p>	<p>17 marzo 2024</p>
<p>SALON INTERNATIONAL DU TOURISM Parigi</p>	<p>Il Salon Mondial du Tourisme Paris si terrà in Paris Porte de Versailles (VIPARIS) Parigi dal prossimo 14 al 17 marzo 2024 presentando le novità di aziende francesi ed internazionali</p>	<p>14 marzo 2024</p>	<p>17 marzo 2024</p>
<p>Fà la cosa giusta Milano</p>	<p>È la fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili che dal 2004 cresce ogni anno per numero di visitatori, espositori e interesse dei media. Di interesse l'area espositiva Turismo Consapevole, Grandi Cammini e Outdoor dove i principali tour operato si ritrovano per promuovere viaggi attenti all'ambiente, ai diritti dei popoli e dei lavoratori e alla valorizzazione dei grandi itinerari storici e culturali.</p>	<p>22 marzo 2024</p>	<p>24 marzo 2024</p>

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
Open outdoor experiences Paestum	<p>“Open Outdoor Experiences – Salone delle Attività all’Aria Aperta”, un progetto che intende accendere i riflettori sul patrimonio naturalistico e culturale italiano mediante un nuovo concetto di fruizione turistica basata sulla sostenibilità e accessibilità dei luoghi.</p>	12 aprile 2024	14 aprile 2024
WTM Latino America 2024 Sao Paolo	<p>World Travel Market (WTM) Latin America si terrà in Expo Center Norte Sao Paulo dal prossimo 15 al 17 aprile 2024 presentando le novità di aziende in Brasile e internazionali riguardanti i settori di Viaggi, Business, Turismo</p>	15 aprile 2024	17 aprile 2024
ITB CHINA Shanghai	<p>L’ITB China 2023 rappresenta un’importantissima fiera commerciale B2B incentrata sul mercato cinese dei viaggi. La fiera mira a riconnettere i fornitori globali di viaggi con il mercato cinese, in ripresa, forgiando un percorso collettivo per il futuro del settore. Nello scorso anno, durante l’evento di tre giorni, circa 360 aziende turistiche provenienti da quasi 60 Paesi hanno presentato i loro prodotti e servizi.</p>	27 maggio 2024	29 maggio 2024
CANNES YACHTING FESTIVAL	<p>Lo Yachting Festival si tiene ogni settembre dal 1977 nella scintillante baia di Cannes, in un universo lussuoso ed elegante. Primo salone della stagione nautica, lo Yachting Festival è il più importante appuntamento in acqua d’Europa. Riunisce i protagonisti della nautica da diporto che espongono in anteprima le loro numerose novità. La manifestazione può rappresentare un’importante vetrina turistica per la promozione della destinazione Calabria,</p>	10 settembre 2024	15 settembre 2024
SALONE DEL CAMPER - PARMA	<p>Il turismo in camper rappresenta un settore in crescita, associato a diverse tipologie di turismo (in primis quello sportivo e outdoor), con una particolare attenzione alla sostenibilità e alla scoperta dei territori (grazie alla duttilità del mezzo), e tendenzialmente caratterizzato da turisti medio spendenti.</p>	14 settembre 2024	22 settembre 2024

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
	L'occasione sarà utile per presentare l'offerta regionale e attivare incontri B2B con operatori internazionali		
IFTM Parigi	Considerata l'importanza della fiera, e del mercato francese in particolare, è un'occasione di posizionamento della destinazione-Calabria in vista della stagione 2024.	17 settembre 2024	19 settembre 2024
TTG Rimini	TTG Travel Experience è la manifestazione italiana di riferimento per la promozione del turismo mondiale in Italia e per la commercializzazione dell'offerta turistica italiana nel mondo. Richiama in tre giorni operatori provenienti da tutto il mondo, key player delle principali aziende del comparto: enti del turismo, tour operator, agenzie di viaggi, compagnie aeree, trasporti, strutture ricettive, servizi per il turismo, tecnologia e soluzioni innovative. Ogni co-espositore della Regione Calabria parteciperà alla manifestazione con una postazione personalizzata (desk) presso lo stand della Regione Calabria all'interno di TTG dove potrà incontrare i buyer.	09 ottobre 2024	11 ottobre 2024
SKIPASS Modena	Skipass è da quasi trent'anni la vetrina della neve più importante d'Italia, l'unico salone sul territorio dedicato agli sport invernali e alla montagna, punto di riferimento di professionisti, operatori del settore, appassionati di montagna e sportivi. Tornano le molteplici attività che da sempre hanno contraddistinto Skipass e rappresentato un grande valore aggiunto per i visitatori.	27 ottobre 2024	29 ottobre 2024
BMTA - Paestum	Data l'importante offerta archeologica della Calabria, e considerato il contributo crescente atteso dal turismo storico-culturale della Regione, sarà un'occasione per posizionare la destinazione-Calabria e, allo stesso tempo, per entrare in contatto con best practice del settore.	31 ottobre 2024	3 novembre 2024
International Travel & Tourism Show - Montreal	International Tourism & Travel Show rappresenta uno dei principali eventi al mondo del settore. Più di cento paesi rappresentati attraverso i loro uffici del turismo, tour operator o agenzie di viaggio. È molto importante presentare al pubblico canadese la destinazione Calabria, anche in considerazione dell'emigrazione storica dei calabresi in Canada e della promozione del turismo di ritorno.	1 novembre 2024	3 novembre 2024

Fiera	Motivazioni	Data inizio	Data fine
WTM Londra	Raccogliendo molti dei più importanti operatori del turismo, è un'occasione di fondamentale importanza per conoscere case study di rilievo e avviare dialoghi con gli operatori del settore.	5 novembre 2024	7 novembre 2024
Borsa Turismo delle origini	L'evento ha come tema il "Turismo delle radici e rigenerazione dei borghi". È prevista un'area espositiva aperta al pubblico e un'area dedicata all'incontro tra domanda e offerta, con gli operatori turistici che incontreranno buyer provenienti dai paesi maggiormente coinvolti nel fenomeno dell'emigrazione italiana, ovvero Australia, Nord America - USA e Canada - Centro e Sud America - Messico, Brasile, Argentina - ed Europa.	18 novembre 2024	19 novembre 2024
IBTM Barcellona	La fiera si focalizza sull'industria degli eventi, dei meeting e delle conferenze. Considerata l'ambizione di posizionare in Calabria eventi ad alta visibilità e impatto comunicazionale, la fiera può rappresentare un'opportunità di conoscere case study di rilievo e avviare dialoghi con gli operatori del settore.	19 novembre 2024	21 novembre 2024
TT Varsavia	Come ogni anno, TT WARSAW sarà un'occasione importante per tutto il settore turistico e tutti coloro che sono interessati ai viaggi per conoscere l'offerta turistica degli espositori e di presentarsi ai potenziali partner B2B. Dopo il successo dell'anno scorso, con oltre 500 espositori da 53 paesi , di cui l'Italia era paese-partner per l'anno scorso, anche per la prossima edizione sono previste numerose presenze da tutto il mondo e interessanti iniziative: conferenze, workshop, incontri con noti viaggiatori, pannel, meetings B2B. Nessun altro evento fieristico in Polonia attiva così tanti visitatori ed espositori. Per i rappresentanti del settore turistico sarà un'occasione per riassumere le proprie esperienze della stagione appena passata e per prepararsi per la prossima, mentre i visitatori potranno pianificare il loro prossimo viaggio.	21 novembre 2024	23 novembre 2024
BITESP Venezia	Evento di riferimento per gli operatori del turismo esperienziale e sostenibile e per gli specialisti dell'incoming.	25 novembre 2024	26 novembre 2024
Golosaria Milano	Rappresenta un'importante vetrina turistica per la Destinazione Calabria accentuata dalle importanti eccellenze in ambito enogastronomico che la rappresenteranno.	novembre 2024	novembre 2024

A tutti gli eventi potranno essere associati eventi collaterali con l'obiettivo di rafforzare l'impatto turistico.

Per l'attuazione delle suddette iniziative, italiane ed internazionali, saranno predisposti appositi ordini di servizio autorizzativi al personale del dipartimento di volta in volta coinvolto.

5.7 Azione 7 - Iniziative congiunte con organismi istituzionali.

Obiettivi operativi

- Incrementare la capacità attrattiva del sistema Calabria sui mercati esteri e favorire il riposizionamento competitivo;
- Rafforzamento delle attività promozionali sui principali Paesi target (Germania, Bulgaria, Romania, Norvegia, Lussemburgo-Belgio).

Linee di intervento

- Avvio, attuazione e consolidamento di iniziative promozionali all'estero, anche con il supporto delle Camere di Commercio Italiane all'estero riconosciute ai sensi della legge n. 518/70, con particolare riferimento ai paesi target;
- Partecipazione ad attività istituzionali, nazionali o internazionali per la promozione della destinazione, dei territori e/o di specifici prodotti turistici, realizzate anche come eventi collaterali in occasione delle principali manifestazioni fieristiche con o senza presenza di imprese turistiche.
- Realizzazione di iniziative congiunte con ENIT, Consolati e/o Ambasciate, con particolare riferimento ai paesi target.

5.8 Azione 8 – Iniziative cinematografiche ed audiovisive

Obiettivi operativi

- Valorizzare le attività cinematografiche e audiovisive quale strumento di valorizzazione dell'identità culturale e di promozione del territorio;
- Attrarre nel territorio regionale produzioni nazionali e internazionali, al fine di favorire la valorizzazione e la promozione della conoscenza del patrimonio paesaggistico, culturale, ambientale, enogastronomico e sociale del territorio regionale e del cineturismo.

Linee di intervento

In coerenza con quanto realizzato nel 2023 le principali linee di intervento fanno riferimento a:

- realizzazione di un portfolio differenziato di produzioni audiovisive: cortometraggi, corti di animazione, video clip, docufilm, documentari, opere audiovisive seriali che raccontano le tappe di un viaggio in Calabria;
- sostegno di progetti di creazione di prodotti innovativi, utilizzando, prioritariamente le tecnologie digitali di produzione e di fruizione, che valorizzino la filiera turistica regionale;
- sostegno e sponsorizzazione a progettazioni e produzioni dei contenuti creativi di natura "seriale" e di divulgazione e diffusione sui canali specializzati (es. RAI, piattaforme dedicate, agenzie cinematografiche).

Gli interventi sono realizzati in coerenza con la Legge Regionale n. 21 del 21 giugno 2019 "Interventi regionali per il sistema del cinema e dell'audiovisivo in Calabria" che promuove, sostiene e valorizza le attività cinematografiche e audiovisive quale strumento di libera espressione artistica e creativa, di formazione culturale, di coesione sociale, di valorizzazione dell'identità culturale, di innovazione, di sviluppo economico e di promozione del territorio.

Il principale soggetto deputato alla attuazione delle attività e degli obiettivi della legge regionale è la Fondazione Calabria Film Commission, per mission statutaria anche in considerazione della l'art. 6 della L.R. n. 1/2022 "Legge recante interventi di manutenzione normativa varie leggi regionali" che ha ampliato i compiti della Fondazione Calabria Film Commission assegnandole anche il compito della promozione turistica del territorio.

5.9 Azione 9 – Attuazione articolo 65 della L.R. n.13/1985

Obiettivi operativi

- Valorizzare il sistema le eccellenze ambientali, culturali, turistiche, artigianali ed enogastronomiche per massimizzare l'impatto degli interventi di promozione turistica e apertura internazionale.

Linee di intervento

- Attuazione e gestione bandi e avvisi rivolti ad enti pubblici riguardanti le finalità di cui all'art. 65 della LR n. 13/85 che riconosce nelle attività promozionali un necessario strumento operativo rivolto a definire l'immagine unica dell'offerta turistica calabrese nel suo complesso;
- Pianificazione e realizzazione di specifici progetti che abbiano la finalità di promuovere l'immagine della Calabria e dell'offerta turistica collegata, anche attraverso l'attuazione di attività collaterali;
- Promozione e sostegno di eventi incentrati sulle leve dell'identità culturale, della sostenibilità e della tipicità;
- Realizzazione di iniziative finalizzate alla promozione del turismo montano con particolare riferimento a: i) iniziative finalizzate alla promozione del turismo sociale, etnico, rurale, scolastico, religioso, montano ed esperienziale; ii) attività di accoglienza e di tutela del turista, nonché, iniziative locali di intrattenimento e di attrazione o di valorizzazione dei patrimoni naturalistici, storici, culturali, tradizionali e folcloristici; iii) realizzazione o acquisizione di materiale pubblicitario ed editoriale.

5.10 Azione 10 – Progetto Turismo delle radici

Obiettivi operativi

- Coinvolgere gli italiani all'estero e gli italo-discendenti non solo nella scoperta dei luoghi da cui provenivano gli antenati, ma anche nella conoscenza di tutti quegli elementi di cui si compone il patrimonio culturale italiano e, in particolare, quelli che non fanno parte dei circuiti mainstream del turismo italiano;
- Promuovere “viaggi delle radici” attraverso la creazione di un'offerta turistica nazionale e suddivisa per territori regionali per offrire una serie di esperienze finalizzate alla conoscenza della storia familiare e del territorio d'origine;
-

Linee di intervento

L'iniziativa coordinata dal MAECI denominata “Il turismo delle radici - Una strategia integrata per la ripresa del settore del turismo nell'Italia post covid-19 – 2024 Anno delle Radici Italiane nel Mondo” è finalizzata alla promozione dei viaggi delle radici attraverso la creazione di un'offerta turistica nazionale e suddivisa per territori regionali.

L'intera offerta confluirà in una piattaforma integrata di valorizzazione territoriale e turismo esperienziale che mira alla valorizzazione dei luoghi e dei prodotti delle proprie origini.

L'intento del progetto è quello di coinvolgere gli italiani all'estero e gli italo-discendenti. Non solo nella scoperta dei luoghi da cui provenivano gli antenati, ma anche nella conoscenza di tutti quegli elementi di cui si compone il patrimonio culturale italiano e, in particolare, quelli che non fanno parte dei circuiti mainstream del turismo italiano e che risiedono nei piccoli comuni che sono stati e sono tutt'ora luoghi di emigrazione.

Per questo, gli eventi internazionali saranno uno strumento di comunicazione fondamentale: sia per aumentare la conoscenza del progetto e dell'offerta di servizi correlata, sia per attrarre potenziali viaggiatori e sollecitare il desiderio di scoprire le proprie origini italiane.

Gli elementi chiave che guideranno la presenza negli eventi saranno:

1. La promozione dell'offerta del Turismo delle Radici con materiale informativo e attraverso il richiamo alla piattaforma digitale;
2. La creazione di un'esperienza immersiva in grado di trasportare il pubblico presente nell'Italia delle proprie origini;
3. La rappresentazione “in piccolo” di quello che il pubblico potrà vivere in Italia, attraverso gli itinerari organizzati e le esperienze personalizzate (secondo i vari ambiti tematici che interessano gli italo-discendenti: dalle tradizioni gastronomiche

a quelle musicali, alla cultura italiana in tutte le sue espressioni, ecc.)

Nella maggior parte dei casi, le attività del MAECI e delle Regioni si inseriranno in contesti già esistenti e già individuati nelle principali comunità in cui risiede il target di riferimento. Si tratta di grandi eventi in cui saranno realizzate le attività indirizzate ai potenziali viaggiatori. Correlate a queste e negli stessi giorni potranno svolgersi altri eventi di dimensioni ridotte (circa 200 persone) indirizzati ad altri target, come gli operatori turistici, la stampa e i testimonial.

Il Ministero metterà a disposizione delle Regioni l'ospitalità negli spazi destinati alle manifestazioni e la visibilità nei materiali di comunicazione: es. nei backdrop, negli allestimenti degli stand, nel materiale espositivo, attraverso la comunicazione ai media, sul sito web (nella parte dedicata agli eventi internazionali) e sui social media, ecc..

A seguito di incontri con il Ministero si deciderà per quali degli eventi sotto indicati si intenderà compartecipare con riguardo in particolare ai Paesi dove più numerosi sono i calabresi d'origine.

Eventi – 2024 Anno delle radici italiane nel mondo

Stato	Sede	Denominazione evento	Data / periodo	Città dell'evento
ARGENTINA	Consolato Generale BUENOS AIRES	Buenos Aires celebra Italia	seconda metà del 2024	BUENOS AIRES
ARGENTINA	CONSOLATO GENERALE DI ROSARIO	Encuentro y Fiesta Nacional de Colectividades	Novembre	Rosario (Santa Fe)
ARGENTINA	CG CORDOBA	"ITALIA EN CATAMARCA"	9-10-11 GIUGNO	CATAMARCA (ARGENTINA)
AUSTRALIA	Sydney	Norton Street Italian Festa (Inner West Council)	Ottobre	"Little Italy" Sydney NSW
BRASILE	SAN PAOLO	Festa Nossa Senhora da Achiropita	agosto	San Paolo
BRASILE	SAN PAOLO	Festa di San Vito	giugno	San Paolo
BRASILE	PORTO ALEGRE	Festa Nacional da Uva	15/02 a 03/03/2024	Caixias do Sul
BRASILE	SAN PAOLO	Festa Quiririm	agosto	Taubaté
CANADA	Cons. Gen. d'Italia a Montreal	ITALFEST	Agosto	Montreal
CANADA	Cons. Gen. d'Italia a Montreal	Italian Contemporary Film Festival	Luglio - Agosto	Montreal
CANADA	Toronto	Chin Picnic a Little Italy	Giugno - Italian heritage Month	Toronto (Little Italy)
STATI UNITI	NEW YORK	Colombus Day Parade	ottobre 2024 - Ricorrenza annuale	New York (Manhattan, Long Island, Queens, Bronx)

STATI UNITI	CHICAGO	Columbus Day Parade and celebrations	ottobre - ricorrenza annuale	Parata su grande arteria stradale in centro città; eventi in vari quartieri di Chicago
--------------------	---------	--------------------------------------	------------------------------	--

6. GOVERNANCE

6.1 Soggetto responsabile e attuatori

Il soggetto responsabile dell'attuazione degli interventi è il Dipartimento "Turismo Marketing Territoriale e Mobilità".

Il Dipartimento si avvale per l'attuazione e gestione di soggetti attuatori e di società in house ed enti strumentali della Regione, con particolare riferimento a Fincalabra S.p.A. e alla Fondazione Calabria Film Commission che, ai sensi della DGR n.20 del 20.01.2022, può essere soggetto attuatore di progetti/azioni di comunicazione, promozione turistica e marketing territoriale.

Le diverse linee di intervento potranno essere realizzate anche in collaborazione con le rappresentanze delle imprese, le CCIAA, il Ministero del Turismo, ENIT, ICE-AGENZIA, Camere di Commercio Italiane all'estero, Consolati e/o Ambasciate.

Potranno essere attivati accordi, protocolli e intese con enti ed istituzioni pubbliche finalizzate a:

- a) ampliare e innovare l'offerta regionale con un portafoglio di nuovi prodotti sostenibili, valorizzando gli attrattori culturali e naturali, potenziando i servizi e sostenendo nuove reti di destinazioni, soprattutto in relazione al turismo estero;
- b) promuovere l'immagine della Calabria puntando sui marcatori identitari, sul patrimonio materiale e immateriale;
- c) sostenere l'apertura internazionale del sistema regionale valorizzando la partecipazione a eventi, fiere e iniziative di particolare rilevanza internazionale e promuovendo il sistema regionale presso specifiche controparti e interlocutori esteri;
- d) implementare azioni di scouting per l'individuazione delle opportunità di investimento;
- e) promuovere una serie di azioni di "image building" in grado di far assurgere la Calabria al ruolo di ponte concettuale, in termini economici, logistici e culturali tra sponda nord e sponda sud/est del Mediterraneo.

6.2 Stati Generali del Turismo

L'iniziativa regionale in ambito turistico si basa sul coinvolgimento attivo dei diversi soggetti pubblici e privati che operano nel settore turistico in Calabria, sul confronto e lo scambio di esperienze tra i vari protagonisti, al fine di ricevere elementi, riflessioni e proposte per il rafforzamento della destinazione turistica.

Il turismo, per sua natura, comprende ambiti produttivi, economici, sociali e culturali molto diversi tra loro, ed è quindi fondamentale delineare strategie innovative e politiche in grado di generare ricadute positive sul territorio.

Entro il primo trimestre del 2024 si intende avviare una fase nuova e più partecipativa con il territorio, rafforzando il legame tra i vari soggetti che operano nel settore turistico: istituzioni, associazioni di categoria, imprenditori, operatori economici, associazioni.

Per questa ragione saranno realizzati gli Stati Generali del Turismo con l'obiettivo di:

- sviluppare un percorso partecipato, creando momenti fisici e virtuali per connettere la governance del turismo regionale con i vari attori, avviando così un processo di migliore conoscenza reciproca, consapevolezza e sviluppo di progettualità condivisa;
- condividere analisi e iniziative di interesse regionale al fine di coordinare gli interventi e massimizzare gli impatti sul territorio;
- redigere documenti e position paper su visione, strategie e priorità condivise, applicando la metodologia del Piano Strategico del Turismo Nazionale.

6.3 Sistema di monitoraggio e valutazione

Allo scopo di verificare l'avanzamento e acquisire le informazioni – procedurali, finanziarie e operative – necessarie alla supervisione e alla valutazione del Piano il Dipartimento provvederà all'implementazione di un sistema di monitoraggio continuo.

Le attività di monitoraggio consentiranno di rilevare le criticità, così da garantire tempestivamente, se necessario, opportuni interventi correttivi. Il monitoraggio, in coerenza con la regolamentazione comunitaria di riferimento e in linea con il sistema di monitoraggio delle politiche di coesione, si basa sulla raccolta di informazioni relative agli indicatori (output e realizzazioni) correlati a Obiettivi e Risultati e sulla verifica dell'andamento delle Azioni. Si prenderanno in esame, inoltre, gli indicatori identificati nelle proposte progettuali al fine di misurare efficacemente l'avanzamento quantitativo e

qualitativo degli interventi e si monitoreranno gli indicatori di risultato e i relativi valori target.

In particolare, le attività di monitoraggio saranno realizzate dalla struttura “Osservatorio Turismo Calabria” attraverso l’aggiornamento trimestrale di un set di *Key Performance Indicator (KPI)*, di misura qualitativa e quantitativa, atti a misurare i progressi della Regione Calabria in ambito turistico, sia sul fronte delle attività e degli interventi messi in campo (*input*), sia per quanto riguarda i risultati e gli impatti connessi (*outcome*).

I principali KPI fanno riferimento ai seguenti:

- a) Numero e tipologia dei progetti finanziati;
- b) Ammontare dei finanziamenti erogati;
- c) Numero di beneficiari per tipologia e provincia;
- d) Arrivi e presenze mensili per paese di provenienza;
- e) Andamento degli investimenti della filiera turistica;
- f) Nati-mortalità strutture ricettive;
- g) Andamento posti letto per categoria, provincia e tipologia
- h) Valutazione sui servizi turistici (Booking).

7. LE FONTI DI FINANZIAMENTO

Le principali fonti di finanziamento relative all'attuazione del presente piano esecutivo - annualità 2024 - per un totale pari ad **€ 30.693.900,00** fanno riferimento a:

- PR Calabria 2021/2027, Azioni 1.3.1 e 1.2.1 condivise rispettivamente con Dipartimento Sviluppo economico ed Attrattori culturali e Dipartimento Transizione Digitale. Capitoli U9140504701 (**€ 16.000.000,00** giusta DGR n. 640 del 20/11/2023) e U9011204604 (**€ 3.000.000,00** annualità 2024 giusta DGR 752/2023 proposte di impegno nn. 410/2024 e 411/2024)
- PAC Calabria 2014/2020 Azione 6.8.3. U9070200501 importo **€ 10.000.000,00**
- LR n. 13/85, art. 65 U0613310401-402-405 - U0613311201 importo complessivo **€ 1.693.900,00** (di cui € 300.000,00 giusta prenotazione di impegno n. 367/2024 – DDG n. 19264/2023)

Le Azioni di seguito riportate potranno essere incrementate/integrate con ulteriori risorse regionali e fonti di finanziamento coerenti.

AZIONE	FONTE FINANZIAMENTO
AZIONE 1- SOSTEGNO ALLA CREAZIONE DI FAMILY HOTEL	PR Calabria 2021/2027, Azione 1.3.1
AZIONE 2 – INTERVENTI PER LA “COMPETITIVITÀ DEL SISTEMA PRODUTTIVO REGIONALE”	Azione programmatica (giusta DGR 415/2023)
AZIONE 3 – MARKETING DIGITALE TURISTICO	PAC Calabria 2014/2020
AZIONE 4 – PORTALE CALABRIA STRAORDINARIA E OSSERVATORIO TURISTICO	PR Calabria 21-27, Azione 1.2.1 -
AZIONE 5 – INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E COMUNICAZIONE TURISTICA	PAC Calabria 2014/2020
AZIONE 6 – EVENTI TURISTICI E FIERE NAZIONALI E INTERNAZIONALI	PAC Calabria 2014/2020
AZIONE 7 - INIZIATIVE CONGIUNTE CON ORGANISMI ISTITUZIONALI	PAC Calabria 2014/2020
AZIONE 8 – INIZIATIVE CINEMATOGRAFICHE ED AUDIOVISIVE	PAC Calabria 2014/2020
AZIONE 9 – ATTUAZIONE ART. 65 L.R. N.13/1985	LR n. 13/85, art. 65
AZIONE 10 – TURISMO DELLE RADICI	LR n. 13/85, art. 65 - PAC Calabria 2014/2020