

REGIONE SICILIANA



**ASSESSORATO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO**

Servizio 2 – Osservatorio Turistico

PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019

**in attuazione del
Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2019/2021**

**Documento predisposto ai sensi
dell'art. 3 della L.r. n. 10 del 15 settembre 2005,**

agg. febbraio 2019

A cura di:

Osservatorio Turistico della Regione Siciliana

Programma Sensi Contemporanei – APQ “Azioni di Sistema per il Turismo”



INDICE

Capitolo 1 -	STRATEGIA DELL'AZIONE REGIONALE	pag. 1
Capitolo 2 -	DATI SINTETICI DELLA SITUAZIONE ATTUALE DEL TURISMO IN SICILIA	pag. 5
Capitolo 3 -	OUTLOOK	pag. 9
Capitolo 4 -	STRATEGIA DI MARKETING TURISTICO	pag. 11
Capitolo 5 -	QUADRO DELLE INIZIATIVE	pag. 19
Capitolo 6 -	SCHEDE DELLE INIZIATIVE	pag. 29
Allegato "A"	CALENDARIO ANNO 2019 DELLE BORSE E FIERE NAZIONALI E INTERNAZIONALI	pag. 59
Allegato "B"	CALENDARIO DELLE MANIFESTAZIONI DI GRANDE RICHIAMO TURISTICO ANNO 2019 D.A. n. 3340 del 6 DICEMBRE 2018	pag. 61



DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019



1 - STRATEGIA DELL'AZIONE REGIONALE

Il sistema degli obiettivi

Il **Piano Strategico Regionale di Sviluppo Turistico (PSRST)** individua il complesso percorso per attuare l'agenda delle riforme, per il quinquennio 2019/2023, necessario per pervenire ad un approccio trasversale caratterizzato da un forte coordinamento tra i Dipartimenti della Regione Siciliana e tra questi e gli enti locali e le imprese.

Il PSRST si articola in obiettivi generali, strategici e specifici; gli **obiettivi generali** sono le finalità dell'azione pubblica di partecipazione comune a tutti i portatori di interesse nel settore turistico; gli **obiettivi strategici** quelli che si prefiggono di incidere sui **fattori di competitività** (individuati quali: accessibilità, attrattività, brand, visibilità) che le politiche pubbliche intendono rafforzare;

Il **Programma Triennale di Sviluppo Turistico Regionale (PTSTR)** affronta, invece, in un orizzonte temporale più ristretto, gli **obiettivi specifici**, cioè le attività da porre in essere ed i cambiamenti che si rendono necessari per rafforzare i **fattori di competitività**, ottenibili dall'azione dei Dipartimenti Regionali della Regione Siciliana.

Sono **obiettivi generali**:

OBIETTIVI DI CRESCITA

- 1) crescita di base: incrementi dei flussi e del fatturato
- 2) crescita delle quote di mercato: in proporzione maggiore all'andamento del mercato
- 3) crescita impatto economico: effetti diretti, indiretti ed indotti sull'economia regionale

OBIETTIVI DI DIFFUSIONE DEI BENEFICI

rafforzamento dei territori marginali

OBIETTIVI DI ALLUNGAMENTO DELLA STAGIONE

incrementare i flussi oltre i mesi tradizionalmente di picco

OBIETTIVI DI SOSTENIBILITA'

- 1) produttività e redditività delle imprese turistiche: consolidamento delle basi e della capacità di investimento delle imprese nel medio/lungo termine
- 2) qualità del lavoro: rispetto delle leggi e regolamenti
- 3) sostenibilità all'uso delle risorse turistiche: uso corretto dei beni culturali ed ambientali

Sono **obiettivi strategici**:

1) RIDURRE LA FRAMMENTAZIONE DEL SETTORE RICETTIVO

Le piccole dimensioni di imprese e strutture sono il principale freno alle ambizioni di crescita del turismo siciliano. La presenza di un'industria turistica basata su un nucleo consistente di imprese medie e hotel di medie-grandi dimensioni, così come di reti di piccole imprese davvero operative ed efficienti, è una pre-condizione per rafforzare la competitività del sistema turistico siciliano. In primo luogo, è più facile accedere alla grande distribuzione internazionale e quindi è più probabile un aumento dei collegamenti aerei "point to point", soprattutto low cost. In secondo luogo, si crea il contesto adatto per favorire investimenti e innovazione non solo dal punto di vista strutturale, ma anche nei processi "produttivi".



2) MIGLIORARE LA MOBILITA' INTERNA

Il miglioramento della mobilità interna è una pre-condizione per la diffusione dei benefici del turismo nelle aree meno conosciute. Se non si migliora lo stato complessivo della mobilità locale, soprattutto la qualità e la sicurezza delle strade, non sarà possibile valorizzare le aree turistiche interne, in primo luogo i borghi.

3) INCREMENTARE LA VISIBILITA' DELL'OFFERTA COMMERCIALE DEL TURISMO SICILIANO

L'incremento dei flussi turistici (soprattutto internazionali) dipende dalla presenza e dalla prominenza dell'offerta commerciale nei sistemi di distribuzione e informazione. L'offerta commerciale comprende anche le informazioni e la vendita di biglietti di accesso ai siti culturali e agli eventi (di qualsiasi natura) che si svolgono nel territorio siciliano.

4) RAFFORZARE LA SALIENZA DEL BRAND SICILIA

La salienza è la probabilità della Sicilia (o di una località siciliana) di essere evocata o ricordata come meta in cui si pensa di andare per un determinato tipo di viaggio che si intende fare. Rafforzare la salienza del brand vuol dire incrementare la probabilità di essere scelti come luogo di vacanza.

5) MIGLIORAMENTO DELLE CONDIZIONI E DEGLI STANDARD DI OFFERTA E FRUIZIONE DEL PATRIMONIO NELLE AREE DI ATTRAZIONE NATURALE

contribuisce all'obiettivo generale di incrementare i benefici del turismo nelle aree interne, considerata la localizzazione del patrimonio.

6) MIGLIORAMENTO DELLE CONDIZIONI E DEGLI STANDARD DI OFFERTA E FRUIZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE NELLE AREE DI ATTRAZIONE

contribuisce potenzialmente al raggiungimento di tutti gli obiettivi generali delineati nel Piano Strategico.

Il **Programma Triennale di Sviluppo Turistico Regionale (PTSTR)** si articola, a sua volta, nelle seguenti Linee d'intervento, distinte per priorità:

PRIORITA' 1. INTERVENTI IN PROMOZIONE E ACCOGLIENZA

1.A. ATTUAZIONE DI UNA RIFORMA DELLA GOVERNANCE TURISTICA CON UN APPROCCIO ORIENTATO AL MERCATO

1.B. PROMOZIONE UNITARIA E COORDINAMENTO DELL'IMMAGINE (BRAND SICILIA)

1.C. RAFFORZAMENTO DELLA DIGITALIZZAZIONE DEI SERVIZI DI PROMOZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE

1.D. DEFINIZIONE DEI TEMI DI ATTRAZIONE SU CUI ORIENTARE I PROGETTI DI PROMOZIONE

1.E. SVILUPPO DI UN NUOVO MODELLO DI ACCOGLIENZA TURISTICA

PRIORITA' 2. LA POLITICA PER IL SUPPORTO AGLI EVENTI CON FINALITA' TURISTICHE

2.A. REVISIONE DELLA POLITICA DI SUPPORTO AGLI EVENTI



PRIORITA' 3. INTEGRAZIONE TRA TURISMO E FILIERE ARTISTICHE

3.A. RAFFORZAMENTO DEGLI INVESTIMENTI NEL CINETURISMO

- 3.A.1.** Istituzione del Fondo per la produzione di video finalizzati alla promozione turistica.
- 3.A.2.** Realizzazione di un progetto pilota per la realizzazione di un sito web specificamente strutturato per i potenziali cineturisti.
- 3.A.3.** Attività di marketing tradizionale nelle location quali installazione di pannelli Informativi.
- 3.A.4.** Attività di facilitazione di realizzazione e promozione di prodotti cine-turistici.
- 3.A.5.** Sviluppo e realizzazione del progetto "Sicilian Travelogues" che prevede principalmente la realizzazione di "Diari di viaggio" filmati sul territorio siciliano da parte di grandi autori cinematografici e piccoli "appunti di viaggio" da parte di viaggiatori non professionisti dell'audiovisivo.
- 3.A.6.** Organizzazione di un workshop internazionale finalizzato alla creazione di un networking tra i soggetti che supportano le produzioni cinematografiche in Sicilia, gli operatori del turismo, e le imprese nei settori tecnologici avanzati (realtà aumentata, realtà virtuale).

3.b. RAFFORZAMENTO DEGLI INVESTIMENTI NEGLI SPETTACOLI DAL VIVO con risorse del III Atto Integrativo Sensi Contemporanei – lo sviluppo dell'industria audiovisiva nel Mezzogiorno.

- 3.b.1.** Prosecuzione del progetto Anfiteatro Sicilia nel triennio
- 3.b.2.** Attivazione di fondi per il sostegno di spettacoli dal vivo finanziati

PRIORITA' 4. LA TUTELA DEL TURISTA

4.a. MODERNIZZAZIONE DELLE POLITICHE DI TUTELA DEL TURISTA

- 4.a.1.** Il tema è al momento oggetto di una proposta di riordino a livello nazionale. Il Dipartimento Turismo intende offrire un contributo su tre piani: delegificare la classificazione, individuare insieme alle associazioni di categoria standard minimi adottati a livello Internazionale, distinguere meglio le opzioni ricettive in campo extra-alberghiero.
- 4.a.2.** Definire norme e sistemi di vigilanza utili a contrastare l'abusivismo nel settore degli affitti brevi.
- 4.a.3.** Aprire un tavolo di discussione sulle professioni turistiche per discutere proposte di equilibrio della concorrenza, tutela della qualità e normative europee in tema di servizi.

Il presente **Piano Operativo Annuale 2019**, con riferimento periodo di operatività, è conseguentemente e coerentemente finalizzato a:

- definire gli obiettivi specifici da raggiungere nel periodo di riferimento, in relazione al contenuto del PTSTR;
- definire gli interventi economici da realizzarsi nei vari comparti, idonei per il raggiungimento degli obiettivi;
- elaborare le strategie di comunicazione, promozione e commercializzazione del prodotto turistico siciliano;
- fissare il calendario annuale delle manifestazioni ed eventi di rilievo turistico che si svolgono nel territorio regionale;



- definire le azioni correlate ai distretti turistici;
- promuovere il miglioramento della qualità professionale degli operatori e delle imprese turistiche;
- garantire una migliore qualità urbana nonché dei servizi e delle infrastrutture nel territorio.



2. DATI SINTETICI DELLA SITUAZIONE ATTUALE DEL TURISMO IN SICILIA

Il turismo in Sicilia attraversa complessivamente una congiuntura favorevole, iniziata nel 2012. Il motivo principale di questo risultato è da attribuire alla crescita dei flussi turistici nei mercati internazionali a seguito del miglioramento del quadro economico internazionale e della crisi geopolitica che ha interessato le destinazioni del Nord-Africa. Questi due elementi stando mutando segno. Da una parte, le prospettive economiche a livello globale sono meno rosee rispetto agli anni precedenti, dall'altra, le destinazioni del Nord Africa si stanno riprendendo le quote di mercato perse nei precedenti cinque anni. L'analisi della situazione attuale si basa sui dati provvisori del primo semestre (2018) estrapolati dal sistema [Turist@t](#) dell'Osservatorio Turistico dipartimentale che raccoglie i dati degli arrivi e delle presenze come registrati dalle strutture ricettive dell'isola. A questi si aggiungono quelli (provvisori) dei primi tre trimestri della Banca d'Italia che invece provengono da un'indagine campionaria. Questi ultimi consentono quindi di rilevare i flussi turistici anche presso soluzioni ricettive non ufficialmente registrate e i pernottamenti presso parenti e amici. Infine, il dato della Banca d'Italia fornisce anche un quadro della spesa dei turisti internazionali in Sicilia

I dati dell'Osservatorio Turistico

Nel mercato regionale e in quello domestico, i flussi turistici registrati nel 2018 (dati provvisori) e negli anni precedenti sono compatibili con un quadro di contrazione della domanda interna che ha manifestato segni di miglioramento solo nel 2016 e nel 2017. Dopo un 2017 molto positivo certificato anche da Istat (+9,5% delle presenze nel 2016), il 2018 è destinato ad essere un anno interlocutorio. Il flusso di nostri connazionali registra, in pari tempo, una battuta d'arresto quantificabile in una perdita del 5,8% nel numero di pernottamenti nelle strutture dell'Isola. Alla fine di giugno 2018, infatti, le presenze italiane ammontano a 2 milioni 461 mila contro i 2 milioni 614 mila registrati a conclusione del primo semestre del 2017 (-153.148 pernottamenti).

Nel corso del primo semestre del 2018 la Sicilia è stata invece interessata da un crescente flusso di turisti stranieri le cui presenze sull'Isola raggiungono circa 3 milioni di unità (+6% rispetto al primo semestre del 2017).

Nel complesso delle strutture ricettive dell'Isola, nel periodo considerato, sono stati registrati 2.101.888 arrivi (+1,4% sullo stesso periodo del 2017) e 5.420.541 presenze (+0,3% in pari tempo).

La tipologia ricettiva maggiormente coinvolta nell'incremento delle presenze straniere è quella extralberghiera (+9,9% vs +5,1% rispetto ai primi sei mesi del 2017) mentre le presenze italiane fanno registrare una fase recessiva che riguarda entrambi i comparti e penalizza in modo più pesante quello alberghiero (-6,9% le presenze italiane nel primo semestre del 2018).

Quanto agli arrivi, i dati disponibili evidenziano un andamento regionale, anche in questo caso, caratterizzato da una contrazione di quelli nazionali (-2,9% sul 2017) e una crescita di quelli stranieri (+6,6% sul 2017) variamente distribuiti nelle singole realtà



provinciali.

Anche la distribuzione degli arrivi tra i due comparti ricettivi vede il settore complementare crescere in termini percentuali di arrivi stranieri che guadagnano l'8,4% sul 2017. Gli arrivi italiani nelle strutture complementari si contraggono invece dell'1,7% e alla fine del primo semestre del 2018 si assestano al di sotto delle 207 mila unità (erano oltre 210 mila nell'omologo periodo del 2017).

	2017		2018*		Var%	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Italiani	1.135.323	2.614.464	1.101.665	2.461.316	-3,0	-5,9
Stranieri	937.885	2.791.155	1.000.223	2.959.225	6,6	6,0
Totale	2.073.208	5.405.619	2.101.888	5.420.541	1,4	0,3

Fonte: Dipartimento del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo - Osservatorio Turistico
*dati provvisori

I dati sin qui descritti sono comunque da considerarsi provvisori in quanto soggetti ad aggiornamento da parte degli operatori turistici (esercizi ricettivi) che giornalmente eseguono il caricamento dei dati sulla piattaforma Turist@t.

È quindi possibile immaginare che, anche in considerazione dei nuovi flussi generati dalla stagione estiva appena conclusasi, da tali aggiornamenti emerga un incremento nei flussi turistici verso la Sicilia. In tal senso, i dati ENAC sui movimenti aerei (+3,3%) e sul transito passeggeri (+5,8%), rilevati complessivamente nei principali aeroporti siciliani (Palermo, Catania, Trapani, Comiso, Lampedusa, Pantelleria), nel periodo compreso tra gennaio e giugno del 2018, consentono previsioni ottimistiche.

I dati della Banca d'Italia

Nei mercati internazionali, la Sicilia ha registrato risultati estremamente positivi. Secondo i dati (provvisori) della Banca d'Italia nel periodo Gennaio-Settembre del 2018, il numero di turisti e di pernottamenti è aumentato di circa il 15-20% rispetto al 2017, quando si era già registrato un vero e proprio boom. Qualora il trend venisse confermato - ci sono tutte le ragioni per crederlo visto che i principali aeroporti siciliani hanno visto incrementare il traffico passeggeri internazionale nei primi 10 mesi del 2018 a tassi simili (+17,6% Catania, +23% Palermo – il numero dei turisti stranieri in Sicilia potrebbe superare la soglia dei 4 milioni. La spesa dei turisti internazionali in Sicilia a fine 2018 potrebbe sfiorare i 2 miliardi di EUR, cioè il doppio del dato registrato nel 2012.



DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019

TABELLA DEI DATI PROVVISORI SUL TURISMO INTERNAZIONALE

SPESA, VIAGGIATORI A DESTINAZIONE E PERNOTTAMENTI PER REGIONE VISITATA

(spesa in milioni di euro; viaggiatori e pernottamenti in migliaia)

	Spesa Gen-Set			Turisti a destinazione Gen-Set			Pernottamenti Gen-Set		
	2017	2018	Var. %	2017	2018	Var. %	2017	2018	Var. %
NORD-OVEST	3.554	8.729	145,6%	30.389	30.925	1,8%	70.358	70.528	0%
- PIEMONTE	1.258	1.329	5,6%	4.186	4.885	16,7%	13.563	14.360	6%
- VALLE D'AOSTA	323	276	-14,6%	1.022	870	-14,9%	2.913	2.242	-23%
- LOMBARDIA	5.019	5.266	4,9%	17.837	17.665	-1,0%	40.802	40.237	-1%
- LIGURIA	1.642	1.858	13,2%	7.344	7.505	2,2%	13.080	13.689	5%
NORD-EST	8.595	9.119	6,1%	30.151	30.877	2,4%	87.988	91.261	4%
- TRENITINO ALTO ADIGE	1.358	1.404	3,4%	3.857	3.869	0,3%	14.836	15.174	2%
- VENETO	4.835	5.013	3,7%	11.888	11.725	-1,4%	49.052	48.507	-1%
- FRIULI VENEZIA GIULIA	916	1.075	17,4%	10.580	11.029	4,2%	8.388	10.249	22%
- EMILIA ROMAGNA	1.486	1.626	9,5%	3.825	4.255	11,2%	15.712	17.330	10%
CENTRO	9.184	9.683	5,4%	19.525	20.404	4,5%	83.197	86.704	4%
- TOSCANA	3.407	3.598	5,6%	7.095	7.393	4,2%	30.154	32.390	7%
- UMBRIA	127	134	5,6%	390	370	-5,0%	1.912	1.692	-12%
- MARCHE	166	195	17,5%	591	546	-7,6%	2.474	2.935	19%
- LAZIO	5.484	5.756	5,0%	11.449	12.095	5,6%	48.657	49.687	2%
SUD E ISOLE	4.913	5.170	5,2%	9.667	10.737	11,1%	54.729	59.371	8%
- ABRUZZO	165	142	-14,3%	339	329	-2,9%	3.138	2.535	-19%
- MOLISE	13	11	-12,7%	41	21	-50,0%	323	238	-26%
- CAMPANIA	1.808	1.853	2,5%	3.358	3.494	4,0%	15.195	16.263	7%
- PUGLIA	535	536	0,2%	1.371	1.510	10,2%	9.448	9.901	5%
- BASILICATA	24	27	9,9%	96	126	31,6%	619	475	-23%
- CALABRIA	173	77	-55,5%	312	139	-55,3%	2.695	1.403	-48%
- SICILIA	1.458	1.619	11,0%	3.178	3.777	18,8%	16.010	19.182	20%
- SARDEGNA	736	905	22,9%	972	1.341	38,0%	7.303	9.373	28%
DATI NON RIPARTIBILI	599	644	7,5%	3.267	2.536	-22,4%	4.402	5.089	16%
TOTALE	31.533	33.345	5,7%	92.999	95.478	3%	300.675	312.952	4,1%

Elaborazioni dei tassi di variazioni a cura del Team di Campo del Programma Sensi Contemporanei su dati Banca d'Italia diffusi l'11 dicembre 2018

Se è vero che una buona parte di questi risultati eccezionali è da ascrivere a fattori geopolitici (le crisi delle destinazioni del Nord Africa e della Turchia), è altrettanto vero che il sistema Sicilia si è fatto trovare pronto a raccogliere questa opportunità. Cosa succederà nei prossimi anni con una congiuntura economica in deterioramento e la ripresa dei paesi del Nord Africa?



DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019



3- OUTLOOK

Le previsioni per il 2019 non sono rosee (1). Per quanto concerne il mercato interno, il Fondo Monetario Internazionale e l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo prevedono un tasso di crescita del PIL sotto l'1%. Questo dato implica una probabile stabilizzazione della domanda turistica interna ai livelli registrati nel 2018. Migliore la situazione sui mercati internazionali, dove tuttavia si stimano tassi di crescita del numero di turisti per il prossimo biennio (2019-2020) molto ridotti rispetto a quelli registrati nel 2017 e nel 2018.

La *European Travel Commission* prevede che nel prossimo biennio i flussi turistici internazionali verso i paesi del Mediterraneo crescano del 3% all'anno (si veda tabella sotto). Si tratta di valori dimezzati rispetto al tasso di crescita 2018 su 2017 e di un terzo inferiore rispetto a quello del 2017 su 2016.

In sintesi, qualora l'offerta turistica Siciliana mantenga le proprie quote di mercato, si prevede che i flussi turistici internazionali possono continuare a crescere, anche se con tassi molto inferiori rispetto a quelli registrati dal 2017 ad oggi.

GTS Visitor Growth Forecasts, % change

	Inbound*					Outbound**				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
data/estimate/forecast ***	d	e	f	f	f	d	e	f	f	f
World	3.9%	6.8%	5.2%	3.9%	3.9%	4.2%	6.4%	5.3%	4.1%	3.9%
Americas	3.9%	4.6%	4.3%	4.2%	4.1%	4.2%	6.5%	4.7%	3.4%	3.1%
North America	2.7%	4.6%	3.8%	3.5%	3.7%	3.3%	6.3%	4.8%	3.3%	3.0%
Caribbean	4.9%	2.0%	1.8%	5.3%	4.8%	9.5%	13.2%	2.2%	4.4%	4.3%
Central & South America	7.0%	6.2%	7.3%	5.6%	5.1%	6.9%	6.4%	4.6%	3.6%	3.5%
Europe	2.3%	8.2%	4.9%	2.8%	2.8%	3.7%	6.9%	5.4%	3.6%	3.4%
ETC+3	2.3%	8.7%	4.9%	2.5%	2.6%	4.5%	5.9%	5.3%	3.5%	3.2%
EU	4.8%	7.6%	4.6%	2.4%	2.5%	4.8%	5.9%	5.3%	3.4%	3.1%
Non-EU	-7.2%	10.4%	6.2%	4.4%	4.2%	-1.1%	11.2%	5.7%	4.6%	4.4%
Northern	6.5%	4.8%	3.6%	2.9%	2.5%	5.6%	3.6%	3.4%	3.1%	3.5%
Western	-0.1%	7.9%	3.9%	1.8%	1.9%	2.5%	5.8%	5.5%	3.6%	3.0%
Southern/Mediterranean	1.1%	10.9%	6.0%	3.1%	3.2%	4.1%	8.1%	7.8%	4.0%	3.7%
Central/Eastern	4.6%	5.9%	5.0%	3.1%	3.7%	4.2%	12.7%	5.9%	3.9%	3.4%
- Central & Baltic	8.1%	8.5%	5.0%	1.8%	2.6%	9.2%	9.2%	4.9%	2.8%	2.4%
Asia & the Pacific	8.4%	6.0%	5.6%	5.1%	4.9%	6.7%	5.9%	5.4%	5.3%	5.4%
North East	8.6%	3.7%	4.2%	4.8%	4.8%	5.5%	6.5%	5.5%	5.5%	5.3%
South East	7.7%	7.9%	6.7%	5.2%	5.2%	9.9%	3.8%	5.6%	5.4%	5.7%
South	10.3%	14.1%	10.8%	7.5%	4.4%	9.3%	8.1%	4.8%	5.0%	6.3%
Oceania	9.0%	5.7%	5.0%	4.2%	4.6%	6.2%	5.5%	4.7%	3.3%	4.3%
Africa	-0.4%	10.2%	9.2%	6.7%	5.6%	5.3%	3.7%	7.2%	4.9%	4.9%
Mid East	3.5%	0.7%	5.0%	6.0%	6.0%	-5.7%	5.4%	5.3%	4.3%	3.5%



DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019



4 - STRATEGIA DI MARKETING TURISTICO

MERCATI TARGET

In linea di principio si intende investire nei mercati caratterizzati dall'essere accessibili (ovvero con esistenza di collegamenti aerei) e dalla presenza dell'offerta commerciale nei canali distributivi (tour operator e agenzie di viaggio). Si derogherà a questo principio nel caso di mercati di grandi prospettive, come la Cina, dove è necessario avviare sin da subito azioni sul piano diplomatico, distributivo e commerciale. In assenza di una chiara individuazione delle tipologie di viaggio/vacanze, si adottano i criteri di massima descritti nella seguente tabella.

Tipologie di viaggio	Mercati
Tutte le tipologie	Paesi che hanno un collegamento aereo diretto con la Sicilia
Giro turistico-viaggio multi-destinazione	Paesi dai quali è possibile raggiungere facilmente gli aeroporti siciliani, con voli anche in connessione ed a prezzi accessibili (in ragione del tipo di viaggio) Turisti già arrivati in Sicilia
Week-end – short break	Mercato domestico (regionale) e aree geografiche in prossimità degli aeroporti italiani e internazionali con collegamento aereo diretto con la Sicilia



TIPOLOGIE DI VIAGGIO

L'identificazione delle tipologie di viaggio è propedeutica alla definizione della strategia delle campagne di comunicazione. In questo modo, le agenzie creative e le agenzie media avranno un quadro chiaro dei target di mercato ai quali rivolgere messaggi opportunamente definiti.

La seguente tabella descrive i criteri principali che concorrono a definire le diverse tipologie di viaggio alle quali si farà riferimento nel corso delle campagne promozionali.

BENEFICIO ATTESO	Si fa riferimento al motivo di fondo per il quale si viaggia
STAGIONE	Si fa riferimento al calendario delle vacanze proprie nei diversi mercati di origine. E' importante riferirsi al nome preciso con cui nella lingua del paese target viene identificato tale periodo
PROFILO DEL TURISTA	Target di domanda: età, situazione familiare (con figli/senza figli), classi di reddito, livello d'istruzione, religione, etc.
PROFILO DEL VIAGGIO	Durata del viaggio, mono destinazione/multi-destinazione, indipendente/organizzato, tipo di mezzo per muoversi, distanza tra residenza e destinazione, livello di costo, etc.
TIPOLOGIA DI LOCALITA'	Caratteristiche geografiche delle località da promuovere (mare, collina, città, montagna,)
TIPOLOGIA DI ATTIVITA' DA SVOLGERE	Attività ed esperienze prevalenti da svolgere a destinazione
CARATTERISTICHE DELLA DESTINAZIONE	Caratteristiche climatiche/metereologiche, fisiche/ambientali/culturali/culinarie, paesaggistiche, logistiche, ecc.
CARATTERISTICHE OFFERTA COMMERCIALE	Tipologie di alloggio, offerta retail, offerta ristorativa, vita notturna, ecc.
DESTINAZIONI ALTERNATIVE	Altre destinazioni rinomate per tipologia di viaggio



POSIZIONAMENTO

È opportuno valorizzare la variegata offerta di destinazioni e di proposte commerciali che l'isola offre. Per questo motivo, data ogni tipologia di vacanza, sarà opportuno individuare le immagini/situazioni a cui essere associati. Il valore del brand Sicilia dipende dalla quantità di immagini a cui può essere associata in base ai criteri di scelta consci o inconsci utilizzati dai potenziali turisti nel processo decisionale. L'aspetto più importante è essere associati ai criteri più comuni utilizzati consapevolmente e inconsapevolmente, che variano in funzione dei mercati geografici di provenienza, del motivo del viaggio e del contesto in cui matura la decisione di viaggio. Segue una lista iniziale di elementi da sviluppare e arricchire con indagini specifiche di marketing intelligence.

Benefici per i turisti (perché)

Value for money (economico/a buon mercato), Luoghi dove riposarsi, Luoghi dove stare insieme a..., Luoghi dove imparare, scoprire, approfondire, immergersi, Luoghi dove rigenerarsi, Luoghi adatti per i bambini, Luoghi facilmente raggiungibili, Lifestyle, Celebrazione.

Caratteristiche della destinazione e dell'offerta commerciale (cosa - elementi fisici e tangibili)

Clima, Giorni di sole, Qualità e caratteristiche delle spiagge (tipo di sabbia, spiagge per bambini, spiagge lunghe/corte, ecc.), Ricchezza del patrimonio artistico e culturale, Città vibranti, Luoghi off-the beaten track, Quantità e qualità delle tipologie delle strutture ricettive, Prossimità a certi luoghi/Landmark, Qualità e varietà della cucina, Qualità e varietà dei ristoranti, Facilità di spostamento (viaggi in auto, mezzi trasporto, ecc), Varietà delle esperienze (sport, attività, tour, ecc.) che si possono fare, Vita notturna vibrante, Ospitalità delle persone.

Criteri situazionali (il contesto in cui matura una decisione di viaggio – quando/con chi)

Una vacanza per i bambini, Una vacanza per la famiglia, Una vacanza qui vicino, Una vacanza per celebrare, Una vacanza per le ferie a scuola.



OBIETTIVI DI MARKETING

Ambito	Obiettivi strategici	Obiettivi specifici
A - Rafforzare la visibilità dell'offerta turistica siciliana	Incrementare le probabilità che le informazioni (commerciali, logistiche, ricreative, culturali) di una destinazione o di un prodotto turistico siciliano siano notate da un potenziale turista.	A1 - Copertura dei mercati: aiutare l'offerta turistica siciliana a rafforzare la copertura di mercati e canali di informazione e distribuzione A2 - Rilevanza: aiutare l'offerta turistica siciliana a offrire prodotti e servizi coerenti con le richieste del mercato A3 - Prominenza – Reputazione: aiutare l'offerta turistica siciliana a posizionarsi sempre meglio nei canali informativi e distributivi
B - Brand Sicilia	Incrementare le probabilità che la Sicilia sia considerata come destinazione del prossimo viaggio	B1 - Notorietà - Brand awareness: aumentare il numero di turisti che percepiscono in modo spontaneo – tra le prime opzioni - la Sicilia come una destinazione di viaggio B2 - Prominenza/Salienza: aumentare il numero di turisti che percepiscono in modo spontaneo la Sicilia come destinazione del prossimo viaggio



A-Rafforzare la visibilità dell'offerta turistica siciliana

A1- Copertura dei mercati

Supportare le imprese, gli imprenditori e gli enti che gestiscono le attrazioni in Sicilia ad aumentare la copertura dei mercati dove distribuiscono i loro prodotti. Nel concreto si punta ad incrementare il:

- [Globale] Tasso di penetrazione dell'offerta commerciale sulle principali piattaforme on-line
- [Globale] Numero di lingue in cui è possibile visitare i siti internet delle prime 10 attrazioni (per numero di visitatori) che offrono informazioni complete e fruibili.
- [per ogni mercato target] Tasso di penetrazione dell'offerta commerciale nei cataloghi dei principali 5 tour operator outgoing operanti sul mercato

A2- Aumentare la rilevanza dell'offerta turistica siciliana

Supportare le imprese, gli imprenditori e gli enti che gestiscono le attrazioni in Sicilia affinché offrano prodotti sempre più coerenti con le richieste del mercato.

A3-Rafforzare la prominenza dell'offerta turistica siciliana sui canali informativi e distributivi

Supportare le imprese, gli imprenditori e gli enti che gestiscono le attrazioni in Sicilia affinché aumentino la prominenza della propria offerta sui canali informativi e distributivi.

Nel concreto, si punta ad incrementare:

- Le posizioni dei prodotti turistici siciliani (destinazioni, hotel, attrazioni, attività, ecc.) nei ranking dei principali opinion makers del settore (tipo Travellers Choice di Tripadvisor, classifiche dei giornali di viaggio, classifiche delle guide turistiche, ecc.)
- La salienza della Sicilia nelle guide turistiche: edizioni specifiche sulla destinazione; il numero di pagine dedicate in guide turistiche di macro-regioni o di paesi; le stelle o altri simboli di raccomandazione su guide turistiche o altri strumenti informativi (ad esempio le stelle alle destinazioni delle Guide Verdi della Michelin)
- Il numero di recensioni positive nei siti specializzati (Tripadvisor, Yelp, Google Business) e la web-reputation in generale)
- La posizione delle singole componenti dell'offerta commerciale nel listing delle piattaforme distributive (web-reputation).

B- Rafforzare il brand Sicilia

Il valore del brand Sicilia può essere stimato misurando con indagini demoscopiche o attraverso conversazioni on-line l'intenzione di andare in vacanza in Sicilia (in un orizzonte temporale finito) tramite . L'affidabilità della stima dipende molto dal grado di copertura



delle tipologie di viaggio. Nel caso di indagini demoscopiche si ricorrerà all'utilizzo della scala di Juster (11 livelli di probabilità).

B1 - Incremento della notorietà del brand

L'obiettivo è contribuire a incrementare i seguenti parametri del brand Sicilia, avendo cura di misurarli nel modo appropriato e per ogni tipologia di viaggio rilevante.

- Notorietà sollecitata (conosciuta in letteratura come "aided awareness")
- Notorietà non sollecitata (conosciuta in letteratura come "unaided awareness")
- Top of Mind (cioè la Sicilia deve essere tra le prime risposte ad essere evocate a seguito di domande sul prossimo viaggio)

B2 - Incremento del valore del brand

L'obiettivo è contribuire a incrementare i seguenti parametri del brand Sicilia:

- Numero delle tipologie di viaggi a cui la destinazione è associabile
- Numero dei turisti potenziali (su un certo mercato geografico) che associano la destinazione alle tipologie di viaggio legate al settore balneare e ai viaggi in città
- Monitorare il numero di conversazioni social e di ricerche su Google che riguardano la Sicilia come destinazione turistica.

CRITERI PER LA SCELTA DEI CANALI DI COMUNICAZIONE

TATTICA	OBIETTIVI SPECIFICI	CANALI OTTIMALI	NOTE
Comunicazione consumer/Pubblicità Brand advertising	a. comunicare al maggior numero di potenziali turisti i messaggi desiderati. b. incrementare la notorietà della destinazione. c. costruire e/o rafforzare immagini turistiche	TV, Eventi, Outdoor	Molto costosa e difficile da misurare soprattutto nel breve periodo. Per tale motivo non ci sono evidenze conclusive nel campo del marketing delle destinazioni turistiche
Direct marketing SEO	Avere un feedback immediato (click su un link, richiesta di informazioni) rispetto ad una proposta	Posta, telemarketing, canali digitali (motori di ricerca, email, social media, adwords, programmatic, ecc.)	Molto efficace se si deve vendere qualcosa o dare informazioni ad uno specifico target. È molto facile da misurare
Relazioni pubbliche PR	Indurre altri media (giornalisti, opinion leader, blogger, comunità on line, influencers), a parlare della destinazione	Stampa, social media, blogs, radio, tv, cooperazioni editoriali	L'efficacia dipende dalla credibilità dei media. I risultati non sempre sono raggiungibili nel breve termine e sono difficilmente misurabili in termini di impatto sui potenziali turisti

Adattato da una serie di articoli di Sam Scott, columnist *The Promotion Fix* columnist, *The Drum*





5 - QUADRO DELLE INIZIATIVE

Si riporta il quadro delle iniziative che l'Assessorato al Turismo, Sport e Spettacolo condurrà nel 2019, concorrenti al rispetto di ciascuna delle priorità fissate del Programma Triennale.

PRIORITA' DEL PROGRAMMA TRIENNALE:

1. INTERVENTI IN PROMOZIONE E ACCOGLIENZA

N. scheda	Titolo Intervento	Descrizione iniziativa	Dotazione finanziaria per il 2019 (in euro)	Copertura finanziaria	Obiettivo Strategico
1	“Sicilia turistica e sostenibile”	Interventi finalizzati alla Promozione del turismo sostenibile e diffusione di buone pratiche per l'incremento della competitività.	20.000,00	bilancio regionale cap. 472538	5: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale. 6: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione
2	Alla ricerca dell'autentico: in viaggio tra itinerari slow, percorsi naturalistici e cammini di fede.	Il progetto intende mettere a sistema la grande offerta di cammini religiosi, itinerari “slow” e percorsi naturalistici costruita in Sicilia negli ultimi anni per confezionare un prodotto turistico integrato.	50.000,00	bilancio regionale cap. 472538	5: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale. 6: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione
3	Eventi collaterali di promozione della destinazione Sicilia.	Interventi finalizzati all'incontro fra domanda e offerta. Attività di promozione della Sicilia, ispirate ai principi della destagionalizzazione e della diversificazione del prodotto/itinerario.	300.000,00	PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano.



4	Attività di comunicazione per la promozione commercializzazione della destinazione Sicilia	Campagna di comunicazione presso aeroporti internazionali e intercontinentali. Cooperazioni editoriali. Promozione sui media	3.600.000,00	PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano. 4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.
5	Partecipazione a Borse e Fiere nazionali e internazionali	Calendario delle Borse e Fiere basato sull'appartenenza ai mercati internazionali target e sulla coerenza della specializzazione espositiva con gli obiettivi strategici.	1.500.000,00	PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano. 4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.
6	Treni storici del gusto	Corse realizzate nell'intero anno solare lungo itinerari attraverso l'intera Sicilia proponendo viaggi lenti in treni storici per attraversare e conoscere la Sicilia e raccontarla attraverso il cibo nei microcosmi di borghi rurali e costieri.	850.000,00	PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3	2: Migliorare la mobilità interna; 5: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale. 6: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione
7	Portale unificato del turismo della Regione Siciliana	Applicazione unitaria interattiva di comunicazione digitale istituzionale, che riunisca le diverse aree di consultazione attualmente aperte al pubblico, sia nel sito istituzionale che nei portali Visit Sicily, Geoportale Sicilia, e nell'area di consultazione dati del sistema Turist@t (di rilevazione dei movimenti turistici).	150.000,00	"Agenda Digitale Sicilia" (approvata con Delibera di Giunta Regionale n.116/2018)	4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.



8	Sistema digitale di monitoraggio e sorveglianza dei risultati	Avviare la realizzazione del sistema digitale di sorveglianza dei risultati che consenta il monitoraggio costante della qualità degli investimenti, sia sotto il profilo degli impatti, sia sotto quello degli effetti del contributo delle politiche attivate, tramite l'utilizzo di indicatori di risultato associati a ciascuno degli Obiettivi generali e strategici	100.000,00	"Agenda Digitale Sicilia" (approvata con Delibera di Giunta Regionale n.116/2018) e/o alle somme previste al punto C1 dell'APQ I Atto Integrativo Sicilia, Azioni di Sistema per il Turismo.	Contribuisce al sistema di raccolta dati/indicatori necessari per i Criteri di verifica dell'azione amministrativa previsti dal PSTR 2019/2021
9	Nuove strategie di marketing turistico - DMO	Azioni a supporto del coordinamento e della governance della promozione turistica. Servizi di animazione territoriale, e contestuale censimento della progettualità in essere, rivolti agli attori regionali interessati alle nuove strategie di marketing turistico. Gare per realizzazione di servizi.	1.000.000,00	PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano. 4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.
9	Nuove strategie di marketing turistico - DMO	Attività di marketing digitale a supporto delle istituende DMO.	700.000,00	APQ Azioni di sistema per il Turismo azione C1	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano. 4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.



10	Interventi a sostegno dei Comuni - Opere di riqualificazione turistica, arredo urbano, riqualificazione viaria, centri congressi e culturali e opere di impiantistica sportiva nuove o da completare.	L'iniziativa consiste nel finanziare ai Comuni inseriti nella graduatoria approvata con D.D.G. n. 1913/S5/Tur del 02/12/2011 proveniente dal PO FESR 2007 2013, opere di riqualificazione turistica, arredo urbano, riqualificazione viaria, centri congressi e culturali e opere di impiantistica sportiva nuove o da completare.	44.213.841,53 Stanziamento complessivo.	delibera CIPE n. 52 del 10/07/2017 capitolo in corso di istituzione	6: Miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione 4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.
11	Potenziamento dell'impiantistica sportiva.	Finanziamento di progetti, proposti da EE.LL., finalizzati alla ristrutturazione, o nuova realizzazione, di impianti sportivi.	47.079.168 Stanziamento complessivo.	Fondo Sviluppo e Coesione 2014/2020 - Patto per lo sviluppo della Sicilia	L'iniziativa concorre, in forma propedeutica, all'obiettivo generale "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023
12	Abilitazione alla professione di guida turistica.	Avviso pubblico per procedimento di abilitazione alla professione di guida turistica.	In corso di valutazione		L'iniziativa risponde alla priorità "mercato del lavoro" del Piano Strategico 2019/2023, e quindi all'obiettivo generale del rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione
13	Attivazione corsi di formazione per l'abilitazione alla professione di accompagnatore turistico.	Si sono svolti i primi incontri con l'Assessorato alla Formazione Professionale e le Università per definire un modus operandi che porti alla progettazione di corsi di formazione abilitanti alla professione.	In corso di valutazione	autofinanziamento a carico dei soggetti iscritti ai corsi	L'iniziativa risponde alla priorità "mercato del lavoro" del Piano Strategico 2019/2023, e quindi all'obiettivo generale del rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione



14	Abilitazione alla professione di guida di media montagna.	Nuova regolamentazione per l'abilitazione alla professione di guida di media montagna ed emanazione relativo avviso pubblico	In corso di valutazione		L'iniziativa risponde alla priorità "mercato del lavoro" del Piano Strategico 2019/2023, e quindi all'obiettivo generale del rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione
15	Sicilia. Itinerari da Gourmet	Il progetto prevede: a) realizzazione di un evento di presentazione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2019 che vede la Sicilia al primo posto tra le regioni italiane per attrattività dell'offerta enogastronomica b) stampa e distribuzione di una guida regionale sul turismo enogastronomico; c) realizzazione di un press tour per giornalisti/blogger del settore dell'enogastronomia	100.000,00	PO FESR 2014-2020, OS 6.8.3	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano 4: rafforzare la salienza del brand Sicilia;

**PRIORITA' DEL PROGRAMMA TRIENNALE:
2: LA POLITICA PER IL SUPPORTO AGLI EVENTI CON FINALITA' TURISTICHE**

N. scheda	Titolo Intervento	Descrizione iniziativa	Dotazione finanziaria per il 2019 (in euro)	Copertura finanziaria	Obiettivo Strategico
16	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni turistiche	Calendario delle manifestazioni di grande richiamo turistico ANNO 2019	azione promozionale	Non prevede oneri economico finanziari	L'iniziativa concorre, in forma propedeutica, all'obiettivo generale "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 "attrattività", intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta
16	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni turistiche	Avviso per sostenere Manifestazioni turistiche promosse ai sensi del 2° comma, dell'art.39, della L.r. 2/2002.	da 800.000 ad 1.000.000	Bilancio regionale Capitolo 472514	Concorre, in forma propedeutica, all'obiettivo generale "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 "attrattività", intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta. Concorre altresì all'Obiettivo strategico 3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano.

**PRIORITA' DEL PROGRAMMA TRIENNALE:
3. INTEGRAZIONE TRA TURISMO E FILIERE ARTISTICHE**

N. scheda	Titolo Intervento	Descrizione iniziativa	Dotazione finanziaria per il 2019 (in euro)	Copertura finanziaria	Obiettivo Strategico
17	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni culturali	Sostegno alle co produzioni teatrali ai sensi dell'art.22 commi 1, 2 e 3 della Legge regionale 11.08.2017 n.16 a favore della destagionalizzazione e la valorizzazione delle eccellenze artistiche	1.996.000,00	Bilancio regionale Capitolo 473313	L'iniziativa concorre, in forma propedeutica, all'obiettivo generale "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 "attrattività", intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta
17	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni culturali	Iniziative a sostegno dei teatri con più di 500 posti per la destagionalizzazione e la valorizzazione delle eccellenze artistiche ai sensi dell'art.22 comma 5 della Legge regionale 11.08.2017 n.16	738.037,49	Bilancio regionale Capitolo 473314	L'iniziativa risponde alla Priorità di "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 "attrattività", intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta
17	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni culturali	Programma di eventi artistici e musicali che mira all'incremento dell'offerta culturale di qualità, attraverso la concessione d'uso temporanea dei siti regionali di interesse culturale (in coerenza con l'accordo interassessoriale Anfiteatro Sicilia)	non genera costi per la PA	non pertinente	L'iniziativa concorre, in forma propedeutica, all'obiettivo generale "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 "attrattività", intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta all'Obiettivo strategico 3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano.



18	Fondo unico regionale per lo spettacolo (FURS)	Sostenere ed incrementare le attività di enti, associazioni, cooperative e fondazioni che abbiano sede legale in Sicilia e che siano operanti nei settori del teatro, della musica, della danza attraverso il FURS	2.500.000	Bilancio regionale capitolo 473738	3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano.
19	Ideazione di strumenti divulgativi dei teatri più importanti e dei cartelloni più significativi	Strumenti divulgativi, da diffondere in particolar modo alle Fiere rivolte al mercato consumer, contenenti informazioni aventi rilievo turistico dei teatri più importanti e dei cartelloni più significativi, in virtù del fatto che essi rivestono il ruolo di attrattori turistico-culturali.	in corso di definizione	Bilancio regionale Capitolo 472538	4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.
20	Prodotti audiovisivi innovativi per la promozione del territorio	L'iniziativa ricomprende l'emanazione del primo bando per cofinanziamento di produzioni giovanili di cortometraggi low-budget e web-series finalizzati alla promozione del territorio.	200.000	APQ Sensi Contemporanei nei cinema e audiovisivo	4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia.
21	Itinerario cineturistico n. 2	Pubblicazione del pieghevole del secondo itinerario cineturistico delle STRADE DEL CINEMA/Percorsi in Sicilia, dedicato a Palermo e provincia.	6.000	APQ Sensi Contemporanei nei cinema e audiovisivo	4: Rafforzare la salienza del brand Sicilia

**PRIORITA' DEL PROGRAMMA TRIENNALE:****4. LA TUTELA DEL TURISTA**

N. scheda	Titolo Intervento	Descrizione iniziativa	Dotazione finanziaria per il 2019 (in euro)	Copertura finanziaria	Obiettivo Strategico
22	Tavoli tecnici ed iniziative per il contrasto all'esercizio abusivo delle professioni turistiche.	Tavoli tecnici ed iniziative finalizzati a definire proposte di equilibrio tra normative della concorrenza, tutela della qualità e normative europee in tema di servizi	non sono previsti oneri	non necessaria	L'iniziativa risponde alla priorità "mercato del lavoro" del Piano Strategico 2019/2023, e quindi all'obiettivo generale del rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione





6 - SCHEDE DELLE INIZIATIVE

Nel presente capitolo si approfondisce lo studio delle iniziative che si intende porre in essere nell'anno 2019, in attuazione degli obiettivi strategici del PTST 2019/2021 - PSRST 2019/2023.

In particolare si procede ad una sintetica descrizione in schede articolate nei seguenti temi:

TITOLO INIZIATIVA
DESCRIZIONE INIZIATIVA
OBIETTIVI SPECIFICI
TEMPI DI ATTUAZIONE
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE
MERCATI OBIETTIVO
TARGET DI DOMANDA

Si precisa che le indicazioni riportate nelle schede, in merito alle dotazioni finanziarie, sono da intendersi previsionali e potranno pertanto subire modeste variazioni in aumento o in diminuzione in funzione delle esigenze che dovessero manifestarsi durante la fase di attuazione delle diverse attività.

Si precisa altresì che i risultati attesi per ciascun obiettivo generale e obiettivo strategico sono indicati nel Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021, al quale a tal fine si rimanda, e a fronte dei quali saranno implementati, nel costituendo sistema digitale di sorveglianza dei risultati, gli opportuni indicatori, finalizzati a consentire il monitoraggio della qualità degli investimenti.



N° ID	01
TITOLO INIZIATIVA	“Sicilia turistica e sostenibile” - Promozione del turismo sostenibile e diffusione di buone pratiche per l’incremento della competitività
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Tra le competenze dell’Assessorato rientrano le attività che attengono all’utilizzo dei fondi della Cooperazione Territoriale Europea (cfr. “Consume-Less”, “Tuna Route” etc.). Altre attività riguardano lo sviluppo e la gestione di relazioni internazionali in materia di turismo (cfr. Pilastro 4 “Turismo sostenibile” della Strategia europea EUSAIR). La caratteristica che accomuna le attività sopra indicate è il tema trasversale e ricorrente della “sostenibilità”, inteso non soltanto nella sua accezione più strettamente ecologica ma anche economica (capitalizzazione delle iniziative) e soprattutto turistico-culturale (recupero delle tradizioni, valorizzazione delle identità locali, tutela delle tipicità, ricerca dell’autentico etc.). Per adeguarsi agli orientamenti di una domanda turistica sempre più attenta alla sostenibilità ed agli indirizzi dettati in materia dagli organismi nazionali ed europei responsabili della governance turistica, il progetto intende mettere a sistema le esperienze regionali e locali di turismo sostenibile per rafforzarne l’attrattività e l’efficacia, e per promuoverle come prodotto integrato. Il progetto prende le mosse dalle iniziative di cooperazione internazionale in corso d’opera (“Consume-Less”, “Tuna Route” “Pilastro 4 EUSAIR” etc.), in fase di istruttoria o di esame da parte dell’UE (p.e. “Adarit” del programma Adrion) caratterizzate dalla natura “sostenibile” delle attività, e ne pianifica la strategia di capitalizzazione finalizzata anche ad un allargamento della base territoriale. All’interno del topic “sostenibilità” possono peraltro essere incorporate azioni che attengono al tema, altrettanto ampio, del “turismo lento”, a cui il 2019 è dedicato.
OBIETTIVI SPECIFICI	Si prevede di raggiungere i seguenti obiettivi specifici: <ul style="list-style-type: none">● ampliamento dell’offerta● miglioramento della reputazione turistica dell’isola● crescita professionale e coinvolgimento partecipativo degli stakeholder locali Il conseguimento dei risultati di realizzazione potrà essere verificato attraverso: <ul style="list-style-type: none">● l’incremento del numero di enti territoriali e di operatori turistici che aderiranno alle proposte di turismo sostenibile (con riferimento al numero di partner dei progetti europei e nazionali in corso)
TEMPI DI ATTUAZIONE	Il progetto troverà attuazione nel corso del 2019 ed in particolare a latere di eventi già programmati: è il caso delle attività di follow up del progetto “Consume-Less” previste per febbraio a Realmonte (AG), dell’evento finale dello stesso progetto previsto tra luglio e agosto tra Palermo, Realmonte e Ragusa, del workshop del progetto “Tuna Route” previsto per aprile a Favignana/Valderice. Altre iniziative potranno aver luogo in nuovi territori e con nuovi attori territoriali, con i quali è stato già avviato una proficua interlocuzione (Comune di Cefalù, Agenzia So.Svi.Ma. nelle Madonie, Comuni di Porto Empedocle, Siculiana e Montallegro e GAL Sicani nell’area realmontese etc.)
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Per il progetto si prevede una spesa complessiva di 20.000,00 così ripartita: azioni di sistema € 4.000,00, produzione materiale e € 5.000,00, comunicazione € 11.000,00. La fonte finanziaria è individuata nel bilancio regionale cap. 472538
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	l’iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale: Obiettivo 5: miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale; Obiettivo 6: miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione. I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.



PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 1: "Interventi in promozione ed accoglienza". E' coerente con la linea d'intervento 1.D Definizione dei temi di attrazione su cui orientare i progetti di promozione.
MERCATI OBIETTIVO	Sulla base delle indagini consultate (cfr. Report "Preferences of Europeans towards Tourism", marzo 2015, a cura della Commissione europea, e "Sustainable Tourism Survey", marzo 2017, a cura della TUI, i mercati di maggiore interesse sono quelli statunitense, tedesco, francese e del Benelux
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	02
TITOLO INIZIATIVA	Alla ricerca dell'autentico: in viaggio tra itinerari slow, percorsi naturalistici e cammini di fede
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Da qualche anno riscuote grande successo l'offerta di esperienze turistiche basate su una conoscenza diretta e non superficiale dei luoghi artistici e delle bellezze paesaggistiche, anche se non sempre meta di grandi flussi turistici. L'approccio a questa offerta appare distante dai tradizionali modelli di fruizione turistica e sempre più condizionato dal bisogno di soddisfare un bisogno di conoscenza diretto e personale. Le nuove pratiche turistiche scelgono il cammino, l'itinerario a piedi o il percorso in bicicletta come strumento per viaggiare. Il progetto intende mettere a sistema la grande offerta di cammini religiosi, itinerari "slow" e percorsi naturalistici costruita in Sicilia negli ultimi anni per confezionare un prodotto turistico integrato. L'avvio del progetto è favorito dalla celebrazione del 2019 come anno del "turismo lento"; il progetto prevede il censimento delle iniziative realizzate o in corso di realizzazione (anche a cura di organismi diversi dal Dipartimento), il loro coordinamento funzionale e la predisposizione di un "Atlante tematico degli itinerari"
OBIETTIVI SPECIFICI	gli obiettivi specifici da raggiungere riguardano: <ul style="list-style-type: none">● una diversificazione dell'offerta turistica● l'interessamento di nuovi mercati e nuovi target● un più diretto e partecipe coinvolgimento degli stakeholder locali nei processi di costruzione/commercializzazione del prodotto Il conseguimento dei risultati di realizzazione potrà essere verificato attraverso la presenza di nuove proposte – commerciali e istituzionali – relative a questo specifico prodotto nei canali distributivi e di comunicazione
TEMPI DI ATTUAZIONE	Si prevede che il progetto possa trovare attuazione durante tutto il 2019, anche in considerazione della celebrazione dell'Anno del turismo lento
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Per il progetto si prevede una spesa complessiva di 50.000,00 così ripartita: azioni di sistema € 5.000,00, produzione materiale e € 25.000,00, comunicazione € 20.000,00. La fonte finanziaria è rappresentata dal Cap. 472538 del bilancio regionale.
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale: Obiettivo 5 - miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale; Obiettivo 6 - miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione. I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 1: "interventi in promozione ed accoglienza". E' coerente con la linea d'intervento 1.D Definizione dei temi di attrazione su cui orientare i progetti di promozione, in particolar modo per la parte che attiene ai temi "Borghi", "Turismo accessibile", "Cammini e itinerari religiosi", "Cibo e itinerari del gusto", "Natura, aree protette, paesaggio rurale", "Turismo lento".
MERCATI OBIETTIVO	Sulla base delle indagini consultate (cfr. Report "Preferences of Europeans towards Tourism", marzo 2015, a cura della Commissione europea, e "Sustainable Tourism Survey", marzo 2017, a cura della TUI), i mercati di maggiore interesse sono quelli statunitense, tedesco, francese e del Benelux. Se si considerano gli aspetti legati alla dimensione religiosa, l'area-bersaglio può essere allargata a Spagna, Polonia, Sud America. Il mercato italiano è mercato-obiettivo dell'intero progetto.
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	03
TITOLO INIZIATIVA	Eventi collaterali di promozione della destinazione Sicilia
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Interventi finalizzati all'incontro fra domanda e offerta e a promuovere l'offerta in favore di soggetti in grado di veicolare flussi significativi di visitatori:</p> <ul style="list-style-type: none">● Buyers, tour operator, event manager, wedding planner● Giornalisti, autori, troupe televisive● Influencer (blogger, instagramer, youtuber) <p>Attività di promozione della Sicilia, ispirate ai principi della destagionalizzazione e della diversificazione del prodotto/itinerario, consentendo ai destinatari di:</p> <ul style="list-style-type: none">● familiarizzare con la destinazione attraverso l'esperienza diretta e il contatto con partner e attori locali;● creare opportunità di conoscenza e networking attivate tra operatori della filiera turistica, portatori di interesse, professionisti della comunicazione tradizionale. <p>L'organizzazione operativa delle attività riguarderà viaggio, vitto, alloggio, servizi di accoglienza, organizzazione di workshop e in-formazione, attività di animazione territoriale e promozione, pubblicità correlata e coerente con l'evento proposto. Per l'attuazione di un'efficace azione è necessario individuare modalità perseguibili per attivare un bando unitario che aggregi le molteplici attività previste o da prevedere.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	<p>Organizzare, promuovere e fornire un sostegno alla commercializzazione dell'offerta turistica per rispondere efficacemente ad una domanda di qualità in costante evoluzione.</p> <p>Incrementare sensibilmente i flussi di turismo destagionalizzato e verso le aree con minore pressione turistica.</p>
TEMPI DI ATTUAZIONE	Tutti gli eventi collaterali saranno realizzati nel corso dell'anno 2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	<p>Annualità 2019 - € 300.000,00</p> <p>PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3. “Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche”. Sub azione “Acquisto beni e affidamenti di servizi relativi a eventi collaterali e di supporto al piano di propaganda”</p>
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'iniziativa concorre al raggiungimento del seguente obiettivo del Piano strategico e Programma Triennale:</p> <p>3. Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale e del turismo siciliano. I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 1: Interventi in promozione ed accoglienza
MERCATI OBIETTIVO	I principali mercati internazionali per numero di presenze registrate in Sicilia, Cina, Giappone.
TARGET DI DOMANDA	<ul style="list-style-type: none">● Buyers, tour operator, event manager, wedding planner● Giornalisti, autori, troupe televisive● Influencer (blogger, instagramer, youtuber)



N° ID	04
TITOLO INIZIATIVA	Attività di comunicazione per la promo commercializzazione della destinazione Sicilia
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Dopo l'attività di promozione della destinazione Sicilia condotta nel 2018 presso i principali aeroporti italiani, selezionati per numero di viaggiatori, si prevede nel 2019 un'attività simile condotta presso alcuni aeroporti internazionali e intercontinentali, selezionati, oltre che sul numero di viaggiatori, in relazione ai mercati target, per un importo previsto di € 2.000.000.</p> <p>Inoltre si prevede di definire e concretamente attuare un progetto di comunicazione attraverso i media per un importo complessivo di €1.600.000.000, articolato in tre sotto progetti che verranno dedicati rispettivamente ad altrettante aree territoriali omogenee (regionale, nazionale, europea).</p> <p>In particolare si prevede la promozione della Sicilia su televisioni e la realizzazione di pubbliredazionali o tabellari su riviste periodiche, allegati a quotidiani, inserti su periodici generalisti o specializzati. L'attività di comunicazione dovrà promuovere sia le aree UNESCO della Sicilia che le proposte di itinerari che conducano i viaggiatori al di fuori delle mete turistiche più frequentate. Una particolare attenzione verrà posta alla promozione del Calendario Regionale delle manifestazioni ed eventi di grande richiamo turistico.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	Consolidare la competitività del brand Sicilia nel mercato turistico nazionale e internazionale già maturo e migliorarne il posizionamento nei mercati in fase di sviluppo.
TEMPI DI ATTUAZIONE	Tutte le attività previste saranno realizzate nell'anno 2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Annualità 2019 – € 3.600.000,00 Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche. PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3.
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale:</p> <ul style="list-style-type: none">● Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano● Rafforzare la salienza del brand Sicilia <p>I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 1 Interventi in promozione ed accoglienza ed è coerente con le linee d'intervento 1.b. brand Sicilia, verso una promozione unitaria e coordinamento immagine e 1.c. rafforzare la digitalizzazione dei servizi di promozione e commercializzazione.
MERCATI OBIETTIVO	Cina, Giappone ed i principali mercati internazionali per numero di presenze in Sicilia
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	05
TITOLO INIZIATIVA	Partecipazione a Borse e Fiere nazionali e internazionali
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Partecipazione a Borse e Fiere nazionali ed estere e conseguente acquisizione, allestimento, ideazione grafica e progettuale delle aree fieristiche. Organizzazione di attività collaterali allo svolgimento della manifestazione (conferenze stampa, attività di comunicazione, degustazioni dell'enogastronomia siciliana, workshop, creazione di eventi all'interno o all'esterno degli spazi fieristici). Tavoli tecnici con il Dipartimento Attività Produttive per accogliere gli operatori turistici da questo selezionati. Collaborazione con il Dipartimento dell'Agricoltura per la progettazione di allestimenti relativi a manifestazioni fieristiche di carattere internazionale del settore agroalimentare e vitivinicolo nell'annualità 2019. Partecipazione agli eventi fieristici del calendario nazionale dell'ENIT. Il Calendario delle Borse e Fiere che si prevede vedano la partecipazione del Dipartimento è basato sull'appartenenza ai mercati internazionali target e sulla coerenza della specializzazione espositiva con gli obiettivi strategici. Variazioni all'impianto progettuale saranno determinate dalla soluzione dei quesiti sugli eventuali aiuti di stato per la partecipazione degli operatori. Per il dettaglio delle Borse e Fiere in Programma per il 2019 si rimanda all'allegato A
OBIETTIVI SPECIFICI	Consolidare la competitività del brand Sicilia nel mercato turistico nazionale e internazionale già maturo e migliorarne il posizionamento nei mercati in fase di sviluppo. Misurazione dei risultati: Attivazione di progetti in partnership con soggetti legati alla promo commercializzazione.
TEMPI DI ATTUAZIONE	L'intero 2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Annualità 2019 - € 1.500.000,00 <i>A valere su: PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3. Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche.</i>
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale: <ul style="list-style-type: none">● Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano● Rafforzare la salienza del brand Sicilia I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 1 Interventi in promozione ed accoglienza
MERCATI OBIETTIVO	Cina, Giappone ed i principali mercati internazionali per numero di presenze in Sicilia.
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	06
TITOLO INIZIATIVA	Treni storici del gusto
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Venti itinerari per 50 corse attraverso la Sicilia realizzate nel 2019 e replicate nel 2020, proponendo viaggi lenti in treni storici per attraversare e conoscere la Sicilia e raccontarla attraverso il cibo nei microcosmi di borghi rurali e costieri. Fondazione Ferrovie dello Stato mette a disposizione il parco di locomotive, automotrici e carrozze storiche, garantisce i collegamenti su strada con mete lontane dai tracciati, cura gli opuscoli illustrativi. Slow Food Sicilia costruisce in ogni corsa percorsi sensoriali e culturali attraverso laboratori del gusto. Gli Enti Locali svolgono azioni di animazione culturale sul territorio concordate con il Dipartimento Turismo che curerà anche il coordinamento complessivo delle attività, accoglie i viaggiatori, verifica il corretto svolgimento delle corse attraverso i Servizi Turistici, supporta il viaggio con un servizio di guide bilingue nei percorsi su rotaia e nei luoghi di sosta, promuove e coordina la narrazione delle esperienze di viaggio sul web.
OBIETTIVI SPECIFICI	Estendere ai mercati nazionali e internazionali la platea dei viaggiatori lungo gli itinerari attraverso la Sicilia, in prevalenza regionale nell'esperienza di progetto 2018 (rilevazioni desumibili dalle prenotazioni dei biglietti). Estendere le proposte di turismo in Sicilia ai mesi con minori flussi turistici (rilevazioni dei viaggiatori nelle corse previste in date di "bassa stagione"). Estendere le proposte di turismo in Sicilia alle aree estranee alle principali mete e aree di maggiore flussi turistici (rilevazioni dei viaggiatori nelle corse previste in queste aree)
TEMPI DI ATTUAZIONE	Gli itinerari saranno realizzati entro l'anno 2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Annualità 2019 - € 850.000,00 a valere su: PO FESR 2014-2020 – Azione 6.8.3. <i>“Sostegno alla fruizione integrata delle risorse culturali e naturali e alla promozione delle destinazioni turistiche”</i> . Sub azione <i>“Acquisto beni e affidamenti di servizi relativi a eventi collaterali e di supporto al piano di propaganda”</i>
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale: obiettivo strategico 2: migliorare la mobilità interna; obiettivo strategico 5: miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio nelle aree di attrazione naturale, obiettivo strategico 6: miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 1: Interventi in promozione ed accoglienza ed è coerente con la linea d'intervento 1.d. i temi di riferimento per i progetti di promozione.
MERCATI OBIETTIVO	I principali mercati nazionali e internazionali per numero di presenze registrate in Sicilia.
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	07
TITOLO INIZIATIVA	Portale unificato del turismo della Regione Siciliana
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Realizzazione del portale unificato del turismo in Sicilia, ove integrare la comunicazione di tutto quanto utile allo sviluppo del turismo e dell'occupazione nel settore turistico, in attuazione dell'art.13 della L.r. n.16/2017 e nel rispetto delle prerogative assegnate al Comitato di coordinamento per l'informazione e la comunicazione istituzionale della Regione Siciliana, istituito con la delibera di Giunta Regionale n.302 del 28 agosto 2018.</p> <p>Si intende realizzare un'applicazione unitaria interattiva di comunicazione digitale istituzionale, che riunisca le diverse aree di consultazione attualmente aperte al pubblico, sia nel sito istituzionale che nei portali Visit Sicily, Geoportale Sicilia, e nell'area di consultazione pubblica dei dati del sistema Turist@t (di rilevazione dei movimenti turistici), tale da permettere un'efficace azione d'informazione e comunicazione delle iniziative volte allo sviluppo del turismo e dell'occupazione nel settore turistico, incardinato nel portale internet della Regione siciliana ed aperto all'interfaccia con i diversi canali di comunicazione multimediale. L'applicazione dovrà essere compatibile con mobile devices che supportino sistemi operativi IOS e Android.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	<p>Unificazione della fonte delle comunicazioni istituzionali. Miglioramento della copertura mediatica relativamente agli eventi.</p>
TEMPI DI ATTUAZIONE	<p>E' stato predisposto uno schema di protocollo d'intesa da sottoscrivere con l'ARIT; si ritiene che il progetto debba svilupparsi secondo gli step che seguono.</p> <p>1. progettazione:</p> <ol style="list-style-type: none">1.7. sviluppo, di concerto col Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, dell'analisi delle funzioni;1.8. definizione dei profili di utenza;1.9. definizione dei criteri di sicurezza;1.10. definizione dei criteri di protezione dei dati personali;1.11. redazione della progettazione tecnico/economica in termini di applicazione e di risorse di rete;1.12. realizzazione di un prototipo con simulazione delle funzioni;1.13. realizzazione dell'applicazione web e mobile e del relativo CMS;1.14. realizzazione di un'area di monitoraggio periodico ed avanzato di statistica sugli accessi, in grado di assicurare la profilatura per area geografica, cronologia, tempo di permanenza etc. anche in relazione a parole chiave; <p>2. avviamento:</p> <ol style="list-style-type: none">2.1. installazione e messa a regime dell'applicazione;2.2. formazione specifica diretta ai dipendenti che saranno indicati dal Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, in funzione dei rispettivi profili di utenza; <p>3. gestione:</p> <ol style="list-style-type: none">3.6. gestione complessiva finalizzata a garantire il servizio always on;3.7. manutenzione ordinaria dell'applicativo, con particolare riferimento alla gestione/tenuta dei data base anche in regime di disaster recovery;3.8. manutenzione della parte hardware di rete tale da garantire idonei tempi di risposta e spazi di archiviazione;3.9. manutenzione degli applicativi di terze parti, se necessari, garantendo l'esercizio delle relative licenze;3.10. tenuta delle funzioni proprie del provider della connessione;3.11. mantenimento degli standard di sicurezza in linea con la normativa vigente;3.12. mantenimento degli standard di protezione dei dati personali in linea con la normativa vigente;3.7. manutenzione evolutiva, secondo le richieste che potranno essere formulate,



	<p>in corso di esercizio dal Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo;</p> <p>Si ritiene che, alla luce delle competenze determinate dalla vigente normativa, la realizzazione del progetto, sotto le direttive del Dipartimento Turismo, debba essere in carico all'A.R.I.T., che, come consuetudine, potrà avvalersi di operatori economici esterni all'amministrazione nel rispetto delle normative vigenti in materia di appalti della pubblica amministrazione, assicurando comunque le funzioni di Direzione dell'esecuzione del contratto e di Responsabile del procedimento.</p> <p>Si ritiene che la tempistica possa essere così sinteticamente stimata:</p> <ul style="list-style-type: none">● conclusione delle procedure per la messa a bando degli eventuali affidamenti esterni: 30 giugno 2019;● conclusione della fase di progettazione: 30 giugno 2020;● conclusione della fase di avviamento: 30 agosto 2020;● gestione: continuativa per tutta la durata dell'esercizio del sistema;
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	€ 150.000,00 (previsionale) La definizione dei costi sarà conseguente al completamento della progettazione tecnico/economica di cui al punto 1.4; le risorse saranno reperite facendo riferimento all' "Agenda Digitale Sicilia" (approvata con Delibera di Giunta Regionale n. 116/2018).
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'intervento concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale: obiettivo strategico 4: rafforzare la salienza del brand Sicilia, in quanto il raggiungimento di questo obiettivo presuppone la conoscenza del quadro delle attività di promozione e comunicazione dell'immagine della Sicilia. I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'intervento risponde alle Priorità 1. interventi in promozione e accoglienza ed è coerente con le linee d'intervento 1.b. brand Sicilia, verso una promozione unitaria e coordinamento immagine e 1.c. rafforzare la digitalizzazione dei servizi di promozione e commercializzazione. L'intervento risponde in parte anche alla Priorità 2. la politica per il supporto agli eventi con finalità turistiche.
MERCATI OBIETTIVO	Cina, Giappone ed i principali mercati internazionali per numero di presenze in Sicilia.
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali e sicuramente estesi a potenziali turisti, operatori del settore, pubblica amministrazione.



N° ID	08
TITOLO INIZIATIVA	Realizzazione del sistema digitale di sorveglianza dei risultati
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Avviare la realizzazione del sistema digitale di sorveglianza dei risultati che consenta il monitoraggio costante della qualità degli investimenti, sia sotto il profilo degli impatti, sia sotto quello degli effetti del contributo delle politiche attivate, tramite l'utilizzo di indicatori di risultato associati a ciascuno degli Obiettivi generali e strategici.
OBIETTIVI SPECIFICI	Consentire il costante adeguamento delle politiche e degli investimenti fruendo di uno strumento oggettivo di supporto alla decisione
TEMPI DI ATTUAZIONE	<p>si ritiene che il progetto debba svilupparsi secondo gli step che seguono.</p> <p>1. progettazione:</p> <ol style="list-style-type: none">1.6. sviluppo dell'analisi delle funzioni;1.7. definizione del quadro degli indicatori iniziali (il sistema dovrà essere adeguatamente flessibile e consentirne eventuali variazioni)1.8. definizione dei profili di utenza;1.9. definizione dei criteri di sicurezza;1.10. definizione dei criteri di protezione dei dati personali;1.11. redazione della progettazione tecnico/economica in termini di applicazione e di risorse di rete;1.12. realizzazione di un prototipo con simulazione delle funzioni;1.13. realizzazione dell'applicazione web e mobile e del relativo CMS; <p>2. avviamento:</p> <ol style="list-style-type: none">2.1. installazione e messa a regime dell'applicazione;2.2. formazione specifica diretta ai dipendenti che saranno indicati dal Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, in funzione dei rispettivi profili di utenza; <p>3. gestione:</p> <ol style="list-style-type: none">3.7. gestione complessiva finalizzata a garantire il servizio always on;3.8. manutenzione ordinaria dell'applicativo, con particolare riferimento alla gestione/tenuta dei data base anche in regime di disaster recovery;3.9. manutenzione della parte hardware di rete tale da garantire idonei tempi di risposta e spazi di archiviazione;3.10. manutenzione degli applicativi di terze parti, se necessari, garantendo l'esercizio delle relative licenze;3.11. tenuta delle funzioni proprie del provider della connessione;3.12. mantenimento degli standard di sicurezza in linea con la normativa vigente;3.13. mantenimento degli standard di protezione dei dati personali in linea con la normativa vigente;3.14. manutenzione evolutiva, secondo le richieste che potranno essere formulate, in corso di esercizio dal Dipartimento Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo. <p>Si ritiene che, alla luce delle competenze determinate dalla vigente normativa, la realizzazione del progetto, sotto le direttive del Dipartimento Turismo, debba essere in carico all'A.R.I.T., che, come consuetudine, potrà avvalersi di operatori economici esterni all'amministrazione nel rispetto delle normative vigenti in materia di appalti della pubblica amministrazione, assicurando comunque le funzioni di Direzione dell'esecuzione del contratto e di Responsabile del procedimento.</p> <p>Si ritiene che la tempistica possa essere così sinteticamente stimata:</p> <ul style="list-style-type: none">● conclusione delle procedure per la messa a bando degli eventuali



	<ul style="list-style-type: none">● affidamenti esterni: 30 giugno 2019;● conclusione della fase di progettazione: 30 giugno 2020;● conclusione della fase di avviamento: 30 agosto 2020;● gestione: continuativa per tutta la durata dell'esercizio del sistema;
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	€ 100.000,00 (previsionale). Le risorse saranno reperite facendo riferimento all' "Agenda Digitale Sicilia" (approvata con Delibera di Giunta Regionale n. 116/2018) e/o alle somme previste al punto C1 dell'APQ I Atto Integrativo Sicilia, Azioni di Sistema per il Turismo. Sensi Contemporanei interventi sulla filiera turistica per il miglioramento dell'attrazione e dell'immagine regionale.
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'intervento risponde ai Criteri di verifica dell'azione amministrativa previsti dal PSTR 2019/2021
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'intervento risponde alla Priorità 1. interventi in promozione e accoglienza ed è coerente con la linea d'intervento 1.C rafforzare la digitalizzazione dei servizi di promozione e commercializzazione ed in particolare l'azione 1.C.4. Servizi di analisi, studi, big data, marketing intelligence, servizi per la definizione puntuale della strategia, la formazione dei beneficiari finali e la valutazione di impatto di progetti finanziati.
MERCATI OBIETTIVO	non pertinente
TARGET DI DOMANDA	pubblica amministrazione ed operatori del settore



N° ID	09
TITOLO INIZIATIVA	Nuove strategie di marketing turistico - DMO
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Al fine di attuare il modello di governance territoriale della promozione turistica prevista nell'ambito del Documento "Sicilia, il Paradiso in Terra", approvato con Deliberazione della Giunta regionale n. 349 del 19 settembre 2018 e oggetto del DDG n.3050/S3TUR del 20/11/2018, registrato dalla Corte dei Conti in data 11/12/2018, il dipartimento Turismo condurrà attività di animazione territoriale finalizzate all'aggregazione dei Distretti in DMO (<i>Destination Management Organization</i>) a partire da obiettivi riconducibili ad una logica di filiera turistica e un contestuale censimento della progettualità proposte dagli attori regionali interessati alle nuove strategie di marketing turistico.</p> <p>Le attività consisteranno in azioni di accompagnamento e animazione territoriale che, a fronte di una strategia condivisa, includeranno la Co-progettazione da parte dei territori insieme al Dipartimento regionale del Turismo di un pacchetto di interventi di marketing turistico a favore delle destinazioni turistiche siciliane. Il lavoro di coprogettazione permetterà di elaborare progetti territoriali che verranno sostenuti dal dipartimento Turismo attraverso attività quali ad esempio cooperazione editoriale con le testate giornalistiche più diffuse sui mercati target (e coerenti con le tipologie di viaggio da promuovere), cooperazione con i tour operator per incrementare visite a destinazioni e siti minori e attività di marketing intelligence servendosi delle risorse finanziarie a valere sulla linea d'intervento 6.8.3 del PO FESR 2014 2020 e attività più specificatamente legate al mondo del marketing digitale come, a titolo esemplificativo, campagne di pubblicità digitale sui prodotti turistici siciliani, supporto allo sviluppo di contenuti, supporto alla strategia di posizionamento prioritario nei motori di ricerca (SEO e SEM), comunicazione multicanale; sviluppo e distribuzione digitale di video, utilizzando prevalentemente le risorse finanziarie a valere sulla linea d'intervento C1 dell'APQ Azioni di sistema per il Turismo.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	<p>Processo di aggregazione dei Distretti Turistici e di sostegno alle nuove istituende DMO.</p> <p>In dettaglio rispetto ai contenuti delle diverse iniziative:</p> <ol style="list-style-type: none">1. l'obiettivo delle ricerche è mettere in condizioni i singoli stakeholder di effettuare scelte informate di marketing.;2. Per quanto riguarda i contenuti afferenti all'informazione logistica (organizzazione del viaggio o della visita), l'obiettivo è incrementare la visibilità sui canali che forniscono informazione (ad esempio Tripadvisor, Guide Turistiche, Pagine Facebook, Google MyBusiness, ecc.)3. Per quanto all'informazione commerciale, l'obiettivo è incrementare la visibilità nei canali commerciali e quindi incrementare le vendite.4. Per contenuti destinati alla comunicazione multicanale e per i video finalizzati ad informazione culturale e ricreativa, l'obiettivo è stimolare un'azione di approfondimento (ad esempio un click al sito web, una richiesta di maggiori informazioni, ecc).
TEMPI DI ATTUAZIONE	Anno 2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	€ 1.000.000,00 a valere sull'Azione 6.8.3 del PO FESR Sicilia 2014/2020 € 700.000 a valere sull'APQ Azioni di sistema per il Turismo



OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'intervento concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale:</p> <p>obiettivo strategico 3 - incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano;</p> <p>obiettivo strategico 4 - rafforzare la salienza del brand Sicilia.</p> <p>I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	<p>l'intervento si riferisce alle seguenti priorità:</p> <p>priorità 1. interventi in promozione e accoglienza, come declinati in:</p> <p>1.a. attuare una riforma della governance turistica con un approccio orientato al mercato;</p> <p>1.b. brand Sicilia, verso una promozione unitaria e coordinamento immagine;</p> <p>1.c. rafforzare la digitalizzazione dei servizi di promozione e commercializzazione;</p>
MERCATI OBIETTIVO	<p>Cina, Giappone ed i principali mercati internazionali per numero di presenze in Sicilia, oltre i mercati attualmente di nicchia, ma caratterizzati da significative prospettive di crescita ed interessabili da specifici progetti.</p>
TARGET DI DOMANDA	<p>Trasversale</p>



N° ID	10
TITOLO INIZIATIVA	Interventi a sostegno dei Comuni - Opere di riqualificazione turistica, arredo urbano, riqualificazione viaria, centri congressi e culturali e opere di impiantistica sportiva nuove o da completare.
DESCRIZIONE INIZIATIVA	L'iniziativa consiste nel finanziare ai Comuni inseriti nella graduatoria approvata con D.D.G. n. 1913/S5/Tur del 02/12/2011 proveniente dal PO FESR 2007 2013, opere di riqualificazione turistica, arredo urbano, riqualificazione viaria, centri congressi e culturali e opere di impiantistica sportiva nuove o da completare.
OBIETTIVI SPECIFICI	Miglioramento della percezione della qualità dei servizi, nei siti oggetto di intervento, da parte dei turisti (da rilevare tramite analisi del sentiment).
TEMPI DI ATTUAZIONE	Le opere che saranno finanziate nel 2019 saranno concluse nell'arco di un triennio.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	La dotazione finanziaria è di euro 44.213.841,53. I fondi sono statali, stanziati con delibera CIPE n. 52 del 10/07/2017. Capitolo in corso di istituzione
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>Gli interventi concorrono al raggiungimento dei seguenti obiettivi strategici del Piano strategico e Programma Triennale:</p> <p>Obiettivo strategico 4 - rafforzare la salienza del brand Sicilia Creare le condizioni per la realizzazione di contesti di ottima qualità ambientale le cui immagini siano associabili, da parte dei turisti potenziali, alla destinazione Sicilia. La salienza è la probabilità della Sicilia (o di una località siciliana) di essere evocata o ricordata come meta in cui si pensa di andare per un determinato tipo di viaggio che si intende fare. Rafforzare la salienza del brand vuol dire incrementare la probabilità di essere scelti come luogo di vacanza.</p> <p>Obiettivo strategico 6 - miglioramento delle condizioni e degli standard di offerta e fruizione del patrimonio culturale nelle aree di attrazione Il miglioramento delle condizioni di fruizione del patrimonio culturale contribuisce potenzialmente al raggiungimento di tutti gli obiettivi generali delineati nel Piano Strategico. I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	Gli interventi si riferiscono alle seguenti Priorità: priorita' 1. interventi in promozione e accoglienza e priorita' 2: la politica per il supporto agli eventi con finalità turistiche e sono coerenti con la linea d'intervento 1.d. i temi di riferimento per i progetti di promozione. Gli interventi sugli impianti sportivi e sui centri congressi e culturali sono propedeutici alla possibilità di realizzare eventi in grado di stimolare sia il turismo regionale che quello domestico con impatti positivi sulla spesa turistica.
MERCATI OBIETTIVO	Non pertinente
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	11
TITOLO INIZIATIVA	Potenziamento dell'impiantistica sportiva.
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Realizzazione di progetti, proposti da EE.LL., finalizzati alla ristrutturazione, o nuova realizzazione, di impianti sportivi. Sono stati finanziati complessivamente 40 progetti allo stato di progettazione definitiva per € 47.079.168,00
OBIETTIVI SPECIFICI	La riqualificazione degli impianti sportivi - oltre all'impatto sociale sul territorio che vive quotidianamente gli impianti stessi - genera nuove opportunità in merito alla possibilità di organizzare eventi sportivi di rilievo regionale o nazionale che - come dimostrano i dati su altri eventi sportivi già tenutisi in Sicilia - sono in grado di stimolare sia il turismo regionale che quello domestico con impatti positivi sulla spesa turistica.
TEMPI DI ATTUAZIONE	la conclusione dell'esecuzione dei progetti coerentemente con i termini del programma di finanziamento è stimata in un triennio.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Fondo Sviluppo e Coesione 2014/2020 - Patto per lo sviluppo della Sicilia. -
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa concorre, in forma propedeutica, all'Obiettivo generale di "allungamento della stagione" di cui al Piano strategico 2019 – 2023
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa concorre in forma propedeutica alle: Priorità 1 - interventi in promozione e accoglienza Priorità 2 – La politica per il supporto agli eventi con finalità turistiche – intervenendo sulle infrastrutture necessarie alla realizzazione di eventi sportivi di rilievo regionale o nazionale caratterizzati da valenza turistica. L'iniziativa è coerente con la linea d'intervento 1.d. i temi di riferimento per i progetti di promozione.
MERCATI OBIETTIVO	Non pertinente
TARGET DI DOMANDA	trasversale



N° ID	12
TITOLO INIZIATIVA	Avviso pubblico per procedimento di abilitazione alla professione di guida turistica
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Avviso pubblico per procedimento di abilitazione alla professione di guida turistica
OBIETTIVI SPECIFICI	Innalzare la qualità dell'offerta turistica regionale qualificando professionisti che hanno un ruolo fondamentale nella presentazione delle attrattive turistico culturali e contestualmente contribuire ad alimentare il mercato del lavoro con offerta di lavoro qualificata
TEMPI DI ATTUAZIONE	Nell'aprile del 2018 è stato pubblicato l'avviso scaduto l'11/06/2018. Dovranno essere istituite 4 commissioni provinciali che da marzo 2019 avvieranno le istruttorie e gli esami dei candidati, in numero di 1.987. Si prevede di chiudere l'iter nel 2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	In corso di valutazione
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa risponde, all'obiettivo generale del Piano Strategico 2019/2023 del rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione, priorità "mercato del lavoro"
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa risponde alla priorità 1. interventi in promozione e accoglienza
MERCATI OBIETTIVO	Non pertinente
TARGET DI DOMANDA	Guide turistiche, operatori di settore, pubblica amministrazione, utenti finali



N° ID	13
TITOLO INIZIATIVA	Attivazione corsi di formazione per l'abilitazione alla professione di accompagnatore turistico
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Attivazione corsi di formazione per l'abilitazione alla professione di accompagnatore turistico
OBIETTIVI SPECIFICI	Rafforzare le garanzie in favore dell'utenza turistica in ordine all'affidamento per la fruizione dei servizi turistici nella nostra Regione;
TEMPI DI ATTUAZIONE	Si sono svolti i primi incontri con l'Assessorato alla Formazione Professionale e le Università per definire il modus operandi che porti alla progettazione dei corsi di formazione abilitanti alla professione di accompagnatore turistico. Si prevede di avviare l'iter nel 2019 per una conclusione che si stima 2020.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	In totale autofinanziamento a carico dei soggetti iscritti ai corsi
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa concorre all'Obiettivo generale del Piano Strategico 2019/2023 finalizzato al rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione, priorità "mercato del lavoro".
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa risponde alla priorità 1. interventi in promozione e accoglienza
MERCATI OBIETTIVO	Non pertinente
TARGET DI DOMANDA	accompagnatori turistici, operatori di settore, pubblica amministrazione, utenti finali



N° ID	14
TITOLO INIZIATIVA	Nuova regolamentazione per l'abilitazione alla professione di guida di media montagna ed emanazione relativo avviso pubblico.
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Nuova regolamentazione per l'abilitazione alla professione di guida di media montagna ed emanazione relativo avviso pubblico
OBIETTIVI SPECIFICI	Rafforzare le garanzie in favore dell'utenza turistica in ordine all'affidamento per la fruizione dei servizi turistici nella nostra Regione
TEMPI DI ATTUAZIONE	Attesa la ormai imminente revoca del precedente avviso, che scontava dei vizi sostanziali, si sta procedendo alla fase di studio attraverso il confronto con i soggetti qualificati (Assessorati regionali Territorio e Ambiente e Beni Culturali, Enti Parco, CAI, associazioni di categoria, AIGAE, ecc) per poi approdare alla stesura della nuova regolamentazione per un nuovo avviso. Si prevede di avviare l'iter nel 2019 per una conclusione che si stima al 2020.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	----
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa risponde alla priorità "mercato del lavoro" del Piano Strategico 2019/2023, e quindi all'Obiettivo generale del rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione, priorità "mercato del lavoro"
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa risponde alla Priorità 1. Interventi in promozione ed accoglienza
MERCATI OBIETTIVO	Non pertinente
TARGET DI DOMANDA	Guide di media montagna, operatori di settore, pubblica amministrazione, utenti finali



N° ID	15
TITOLO INIZIATIVA	Sicilia. Itinerari da Gourmet
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>L'iniziativa prende spunto dai risultati del Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2019 che vedono la Sicilia collocarsi al primo posto tra le regioni italiane per attrattività turistica dell'offerta enogastronomica.</p> <p>Il progetto prevede:</p> <p>a) la realizzazione di un evento di presentazione del Rapporto, per valorizzarne al massimo gli effetti sia sul sistema di offerta (miglioramento della qualità) che sulla domanda (attraverso una comunicazione ad hoc);</p> <p>b) la stampa e la distribuzione di una guida regionale sul turismo enogastronomico;</p> <p>c) la realizzazione di un press tour per giornalisti/bloggers specializzati nel settore della comunicazione dell'enogastronomia</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	<p>Si prevede di raggiungere i seguenti risultati:</p> <ul style="list-style-type: none">● ampliamento delle opportunità di offerta● miglioramento della reputazione turistica dell'isola● crescita professionale e coinvolgimento partecipativo degli stakeholder locali <p>Il conseguimento dei risultati potrà essere verificato attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none">● la partecipazione all'iniziativa di presentazione (valutazione della event experience);● il feedback comunicativo (articoli, comunicazione social etc.)
TEMPI DI ATTUAZIONE	2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	€ 100.000,00 a valere sulle risorse dell' OS 6.8.3 del PO FESR 2014/2020
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'iniziativa concorre agli Obiettivi Strategici</p> <p>3: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano;</p> <p>4: rafforzare la salienza del brand Sicilia;</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa risponde alla Priorità 1: Interventi in promozione ed accoglienza ed è coerente con a linea d'intervento 1.D Definizione dei temi di attrazione su cui orientare i progetti di promozione.
MERCATI OBIETTIVO	I mercati di riferimento sono prevalentemente quelli europeo (con particolare riguardo all'Europa centro-settentrionale), sino-giapponese, russo, statunitense
TARGET DI DOMANDA	L'iniziativa è rivolta sia ai target specializzati nei tour enogastronomici che ad una domanda più ampia, composta da viaggiatori attratti dalle espressioni dei territori caratterizzati da una tradizione vitivinicola ed enogastronomica.



N° ID	16
TITOLO INIZIATIVA	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni turistiche
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Con D.A 3340 del 6.12.2018 e ai sensi della l.r. 26 marzo 2002 n. 2 art. 39, comma 1, il Dipartimento Turismo ha adottato il “Calendario delle manifestazioni di grande richiamo turistico” che avranno luogo nel territorio regionale nell'anno 2019 (ALLEGATO B al presente POA). Il Calendario verrà adeguatamente promosso affinché i grandi eventi ivi previsti facciano da volano per l'incremento dell'attrattività turistica della destinazione Sicilia ed in particolare dei territori in cui verranno realizzati.</p> <p>Il Dipartimento Turismo nel 2019 continuerà ad offrire sostegno alla realizzazione delle Manifestazioni turistiche promosse ai sensi del 2° comma, dell'art.39, della L.r. 2/2002. I progetti che saranno proposti dovranno garantire una chiara identificazione dei contenuti e delle relative previsioni economiche.</p> <p>I soggetti attuatori sono Enti Locali, Enti Pubblici, Fondazioni, Enti Teatrali e lirici regionali, Organizzazioni ONG e ONLUS; Associazioni e cooperative operanti nel settore dello spettacolo, della cultura, del turismo e del tempo libero.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	<p>L'obiettivo specifico del cofinanziamento degli eventi turistici è quello di generare un incremento dei flussi turistici nell'area di riferimento, in coerenza con le priorità di diversificazione dell'offerta turistica e culturale e di allungamento della stagione.</p> <p>L'Assessorato ha avviato una sperimentazione tesa a individuare tipologie di eventi e criteri per rafforzare l'azione complessiva di sostegno ad eventi con valenza turistica. In particolare, si intende individuare con maggiore precisione le tipologie di eventi a valenza turistica, a partire da una definizione più chiara di finalità e natura degli eventi. Inoltre, si intende definire criteri di selezione coerenti ed oggettivi, da integrare a quelli previsti dalla circolare regionale n. 15043 del 12 giugno 2015 quali ad esempio la copertura mediatica, l'impatto economico attivato dalla spesa turistica, l'immagine turistica e la diversificazione/arricchimento dell'offerta turistica.</p> <p>Nel caso dei grandi eventi turistici e dei progetti speciali il risultato atteso sarà quello di incrementare il numero di turisti provenienti dai mercati internazionali.</p>
TEMPI DI ATTUAZIONE	2019
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	La dotazione potrà variare da 800.000 ad 1.000.000 con riferimento alle risorse del capitolo 472514 a nonché quelle rese disponibili nell'ambito dell'APQ Azioni di Sistema per il Turismo.
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'investimento risponde all'Obiettivo generale di “allungamento della stagione” di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 “attrattività”, intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta.</p> <p>Il sostegno alle manifestazioni turistiche concorre in particolare all'Obiettivo strategico 3 “Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano”. L'incremento dei flussi turistici (soprattutto internazionali) dipende dalla presenza e dalla prominenza dell'offerta commerciale nei sistemi di distribuzione e informazione. L'offerta commerciale comprende anche le informazioni e la vendita di biglietti di accesso ai siti culturali e agli eventi (di qualsiasi natura) che si svolgono nel territorio siciliano.</p> <p>I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>



PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	Il sostegno alle manifestazioni turistiche concorre alla Priorità 2 – La politica per il supporto agli eventi con finalità turistiche ed è coerente con la linea d'intervento 2.A Revisione della politica di supporto agli eventi.
MERCATI OBIETTIVO	Per le iniziative a cofinanziamento competitivo di manifestazioni di carattere continuativo il livello del mercato obiettivo è nazionale e regionale. Per le grandi manifestazioni turistiche e gli eventi speciali il livello del mercato obiettivo è internazionale.
TARGET DI DOMANDA	Il target di domanda verrà identificato da ciascun ente organizzatore tenendo conto della natura e delle caratteristiche dell'evento stesso.



N° ID	17
TITOLO INIZIATIVA	Promozione e/o sostegno alle manifestazioni culturali
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Nel 2019 il dip.to Turismo in collaborazione con l'Ass.to BB.CC ha emanato un avviso di manifestazione di interesse per la valorizzazione turistica dei siti culturali regionali mediante la produzione di eventi artistici e musicali che mira all'incremento dell'offerta culturale di qualità, nonché alla valorizzazione dei siti regionali di interesse culturale, in una ottica di diversificazione, attraverso la concessione d'uso temporanea, per finalità compatibili con la loro destinazione, per la realizzazione di eventi artistici e musicali proposti dai soggetti indicati nell'Accordo Interassessoriale - "Anfiteatro Sicilia" - di cui al D.D.G. n. 1462/DG/TUR del 13.06.2016, nonché da fondazioni, teatri stabili, teatri comunali ed altri soggetti che operano nel settore dello spettacolo.</p> <p>Sempre in tema di sostegno al settore della cultura nel 2019 verrà posta attenzione anche al comparto dei teatri (proseguendo l'attività iniziata con l'istituzione del "Calendario delle attività ed il piano di riparto - Commi 1 e 3") con l'emanazione di un secondo Avviso volto a recepire iniziative sul territorio regionale e coproduzioni teatrali a sostegno della destagionalizzazione e la valorizzazione delle eccellenze artistiche, ex art. 22, commi 1, 2 e 3, della L.r. n. 16/2017 e ai sensi del comma 5 sempre finalizzato all'incremento dell'offerta culturale di qualità nonché alla valorizzazione dei siti di interesse culturale, in una ottica di diversificazione, attraverso il supporto delle produzioni di eventi artistici e musicali proposti da fondazioni, teatri stabili, teatri comunali ed altri soggetti senza scopo di lucro, proprietari o gestori di teatri con almeno 500 posti.</p> <p>I progetti che saranno proposti dovranno garantire una chiara identificazione dei contenuti e delle relative previsioni economiche.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	L'obiettivo specifico dell'attività di valorizzazione turistica dei siti culturali regionali mediante la produzione di eventi artistici in luoghi di interesse artistico culturale e dell'attività di cofinanziamento delle coproduzioni teatrali, è quello di generare un incremento dei flussi turistici nell'area di riferimento, in coerenza con le priorità di diversificazione dell'offerta turistica e culturale e di allungamento della stagione.
TEMPI DI ATTUAZIONE	<p>L'avviso di manifestazione di interesse per la valorizzazione turistica dei siti culturali regionali mediante la produzione di eventi artistici e musicali è stato emanato con D.A. n.01 del 14 Gennaio 2019.</p> <p>L'azione di cofinanziamento rivolta a Teatri e Fondazioni per le iniziative/spettacoli teatrali a sostegno della destagionalizzazione e la valorizzazione delle eccellenze artistiche ex art. 22, commi 1, 2 e 3, e comma 5 della L.r. n. 16/2017 verrà attuata attraverso appositi avvisi che verranno emanati nel corso dell'anno del 2019.</p>
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	<p>Per le iniziative/spettacoli teatrali a sostegno della destagionalizzazione e la valorizzazione delle eccellenze artistiche giusta L.r. n.16/2017 commi 1,2,3 lo stanziamento per l'anno 2019 è pari ad € 2.952.000,00 sul capitolo di bilancio n. 473313.</p> <p>Per le iniziative a valere sul comma 5 ex lege 16/2017 (supporto delle produzioni di eventi artistici e musicali proposti da fondazioni, teatri stabili, teatri comunali ed altri soggetti senza scopo di lucro, proprietari o gestori di teatri con almeno 500 posti) lo stanziamento previsionale per l'anno 2019 è pari ad € 738.037,49 sul capitolo di bilancio n. 473314.</p>



OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'investimento risponde all'Obiettivo generale di “allungamento della stagione” di cui al Piano strategico 2019 – 2023 e concorre al fattore di competitività n.2 “attrattività”, intervenendo in termini di rilevanza e diversificazione dell'offerta.</p> <p>Il sostegno alle manifestazioni culturali concorre in particolare all'Obiettivo strategico 3 “Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano”. L'incremento dei flussi turistici (soprattutto internazionali) dipende dalla presenza e dalla prominenza dell'offerta commerciale nei sistemi di distribuzione e informazione. L'offerta commerciale comprende anche le informazioni e la vendita di biglietti di accesso ai siti culturali e agli eventi (di qualsiasi natura) che si svolgono nel territorio siciliano.</p> <p>I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	<p>Le iniziative concorrono al raggiungimento della Priorità 1 – Interventi in Promozione e accoglienza e della Priorità 3 Interazione tra il settore del turismo e le filiere artistiche. E' coerente con la priorità 3B Rafforzamento degli investimenti negli spettacoli dal vivo ed in particolare con le linee d'intervento 3.b.1 Prosecuzione del progetto Anfiteatro Sicilia nel triennio e 3.b.2 Attivazione di fondi per il sostegno di spettacoli dal vivo finanziati.</p>
MERCATI OBIETTIVO	<p>Per il sostegno alle coproduzioni teatrali il livello del mercato obiettivo è nazionale e regionale.</p>
TARGET DI DOMANDA	<p>Il target di domanda verrà identificato da ciascun ente organizzatore tenendo conto della natura e delle caratteristiche dell'evento stesso ma sarà principalmente di natura culturale.</p>



N° ID	18
TITOLO INIZIATIVA	Fondo unico regionale per lo spettacolo
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Nel 2019 il dip.to turismo continuerà a sostenere ed incrementare le attività di enti, associazioni, cooperative e fondazioni che abbiano sede legale in Sicilia da almeno tre anni e che siano operanti nei settori del teatro, della musica, della danza attraverso il FURS, il Fondo unico regionale per lo spettacolo istituito con Legge regionale 7 maggio 2015 n.9 art. 65 modificato dall'art. 66 della legge regionale n. 3 del 17 marzo 2016.
OBIETTIVI SPECIFICI	Nel caso degli spettacoli cofinanziati dal FURS l'obiettivo specifico mira all'incremento della partecipazione sociale e sul rafforzamento dei valori della tradizione dal punto di vista tradizionale folkloristico.
TEMPI DI ATTUAZIONE	<p>Il sostegno del Furs prevede aliquote di ripartizione tra i settori lirico-sinfonico, del teatro di prosa, della musica e della danza, che sono stabilite triennialmente, con decreto dell'Assessore regionale per il turismo, lo sport e lo spettacolo, previa delibera della Giunta regionale, da adottarsi entro trenta giorni dall'approvazione della legge regionale di bilancio.</p> <p>Gli spettacoli cofinanziati dal Furs così come le iniziative/spettacoli teatrali a sostegno della destagionalizzazione e la valorizzazione delle eccellenze artistiche si svolgono nell'arco di tutto l'anno.</p>
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	€ 2.500.000,00 a valere sul Bilancio Regionale, capitolo 473738
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	Il sostegno ai teatri al fine di incrementare la loro offerta culturale contribuisce all'obiettivo strategico di incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano. L'incremento dei flussi turistici (soprattutto internazionali) dipende dalla presenza e dalla prominenza dell'offerta commerciale nei sistemi di distribuzione e informazione. L'offerta commerciale comprende anche le informazioni e la vendita di biglietti di accesso ai siti culturali e agli eventi (di qualsiasi natura) che si svolgono nel territorio siciliano.
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	<p>L'iniziativa concorre al raggiungimento della priorità 1. interventi in promozione e accoglienza ed è coerente con la linea d'intervento 1.d. i temi di riferimento per i progetti di promozione.</p> <p>Gli spettacoli dal vivo fanno parte dei temi del Programma Triennale che possono fungere da nucleo di aggregazione per specifici progetti di promozione.</p>
MERCATI OBIETTIVO	Per le iniziative cofinanziate dal FURS e per il sostegno ai teatri il mercato obiettivo è di carattere nazionale e regionale.
TARGET DI DOMANDA	Turismo culturale



N° ID	19
TITOLO INIZIATIVA	Ideazione di strumenti divulgativi dei teatri più importanti e dei cartelloni più significativi
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Ideazione di strumenti divulgativi, da diffondere in particolar modo alle Fiere rivolte al mercato consumer, contenenti informazioni aventi rilievo turistico dei teatri più importanti e dei cartelloni più significativi, in virtù del fatto che essi rivestono il ruolo di attrattori turistico-culturali.
OBIETTIVI SPECIFICI	<ul style="list-style-type: none">● generare un incremento dei flussi turistici nell'area di riferimento;● diversificare l'offerta turistica e culturale;● destagionalizzare.
TEMPI DI ATTUAZIONE	Da definire
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	In corso di definizione - a valere sul capitolo 472538 del Bilancio regionale
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'intervento concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi strategici del Piano strategico e Programma Triennale: Incrementare la visibilità dell'offerta commerciale del turismo siciliano. L'incremento dei flussi turistici (soprattutto internazionali) dipende dalla presenza e dalla prominenza dell'offerta commerciale nei sistemi di distribuzione e informazione. L'offerta commerciale comprende anche le informazioni e la vendita di biglietti di accesso ai siti culturali e agli eventi (di qualsiasi natura) che si svolgono nel territorio siciliano.
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	Priorità 1. interventi in promozione e accoglienza 1.d. i temi di riferimento per i progetti di promozione gli spettacoli dal vivo fanno parte dei temi del programma triennale che possono fungere da nucleo di aggregazione per specifici progetti di promozione. Priorità 3. integrazione tra turismo e filiere artistiche l'iniziativa deve essere valutata in sinergia con le seguenti linee d'intervento del programma triennale: 3.b.1. prosecuzione del progetto anfiteatro sicilia nel prossimo triennio finanziati con il III atto integrativo APQ Cinema. 3.b.2. attivazione di fondi per il sostegno di spettacoli dal vivo finanziati con il iii atto integrativo APQ Cinema.
MERCATI OBIETTIVO	Il mercato obiettivo è di carattere nazionale e regionale.
TARGET DI DOMANDA	Turismo culturale



N° ID	20
TITOLO INIZIATIVA	Prodotti audiovisivi innovativi per la promozione del territorio. Pubblicazione del primo bando per cofinanziamento di produzioni giovanili di cortometraggi low-budget e web-series.
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Nell'ambito delle iniziative per l'integrazione tra settore audiovisivo e turismo, esplicitamente previste dalla "Linea L" dell'APQ Sensi Contemporanei – Lo sviluppo dell'industria audiovisiva nel Mezzogiorno – Terzo Atto Integrativo, caratterizzata da un elevato livello di sperimentazione, si prevede la realizzazione di prodotti audiovisivi innovativi, che nulla abbiano a che vedere con il materiale audiovisivo utilizzato tradizionalmente nella promozione turistica di tipo più commerciale ed ordinario. Ciò indirizzandosi preferenzialmente in questa sede (e prima fase) anche ad una platea di autori e professionisti (soggetto, sceneggiatura, regia, fotografia, postproduzione) giovani (under 35), a garanzia di maggiore originalità delle proposte e familiarità con i nuovi linguaggi dell'audiovisivo e con le nuove piattaforme di fruizione.</p> <p>Assolte le procedure previste dall'Accordo di Programma Quadro Sensi Contemporanei (che prevedono una condivisione istruttoria con la Segreteria Tecnica di supporto alla stesura del bando e l'approvazione da parte del Comitato di Coordinamento), si prevede di pubblicare un primo bando ad evidenza pubblica, per il cofinanziamento di cortometraggi low-budget e web-series collegati a questa specifica tematica.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	<p>Si prevede di raggiungere i seguenti obiettivi specifici:</p> <ul style="list-style-type: none">● rafforzare e supportare la produzione di opere audiovisive (es. cortometraggi, documentari, web series);● valorizzare il patrimonio attraverso la produzione di video finalizzati alla promozione turistica.
TEMPI DI ATTUAZIONE	Pubblicazione del bando a giugno 2019, con scadenza a 60 giorni. Istruttoria d'ufficio, valutazione da parte di Commissione tecnica e definizione della graduatoria entro fine settembre 2019.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Euro 200.000,00. Le risorse sono allocate all'interno dell'APQ SENSI CONTEMPORANEI CINEMA E AUDIOVISIVO, III Atto Integrativo, Linea L.2 "Valorizzazione del Patrimonio attraverso produzioni finalizzate alla promozione turistica".
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale:</p> <p>Obiettivo 4: rafforzare la salienza del brand Sicilia.</p> <p>I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 3: "Integrazione tra turismo e filiere artistiche ed è coerente con la linea d'intervento 3.A.1 Istituzione del Fondo per la produzione di video finalizzati alla promozione turistica e con la linea d'intervento 3.A.4 Attività di facilitazione, di realizzazione e promozione di prodotti cinematografici.
MERCATI OBIETTIVO	I principali mercati internazionali per numero di presenze registrate in Sicilia.
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	21
TITOLO INIZIATIVA	Itinerario cineturistico n. 2 Pubblicazione del pieghevole STRADE DEL CINEMA / Percorsi in Sicilia (Palermo e provincia) e realizzazione del “duplicato” digitale consultabile online.
DESCRIZIONE INIZIATIVA	<p>Nell'ambito delle iniziative intraprese per la promozione del territorio siciliano attraverso percorsi legati ai set cinematografici (e televisivi) più celebri, e dopo la pubblicazione, nel 2017, del primo Itinerario Cineturistico dedicato a Catania, Taormina e le Isole Eolie, è in programma adesso la pubblicazione del Secondo Itinerario Cineturistico delle STRADE DEL CINEMA, dedicato a Palermo e provincia. Verrà stampato un pieghevole a tre ante in quadricromia in almeno 5.000 copie, e realizzato un “duplicato” online, raggiungibile con facilità dall'utente tramite codice QR, contenente un più ampio corredo fotografico e, ove possibile (concessione di diritti senza oneri), anche brevi inserti filmici di riferimento.</p> <p>Detta pubblicazione è da ritenersi propedeutica all'organizzazione di un Convegno/Workshop internazionale sul Cineturismo, da pianificare entro l'anno per una realizzazione prevista per la primavera 2020.</p>
OBIETTIVI SPECIFICI	Si prevede di raggiungere i seguenti obiettivi specifici: <ul style="list-style-type: none">● sfruttare il tematismo del cineturismo per rafforzare il brand Sicilia e aumentare l'attrattività dei territori dove verranno realizzati gli itinerari.
TEMPI DI ATTUAZIONE	90 giorni per la realizzazione: fra aprile e giugno 2019.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Circa 6.000 euro (circa 2.500 per la realizzazione di immagini fotografiche originali + circa 2.000 euro per la stampa di circa 7.000 copie + circa 1.500 euro per grafica e immagine coordinata). Le risorse sono allocate all'interno dell'APQ Sensi Contemporanei cinema e audiovisivo, II Atto Integrativo, Linea E.3 b “Comunicazione”.
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	<p>L'iniziativa concorre al raggiungimento dei seguenti obiettivi del Piano strategico e Programma Triennale:</p> <p>Obiettivo 4: rafforzare la salienza del brand Sicilia.</p> <p>I risultati attesi per ciascun obiettivo strategico sono indicati nel documento Piano Strategico e Programma Triennale 2019 – 2021 al quale si rimanda.</p>
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa fa riferimento alla Priorità 3: “Integrazione tra turismo e filiere artistiche ed è coerente con la linea d'intervento 3.A.6 Organizzazione di un workshop internazionale finalizzato alla creazione di un networking tra i soggetti che supportano le produzioni cinematografiche in Sicilia, gli operatori del turismo, e le imprese nei settori tecnologici avanzati (realtà aumentata, realtà virtuale).
MERCATI OBIETTIVO	I principali mercati internazionali per numero di presenze registrate in Sicilia
TARGET DI DOMANDA	I target di riferimento sono trasversali



N° ID	22
TITOLO INIZIATIVA	Tavoli tecnici ed iniziative per il contrasto all'esercizio delle professioni turistiche sine titolo.
DESCRIZIONE INIZIATIVA	Avviare tavoli tecnici ed iniziative finalizzati a definire proposte di equilibrio tra normative della concorrenza, tutela della qualità e normative europee in tema di servizi
OBIETTIVI SPECIFICI	Rafforzare le garanzie in favore dell'utenza in ordine alla qualità nella fruizione dei servizi resi dalle guide turistiche nella nostra Regione.
TEMPI DI ATTUAZIONE	Si prevede di avviare l'iter nel 2019 per una conclusione che si stima al 2020.
DOTAZIONE FINANZIARIA ANNO 2019	Non sono previsti costi
OBIETTIVI STRATEGICI E RISULTATI ATTESI	L'iniziativa risponde all'Obiettivo generale del Piano Strategico 2019/2023 finalizzato al rafforzamento della qualità del lavoro attraverso un modello di intervento che valorizzi il ruolo delle politiche attive e della formazione, priorità "mercato del lavoro"
PRIORITA' PROGRAMMA TRIENNALE	L'iniziativa risponde alla priorità 4. la tutela del turista ed in particolare alla linea di programmazione triennale 4.A.3. "Aprire un tavolo di discussione sulle professioni turistiche per discutere proposte di equilibrio tra normativo della concorrenza, tutela della qualità e normative europee in tema di servizi"
MERCATI OBIETTIVO	Non pertinente
TARGET DI DOMANDA	guide turistiche, operatori di settore, pubblica amministrazione, utenti finali



DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019



ALLEGATO "A"

CALENDARIO 2019 DELLE BORSE E FIERE NAZIONALI E INTERNAZIONALI

FIERA	TEMATISMO	CITTA'	NAZIONE	GIORNI	MESE
Salon des Vacances (nel calendario ENIT)	Industria turistica globale	Bruxelles	BELGIO	dal 7 al 10	
Borsa Internazionale del Turismo - BIT	Industria turistica globale	Milano	ITALIA	dal 10 al 12	
Fair for leisure and travel - F.RE.E	Benessere	Monaco di Baviera	GERMANIA	dal 20 al 24	
Internationale Tourismus Borse - ITB	Industria turistica globale	Berlino	GERMANIA	dal 6 al 10	Marzo
Fà la cosa giusta – Fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili	Turismo sostenibile	Milano	ITALIA	dall'8 al 10	
Moscow International Travel & Tourism Exhibition - MITT	Industria turistica globale	Mosca	RUSSIA	dal 12 al 14	
Buy Tourism Online – BTO	Industria turistica globale	Firenze	ITALIA	dal 20 al 21	
Borsa Mediterranea del Turismo - BMT	Industria turistica globale	Napoli	ITALIA	dal 22 al 24	
Borsa Globale dei Turismi - Travelexpo	Industria turistica globale	Palermo	ITALIA	dal 5 al 7	Aprile
Seatrade Cruise Global Miami	Turismo crocieristico e cantieristica navale	Miami	STATI UNITI	dall'8 all'11	
Worldwide exhibition for incentive travel, meetings and events – IMEX (nel calendario ENIT)	MICE	Francoforte	GERMANIA	dal 21 al 23	
Rimini Wellness	Benessere	Rimini	ITALIA	dal 30 maggio al 2 giugno	Maggio / Giugno
Salone nautico	Turismo nautico	Genova	ITALIA	dal 19 al 24	Giugno



International French Market Travel TOP RESA - IFTM	Industria turistica globale	Parigi	FRANCIA	dall'1 al 4	Ottobre
Salone Internazionale del Turismo - TTG	Industria turistica globale	Rimini	ITALIA	dal 9 all'11	
Tourism Expo Japan (ex JATA Tourism Expo) (nel calendario ENIT)	Industria turistica globale	Osaka	GIAPPONE	dal 24 al 27	
Borsa del Turismo extralberghiero – BTE	Natura	Palermo	ITALIA	data n.d.	
World Travel Market – WTM (nel calendario ENIT)	Industria turistica globale	Londra	GRAN BRETAGNA	dal 4 al 6	Novembre
Esposizione Internazionale del Ciclo, Motociclo, Accessori - EICMA	Natura	Milano	ITALIA	dal 5 al 10	
Salon International du Tourisme et des Voyages	Industria turistica globale	Colmar	SVIZZERA	dal 9 all'11	
Salone Nazionale dell'Agriturismo e dell'Agricoltura multifunzionale - AGRI@TOUR	Natura	Arezzo	ITALIA	dal 15 al 16 novembre	
Travel & Trade – T&T Warsaw	Industria turistica globale	Varsavia	POLONIA	dal 22 al 24	
Exhibition Incentive Business Travel Meetings – IBTM (nel calendario ENIT)	MICE	Barcellona	SPAGNA	dal 27 al 29	
Food & Life	Enogastronomia	Monaco di Baviera	GERMANIA	dal 26 novembre al 1 dicembre	
International Luxury Travel Market – ILTM (nel calendario ENIT)	Lusso	Cannes	FRANCIA	dal 2 al 5	Dicembre



ALLEGATO "B"

CALENDARIO DELLE MANIFESTAZIONI DI GRANDE RICHIAMO TURISTICO ANNO 2019 - D.A. n. 3340 del 6 DICEMBRE 2018

N.	PR	COMUNE	EVENTO	PERIODO
1	CT	Catania	Sant'Agata	dal 3.02.19 al 5.02.19
2	CT	Acireale	Il più bel Carnevale di Sicilia	dal 28.02.19 al 5.03.19
3	AG	Sciacca	Carnevale di Sciacca	dal 28.02.19 al 5.03.19
4	PA	Termini Imerese	Carnevale Termitano	dal 28.02.19 al 5.03.19
5	AG	Agrigento	Mandorlo in Fiore	dall' 1.03 19 al 10.03.19
6	PA	Prizzi	Ballo dei Diavoli	dal 15.04.19 al 21.04.19
7	EN	Enna	Settimana Santa	dal 16.04.19 al 21.04.19
8	CL	Caltanissetta	Settimana Santa	dal 16.04.19 al 21.04.19
9	TP	Trapani	Settimana Santa	dal 16.04.19 al 21.04.19
10	--	varie località	Giro di Sicilia	marzo/aprile 2019
11	SR	Siracusa	Ciclo di rappresentazioni classiche	maggio/giugno 2019
12	CT	Scordia (Ambelia)	Fiera Mediterranea del cavallo. 1 [^] edizione	dal 10.05.19 al 12.05.19
13	PA	Palermo	World Festival on the Beach	dal 24.05.19 al 26.05.19
14	SR	Noto	Infiorata	dal 17.05.19 al 21.05.19
15	ME	Santa Maria Salina	Salina Isola Slow	maggio
16	TP	Menfi	Inycon	dal 21.06.19 al 23.06.19
17	ME	Taormina	TaoBuk	dal 22.06.19 al 26.06.19
18	ME	Taormina	Nastri d'argento	dal 28.06.19 al 29.06.19
19	ME	Taormina	Taormina Film Fest	dal 30.06.19 al 6.07.19
20	PA	Palermo	Sole Luna Doc Film Festival	dal 7.07.19 al 13.07.19
21	TP	Gibellina	Orestyadi di Gibellina	dal 6.07.19 al 10.08.19
22	AG	Agrigento	San Calogero	dal 7.07.19 al 14.07.19
23	ME	Taormina	TaoModa	dal 13.07.19 al 20.07.19



DIPARTIMENTO DEL TURISMO, DELLO SPORT E DELLO SPETTACOLO
PIANO OPERATIVO ANNUALE 2019

24	PA	Palermo	Festino di Santa Rosalia	15.07.19
25	TP	Calatafimi Segesta	Festival Dionisiache	dal 12.07.19 al 1.09.19
26	PA	Palermo	Internazionali femminili tennis, WTA International	dal 22.07.19
27	CT	Caltagirone	Scala Illuminata di Santa Maria del Monte	24/25.07.19 e 14/15.08.19
28	ME	Tindari	Festival dei due mari	Giugno – Agosto
29	AG	Santa Margherita Belice	Premio letterario Tomasi di Lampedusa	1a decade di agosto
30	PA	Castelbuono	Ypsigrock	dal 8.08.19 al 11.08.19
31	ME	Messina	Festa della Vara e Giganti	dal 9.08.19 al 15.08.19
32	EN	Piazza Armerina	Palio dei Normanni	dall' 12.08.19 al 14.08.19
33	CT	Catania	Sant'Agata estate	dal 12.08.19 al 18.08.19
34	PA	Castelbuono	Castelbuono Jazz Festival	dal 16.08.19 al 21.08.19
35	PA	Palermo	Regata Palermo-Montecarlo	dal 21.08.19 al 25.08.19
36	ME	Taormina	Andrea Bocelli in concerto	30/08/19
37	--	varie località	Le Vie dei Tesori	Settembre – novembre
38	TP	San Vito Lo Capo	Cous Cous Fest	dal 20.09.19 al 29.09.19
39	PA	Palermo	Targa Florio Classica	9- 13 ottobre
40	CT	Licodia Eubea	Rassegna del Documentario e della Comunicazione Archeologica	dal 17.10.19 al 20.10.19
41	PA	Palermo	Festival di Morgana	dal 6.11.19 al 10.11.19
42	--	Palermo/Catania	I Giganti della montagna	ottobre/dicembre
43	RG	Modica	Chocomodica	Dal 24 al 27 ottobre 2019
44	SR	Siracusa	Santa Lucia	dall' 8.12.19 al 20.12.19
45	TP	Custonaci	Presepe vivente	dal 25.12.19 al 7.01.20