

**REGIONE DELL'UMBRIA
GIUNTA REGIONALE**

DIREZIONE REGIONALE CULTURA, TURISMO, ISTRUZIONE, FORMAZIONE E LAVORO

SERVIZIO TURISMO

**DOCUP Ob. 2 2000 – 2006
AZIONE 3.4.1**

PROGRAMMA TRIENNALE 2004 - 2006

APPROVATO CON D.G.R. n° 149 del 4/2/2005

Indice

1. Premessa	pag. 2
2. Andamento del movimento turistico	pag. 7
3. Il programma attuativo dell'azione 3.4.1	pag. 12
4. Piano finanziario	pag. 15

1. Premessa.

La Misura 3.4 del DOCUP Obiettivo 2 2000 – 2006 “Promozione ai fini turistici dei sistemi culturali e ambientali” è articolata in due Azioni: l’Azione 3.4.1 “Iniziativa e campagne promozionali pubbliche” e l’Azione 3.4.2 “Sostegno ad iniziative di commercializzazione a campagne promozionali da parte di operatori privati associati”.

Gli obiettivi della Misura, come determinati dal Complemento di Programmazione, sono:

- promozione e diffusione unitaria dell’immagine generale dell’Umbria;
- iniziative di marketing per diffondere informazioni all’utenza turistica potenziale, sulle valenze culturali ed ambientali delle aree interessate dal DOCUP Obiettivo 2.

Per tutti gli obiettivi sono previste adeguate iniziative volte anche a valorizzare lo spazio rurale in coerenza con le finalità del Complemento di Programmazione.

Il DOCUP Obiettivo 2 prevede che l’Azione 3.4.1 sia attuata mediante due programmi triennali, relativi ai periodi 2001 – 2003 il primo, 2004 – 2006 il secondo.

Il programma triennale 2001 – 2003 è stato approvato dalla Giunta Regionale con atto n. 705 del 29 maggio 2002 per un importo complessivo di Euro 4.434.832,00, di cui Euro 3.256.145,00 per le arre Obiettivo 2 e Euro 1.178.687,00 per le aree phasing out, così come previsto dal piano finanziario della Misura 3.4, di cui alla delibera della Giunta Regionale n. 1529/2001.

Le attività realizzate con il suddetto programma sono le seguenti :

- predisposizione di materiali informativi relativi all’intera regione e a circuiti territoriali e/o tematici, realizzati su supporti tradizionali o innovativi;
- campagne promo pubblicitarie pubbliche, diffusione del materiale, anche mediante strumentazione telematica ai fini della promozione del patrimonio monumentale, ambientale, culturale ed enogastronomico d’area;
- promozione pubblica di pacchetti turistici integrati d’area per la valorizzazione del patrimonio monumentale, ambientale, culturale e dello spazio rurale;

Come di evince dalla seguente Tabella 1 gli interventi sono per la maggior parte conclusi e rendicontati:

Tab.1

PROGRAMMA TRIENNALE 2001-2003			
Intervento	Beneficiario.Finale	Spesa Complessiva	Stato di attuazione
a.1-Materiale a stampa	A.P.T.	632.423,02	Concluso e rendicontato
a.2-Audiovisivo	A.P.T.	41.800,00	Concluso e rendicontato
b.6.1-Depliant	A.P.T.	9.776,98	Concluso e rendicontato
a.3-Materiale a stampa	Associazione Comuni	400.000,00	Concluso e rendicontato
a.4-Guide	Regione	156.305,00	In fase di ultimazione
	Provincia PG	150.000,00	Concluso e rendicontato
	Provincia TR	100.000,00	Concluso e rendicontato
a.5-Segnaletica	Regione Province	375.000,00	Approvato il bando per la progettazione
b.1-Campagna pubblicitaria	A.P.T.	1.000.000,00	Concluso e rendicontato
b.2-Fiere e Borse	A.P.T.	418.000,00	Concluso e rendicontato
b.3 bis-Workshop	A.P.T.	80.000,00	Concluso e rendicontato
b.4-Educational	A.P.T.	63.000,00	Concluso e rendicontato
b.5- Turismo enogastronomico	Comuni	300.000,00	Concluso e rendicontato
b.6.2-Grandi Manifestazioni 2003	APT Comuni	309.927,00	Concluso e rendicontato
C	PIAT	398.600,00	Non attivato
Totale		4.434.832,00	

Oltre alle risorse disponibili relative all'intervento "C", pari ad € 398.600,00, per altri interventi sono state accertate ulteriori economie per € 14.559,20. Pertanto la disponibilità finanziaria complessiva derivante dal Programma 2001-1003 da utilizzare per il Programma 2004 – 2006 ammonta ad € 413.559,20 (vedi punto 4 – Piano Finanziario).

Nel corso del 2003 in Umbria, si sono costituiti, e sono stati riconosciuti dalla Giunta Regionale, otto Sistemi Turistici Locali. L'obiettivo di tali organismi, che aggregano operatori privati e soggetti pubblici, è di contribuire alla formazione di prodotti turistici complessi attraverso la valorizzazione integrata delle risorse locali.

Le risorse finanziarie per sostenere le attività dei sistemi turisti locali provengono dalle annualità 2001-2002 del fondo di cofinanziamento dell'offerta turistica, previsto dalla legge 135/01, che, per la Regione dell'Umbria, ammontano a complessivi Euro 5.416.315,25

In proposito la Giunta Regionale, dopo aver espletato le procedure di concertazione in sede di Tavolo Tematico "Tutela e valorizzazione della risorsa Umbria", ha adottato il programma di utilizzo di detti fondi, come segue:

1. sostegno ai progetti dei S.T.L.	Euro 2.616.697,16
2. osservatorio regionale sul turismo	Euro 100.000,00
3. altre tipologie di intervento a carattere trasversale regionale	Euro 2.697.618,09
a) riqualificazione I.A.T.	Euro 450.000,00
b) completamento graduatoria Docup 2000/06 – Az. 3.4.2	Euro 755.452,50
c) azioni relative alle qualificazioni della ricettività e alla commercializzazione nelle aree escluse dall'Obiettivo 2 ed integrazione aree phasing out	Euro 640.862,75
d) quota parte aree escluse da Obiettivo 2 e da phasing out	Euro 120.000,00
e) sostegno alle grandi manifestazioni annualità 2001–2002	Euro 731.302,84

La Regione Umbria, inoltre, in conformità al decreto del Ministro delle Attività Produttive 18 novembre 2003, attuativo dell'art.5, comma 5, della citata legge 135/01, in accordo con altre Regioni ed in particolare con quelle del centro, ha promosso ed aderito a dodici progetti interregionali di valorizzazione e sviluppo turistico, per un importo complessivo di Euro 1.777.500, di seguito elencati:

N.	PROGETTO	REGIONE PARTECIPANTE	COSTO TOTALE PROGETTO	QUOTA PARTE UMBRIA
1	AZIONE DI PROMOZIONE INTERREGIONALE DEL SISTEMA CONGRESSUALE	Campania, Emilia Romagna, Liguria, Sardegna, Toscana, Umbria, Veneto, Marche, Province autonome di Bolzano e Trento	3.427.300,00	70.000,00
2	LA TERRA DEGLI ETRUSCHI	Toscana, Lazio, Umbria	1.636.000,00	222.000,00
3	VIVERE I LAGHI	Lazio, Umbria, Molise	1.175.000,00	300.000,00
4	VALORIZZAZIONE TURISMO SCOLASTICO E GIOVANILE	Toscana, Umbria	1.166.000,00	111.000,00
5	TRENO DEL GUSTO	Toscana, Lazio, Marche, Umbria	1.351.000,00	111.000,00
6	SVILUPPO DELLE POLITICHE INTERREGIONALI DEL TURISMO	Tutte CINSEDO	300.000,00	6.549,00
7	ITINERARI DELLA DORSALE APPENNINICA E UN LABORATORIO DEL TURISMO PER TUTTI NEL PARCO DEI SIBILLINI	Marche, Umbria	768.951,00	328.951,00
8	TEVERE FIUME DELLA STORIA	Umbria, Toscana	217.748,28	200.000,00
9	PROMOZIONE INTERNAZIONALE	Marche, Umbria, Lazio	2.137.433,00	167.000,00
10	ITINERARI DELLA FEDE	Umbria, Lazio	1.050.000,00	50.000,00
11	ITIINERARIO TERRA DEL DUCA: dai Montefeltro ai Della Rovere	Marche, Umbria	333.400,00	111.000,00
12	AZIONE DI PROMOZIONE INTERREGIONALE DEL ITALIADEST - Promozione dei nuovi mercati dell'est.	Toscana, Emilia Romagna, Umbria	506.000,00	100.000,00
TOTALE			14.068.832,28	1.777.500,00

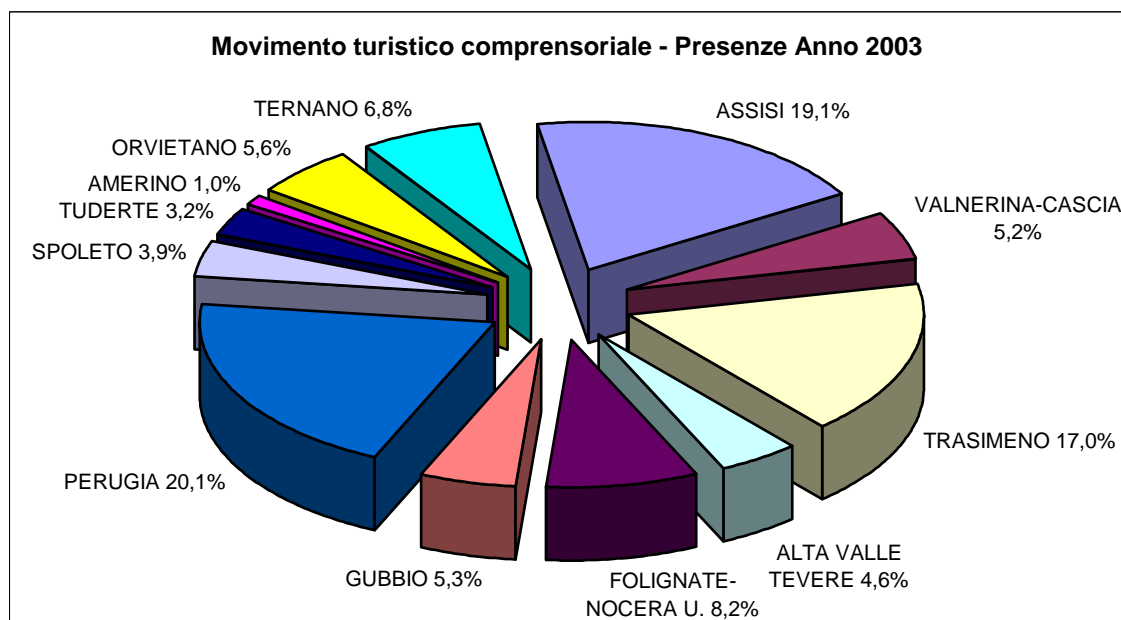
Da quanto sopra espresso si evince che tutte le risorse disponibili sono state utilizzate per la realizzazione di progetti e di azioni strategiche in coerenza con gli obiettivi e con le priorità previsti dai strumenti della programmazione regionale, tesi alla valorizzazione integrata della risorsa Umbria.

2. Andamento del movimento turistico

Il consuntivo del movimento turistico in Umbria nel 2003

I dati registrati nei comprensori umbri nel 2003, raffrontati con quelli del 2002, fanno registrare nel totale una diminuzione del -2,3% negli arrivi e del -2,0% nelle presenze, mentre in alcuni comprensori si registra un notevole incremento, come nel caso del Folignate-Nocera Umbra, con +11,0% negli arrivi e +10,0% nelle presenze; del Tuderte, con +0,6% negli arrivi e +4,9% nelle presenze; del Ternano, con +0,8% negli arrivi e +3,9% nelle presenze. In altri comprensori, invece, a fronte di un calo degli arrivi si è registrato un incremento delle presenze: in Valnerina-Cascia, -3,6% arrivi e +4,2% presenze, e nel comprensorio di Perugia, -2,3% arrivi e +1,1% presenze.

Nel grafico che segue è indicata l'incidenza percentuale delle presenze registrate in ciascun comprensorio rispetto alle presenze turistiche regionali:



I risultati dei flussi turistici in Umbria nell'anno 2003 sono i seguenti:

1.973.533 arrivi

5.794.624 presenze

Il settore alberghiero ha evidenziato diminuzioni sia degli italiani che degli stranieri, registrando un calo del -4,2% negli arrivi e -3,0% nelle presenze; mentre il settore extralberghiero ha registrato un incremento degli italiani (arrivi +9,7%, presenze +3,9%) e una diminuzione degli stranieri (arrivi -7,7%, presenze -6,3%).

**ANALISI DELLA DISTRIBUZIONE E PERMANENZA MEDIA DEI TURISTI
NELLE DIVERSE TIPOLOGIE E CATEGORIE RICETTIVE**

ANNO 2003	OFFERTA TURISTICA		FLUSSI TURISTICI		DISTRIBUZIONE MEDIA DEI TURISTI PER CATEGORIA			PERMANENZA MEDIA DEI TURISTI (giorni)		
	N. ES.	LETTI	ARRIVI	PRESENZE	ITAL.	STRAN.	TOT.	ITAL.	STRAN.	TOT.
<u>ES. ALBERGHIERI</u>										
5 Stelle - 5 Stelle L.	3	161	14.591	28.830	0,3	0,8	0,5	1,7	2,2	2,0
4 Stelle	50	4.941	289.846	611.261	10,8	10,0	10,5	2,1	2,2	2,1
3 Stelle	218	13.910	788.964	1.701.432	32,7	22,7	29,4	2,2	2,1	2,2
2 Stelle	165	5.896	311.038	709.504	13,8	9,1	12,2	2,2	2,5	2,3
1 Stella	88	1.667	54.790	177.899	3,7	1,9	3,1	3,2	3,4	3,2
Residenze d'epoca	15	360	15.167	34.107	0,4	0,9	0,6	1,9	2,7	2,2
Totale Es. Alberghieri	539	26.935	1.474.396	3.263.033	61,8	45,4	56,3	2,2	2,2	2,2
<u>ES. EXTRALBERGHIERI</u>										
Case-App. per Vacanza	276	6.547	58.448	417.907	5,5	10,5	7,2	5,5	10,3	7,2
Affittacamere	533	3.600	41.369	274.902	4,0	6,3	4,7	5,0	11,2	6,6
Campeggi-Villaggi turistici	39	12.880	98.607	584.892	6,8	16,7	10,1	5,9	5,9	5,9
Aziende Agrituristiche	718	10.331	136.922	586.815	9,6	11,1	10,1	3,5	7,1	4,3
Ostelli per la gioventù	30	1.894	49.213	137.698	2,1	2,9	2,4	2,4	3,6	2,8
Rifugi escursionistici	11	255	1.419	5.828	0,1	0,1	0,1	2,9	7,8	4,1
Case per ferie	9	956	8.708	139.472	3,1	1,0	2,4	15,3	22,9	16,0
Case religiose d'ospitalità	52	2.456	60.041	216.616	4,0	3,3	3,7	3,3	4,5	3,6
Country house	64	1.665	34.804	123.902	2,1	2,1	2,1	3,2	4,6	3,6
Centri soggiorno studi	5	198	1.858	5.411	0,1	0,1	0,1	2,6	5,3	2,9
Kinderheim	4	730	1.895	18.984	0,5	0,0	0,3	10,0	4,2	10,0
Bed & Breakfast	242	1.210	5.853	19.164	0,3	0,4	0,3	2,6	5,7	3,3
Totale Es. Extralberghieri	1.983	42.722	499.137	2.531.591	38,2	54,6	43,7	4,3	6,7	5,1
TOTALE GENERALE	2.522	69.657	1.973.533	5.794.624	100,0	100,0	100,0	2,7	3,5	2,9

Il 61,8% degli italiani e il 45,4% degli stranieri ha soggiornato nelle strutture alberghiere, preferendo le strutture a 3 stelle nelle quali si è registrato un incremento della distribuzione media pari al +1,4%. Il 38,2% degli italiani e il 54,6% degli stranieri ha preferito soggiornare nelle strutture extralberghiere, scegliendo soprattutto la campagna (aziende agrituristiche e country houses), gli alloggi privati (case ed appartamenti per vacanza, affittacamere, B&B), le case religiose di ospitalità e gli ostelli.

Analisi del movimento turistico in Umbria nell'anno 2003, con particolare riferimento all'Indice di Utilizzo Medio

MOVIMENTO TURISTICO			INDICE DI UTILIZZO MEDIO	VARIAZIONI % IUM 2003/02
COMPRESORI	Arrivi	Presenze	%	%
PERUGIA	353.699	1.166.797	35,8	0,0
ASSISI	514.882	1.108.457	31,3	-6,2
VALNERINA-CASCIA	126.910	303.340	27,5	8,7
REGIONE	1.973.533	5.794.624	27,1	-5,6
TERNANO	118.508	391.221	26,4	-0,9
FOLIGNATE-NOCERA U.	178.697	477.512	26,0	-0,1
TRASIMENO	173.302	982.465	25,7	-11,9
ORVIETANO	153.278	321.762	23,3	-7,3
GUBBIO	108.125	307.680	22,2	-12,7
TUDERTE	59.634	183.440	21,7	-0,5
ALTA VALLE TEVERE	71.776	268.038	20,9	-11,6
SPOLETO	88.450	223.550	20,8	-11,5
AMERINO	26.272	60.362	16,1	-13,7

La tabella sopra riportata evidenzia la situazione relativa all'indice di utilizzo medio delle strutture ricettive che nel 2003, rispetto all'anno precedente, ha subito una flessione generalizzata, con le uniche eccezioni per Perugia, che ha mantenuto invariato tale parametro, e Valnerina-Cascia che ha fatto registrare un incremento pari al +8,7%.

Ciò conferma quanto già rilevato nel paragrafo 1.2 e cioè che gli investimenti nel settore turistico, da un lato, hanno determinato un forte incremento dell'offerta turistica e, dall'altro, hanno causato un calo consistente dell'indice di utilizzazione media

Analisi del movimento turistico in Umbria nell'anno 2003, con particolare riferimento alla Permanenza Media

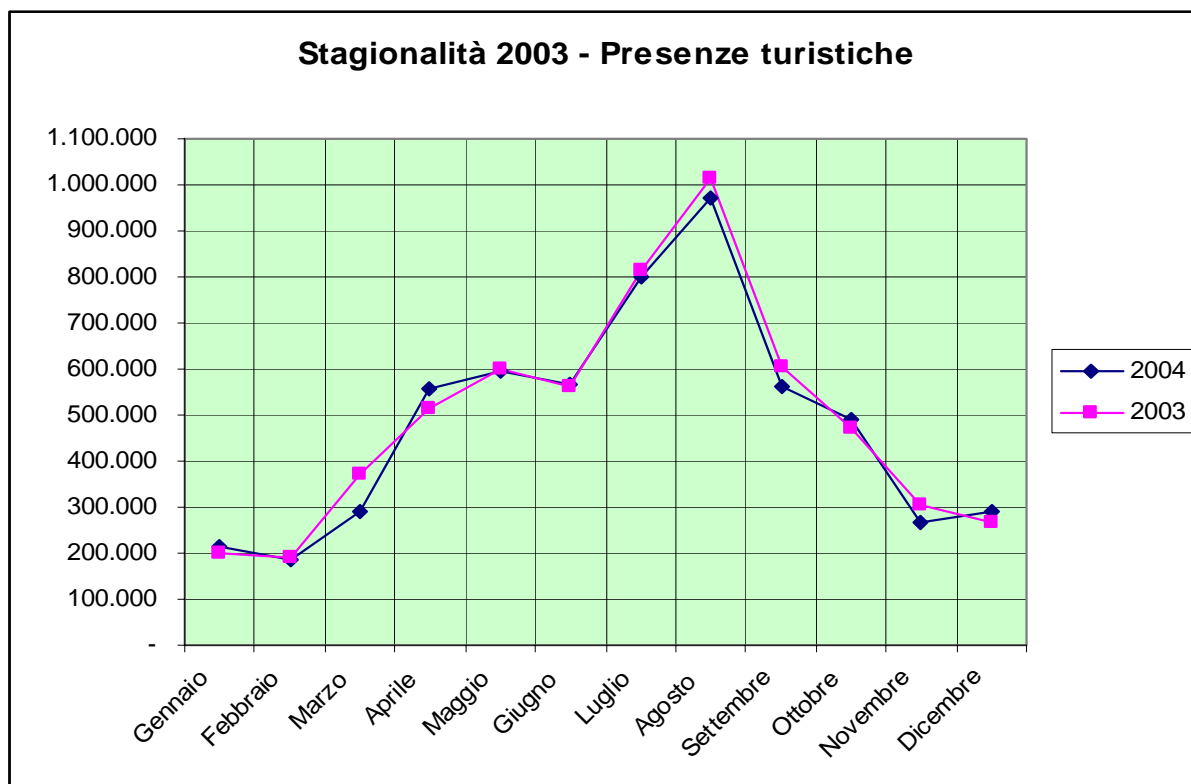
MOVIMENTO TURISTICO			PERMANENZA MEDIA	VARIAZIONI % PM 2003/2002
COMPRESORI	Arrivi	Presenze		
			gg	%
TRASIMENO	173.302	982.465	5,7	-5,0
ALTA VALLE TEVERE	71.776	268.038	3,7	-2,6
TERNANO	118.508	391.221	3,3	3,1
PERUGIA	353.699	1.166.797	3,3	3,5
TUDERTE	59.634	183.440	3,1	4,3
REGIONE	1.973.533	5.794.624	2,9	0,4
GUBBIO	108.125	307.680	2,8	-8,0
FOLIGNATE-NOCERA U.	178.697	477.512	2,7	-0,9
SPOLETO	88.450	223.550	2,5	-1,2
VALNERINA-CASCIA	126.910	303.340	2,4	8,1
AMERINO	26.272	60.362	2,3	-4,1
ASSISI	514.882	1.108.457	2,2	1,6
ORVIETANO	153.278	321.762	2,1	-1,9

Nel settore alberghiero, in linea generale, si sono avuti aumenti della permanenza media, pari al +0,7% della pm degli italiani e al +2,6% della pm degli stranieri.

Per quanto riguarda il settore extralberghiero, c'è stato il solo incremento della pm dei turisti stranieri pari al +1,5%, mentre è diminuita del -5,3% la pm degli italiani

La tabella sopra riportata evidenzia una sintesi dei giorni di permanenza media dei turisti dalla quale risulta che nel 2003, a livello regionale, è pari a 2,9 giorni con un aumento, rispetto al 2002, del +0,4%.

A livello comprensoriale emerge un dato positivo per Assisi, con un incremento del +1,6%, che segna l'inizio di una nuova fase con un'inversione di tendenza rispetto agli anni precedenti; mentre il Trasimeno conferma le difficoltà dovute alla crisi idrica con una diminuzione del -5,0%.



A livello regionale, la stagionalità non ha subito sostanziali modifiche rispetto agli anni precedenti, evidenziando gli usuali picchi nei mesi di luglio e agosto.

A livello comprensoriale, invece, sono meno evidenti i picchi estivi, naturalmente ad eccezione del Trasimeno. Ciò può essere dovuto al fatto che l'Umbria, pur nella sua unicità, ha diverse connotazioni territoriali che, attraverso la rete degli eventi, delle manifestazioni e delle rievocazioni e rappresentazioni riesce a valorizzare i singoli comprensori e ad attrarre i turisti durante tutto l'anno.

Nelle tabelle che seguono sono indicate le principali correnti italiane e straniere generatrici di frulli turistici in Umbria

PRINCIPALI CORRENTI TURISTICHE ITALIANE

Provenienza	TOTALE ANNO 2003		P.M. gg.	VARIAZIONI % 2003/02		
	Arrivi	Presenze		Arrivi	Presenze	PM
Lazio	253.548	674.633	2,7	5,0	1,6	-3,3
Campania	192.153	509.927	2,7	6,0	6,2	0,1
Lombardia	185.664	464.999	2,5	-5,8	-2,7	3,3
Puglia	108.663	293.693	2,7	1,1	3,6	2,5
Umbria	46.460	260.292	5,6	10,4	1,8	-7,8
Veneto	100.706	239.959	2,4	-6,2	-7,0	-0,9
Sicilia	69.100	217.100	3,1	-0,3	-2,8	-2,5
Emilia Romagna	94.137	210.751	2,2	-3,9	0,5	4,5
Toscana	82.331	204.657	2,5	2,1	-0,6	-2,7
Piemonte	62.215	159.810	2,6	-11,1	-7,5	4,1

PRINCIPALI CORRENTI TURISTICHE STRANIERE

Provenienza	TOTALE ANNO 2003		P.M. gg.	VARIAZIONI % 2003/02		
	Arrivi	Presenze		Arrivi	Presenze	PM
Germania	91.956	376.288	4,1	-8,8	-10,1	-1,5
Paesi Bassi	53.734	333.160	6,2	-13,7	-12,7	1,2
Stati Uniti d'America	97.899	206.452	2,1	-5,8	-3,8	2,2
Regno Unito	47.636	179.676	3,8	-7,0	-2,7	4,6
Belgio	28.843	143.801	5,0	-1,9	-1,9	-0,0
Francia	45.029	114.547	2,5	-4,4	-6,3	-2,0
Altri Paesi Europei	15.504	95.173	6,1	19,9	14,0	-4,9
Svizzera e Liechtenstein	22.579	57.381	2,5	-20,1	-14,6	6,9
Austria	17.462	53.173	3,0	-6,2	1,8	8,6
Danimarca	5.811	31.459	5,4	6,3	11,0	4,5
Polonia	11.423	30.656	2,7	3,0	9,2	6,0
Spagna	9.306	24.890	2,7	-23,4	-16,2	9,4
Giappone	14.482	24.709	1,7	-28,9	-20,9	11,2

3. Il programma attuativo dell'Azione 3.4.1 per il triennio 2004 – 2006.

Gli interventi previsti nel programma sono relativi ad attività complementari ed integrative di quelli previsti dal documento annuale di promozione turistica e sono costruiti in coerenza con gli obiettivi e con le priorità previsti dagli strumenti della pianificazione regionale.

L'obiettivo primario rimane quello di una ricomposizione a livello locale dei fattori attrattivi per la loro promozione integrata (filiera Ambiente-Turismo-Cultura)

Conseguentemente, il programma relativo al secondo triennio di attuazione dell'azione 3.4.1 del DOCUP Ob. 2 2000-2006 tende, in continuità con le azioni realizzate con il primo programma, a:

- realizzare una gamma qualitativamente elevata di strumenti di base di presentazione ed illustrazione dell'offerta, a sostegno delle attività sia di promozione sia di accoglienza;
- realizzare strumenti di presentazione e illustrazione di specifici circuiti tematici;
- organizzare e partecipare a manifestazioni di presentazione e illustrazione dell'offerta turistica;
- garantire, per ciascun livello di aggregazione individuato, sia tematico sia territoriale, che il materiale e le attività di presentazione e illustrazione dell'offerta risponda al criterio dell'integrazione delle risorse;
- consolidare la presenza dell'Umbria nei mercati tradizionali;
- esplorare alcune possibilità di espansione in mercati con potenzialità inesprese;

I progetti previsti dal programma, raggruppati per categoria di azione ed attività specifiche sono i seguenti:

a. Campagne di comunicazione.

a.1 **Produzione e diffusione di materiali informativi** relativi all'intera regione ed a circuiti territoriali e/o tematici, realizzati su supporti tradizionali o innovativi ivi compresi manifesti, poster, audiovisivi ecc. Va realizzato un progetto unitario attraverso un'azione di coordinamento con tutti i soggetti che svolgono attività promozionali e di accoglienza turistica. Il progetto dovrà prevedere la uniformità della linea grafica, della organizzazione delle informazioni in coerenza con il messaggio di risorsa umbra integrata. La diffusione del materiale prodotto oltre ai canali tradizionali, potrà avvenire anche mediante strumentazione telematica al fine di raggiungere il maggior numero di utenti.

a.2 **Campagne pubblicitarie** che dovranno essere svolte utilizzando i diversi media comprese eventuali campagne affissionistiche.

I mercati verso i quali si dovranno prioritariamente orientare gli interventi sono i seguenti:

- Mercato interno che rappresenta circa il 67% dell'intero movimento turistico umbro;
- Mercati dei paesi europei maggiori fornitori di correnti turistiche verso l'Umbria (vedi tabella di pagina 12);
- Mercato statunitense;

Scopo principale della campagna pubblicitaria è quello di promuovere l'immagine complessiva dell'intero sistema Umbria (risorsa Umbria integrata).

Il progetto va realizzato attraverso un efficace coordinamento dei vari "attori" per evitare la dispersione e parcellizzazione delle risorse economiche e la frammentazione dell'immagine della regione al fine di ottenere la maggiore ricaduta da parte dei vari mercati.

a.3 **Partecipazione a fiere e borse** di interesse per la promozione turistica. La partecipazione è finalizzata, anche attraverso la diffusione dei materiali pubblicitari, all'attivazione di contatti con il pubblico, con operatori della domanda e con operatori dell'informazione onde presentare l'offerta regionale. La spesa prevista è riferita alla sola componente di comunicazione pubblica, mentre rimane esclusa la parte di competenza delle imprese. Particolare attenzione è rivolta al rinnovo dell'immagine della Regione nella principale fiera del turismo italiana: la BIT di Milano.

a.4 **Organizzazione di work shop** con operatori dell'informazione e dell'intermediazione al fine di illustrare l'offerta turistica regionale nel suo insieme. Si prevede, inoltre, la realizzazione di interventi di promozione integrata anche in occasione di altri eventi.

a.5 **Organizzazione di educational tour** è un'altra tipologia di azione che viene prevista in relazione all'opportunità di far conoscere agli operatori della comunicazione e dell'intermediazione l'offerta locale e far loro vivere direttamente le esperienze proposte.

Beneficiario finale per gli interventi a.1, a.2, a.3, a.4 ed a.5: Agenzia di Promozione Turistica dell'Umbria

Spesa complessiva prevista

annualità 2004 - 2005 € 1.000.000,00

annualità 2006 € 500.000,00

a.6 **Produzione di materiale a stampa** di presentazione e illustrazione delle risorse turistiche locali. Il materiale deve essere prodotto in più lingue e in quantità adeguata a soddisfare la richiesta, calcolata sulla base dei dati storici del movimento turistico. In particolare la linea grafica e i contenuti devono essere uniformi al prodotto informativo dell'intera regione.

Beneficiari finali: Comuni e Comunità Montane capofila dei Sistemi Turistici Associati

Spesa complessiva prevista
annualità 2004 - 2005 € 400.000,00

a.7 **Potenziamento e riqualificazione della segnaletica turistica** delle aree Obiettivo 2 e phasing out, avviato con il precedente programma triennale.

Beneficiari finali: Regione Umbria, Province, Comuni singoli e/o associati.

Spesa complessiva prevista
annualità 2004 € 412.959,20

a.8 **Organizzazione di iniziative di presentazione dell'offerta integrata della regione** e campagne pubblicitarie della risorsa Umbria.

Beneficiario finale: Regione Umbria

Spesa complessiva prevista
annualità 2004 - 2005 € 857.652,00
annualità 2006 € 436.385,00

b. Promozione di specifici prodotti turistici complessi e di punta tramite specifiche manifestazioni legate in particolare al turismo enogastronomico e alla valorizzazione degli spazi rurali.

Si possono citare quali esempi esplicativi, per iniziative a valenza regionale, le manifestazioni del tipo "Cantine aperte" o "Frantoi aperti" che promuovono risorse turistiche quali le strade del vino o le strade dell'olio, caratterizzati dalla complessità e integrazione tra risorse diverse (prodotti tipici e di qualità, ambiente rurale, beni culturali e ambientali, storia e tradizioni).

Beneficiario finale: Regione Umbria, comuni singoli e/o associati, Agenzia di Promozione Turistica dell'Umbria

Spesa complessiva prevista
annualità 2004 - 2005 € 220.000,00
annualità 2006 € 100.000,00

c. Sostegno alle manifestazioni regionali più rilevanti per la promozione dell'immagine dell'Umbria.

Si prevede in continuità con il precedente piano triennale 2001-2003, la promozione degli eventi, spettacoli e manifestazioni culturali, di rievocazione storica e sportive che costituiscono uno degli elementi essenziali sia per attrarre flussi turistici che per veicolare una immagine alta della regione.

Beneficiario finale: Regione Umbria, Province, comuni singoli e/o associati, Comunità Montane, Agenzia di Promozione Turistica dell'Umbria

Spesa complessiva prevista
annualità 2004 € 239.525,00
annualità 2005 € 300.000,00
annualità 2006 € 300.000,00

4. Piano Finanziario

Le risorse destinate all'attuazione del programma sono complessivamente pari ad € 4.766.521,20 come evidenziato nelle tabelle che seguono:

area Ob.2

Anni	Costo totale elegibile 1=2+8	Risorse pubbliche					
		Totale spesa pubblica 2=3+4	FESR 3	Contributi nazionali			
				Totale 4=5+6+7	Stato 5	Regione 6	Altri 7
2004	1.294.637,00	1.294.637,00	578.699,00	715.938,00	501.157,00	214.781,00	0,00
2005	1.312.334,00	1.312.334,00	586.620,00	725.714,00	508.000,00	217.714,00	0,00
2006	1.336.385,00	1.336.385,00	597.361,00	739.024,00	517.317,00	221.707,00	0,00
sommano	3.943.356,00	3.943.356,00	1.762.680,00	2.180.676,00	1.526.474,00	654.202,00	
Economie derivanti dal Programma 2001-2003	337.444,92	337.444,92	150.838,24	186.606,68	130.624,46	55.982,22	0,00
Totale	4.280.800,92	4.280.800,92	1.913.518,24	2.367.282,68	1.657.098,46	710.184,22	

Area Phasing out

Anni	Costo totale elegibile 1=2+8	Risorse pubbliche					
		Totale spesa pubblica 2=3+4	FESR 3	Contributi nazionali			
				Totale 4=5+6+7	Stato 5	Regione 6	Altri 7
2004	244.518,00	244.518,00	100.252,00	144.266,00	100.986,00	43.280,00	0,00
2005	165.088,00	165.088,00	67.686,00	97.402,00	68.181,00	29.221,00	0,00
2006	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
sommano	409.606,00	409.606,00	167.938,00	241.668,00	169.167,00	72.501,00	
Economie derivanti dal Programma 2001-2003	76.114,28	76.114,28	31.223,20	44.891,08	31.451,58	13.439,50	
Totale	485.720,28	485.720,28	199.161,20	286.559,08	200.618,58	85.940,50	0,00

SOMMA COMPLESSIVA PER PROGRAMMA TRIENNALE 2004-2006

Anni	Costo totale elegibile 1=2+8	Risorse pubbliche					
		Totale spesa pubblica 2=3+4	FESR 3	Contributi nazionali			
				Totale 4=5+6+7	Stato 5	Regione 6	Altri 7
	4.766.521,20	4.766.521,20	2.112.679,44	2.653.841,76	1.857.717,04	796.124,72	0,00