



## **PROVINCIA DI COMO**

**COPIA**

---

### **DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE**

N° 271 DEL 14/03/2012

**SETTORE Marketing Territoriale, Rapporti con la Regio Insubrica,  
Sport, Tempo Libero e Turismo**

**OGGETTO:** PROMOZIONE TURISTICA CCIAA/PROVINCIA: APPROVAZIONE  
PROGRAMMA INIZIATIVE E SUDDIVISIONE CONTRIBUTO TRA LE VARIE  
ATTIVITA'.

IL RESPONSABILE  
F.to MOTTA ALFREDO

Data esecutività: 14/03/2012

**OGGETTO: Promozione turistica CCIAA/Provincia: Approvazione programma iniziative e suddivisione contributo tra le varie attività.**

### **IL DIRIGENTE DEL SETTORE TURISMO**

**RICHIAMATO** il provvedimento n. 271 del 29/12/2011 con il quale, ai sensi dell'art. 163 del D.Lgs. 267/2000, la Giunta Provinciale ha deliberato la proroga durante la fase di esercizio provvisorio, dell'applicazione del PEG 2011;

**VISTA** la D.D. 75/56344/1724 in data 21/12/2011 con la quale si assegnava un contributo di Euro 60.000,00 alla CCIAA di Como quale concorso alla realizzazione dei progetti di massima di promozione turistica;

**VISTO** il Piano dettagliato delle attività della Camera di Commercio di Como che trova piena condivisione da parte di questo Settore e che si allega quale parte integrante e sostanziale;

**VISTO** il programma n. 9 "Sviluppo Economico" - Progetto RPP 7 - Centro di Costo 19 - Servizio 11.1 "Turismo" - Finalità 1- Progetto P.E.G. 2 del Bilancio di previsione 2011;

### **DETERMINA**

1. **Di approvare** il Piano dettagliato delle attività di promozione turistica della Camera di Commercio di Como e relativi importi di concorso alla realizzazione degli stessi da parte di questa Provincia (allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale).
2. **Di dare atto** che la spesa prevista è coperta nell'impegno di spesa n. 1254/11 Res. di Euro 60.000,00 ed è in attuazione alla previsione del programma n. 9 "Sviluppo Economico" - Progetto RPP 7 - Centro di Costo 19 - Servizio 11.1 "Turismo" - Finalità 1- Progetto P.E.G. 2 del Bilancio di previsione 2011.

IL RESPONSABILE  
F.to MOTTA ALFREDO

PROMOZIONE DEL TURISMO - ANNO 2012 PIANO DETTAGLIATO DELLE ATTIVITA'

DESCRIZIONE		budget	quota Regione Lombardia	quota CCI/AA	quota Provincia
Attività 1.1 PROGETTO ACCOGLIENZA STAMPA E OPERATORI STRANIERI	<p>Promuovere le destinazioni turistiche del lago di Como presso un target di key players del settore turistico nazionale e internazionale quali rappresentanti della stampa di settore e operatori business (tour operator, agenti di viaggio, compagnie aeree, etc.), attraverso l'organizzazione di itinerari turistici promozionali e informazioni di accoglienza sul nostro territorio.</p> <p>Il progetto si svolgerà nel corso dell'intero 2012 e sarà organizzato anche in stretta collaborazione con gli uffici ENIT per un'individuazione efficace di giornalisti che vogliono realizzare inserti, pubblicazioni, articoli, etc. e operatori che intendono conoscere meglio il nostro territorio. Il progetto servirà anche a soddisfare quelle richieste che avvengono in concomitanza di eventi particolari quali l'inaugurazione di nuove rotte aeree, etc.</p>	€ 26.000,00		€ 10.000,00	€ 16.000,00
Attività 1.2 CINETURISMO: LE STELLE DEL LAGO DI COMO - 2ª edizione	<p>Per anni i film sono stati un mezzo per conoscere il mondo senza muoversi da casa. Adesso, spesso, si viaggia per conoscere i luoghi in cui sono stati girati film o fiction di grande successo. Il fenomeno del cineturismo può diventare un motivo di forte impulso per il territorio. L'obiettivo del progetto è quindi valorizzare, a fini turistici, la brand equity della provincia di Como quale territorio denso di location che hanno ospitato riprese cinematografiche, offrendo ai turisti la possibilità di conoscere il territorio attraverso i film che li sono stati girati. Nella prima edizione sono stati inseriti 15 location di fama internazionale, in questa edizione saranno scelte altri importanti film, fiction e spot commerciali più significativi. Sarà organizzata una conferenza Stampa alla presenza della stampa nazionale e di settore. Nel corso della stagione turistica estiva saranno anche individuate le principali 5/6 location dove poter proiettare le pellicole e le girate, per poter richiamare i turisti ospiti sul nostro territorio.</p>	€ 21.000,00		€ 17.000,00	€ 4.000,00
Attività 1.3 EDUCATIONAL GOLF	<p>L'iniziativa mira a promuovere e a far conoscere le numerose strutture golfistiche lombarde creando nuove opportunità di business. Si visiteranno le strutture golfistiche presenti sul Lago di Como promuovendo il golf come offerta di eccellenza del segmento Turismo attivo.</p> <p>Il Lago di Como, forte dei suoi sette campi da golf, intende continuare nell'impegno teso a rafforzare il mercato golfistico promuovendo Como come una nuova "Golf Destination". Impegno reso ancora più importante soprattutto in considerazione del fatto che il Lago di Como, insieme a Regione Lombardia, ha posto la propria candidatura per ospitare l'edizione 2013 dell'IGTM (International Golf Travel Market) a Villa Erba di Cernobbio. Tale evento porterebbe sul Lago di Como circa 1.400 presenze tra esperti del mondo del golf, tour operator e giornalisti del settore.</p>	€ 27.500,00		€ 15.000,00	€ 12.500,00
Attività 1.4 PROMOZIONE MERCATO INTERNO	<p>Individuazione di una Fiera di settore alla quale partecipare assieme agli operatori turistici del Lago di Como.</p>	€ 11.000,00		€ 6.000,00	€ 5.000,00
	Organizzazione, in primavera, di un'iniziativa di promozione turistica sul mercato inglese che rappresenta				



<p><b>Attività 1.5</b> <b>EDUCATIONAL TOUR OPERATORI INGLES</b></p>	<p>un'interessante opportunità di lavoro per gli operatori turistici per il Lago di Como. L'iniziativa mira a realizzare interventi di promozione dell'eccellenza turistica, finalizzati alla crescita, allo sviluppo delle opportunità turistiche ed al consolidamento delle relazioni già in corso. In termini di presenze i turisti inglesi sono per la nostra provincia il secondo mercato di interesse, assicurando circa 264 mila presenze in un anno. Lo scopo dell'azione di promozione è quello di valorizzare i numerosi fattori di eccellenza del Lago di Como, quali il turismo culturale, artistico, naturalistico, enogastronomico, golf, in combinazione con altri punti di forza del nostro territorio. In particolare, si vorranno incrementare i contatti con i tour operator che già vendono la destinazione Italia e che potranno creare nuove proposte turistiche che includono anche il Lago di Como. E' prevista l'accoglienza di 15 operatori americani per 4/5 giornate.</p>			
<p><b>Attività 1.6</b> <b>EDUCATIONAL TOUR OPERATORI FRANCESI</b></p>	<p>Realizzazione, in primavera, di un'iniziativa di promozione turistica sul mercato francese. La Francia rappresenta un'interessante opportunità di lavoro per gli operatori turistici ed è un mercato strategico per la realizzazione di interventi di promozione dell'eccellenza turistica del Lago di Como, finalizzati ad aumentare, sostenere e consolidare i flussi turistici provenienti dalla Francia, valorizzando i numerosi fattori di eccellenza quali il turismo culturale, artistico, naturalistico, enogastronomico. Il mercato francese per la nostra provincia è uno dei mercati particolarmente importante ed assicura 116 mila presenze all'anno. E' prevista l'accoglienza di 15 operatori francesi per 4/5 giornate. Gli obiettivi dell'educational si possono riassumere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere l'immagine turistica del Lago di Como;</li> <li>- Consolidare le località note e rafforzare l'immagine delle località turistiche meno conosciute</li> <li>- Incremento delle presenze turistiche francesi</li> <li>- Inserimento il Lago di Como nei pacchetti turistici di tour operator francesi.</li> </ul>			
<p><b>Attività 1.7</b> <b>WORKSHOP B2B GERMANIA</b></p>	<p>Secondo i dati ufficiali sull'andamento dei flussi turistici nella provincia di Como la Germania, con circa 344 mila giornate di presenze in un anno, è in ordine di importanza, il primo Paese per numero di clienti ospitati. E' un mercato strategico per la realizzazione di interventi mirati di promozione dell'eccellenza turistica, finalizzati sia alla crescita e allo sviluppo delle opportunità turistiche sia al consolidamento delle relazioni già in corso. In questa ottica è stato avviato, nel corso del 2010 a Monaco e del 2011 a Francoforte, un programma di sensibilizzazione sul mercato tedesco con l'intento di promuovere l'incoming a Como di turisti provenienti da tutta l'area della Germania. In particolare l'obiettivo è stato quello di intercettare la domanda di nuovi potenziali visitatori tedeschi facendo leva sulla condizione del Lago di Como e della Lombardia quale destinazione caratterizzata da una formidabile offerta integrata di attrattività, leisure, business e di enogastronomia. Nel 2012 si intende portare avanti una azione di consolidamento presso questo mercato, proseguendo con una Missione in una città tedesca da individuare. Sarà quindi realizzata a novembre una missione che prevede come prima fase l'impostazione delle azioni di follow up sul mercato attraverso un'accurata selezione di stampa e buyers sulla scorta anche delle indicazioni emerse nel corso delle missioni del 2010 e 2011. Si procederà:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'impostazione/organizzazione della missione di promozione turistica;</li> <li>- la programmazione degli incontri b2b;</li> <li>- Conferenza Stampa di presentazione dell'offerta turistica agli operatori tedeschi;</li> <li>- degustazione di prodotti enogastronomici locali al fine di esaltare i sapori e i profumi della nostra cucina tipica, nonché le caratteristiche dei vini. Inaugurazione VOLO Monaco Malpensa Alitalia</li> </ul>			
	<b>TOTALE</b>			