

REPUBBLICA ITALIANA



BOLLETTINO UFFICIALE DELLA REGIONE LIGURIA

PUBBLICATO DALLA PRESIDENZA DEL CONSIGLIO REGIONALE – ASSEMBLEA
LEGISLATIVA DELLA LIGURIA – VIA FIESCHI 15 – GENOVA

Direzione, Amministrazione: Tel. 010-54.851

Redazione: Tel. 010 5485663 - 4974 - 4038

PARTE SECONDA

Atti di cui all'art. 4 della Legge Regionale 24 dicembre 2004, n. 32 e ss.mm. e ii.

SOMMARIO

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE ASSEMBLEA LEGISLATIVA DELLA LIGURIA 25/07/2017 N. 9

Documento di Economia e Finanza 2018-2020 (*Pubblicata su Supplemento al Bollettino Ufficiale n. 33 del 16.08.2017, Parte II*)

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE ASSEMBLEA LEGISLATIVA DELLA LIGURIA 26/07/2017 N. 10

Programma turistico regionale di legislatura ai sensi della legge regionale 4 ottobre 2006, n. 28 (Organizzazione turistica regionale) . pag. 4

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE ASSEMBLEA LEGISLATIVA 26/07/2017 N. 11

Nulla-osta ai sensi dell'articolo 80, comma 2, n. 1), della legge regionale 2 aprile 2015, n. 11 (Modifiche alla legge regionale 4 settembre 1997, n. 36 (Legge urbanistica regionale)) alla variante al Piano Territoriale di Coordinamento Paesistico contenuta nel progetto di Piano Urbanistico Comunale del Comune di Arenzano (GE) pag. 42

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 599

**VAS ex art. 9 e succ. l.r. n. 32/2012 smi. PUC del Comune di Sanremo.
Parere motivato con prescrizioni pag. 42**

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 604

Impianto di produzione energetica eolica in località Bric Autzè, strada comunale Repiano e località Palazzo Comuni di Pontinvrea e Sassello (SV). Proponente Soc.Eolo Srl. Parere positivo con prescrizioni . . . pag. 43

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 605

Attivazione della procedura della definizione del P.R.I.S. "Piattaforma Maersk - Comune di Vado Ligure - località Gheia" ai sensi dell'art. 5 della l.r. n. 39/2007 e s.m.i., con contestuale nomina del Comitato tecnico pag. 46

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 608

Approvazione "Linee di indirizzi" in materia di svolgimento di procedure di gara per la realizzazione di opere e lavori connessi al dissesto idrogeologico pag. 50

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 614

L.r. n. 33/2002 e ss.mm.ii.: attività di animazione economica da effettuarsi nell'ambito dei distretti industriali. Approvazione schema di atto aggiuntivo alla Convenzione con F.I.L.S.E. S.p.A. del 26.10.2016 . . . pag. 52

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 618

Approvazione schema di convenzione tra Regione Liguria e Comune di Savona per la riqualificazione dell'area waterfront di Savona. Intervento di recupero e riuso di Villa Zanelli (impegno Euro 5.000.000,00 - anno 2017) pag. 56

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 621

Approvazione della proposta di Progetto di riconversione e riqualificazione industriale dell'area di crisi complessa del savonese (D.M. 31 gennaio 2013, attuativo dell'art. 27, comma 8, del decreto-legge 22 giugno 2012 n. 83) pag. 62

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 04/08/2017 N. 677

PSR 2014/2020 - Bando per la presentazione delle domande di sostegno e pagamento a valere della sottomisura M03.01 "Sostegno ai regimi di qualità e di certificazione". importo euro 1.200.000,00 . . . pag. 62

REGIONE LIGURIA

**DIPARTIMENTO TERRITORIO AMBIENTE INFRASTRUTTURE TRASPORTI
SETTORE DIFESA DEL SUOLO DI SAVONA E IMPERIA - UFF. DI IMPERIA**

**Ditta: Pagi Corp Ltd e Idroelettrica Sant'Antonio s.r.l. (pratica n. 643).
Domanda di concessione di derivazione d'acqua pag. 77**

**DELIBERAZIONE DEI CONSIGLIO COMUNALE DI ALASSIO
26/05/2017 N. 34**

**Declassificazione di un tratto del percorso pedonale di uso pubblico
denominato "Strada Vicinale Belvedere" in disuso con rinuncia all'uso
pubblico pag. 77**

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE DI REZZO 31/07/2017
N. 20**

**Declassificazione porzione di strada comunale pedonale di Via Buenos
Aires Frazione Cenava pag. 78**

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE ASSEMBLEA LEGISLATIVA DELLA LIGURIA
26/07/2017 N. 10**

Programma turistico regionale di legislatura ai sensi della legge regionale 4 ottobre 2006, n. 28 (Organizzazione turistica regionale).

IL CONSIGLIO REGIONALE**ASSEMBLEA LEGISLATIVA DELLA LIGURIA**

Visto l'articolo 16, comma 3, lettera a), dello Statuto della Regione che dispone che l'Assemblea Legislativa approva i piani e i programmi aventi valenza generale adottati dalla Giunta;

Vista la legge regionale 4 ottobre 2006, n. 28 (Organizzazione turistica regionale) e successive modificazioni e integrazioni e, in particolare, l'articolo 7, comma 1, che prevede che la Giunta regionale propone al Consiglio regionale Assemblea Legislativa della Liguria il Programma Turistico regionale di Legislatura che deve contenere:

- a) la valutazione della precedente programmazione e dei risultati acquisiti, nonché l'analisi dello stato e delle tendenze in atto del turismo ligure, con riguardo alle imprese turistiche, allo sviluppo dei prodotti, alla qualità a supporto delle diverse tipologie dell'offerta turistica e alle dinamiche dei flussi turistici;
- b) l'individuazione degli obiettivi e delle priorità per gli interventi di settore e per i progetti da attuare;
- c) le finalità cui deve conformare la propria attività l'Agenzia regionale di cui al Capo IV e gli indirizzi agli enti locali e agli altri organismi operanti nella Regione a favore del turismo, anche per favorirne il coordinamento;
- d) il piano finanziario, con l'individuazione delle fonti di finanziamento e con l'indicazione dei fondi che si prevede di destinare al turismo nelle sue diverse articolazioni;

Atteso, pertanto, che il suddetto Programma Turistico regionale (di seguito denominato Piano del Turismo 2020) ha fra i suoi scopi quello di indicare gli obiettivi da perseguire per favorire lo sviluppo dell'economia turistica ligure, favorire il coordinamento fra le varie componenti pubbliche e private che operano nel settore e indirizzare gli investimenti pubblici a disposizione, o che si ritiene di avere a disposizione negli anni di vigenza del piano, per migliorare la competitività del sistema;

Dato atto che per la predisposizione dello schema del Piano del Turismo 2020 sono state utilizzate le analisi fornite dall'Osservatorio Turistico regionale e si è attivata una modalità di ascolto e confronto con il territorio e con le sue componenti sia pubbliche che private fra cui le giornate dedicate allo Sviluppo strategico del turismo in Liguria del dicembre 2016 che hanno consentito di stilare delle prime linee di indirizzo per la programmazione che sono state ulteriormente oggetto di confronto sul territorio nei primi mesi del 2017;

Preso atto che il suddetto Piano del Turismo 2020, allegato quale parte integrante e necessaria della presente deliberazione, è stato predisposto a seguito di un lungo percorso di confronto con il territorio d'intesa tra l'Assessore al Turismo mediante la struttura regionale preposta e l'Agenzia "in Liguria" ed è stato sottoposto al Tavolo di concertazione, ai sensi dell'articolo 8, comma 1, della citata l.r. 28/2006 e successive modificazioni e integrazioni, che ha espresso in merito parere favorevole in data 3 luglio 2017, formulando richiesta di minime integrazioni, accolte nella relativa proposta approvata dalla Giunta regionale e trasmessa a questa Assemblea Legislativa;

Dato atto che le risorse finanziarie da dedicare al turismo, per quanto riguarda la parte pubblica, sono individuabili nelle assegnazioni dello Stato (in particolare il co-finanziamento previsto per i progetti di eccellenza del turismo ex articolo 18 della legge 18 giugno 2009, n. 69 (Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile) e quelli per l'Agenda Digitale italiana), nonché nei fondi previsti dalla programmazione europea per il periodo 2014-2020 e, compatibilmente con le disponibilità del bilancio regionale, nei fondi propri a valere sul fondo strategico regionale previsto dalla legge regionale 27 dicembre 2016, n. 34 (Legge di stabilità della Regione Liguria per l'anno finanziario 2017), nonché sui fondi previsti dalla l.r. 28/2006 e successive modificazioni e integrazioni;

Vista la proposta di deliberazione della Giunta regionale 4 luglio 2017, n. 14, preventivamente esaminata dalla III Commissione consiliare, competente per materia, ai sensi degli articoli 26 dello Statuto e 83, comma 1, del Regolamento interno nella seduta del 13 luglio 2017;

Visti gli emendamenti approvati in sede di discussione in Aula;

DELIBERA

di approvare, ai sensi dell'articolo 7, comma 1, della l.r. 28/2006 e successive modificazioni e integrazioni, l'allegato Piano del Turismo 2020, parte integrante e necessaria della presente deliberazione.

IL PRESIDENTE
Francesco Bruzzone

IL CONSIGLIERE SEGRETARIO
Claudio Muzio

(segue allegato)



Piano del Turismo 2020 Regione Liguria

Maggio 2017

Sommario

- 1.1 Il Contesto
- 1.2 Il contesto costituzionale italiano
- 1.3 La scelta politica della Regione
- 1.4 Obiettivi del Piano
- 1.5 Il gruppo di lavoro
- 2. Analisi di competitività
 - 2.1 Uno sguardo alle strategie attuali
 - 2.2 Analisi Piano Precedente
 - 2.3.2 Punti di debolezza
 - 2.3.3 Opportunità
 - 2.3.4 Minacce
 - 2.4 Conclusioni
- 3. Vision e Mission
 - 3.1 Vision
 - 3.2 Mission
- 4. Gli indirizzi strategici
 - 4.1 Metodologia
 - 4.2 Prodotto turistico
 - 4.2.1 Strategia mercati
 - 4.2.2 Aggregazioni di imprese di prodotto
 - 4.2.3 Responsabili di prodotto
 - 4.3 Organizzazione territoriale (governance)
 - 4.3.1 Il Patto per lo Sviluppo Strategico del Turismo in Liguria (Patto per il Turismo)
 - 4.3.2 Il Fondo Strategico Regionale e il supporto alle imprese turistiche
 - 4.4 Promozione e marketing
 - 4.4.1 Promozione
 - 4.4.2 Comunicazione offline
 - 4.4.3 Comunicazione online
 - 4.4.4 Il Piano Operativo Annuale di Marketing
 - 4.4.5 Innovazioni digitali

- 4.5 Accoglienza turistica
- 5. Conclusioni
 - 5.1 Gestione del Piano
 - 5.1.1 Indicatori di performance
 - 5.1.2 Timing di attuazione
 - 5.1.3 Budget per la programmazione
- 6. Allegati

1. Introduzione

1.1 Il Contesto

Il turismo è un settore economico a livello mondiale in costante crescita. Il 2015, secondo dati UNWTO, ha visto per il 6° anno consecutivo l'incremento degli arrivi internazionali, che si è attestato al +4,6% con un +5% a livello europeo, la tendenza è stata registrata anche nel 2016 con un 3,9% (dato provvisorio) di arrivi turistici internazionali a livello mondiale. Il vecchio continente risulta essere la macro area geografica con la quota di arrivi in termini assoluti più consistente, pari a un 51,3%. La stima dell'andamento annuale medio mondiale al 2030 è prevista attorno al +4%.

Il turismo sta diventando un settore con un'incidenza sempre più in crescita anche nell'economia nazionale, tanto da vedere anche il nostro Paese dotarsi di un **Piano Strategico di Sviluppo 2017-2022**, approvato dal Consiglio dei Ministri in data 17 febbraio 2017, che prevede 52 linee di intervento racchiuse in 4 obiettivi fondamentali:

- Diversificare l'offerta;
- Innovare il marketing del *brand* Italia;
- Accrescere la competitività;
- Migliorare la *governance* del settore.

Assi portanti sono l'innovazione digitale, l'adeguamento della rete infrastrutturale, la riduzione degli oneri fiscali e burocratici, il miglioramento della quantità e qualità dell'occupazione, la semplificazione normativa, la diversificazione delle mete turistiche, la destagionalizzazione, la sostenibilità ambientale e culturale.

Il presente Piano della Regione Liguria tiene conto degli indirizzi proposti nel Piano nazionale e si sviluppa in coerenza con esso.

Secondo dati dell'**Osservatorio Turistico Regionale (OTR)** – gestito congiuntamente tra Regione e sistema camerale ligure - il turismo in Liguria rappresenta nel 2015 il 7,8 % del PIL regionale e attiva il 10,5% di unità lavorative impiegate nelle imprese del territorio, dato che conferma la connotazione del turismo come un settore produttivo ad alta intensità di lavoro. Secondo la stessa fonte il turismo in Liguria ha un forte impatto economico interno alla regione. Sebbene i numeri del turismo siano in larga quota attribuibili al turismo che alloggia in case private, il valore attivato dai turisti che utilizzano l'industria dell'ospitalità è nettamente maggiore in termini di moltiplicatori di spesa e di produzione del PIL. Nonostante l'aumento del turismo straniero (che ha capacità di spesa più elevata rispetto al turismo nazionale) degli ultimi anni e del turismo culturale, è il turismo balneare a dare ancora un apporto superiore all'economia¹ mantenendosi uno dei prodotti più ricercati dalla componente italiana.

Nel 2016 il turismo ligure ha visto una crescita importante sia in termini di presenze sia in termini di arrivi con **15.097.436** presenze pari al **5,37%** in più rispetto al 2015 e **4.584.158** arrivi con una percentuale di crescita sul 2015 pari al **4,35%**.

Secondo un'indagine effettuata dall'OTR insieme all'Università di Genova sull'andamento turistico degli ultimi 15 anni² (allegato nr. 1 al presente piano) tenuto conto di un arco temporale che va dal 2000 al 2015, la Liguria ha visto trasformare e

¹ Isnart – Andamento del turismo Ligure – presentazione Flavia Coccia

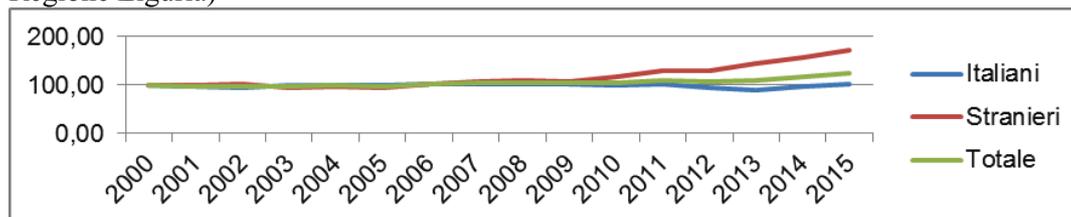
² Osservatorio Turistico Regione Liguria – Il turismo in Liguria negli ultimi 15 anni

ampliare la propria offerta un tempo esclusivamente balneare con turismo di tipo culturale, attivo, gastronomico e MICE (*Meetings, Incentive, Conferences, Exhibitions*) che, seppur ancora necessitino di essere sviluppati e maggiormente adeguati alla domanda del mercato, sicuramente favoriscono l'allungamento della stagionalità e potenzialmente sono i prodotti su cui puntare per l'obiettivo *all season*. Inoltre la Liguria ha visto un costante aumento di **turisti stranieri**, che sono aumentati dal 2000 al 2015 in termini di arrivi del 25,7% e di presenze del 41,64% per rappresentare nel 2016 il 45% degli arrivi totali e il 40% delle presenze. La Spezia (e Cinque Terre) e Genova sono le aree dove questo aumento è stato più rilevante. Un altro elemento evidenziato dallo studio in linea con i trend di mercato è una consistente diminuzione in 15 anni delle presenze nelle strutture alberghiere e l'aumento in quelle extra alberghiere, al quale seguono una diminuzione delle strutture alberghiere e un aumento di quelle extra alberghiere, in particolare B&B e agriturismi.

Il turismo delle seconde case, come evidenziato dallo studio regionale, nei 15 anni rimane un fattore importante che pesa in termini di carico antropico sulla destinazione, concentrato soprattutto nel periodo estivo e legato al prodotto mare, ma che contribuisce in modo significativo al PIL regionale. Le politiche regionali rispetto a questo ambito, e a maggior tutela degli operatori del settore turistico, stanno operando per far fronte soprattutto all'abusivismo anche attraverso accordi con i Comuni e con le imprese che gestiscono piattaforme di prenotazioni on line come Airbnb.

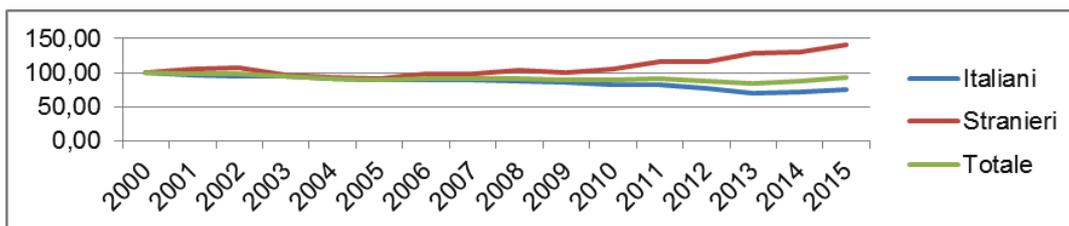
In totale tra le presenze ufficiali e quelle nelle seconde case si stima che in Liguria nel 2016 si siano superati i 70 milioni di presenze³. L'impatto economico generato è di 5 miliardi e 658 milioni di euro. Il PIL turistico ligure rappresenta l'8% del PIL regionale. Inoltre il turismo impiega 75.000 unità di lavoro pari all'11,7% delle unità di lavoro impiegate complessivamente nelle imprese della regione, una quota più elevata di quella del PIL turistico a conferma del fatto che sia un settore produttivo ad alta intensità di lavoro.

Dinamica degli arrivi per nazionalità in Liguria (2000-2015) – numeri indice (base fissa=2000). (Fonte Università di Genova: elaborazioni su dati Osservatorio Turistico Regione Liguria)



Dinamica delle presenze per nazionalità in Liguria (2000-2015) – numeri indice (base fissa=2000). (Fonte Università di Genova: elaborazioni su dati Osservatorio Turistico Regione Liguria)

³ Osservatorio Turistico Regione Liguria - Studio sul valore aggiunto 2016



Il mercato turistico attuale è sempre più in costante, dinamica, e rapida evoluzione: mutano le esigenze e le richieste del turista, cambia il modo di cercare e accedere alle informazioni così come le modalità di acquisto e prenotazione, nonché le modalità di fruizione del territorio. Il turismo oggi è particolarmente orientato e influenzato dal web e dalla tecnologia e, più in specifico, dal *mobile* e dai *social media* che ormai costituiscono una parte del comportamento sociale e del modo di vivere. Il turismo diventa esperienziale, i viaggi sono sempre più frequenti e tematizzati e aumenta sempre più la richiesta di personalizzazione e di immersione nella destinazione. In un contesto di questo tipo, complesso e competitivo, per poter emergere rispetto ad altre destinazioni occorre lavorare sugli elementi differenziali e distintivi evidenziando il valore aggiunto che questi rappresentano.

1.2 Il contesto costituzionale italiano

Il 2016 è stato l'anno del referendum sul titolo V della costituzione che, nella proposta governativa, avrebbe cambiato ruoli e competenze delle regioni.

La riforma sarebbe dovuta intervenire infatti anche su aspetti direttamente connessi alle competenze regionali, compreso il turismo, prevedendo l'eliminazione della competenza concorrente tra Stato e Regioni e la conseguente redistribuzione e riassegnazione delle competenze introducendo inoltre la clausola di supremazia e creando le premesse per il regionalismo differenziato, senza dimenticare l'abolizione definitiva delle Province già svuotate di competenza dalla legge Delrio. Ciò ha condizionato l'attività della Regione, in particolare in ottica di predisposizione del programma turistico regionale di legislatura, evidenziando l'esigenza di comprendere le modifiche che avrebbero potuto intervenire nel caso in cui il risultato del referendum avesse confermato la riforma. Per questo motivo si è ritenuto di rinviare l'individuazione delle linee guida per la predisposizione del programma turistico successivamente al risultato referendario, in modo da poter avere un quadro il più possibile certo su cui basare la strategia regionale.

1.3 La scelta politica della Regione

La Regione sceglie di **riportare il dibattito sul territorio**, coinvolgere gli operatori recuperando un rapporto che negli ultimi anni si era allentato, generare nuovi stimoli con l'obiettivo di una maggiore redditività e crescita delle imprese e dell'occupazione. Ciò si traduce nella volontà di riavvicinare il pubblico e il privato seguendo una logica della compartecipazione alla strategia e allo sviluppo dell'economia turistica diretta e indiretta del territorio ligure.

La volontà è quella di definire degli indirizzi condivisi che, seppur strategici, permettano e facilitino l'attuazione e la loro traduzione in programmazione operativa annuale e scelte dinamiche all'interno di un mercato in perpetuo e rapido movimento e mutazione.

Si vuole ridefinire il ruolo della Regione nello sviluppo turistico, al fine di avere il pubblico che lavora fianco a fianco agli operatori e al loro servizio, perseguendo obiettivi comuni; questo anche per sopperire alla sempre minore disponibilità di risorse economiche da investire e quindi per far fronte alla necessità di creare nuove forme di sostegno al settore, sia in termini economici, sia in termini di know-how e innovazione.

Si tratta quindi di favorire lo sviluppo turistico anche attraverso l'innovazione: dal completamento del progetto wi-fi, ai nuovi progetti per agevolare il turista nella fruizione del territorio come ad esempio con la app "*La Mia Liguria*", dall'inserimento di strumenti innovativi di raccolta dati per profilare meglio i nostri turisti con i progetti legati ai *big data*, a innovare anche le professioni attraverso la formazione e l'aggiornamento costante.

Come precedentemente riportato, con il presente documento di programmazione la Regione declina il Piano Strategico di Sviluppo Turistico Nazionale 2017-2022 varato dal governo con il supporto delle regioni includendo i temi portanti quali: diversificazione dell'offerta anche valorizzando le aree minori, riorganizzazione e valorizzazione delle competenze, qualità del servizio, innovazione organizzativa e digitale.

1.4 Obiettivi del Piano

Il presente Piano intende indicare le linee di sviluppo turistico della Regione Liguria al 2020, con la volontà di gettare le basi per una visione che vada oltre tale data. Partendo da un'analisi territoriale e di contesto generale dell'offerta turistica locale, traccia le linee strategiche che permetteranno alla Regione di intervenire a favore dell'incremento del turismo e quindi della redditività del tessuto imprenditoriale diretto e indiretto.

L'obiettivo primario generale del Piano sta nell'individuare i principali indirizzi strategici di sviluppo turistico, partendo dalla precedente programmazione, tenuto conto della sua redazione nel 2013, e da ciò che ha funzionato e che può essere ritenuto ancora valido ed introducendo ciò che è più attinente e necessario rispetto allo scenario attuale e ai trend in atto.

Gli obiettivi specifici del Piano sono l'identificazione e la costruzione di prodotti turistici differenziati e con una loro specifica autenticità, così da migliorare la riconoscibilità della Liguria come destinazione integrale nei mercati sia nazionale sia internazionali, trasformando il territorio in un sistema integrato che agevoli il turista nella fruizione della vacanza rendendo maggiormente accogliente la destinazione, in ogni punto di contatto che il turista può avere con essa.

1.5 Il gruppo di lavoro

Giovanni Berrino (Assessore al Lavoro, Trasporti e Turismo), Luca Fontana (Direttore Generale Dipartimento "Agricoltura, Turismo, Formazione e Lavoro"), Michele Pagani (Dirigente Settore "Politiche Turistiche"), Marco Fezzardi, Elena Magni (Dirigenti Dipartimento "Turismo"), Mario Schenone, Lara Melucci, Roberta Vitaioli, Antonella Migliazza, Simona Paletta, Guya Becchino (Funzionari Dipartimento "Turismo"), Carlo Fidanza (Commissario Straordinario Agenzia "in Liguria"), Luca Gandullia (Presidente e Direttore ff "Liguria Ricerche" S.p.A.), Germana Dellepiane (Funzionario "Liguria Ricerche" S.p.A.), Mauro Palumbo, Anna Cossetta e Sebastiano Benasso (Università di Genova), DISFOR, Giovanna Pizzi e Giorgia Teso (Unioncamere Liguria/OTR), Flavia Fagotto (Consulente di Direzione).

2. Analisi di competitività

2.1 Uno sguardo alle strategie attuali

La precedente strategia ha puntato sul posizionamento della Liguria come meta *all season*, che non propone solo la vacanza tradizionale mare, ma anche le attività che si possono fare nell'entroterra, la cultura e la gastronomia. Una forte evidenza è stata data in termini di comunicazione alla vacanza attiva e al trekking; ciononostante la Liguria ha riscontrato una certa difficoltà nel posizionarsi per questa tipologia di turismo, sia in Italia sia nei mercati internazionali, in quanto non supportata da un prodotto strutturato. Si è puntato alla comunicazione soprattutto *digital* e *social*, ma questo non è stato supportato dall'applicazione di una strategia di prodotto, che è passata in secondo piano.

2.2 Analisi Piano Precedente

Il precedente Piano delle politiche turistiche prevedeva come assunzione strategica lo "sviluppo dell'*incoming* e dell'offerta turistica qualificata *all season* con l'obiettivo di generare nuovo valore nelle imprese, nel territorio e nelle relazioni di scambio". In particolare il Piano prevedeva la sua attuazione mediante le seguenti azioni:

"rendere accessibile internet con lo sviluppo del WIFI a banda larga su tutto il territorio; attirare clienti che amano la bellezza, la solidità profonda e la gentilezza; valorizzare e incrementare la visibilità e la reputazione online e off-line; individuare una forma di premialità alle aziende attraverso l'istituzione del Fondo di rotazione regionale; definire un prodotto turistico unico e *locale* promuovendo il cambio dell'offerta turistica ligure attraverso il consolidamento dei turismi tradizionali e sviluppando i "turismi di territorio" integrati e *all season*; investire nel capitale umano di accoglienza nella ricettività e favorire la rete degli sportelli IAT sia offline sia online h24 e *abroad*; attivare un sistema di *fund raising* per sostenere la promozione e il marketing turistici; istituire una cabina di regia e tavoli di consultazione per la *governance* del piano oltre ad un blog di ascolto e discussione".

L'esame degli indicatori, sui quali il previgente Piano Turistico regionale puntava a verificare il grado di conseguimento dei propri obiettivi, evidenzia che questi sono stati in molti casi raggiunti, seppur talvolta in modo parziale, altri si sono modificati e altri non sono stati raggiunti. Ciò per l'effetto congiunto dell'impegno della Regione, degli operatori, dei trend evolutivi del mercato (incluse congiunture economiche e geopolitiche internazionali), che come mostra il Report 2016 è in forte espansione sia a livello regionale che nazionale. Si rimanda all'approfondimento contenuto nell'allegato specifico "Valutazione della precedente programmazione 2013-2015" (Allegato nr. 2).

Gli aspetti che meglio aprono la strada alla nuova programmazione sono sicuramente costituiti dalla crescita del peso della componente straniera, sia tra gli arrivi che tra le presenze, e dai primi seppur timidi effetti della destagionalizzazione

Secondo un'indagine effettuata dall'Osservatorio Turistico regionale con Isnart, le performance della regione negli ultimi 3 anni sono migliorate oltre le aspettative in almeno 5 indicatori individuati per la misurazione della soddisfazione da parte del cliente.

Nello specifico sono migliorati la qualità percepita dei servizi nelle strutture ricettive, la percezione dell'accessibilità con i trasporti pubblici e dell'accessibilità all'offerta, la

percezione dell'accoglienza ed in generale della destinazione. Il miglioramento della qualità dell'accoglienza ha trovato riscontro anche in un'indagine effettuata sul web da parte dell'Università di Genova per l'Osservatorio Turistico regionale sulla reputazione della destinazione Liguria: tale dato è molto positivo e suggerisce di investire in questo ambito ormai diventato una fondamentale leva del marketing e della promozione delle destinazioni (allegato nr.3). Lo studio ha inoltre evidenziato che alcuni *brand* territoriali come Le 5 Terre sono maggiormente riconosciuti sul web mentre il *brand* Liguria appare più debole.

Nonostante tali dati positivi sono ancora presenti dei punti di debolezza sui quali nel tempo sarà necessario intervenire; in primis l'accessibilità territoriale, determinata dallo scarso numero di collegamenti aerei con i principali mercati di riferimento e con i collegamenti via terra (treno e autostrade); la scarsa accessibilità commerciale che, sebbene abbia un trend in crescita positiva nel 2014 e nel 2015 ancora non raggiunge risultati soddisfacenti; una ridotta diversificazione dell'offerta e dell'esperienzialità che il turista può vivere in destinazione; una focalizzazione ancora molto forte sul monoprodotto balneare e sulla forte stagionalità estiva, nonostante i segnali incoraggianti di fruizione di altre tipologie di turismo.

Dal punto di vista della presenza online, la Liguria necessita di migliorare sia in termini di posizionamento sia in termini di reputazione e riconoscibilità. I siti di destinazione oggi presentano un'ottimizzazione per i motori di ricerca basica, gran parte dei posizionamenti conquistati con attività SEO (*Search Engine Optimization* – ottimizzazione per i motori di ricerca) sono utili per un cliente che ha già scelto di venire in vacanza in Liguria, non per il turista che è in fase di ispirazione. La riconoscibilità online della destinazione nei mercati esteri è estremamente limitata. Fra l'altro il turista straniero identifica la Liguria come Italian Riviera.

2.3.1 Punti di forza

I principali punti di forza della Liguria sono: **gli arrivi in costante aumento** a partire dal 2012, in cui si sono invertite le tendenze che avevano precedentemente visto una diminuzione costante degli arrivi e delle presenze in regione; una permanenza media stabile di 3,29 giorni (stranieri 2,93 e italiani 3,58); un **aumento significativo delle presenze straniere** a fronte di un calo delle presenze di italiani, anche se ultimamente anch'esse stanno ripartendo, la **ricchezza e la varietà delle risorse enogastronomiche** di rilievo; la presenza di **numerose risorse culturali** (borghi più belli d'Italia, borghi bandiere arancione e autentici dal punto di vista della cultura locale); **risorse naturali di pregio**; infrastrutturazione legata al segmento bike e hiking importante (in particolare Area 24, Alta Via e Sentiero Liguria).

2.3.2 Punti di debolezza

Sono percepiti quali punti di debolezza le presenze altalenanti; la **polarizzazione dei flussi** (concentrazione territoriale) in particolare sulle province di La Spezia e Genova, secondariamente sul savonese e la perdita di flussi nell'area di Imperia; la permanenza media per il prodotto mare in calo (anche se in linea di principio si attesta vicino ai valori nazionali), nonostante il miglioramento della distribuzione temporale dei flussi.

Permane una **forte concentrazione dei flussi nel periodo estivo** e in particolare nei mesi di luglio e agosto (ciò vale anche per gli stranieri seppure in misura minore) che determina la ridotta stagionalità primaverile e autunnale e pertanto un insoddisfacente allungamento della stagione secondo gli obiettivi *all season*.

Si riscontra, inoltre, la massiccia presenza di **affitti di seconde case**, stimato in circa 328 mila unità, per circa 53 milioni di presenze⁴. La **limitata valorizzazione degli agriturismo e dei b&b, l'offerta alberghiera non tematizzata e spesso di basso livello**, la scarsa valorizzazione dei prodotti sportivo ed enogastronomico nonostante la forte potenzialità, lo **scarso sviluppo, promozione e accessibilità dei club di prodotto**, un'**accessibilità territoriale problematica** (sia aerea sia su gomma), **scarso aggiornamento e formazione**, debole accessibilità e presenza online.

La **ridotta collaborazione tra pubblico e privato** e lo **scarso coordinamento tra strategie territoriali** in tema di politiche turistiche, **visione a breve termine nelle strategie di marketing** (focalizzata soprattutto sulla comunicazione e in misura notevolmente ridotta sulla costruzione del prodotto da comunicare e vendere) risultano essere tutti elementi di forte ostacolo a un miglior sviluppo del settore. Lo scarso collegamento tra prodotti e settori e la dipendenza del settore privato da quello pubblico rendono l'attuale situazione di difficile sostenibilità nel futuro.

2.3.3 Opportunità

Le opportunità presenti in Liguria sono determinate principalmente dalla **qualità e tipologia delle risorse** e, seppur in misura inferiore, dal **potenziale di sviluppo di alcuni servizi e infrastrutture**.

La regione dispone di alcuni elementi che costituiscono il "cuore" dell'offerta, ma che, per diventare tali, necessitano di interventi adeguati per strutturare i prodotti turistici e le offerte a partire dalle risorse disponibili, ad esempio attraverso la diversificazione del prodotto mare per target e stagionalità, oppure offrendo il bike come prodotto primario. Da questo punto di vista i **fondi europei e i progetti interregionali** costituiscono un'opportunità unica per la regione Liguria.

La propensione ad un'apertura a maggiori quote di mercati differenti da quelli storicamente considerati principali, inoltre, costituisce un'opportunità di allungamento della stagione; mentre la **tematizzazione dei prodotti e offerte**, incluso il miglioramento dell'offerta ricettiva e non solo dei servizi, costituisce un'opportunità e offre un potenziale ad alta redditività.

2.3.4 Minacce

La principale minaccia allo sviluppo turistico della destinazione può essere rappresentata dall'eventuale **perdurare della sfiducia nella collaborazione pubblico privata**, derivata da uno scollamento avvenuto nel tempo del tessuto imprenditoriale rispetto alle politiche di sviluppo turistico attuate dalla Regione.

Inoltre il perdurare di **una visione individualistica ed endogena degli operatori e amministratori irrigidisce il sistema** e non permette la dinamizzazione necessaria per reagire tempestivamente all'evoluzione della domanda turistica in costante evoluzione.

Infine la progressiva **riduzione dei fondi pubblici** a disposizione per investimenti nel settore e a sostegno delle aziende rischia effettivamente di minacciare il settore, che richiederà sempre di più l'intervento anche del settore privato nella contribuzione o talvolta nel sostegno in forma autonoma delle attività di marketing.

Un'ulteriore minaccia allo sviluppo turistico della destinazione potrebbe derivare dall'incapacità di gestire la nuova situazione che si è venuta a creare con la fine del ruolo delle Province e degli STL e quindi non intervenendo per creare una nuova ed efficace *governance*.

⁴ Studio "Il turismo in Liguria negli ultimi quindici anni"

2.4 Conclusioni

L'analisi ha permesso di evidenziare i punti indispensabili da cui partire per costruire le nuove politiche turistiche e di individuare i principali assi su cui basare la strategia di sviluppo:

- **Asset nr. 1**
è costituito dal **prodotto turistico e marketing territoriale** con la necessità di strutturarlo a partire dalle risorse di pregio esistenti, stimolare e coordinare il rapporto pubblico/privato per individuazione e sviluppo di nuovi prodotti e comunicarli in modo più avvincente ed efficace anche utilizzando al meglio il lavoro della rete informativa presente sul territorio;
- **Asset nr. 2**
viene individuato nell'**organizzazione territoriale** con la necessità di un maggior coinvolgimento del tessuto imprenditoriale e delle amministrazioni locali nella definizione e nell'attuazione delle strategie turistiche nonché nello sviluppo di partnership pubblico privata, attraverso la definizione di modalità e strumenti di collaborazione e gestione del fondo strategico;
- **Asset nr 3**
riguarda la **promozione**, andando a intervenire in modo più efficace sulla comunicazione del *brand*, dei prodotti e delle offerte sul mercati italiano e straniero, e agevolando gli operatori nel loro avvicinamento al mercato e alla commercializzazione;
- **Asset nr 4**
Riguarda il contributo che **l'innovazione** apporta all'accoglienza, al fine di migliorare l'offerta della destinazione e facilitare la fruizione della vacanza da parte del turista puntando su digitalizzazione ed innovazione tecnologica, in particolare app e portale lamialiguria e big data.

3. Vision e Mission

3.1 Vision

Collaborazione, trasversalità, attenzione al mercato. Il turismo rappresenta un settore strategico per l'economia della Regione.

Lo scarso collegamento attuale tra settori e prodotti limita lo sviluppo turistico della destinazione nonostante le potenzialità emerse, determinate da un numero considerevole di risorse di pregio e da un migliorato livello di accoglienza percepito dal turista. E' necessario intervenire ed avviare un processo di trasformazione verso modelli turistici maggiormente sostenibili attraverso la collaborazione tra i vari soggetti regionali sia pubblici, sia privati.

Diventa di fondamentale importanza sviluppare la flessibilità e la capacità di adeguamento rapido ad un mercato turistico in costante evoluzione, favorire la trasversalità e l'integrazione di settori complementari e delle destinazioni interne, nonché il coinvolgimento e la compartecipazione costante alla strategia di sviluppo da parte di tutti i soggetti regionali.

3.2 Mission

Comunicare e posizionare la Liguria come **destinazione autentica** che offre molteplici esperienze e motivazioni di vacanza. L'offerta turistica è l'output finale di una catena di valore che coinvolge diversi attori del territorio, il turista che arriva sul nostro territorio deve poter trovare un sistema integrato che gli permetta di poter fruire in modo facile della sua esperienza di vacanza.

Offrire valore aggiunto e differenziale al turista devono diventare la parola d'ordine, l'obiettivo cui tutti i soggetti coinvolti nel processo devono protendere: enti pubblici, operatori, stakeholder.

I traguardi che si intendono perseguire con la nuova strategia sono: la costruzione, concertata tra Regione ed operatori, di prodotti turistici segmentati, che consenta di differenziare la destinazione rispetto ai competitor; **migliorare la riconoscibilità della regione come destinazione integrale** nei mercati internazionali e nazionale; **rendere più accogliente la destinazione incrementando la qualità dell'accoglienza sia a livello dei singoli operatori**, sia al livello di sistema di accoglienza in generale includendo ogni punto di contatto che il turista può avere nella fase di ricerca delle informazioni (per es. *social* oppure *app*) e **infine trasformare il territorio in un sistema integrato che agevola il turista nella fruizione della vacanza.**

4. Gli indirizzi strategici

4.1 Metodologia

Gli asset strategici principali su cui si basa il presente Piano sono stati definiti a partire dall'analisi di competitività, passando attraverso il confronto con gli stakeholder territoriali e gli operatori.

La Regione ha individuato la necessità di garantire e sviluppare un'attività di animazione, attraverso il collegamento e il dialogo costante tra attori pubblici e privati liguri, stimolando la compartecipazione alla costruzione della strategia di sviluppo turistico regionale.

A tal fine sono stati realizzati 4 tavoli di lavoro corrispondenti ai 4 indirizzi strategici che fondano le basi del presente Piano. L'analisi di competitività ha evidenziato le prime criticità e opportunità che hanno permesso di individuare i primi indirizzi proposti dalla Regione ai tavoli per stimolare e favorire il confronto e la condivisione con il territorio. Le osservazioni e gli indirizzi emersi durante i tavoli sono stati presentati e riassunti in un incontro aperto a tutti gli operatori nel dicembre 2016 definito "Stati generali del turismo". Gli indirizzi emersi dai tavoli sono stati recepiti dalla Giunta regionale con apposito atto a fine dicembre 2016 e sono diventati oggetto di confronto sul territorio con gli stakeholder nei primi tre mesi del 2017.

I 4 asset strategici vengono trattati di seguito e riguardano **il prodotto, il marketing, la governance, la promozione e infine innovazione per l'accoglienza turistica.**

4.2 Prodotto turistico e marketing territoriale

La Liguria ha grandi potenzialità turistiche: è una regione ricca di attrattive e di risorse paesaggistiche, culturali e ambientali, ma con una limitata offerta di prodotti turistici non adeguata alla nuova domanda che richiede forme di turismo sostenibile ed esperienziale, con proposte altamente personalizzate e personalizzabili.

La maggior parte dei prodotti e offerte in Liguria non sono strutturati, non sono esperienziali, né innovativi, inoltre non sono complementari tra di loro e ciò non favorisce la fruizione della destinazione da parte del turista durante la vacanza. Si rende pertanto necessario l'avvio di un processo guidato e coordinato dalla Regione, anche con l'ausilio del suo ente strumentale dedicato, l'Agenzia per la promozione turistica In Liguria, volto alla creazione di nuove linee di prodotti turistici, andando a lavorare sulla reingegnerizzazione dei prodotti tradizionali (in particolare il prodotto mare/balneare che attualmente rappresenta ancora il prodotto *core* della Liguria) e sull'innovazione di quelli che possiedono maggiori potenzialità di crescita in funzione della domanda del mercato.

Secondo la nuova strategia di posizionamento della destinazione, che peraltro da questo punto di vista si collega a quelle precedenti, la Liguria deve essere vista come destinazione integrale, multi prodotto ed esperienziale. Obiettivo al quale devono propendere tutti i soggetti coinvolti nel processo - enti pubblici, operatori e stakeholder - è di offrire valore aggiunto e differenziale al turista.

Il punto di partenza e riferimento per l'individuazione della migliore strategia è il mercato: a partire dai bisogni del turista, gli sforzi si dovranno concentrare nel creare un

prodotto turistico autentico, con proposte di esperienze diversificate, nell'ottica di un prodotto integrato sotto l'egida della **sostenibilità, intesa nel senso della compatibilità e del giusto equilibrio fra le varie componenti del territorio (ambiente, paesaggio, cittadini e culture locali)**. E' fondamentale passare dall'offerta di risorse alla proposta di esperienze. Il sistema di aggregazione dei prodotti ed esperienze turistiche è dato dal coinvolgimento delle imprese locali e dalla loro cooperazione e adesione a forme di aggregazioni di prodotto ormai conosciute e sperimentate quali reti di imprese, dmo (*destination management organization*), dmc (*destination management company*), consorzi ecc.

Si dovrà ragionare in una logica di marketing turistico di destinazione, proponendo l'offerta complessiva dell'esperienza "Liguria" ed offrendo un contenitore multimediale che possa aggregare ciò che già esiste ed è richiesto dalla domanda turistica ed è strumentale anche ad allungare la stagione fuori dai mesi di punta.

La strategia di posizionamento per prodotti della Liguria viene così formulata a partire dalle risorse territoriali tangibili e intangibili disponibili.

Di seguito si propone la matrice prodotti e rispettivi mercati di riferimento. La precedenza e l'ordine con cui i prodotti turistici saranno implementati, saranno definiti con apposito **Piano operativo regionale di prodotti turistici annuale dettagliato che deve prevedere per ogni prodotto: timing di attuazione e le azioni e tattiche di promocommercializzazione per l'introduzione dei prodotti nel mercato.**

Il portfolio prodotti, di seguito identificato per lo sviluppo della strategia regionale, serve a determinare le esperienze turistiche della regione e delle sue destinazioni, strutturate in base a diversi livelli di priorità. Le priorità strategiche potranno annualmente essere rimodulate grazie ai suddetti piani operativi annuali.

Le strategie e linee di intervento che stanno alla base del portfolio prodotti turistici proposto dal presente Piano sono volte a superare la logica localistica che restituisce un'immagine frammentata e scarsamente attrattiva della destinazione. Il portfolio proposto dalla strategia stabilisce un ordine di priorità strategica in funzione delle opportunità dettate dal mercato per ottimizzare e bilanciare meglio il budget a disposizione per le attività di marketing e posizionamento mirate.

Attraverso il Piano di prodotti turistici si intendono perseguire i seguenti obiettivi:

- Migliorare l'esperienza che il turista può sperimentare in destinazione, razionalizzando le risorse territoriali, funzionali alla creazione di un'offerta di "esperienze turistiche";
- Strutturare i prodotti, rendendoli comprensibili e capaci di poter trasmettere la percezione della qualità e della sicurezza nel cliente (comunicazione e promozione dei prodotti turistici);
- Generare prodotti turistici tra loro integrati per aumentare la differenziazione e quindi il tempo del soggiorno (aumentare proposte che favoriscano il prolungamento della permanenza);
- Sviluppare un sistema di qualità e garanzia dell'offerta di ospitalità, di servizi e informazioni, al fine di migliorare la qualità percepita dal cliente;
- Rinnovare il sistema di offerta e promocommercializzazione dei prodotti attraverso la gestione del portale di destinazione e dei portali tematici anche mediante club di prodotto.

La strategia di prodotto prevede un forte ruolo e coordinamento da parte della Regione per agevolare e stimolare l'aggregazione delle imprese nella costruzione del

prodotto (attraverso dmo locali, dmc, reti di imprese ecc). I prodotti saranno creati e gestiti a livello locale con il coordinamento e la supervisione regionale.

Di seguito vengono individuati i principali prodotti turistici che sono stati selezionati e classificati in base al grado di attrattività e potenzialità di sviluppo rispetto ai competitor e rispetto ai target.

Livello di attrattività dei prodotti:

Prodotti Principali e Secondari	Livello attrattività	Potenzialità vs concorrenza	Potenzialità di sviluppo
Mare	AA	AA	AAA
Borghi/ Rurale slow/	AA	AA	AAA
Bike	AAA	AAA	AAA
Enogastronomia	AA	AA	AAA
Cultura – short stay	AA	AA	AAA
Parchi (outdoor)	AA	AA	AAA
Trekking e avventura	AA	AA	AAA
Itinerari culturali e tematici	AA	AA	AA
Meetings & Events	AA	A	AA
Eventi	AA	A	AA
Wedding	A	AA	AA

La strategia propone quindi dei prodotti:

- prioritari, sui quali si concentreranno maggiormente gli sforzi di marketing;
- secondari, che in seconda battuta rappresentano le opportunità di sviluppo della destinazione in riferimento a determinati target;
- di nicchia ad alto e basso potenziale che, sebbene non rappresentino motivazioni principali di viaggio, possono essere prodotti complementari per arricchire e rendere diversificata e personalizzabile l'esperienza di viaggi legati ai *main product*.

Gerarchizzazione dei prodotti:

Prioritari	Secondari - complementari
Mare Cultura Enogastronomia Parchi (outdoor) Borghi e rurale slow Bike Trekking e avventura	Itinerari tematici Meeting & Events Eventi Nautico
Nicchie ad alto potenziale	Nicchie a basso potenziale
Wedding Moto	Scolastico Accessibile Golf

Prodotti prioritari:

Mare – occorre una maggiore specializzazione e innovazione dei servizi per intercettare attraverso prodotti specifici target e motivazioni vacanza con il fine di offrire un prodotto mare da vivere tutto l'anno e non solo il classico turismo balneare. I target principali su cui indirizzare la strategia di prodotto mare sono famiglie, giovani, senior e coppie curando per ognuno le proprie specificità. Le tipologie di imprese/operatori da coinvolgere nella costruzione del prodotto e offerte per target mare sono: ricettivo,

ristoranti, stabilimenti balneari, associazioni sportive, guide sportive e naturalistiche, animazione locale, istruttori di varie attività sportive, noleggiatori di imbarcazioni, club nautici, servizi di spettacolo e educativi (laboratori), trasporto.

Cultura – tra i punti di forza della Liguria vi è la presenza e la valorizzazione di contesti paesaggistici di pregio, che possono costituire la motivazione per *short break* nei periodi spalla. Oltre alla presenza di città famose come Genova, Imperia, La Spezia e Savona la Liguria presenta diversi centri minori e borghi con un ricco patrimonio storico artistico e culturale che possono costituire, se ben valorizzati e trasformati in proposte turistiche ad alto valore aggiunto, mete ideali per *short break*. Le aziende, gli operatori e i luoghi da coinvolgere nella costruzione di proposte innovative ed esperienziali sono: ricettività in generale, ristorazione, in collegamento e integrazione con prodotto gastronomico, musei, monumenti, luoghi di culto, castelli e residenze, botteghe di artigiani, caffè storici e aziende tipiche di produzioni locali, guide. Il prodotto cultura si integra con i prodotti enogastronomia, bike, trekking e itinerari tematici.

Enogastronomia – la Liguria presenta una elevata qualità di prodotti gastronomici con una buona varietà e sue specificità. La strategia prevede un rafforzamento dell'offerta gastronomica locale, con particolare attenzione anche ai prodotti ittici e alla valorizzazione delle ricette e delle tradizioni culturali ad essi legate, al fine di renderla una motivazione di vacanza in Liguria. Tale risultato sarà raggiungibile attraverso la selezione e promozione di operatori e risorse ad alto valore aggiunto e alla loro organizzazione e integrazione con gli altri prodotti turistici. La tipologia di operatori e aziende da coinvolgere sono: cantine, aziende vitivinicole, agriturismi, fattorie didattiche, frantoi, produttori consorzio tutela olio dop, scuole di cucina, presidi slow food, percorsi dell'olio e del vino, ristoranti.

Parchi (outdoor) – le risorse di tipo sportivo e naturale della destinazione sono poco valorizzate e solo in parte strutturate per un fruizione turistica. I parchi, unici soggetti pubblici sovra comunali presenti sul territorio, costituiscono le risorse da cui partire per costruire prodotti strutturati in linea con i trend della domanda di attività all'aria aperta e alla scoperta di una dimensione autentica e sostenibile. La strategia prevede lo sviluppo di una migliore organizzazione dei servizi e delle risorse del territorio attraverso escursioni e proposte di percorsi naturalistici, presentati in modo soft e sicuro in particolare per la famiglia e il segmento senior. La strategia di posizionamento è *Liguria destinazione ideale per il turismo familiare e sportivo di contatto con la natura*. Le aziende e gli operatori da coinvolgere: ricettività e ristorazione, parchi tematici (es. parchi avventura) e parchi naturali, guide (sportive, ambientali ed escursionistiche ecc) istruttori di vari sport, noleggi, servizi educativi (laboratori) e di spettacolo, divertimento e animazione, agriturismi, rifugi, produttori locali. Integrazione con bike, trekking family.

Borghi e rurale slow – si tratta di un prodotto volto a favorire la scoperta dell'entroterra e dei suoi borghi; lo sviluppo di questa tipologia di prodotto risponde a una domanda fortemente in crescita nei trend attuali e stimati al 2030 di turismo sostenibile (sia in termini di conservazione del patrimonio naturale e paesaggistico sia di culture locali). Intervenire nello sviluppo di questo prodotto significa strutturare l'offerta attraverso l'implementazione di servizi specifici e di informazioni che consentono al visitatore di poter scoprire in modo lento e dolce il territorio. Le aziende da coinvolgere nella costruzione del prodotto e offerte sono: ricettività in generale, ristorazione, servizi turistici, guide (ambientali ed escursionistiche, naturalistiche,

culturali ecc) e istruttori, fattorie didattiche, alberghi diffusi, case vacanza, country house, agriturismi. È necessario organizzare le risorse e definire gli standard di qualità delle strutture ricettive e servizi per offrire una vacanza a contatto con la natura e le tradizioni locali; valorizzare i borghi con le rispettive tradizioni, arti e mestieri e i centri minori con valenza storica. Inoltre si devono proseguire le sinergie con le Associazioni dei Comuni aderenti a particolari tipologie quali bandiere arancioni, borghi più belli d'Italia ecc.

Bike – attualmente il prodotto bike nelle sue diverse declinazioni è ancora poco sviluppato nonostante la forte riconoscibilità che ha da parte dei turisti appassionati di questa pratica soprattutto per alcune aree della Liguria. In particolare la strategia punta a sfruttare l'infrastrutturazione esistente, nonché i progetti interregionali dedicati a questa tematica e potenziare l'offerta che risulta particolarmente carente in termini di servizi dedicati e ricettività. La proposta dovrà sviluppare in modo strutturato la fruizione del territorio attraverso le attività di cicloturismo e mountain bike a tutti i livelli, puntando sulla varietà del paesaggio, e downhill e freestyle. Le aziende da coinvolgere sono: ricettività, ristorazione, noleggi, assistenza meccanica/riparazioni, istruttori e guide, associazioni e circoli sportivi. Tra le attività da implementare vi è il **club di prodotto** al quale al momento afferisce un numero esiguo di operatori e che offre pochi vantaggi agli appassionati della bicicletta. L'intervento dovrà prevedere un potenziamento dei servizi e del numero di strutture ricettive specializzate. E' inoltre auspicabile il rafforzamento della parte infrastrutturale (es. prolungamento di Area 24) e la creazione di punti informativi dedicati, valutando anche le collaborazioni con le altre regioni a partire dalla nuova ciclovvia ligure-tirrenica.

Trekking e avventura – grazie alla naturale presenza di varie risorse ambientali e paesaggistiche che si prestano per una tipologia di turismo sportivo in mezzo alla natura, la strategia prevede lo sviluppo di esperienze sportive che possano essere svolte a vari livelli (professionisti, estremi, soft) e quindi possano soddisfare più target, dalla famiglia, agli sportivi, agli anziani, agli appassionati. Favorita anche dalla presenza di itinerari a lunga percorrenza Altavia dei Monti liguri, Sentiero Liguria e Via Francigena, la Liguria si presta per la pratica di attività escursionistiche e sportive di tipo "avventuroso". L'obiettivo della strategia per questa tipologia di prodotto è di promuovere il territorio come destinazione ideale per praticare attività di contatto con la natura e di conoscenza del territorio ligure più profondo e autentico, attraverso la pratica sportiva a tutti i livelli, sviluppando quindi offerte sia per i più sportivi e tecnici, sia per gli appassionati delle discipline più avventurose. E' basilare creare percorsi di livello internazionale. La tipologia di aziende da coinvolgere: guide e istruttori, noleggiatori, maneggi, campeggi, aree camper, agriturismi, associazioni sportive. Soprattutto il trekking viene inteso come un prodotto trasversale e collegabile ad altri prodotto ad esempio trekking tematici (cammini, gastronomici, culturali, trekking urbano, ecc).

Genova e Cinque Terre – sono *brand* riconosciuti che hanno consolidato nel tempo delle proprie peculiarità in termini di prodotto e offerta turistica (culturale il primo e borghi/rurale slow il secondo) e che fungono da traino per il posizionamento della Liguria nel mercato turistico soprattutto internazionale.

Sviluppo dei prodotti prioritari per target e segmenti:

Mare	Cultura	Enogastronomia	Parchi (outdoor)	Borghi e rurale slow	Bike	Trekking e Avventura
Family Senior Giovani Sport acquatici Escursioni in mare	Short stay (musei, monumenti, siti culturali) Giardini e ville Forti	Tour delle eccellenze Laboratori gastronomici Itinerari e viste con degustazioni	Family Senior Borghi Specificità, laboratori	Vacanza rurale Borghi Fattorie didattiche Ecomusei	Mountain bike Cross country Slow bike Cicloturismo	Trekking Arrampicata Canoa Canyoning Kayak Parapendio Cavallo Sports & fun

Prodotti secondari (complementari):

Si tratta di prodotti ad alto potenziale alcuni dei quali si possono considerare trasversali e integrabili sia ai *main product* sia ai *secondary* stessi come ad esempio gli itinerari tematici.

Itinerari tematici – La Liguria ha un patrimonio di tradizioni locali, risorse culturali, storiche e della tradizione, che la rendono una meta ideale per il turismo di scoperta e touring. La strategia prevede la costruzione di itinerari tematici (es legati alle tradizioni locali, personaggi famosi ecc), culturali, religiosi, gastronomici, trekking e gastronomia che possano destare interesse e consentire di essere integrati ed integrabili ai *main product*. La tipologia di risorse, aziende e operatori da coinvolgere sono: musei, monumenti, luoghi di culto, castelli, residenze storiche (es. dove hanno vissuto personaggi famosi), botteghe artigiane, ristorazione, guide e istruttori, ricettività, scuole di cucina, a seconda del tema degli itinerari e della trasversalità e integrazione con gli altri prodotti.

Meeting & Events – Lo sviluppo di questo prodotto secondario e complementare ai *main product* si pone con un posizionamento su due livelli. Il primo implementabile solamente nella zona di Genova, grazie al livello infrastrutturale esistente e alla presenza di un Convention Bureau molto attivo. Il secondo, sviluppabile verso il segmento incentive e meeting aziendali, proponendo attività complementari come il team building, sviluppabili grazie all'erogazione congiunta con altre tipologie di prodotti/offerte (es.: trekking, canoa, geocatching, ecc). Costituisce, inoltre, un segmento da sviluppare il wedding, andando a valorizzare la ricchezza paesaggistica e le diffuse location di charme. Ad esempio ville fortezze e palazzi nobiliari che possono essere promossi, in questa nicchia di mercato in costante crescita, soprattutto per i mercati stranieri verso i quali la strategia potrebbe prevedere la specifica implementazione di un segmento rivolto ai matrimoni ed agli eventi privati in genere.

La tipologia di aziende e operatori da coinvolgere per il MICE: Meet in Liguria, centri congressi, fiere, settore enogastronomico, produttori, ville; per gli *incentive* associazioni sportive, istruttori e guide, musei, animazione locale, gastronomia, produttori spa, ricettività e ristorazione.

Eventi - rappresentano una proposta secondaria e complementare agli altri prodotti. Eventi che costituiscano una motivazione di viaggio, per esempio per uno *short stay*, non sono molti in regione, su di essi dovranno essere concentrati gli sforzi organizzativi

e di marketing, mentre, per gli eventi minori che si possono considerare di animazione locale, la strategia prevede una strutturazione/programmazione in linea con la strategia generale e i main product (es.: eventi sportivi legati alle esperienze che si andranno a costruire, eventi della tradizione ecc).

Nautico – rientra tra le proposte secondarie che si prestano ad essere integrate con altri prodotti, in particolare mare nella sua declinazione sport acquatici (es.: vela, snorkeling, motonautica, diving, windsurf/surf, parasailing, kitesurf, kayak, sup, pesca sportiva) e alle escursioni in mare, ma anche l'enogastronomia, la cultura e il rurale slow (borghi storici). La proposta del turismo nautico potrà includere basi nautiche che fungano da *hub* per gli sport acquatici ma anche noleggio di imbarcazioni, crociere, charter (vela, imbarcazioni a motore e catamarani).

Nicchie ad alto potenziale:

Si tratta di prodotti poco sviluppati e con una capacità attrattiva limitata proprio perché di nicchia. Tali peculiarità possono comunque rappresentare, in base al loro livello di sviluppo, offerte complementari ad altri prodotti turistici che possiedono maggiore capacità attrattiva. Ciò vale sia per le nicchie ad alto potenziale sia per quelle a basso potenziale.

Sviluppo dei prodotti secondari (complementari) per target e segmenti:

Itinerari tematici	Meeting & Events	Eventi	Nautico
Feste e tradizioni	Mice	Culturali	Basi nautiche
Scoperta e touring	Business	Sportivi	Itinerari
Percorsi religiosi		Tradizionali	Pesca sportiva

Focus strumenti di promocommercializzazione dei prodotti turistici.

La strategia di posizionamento deve prevedere la creazione e implementazione di strumenti di promocommercializzazione come i **club di prodotto** e le **card turistiche**. Gli attuali club di prodotto esistenti (bike e hiking) vanno animati e implementati sia nel numero di operatori aderenti, sia per qualità, quantità e tipologia di servizi offerti dal club, nonché vanno integrati con altri club di prodotto declinati da specifici prodotti/cluster.

Attualmente esistono la card Cinque Terre e Genova Musei. Si intende studiare la possibilità di realizzare uno strumento di promocommercializzazione di questo tipo a livello regionale, volto a favorire una migliore fruizione del territorio da parte del turista e che gli permetta di ottenere una serie di agevolazioni e priorità in tutta la Liguria. Card implementabili: **card regionale** con inserimento di trasporti, musei, attrazioni; **card be active** rivolte agli sportivi in particolare del bike, trekking e avventura (sconti e agevolazioni attività, strutture, negozi, attrezzature, ecc).

4.2.1 Strategia mercati

Al fine di posizionare la destinazione Liguria la strategia prevede, oltre alla gerarchizzazione dei prodotti e alla segmentazione delle offerte e proposte per target, una gerarchizzazione dei mercati turistici sui quali concentrare a vario livello le attività di marketing e promozione.

La gerarchizzazione risponde a criteri di priorità che per la Liguria si traduce nella individuazione di mercati strategici su cui investire gli sforzi principali di promozione marketing. Si tratta di concentrarsi maggiormente sulle principali provenienze che oggi

garantiscono gli arrivi più importanti, con l'obiettivo di mantenere le quote di mercato acquisite e possibilmente implementarle (mercati strategici).

I mercati prioritari sono quelli che rappresentano un alto potenziale di incremento degli arrivi mentre i mercati complementari, pur rappresentando una rilevanza secondaria, possiedono nel lungo periodo potenzialità di incremento in termini di flussi turistici sui cui investire.

Mercati strategici	Mercati prioritari	Mercati complementari
Italia Germania Francia Svizzera	USA Olanda UK Belgio Austria	Canada Cina Norvegia Svezia Danimarca Russia Polonia Spagna

Compito dell'ente strumentale Agenzia "in Liguria" sarà di individuare e declinare annualmente le tattiche e azioni da implementare per l'attuazione del Piano Strategico, a seconda della tipologia di mercato e target e in accordo con l'implementazione dei prodotti turistici elaborati dalla Regione.

4.2.2 Aggregazioni di imprese di prodotto

La strategia ha inoltre l'obiettivo di incrementare la competitività dell'offerta e della commercializzazione, migliorare la redditività delle aziende, rafforzare e potenziare la qualità delle imprese coinvolte nell'industria turistica.

Per fare ciò i prodotti turistici devono essere il più possibile omogenei ed integrati tra loro, per questo motivo la strategia intende stimolare la creazione di reti di operatori per prodotto, lascia libertà agli operatori, compatibilmente con le normative regionali, di creare la forma migliore di aggregazione e organizzazione, siano esse "d.m.c." (*destination management company*), "d.m.o." (*destination management organization*), reti di imprese, consorzi, ecc.

Alla Regione spetta il compito di fare animazione sul territorio per stimolare e supportare l'aggregazione e le reti di operatori.

I compiti delle aggregazioni di prodotto saranno di:

- armonizzarsi con le strategie regionali di prodotto;
- collaborare con la Regione nella definizione delle strategie commerciali per prodotto;
- strutturare e gestire i prodotti, creare offerte tematizzate;
- partecipare agli eventi e attività supportati dalla Regione nei vari mercati (come partecipazione a fiere e workshop, proposizione di eventi e iniziative che permettano di creare opportunità di commercializzazione) con il fine di commercializzare i prodotti e le offerte;
- sviluppare, oltre alla collaborazione con la Regione e le sue strutture, un proprio sistema commerciale capace di introdursi nel mercato;
- sviluppare la propensione alla collaborazione interna e all'aggregazione anche con altre reti in un'ottica di prodotto turistico integrato;

- supportare le singole aziende afferenti all'aggregazione, attraverso la gestione dei prodotti avviati e la misurazione dei risultati ottenuti, attivandosi per eventuali correzioni e ulteriori sviluppi.

4.2.3 Responsabili di prodotto

Per favorire il processo di creazione di prodotti turistici e di aggregazione di imprese per tipologia di prodotto la strategia prevede l'individuazione da parte della Regione **di responsabili di prodotto regionali**, ovvero di esperti di prodotti specifici che lavorano sia a livello centrale, sia sui territori, a fianco e con gli operatori, per favorire lo sviluppo delle aggregazioni e la creazione o implementazione dei prodotti turistici, delle offerte ed esperienze turistiche da inserire nel mercato, nonché per definire le tattiche di promocommercializzazione per singolo prodotto. Tale funzione è meglio inquadrata nel capitolo seguente.

4.3 Organizzazione territoriale (governance)

Una delle debolezze del territorio Ligure, così come evidenziato nella analisi introduttiva al Piano, è costituita dai limitati contatti tra istituzioni regionali e operatori. La strategia di *governance* prevede l'intensificazione dei rapporti e un ruolo più forte di indirizzo e di coinvolgimento da parte della Regione, allo scopo di lavorare al fianco degli operatori e delle imprese.

La l.r. 15/2015 con cui è stata recepita la legge nazionale 56 del 2014 (legge Delrio) in materia di disposizioni su Città metropolitane, Province e Unioni di Comuni, ha ampliato le competenze della Regione che ha assunto a proprio carico le deleghe in materia turistica, a suo tempo attribuite ad altri enti, in particolare alle Province che curavano i rapporti con le imprese e i Comuni ed erano anche un punto di riferimento per le politiche di sviluppo, per la promozione dei *brand* territoriali e delle offerte dei prodotti turistici del territorio. Infine gestivano i punti IAT, con l'esclusione dell'area di Genova per la quale tale compito era e continua ad essere svolto dal Comune di Genova. Ferme restando le attività di programmazione turistica, la legge di riordino ha quindi previsto che la Regione eserciti le funzioni relative alla compartecipazione ad iniziative turistiche di interesse regionale, nonché quelle relative alla regolamentazione dell'esercizio delle professioni turistiche, alle attività delle agenzie di viaggio, al riconoscimento delle associazioni Pro Loco, nonché alla classificazione ed al controllo delle strutture ricettive. Essa ha conseguentemente comportato la modifica della l.r. 28/2006 riguardante l'organizzazione turistica regionale, intervenendo quindi anche sui Sistemi Turistici Locali che erano nati, nella maggior parte dei casi, mediante protocolli di adesione con capofila le Province.

A seguito dello svuotamento di competenze delle Province, una volta terminati i finanziamenti, gli STL hanno concluso la loro attività. Solamente gli STL strutturati in società consortile continuano la propria attività come soggetti privati, ma non sono più riconosciuti dalla Regione come soggetti privilegiati attuatori della collaborazione tra pubblico e privato, così come previsto in precedenza. Inoltre non è prevista la competenza regionale in materia di accoglienza turistica tramite gestione diretta di IAT, bensì di coordinamento e la gestione attraverso il **Patto per il Turismo** previsto dalla l.r. 33/2016, a cui si rinvia a specifico capitolo. Soggetti sia pubblici sia privati, se in possesso di determinati requisiti, possono fare richiesta di utilizzo della denominazione IAT per i propri uffici. Quest'ultimo argomento viene ripreso in parte anche nel 4° indirizzo strategico incluso nel presente piano e viene approfondito successivamente.

Di fatto questa situazione ha determinato un vuoto in termini di *governance* che deve essere colmato. L'abolizione delle competenze turistiche delle Province e la soppressione dei STL che afferivano alle stesse hanno determinato una mancanza di coordinamento che ha alimentato un'ulteriore frammentazione e dispersione e uno scollamento tra territorio e il mondo delle aziende private e degli enti locali.

La Regione, attraverso l'implementazione del presente Piano, intende inserire misure capaci di riorganizzare i rapporti con il territorio, governando e stimolando i processi di collaborazione tra pubblico e privato, agendo in prima linea al fianco degli operatori nella costruzione del prodotto, nell'ottenere una maggiore e più efficace animazione e dinamizzazione del tessuto imprenditoriale ligure e dei territori specifici. Obiettivo principale della strategia è di rafforzare il ruolo della Regione e la sua capacità istituzionale di creare coesione e collaborazione tra i diversi attori e soggetti coinvolti nello sviluppo turistico (da qui la definizione del Patto per il Turismo e l'assunzione della regia per la costruzione dei prodotti turistici insieme agli operatori e alle aggregazioni di prodotto).

Nell'ambito di questa nuova visione attraverso la quale sarà necessario sviluppare i rapporti con il territorio e quindi anche con le categorie imprenditoriali, la Regione punta ad affermare con vigore la necessità del rispetto della legalità e del forte miglioramento del livello qualitativo della nostra offerta turistica.

Si tratta di un percorso avviato nel tempo e che trova nel confronto continuo con le categorie imprenditoriali del turismo il proprio maggior punto di forza. Di certo la recente organizzazione territoriale che vede operativi gli uffici regionali decentrati attribuisce forza e capacità di radicamento all'azione regionale.

La nuova prospettiva implica un'assunzione di corresponsabilità nel processo sia da parte del pubblico sia da parte del privato. La progressiva scarsità di risorse economiche da destinare al settore esige un cambiamento anche nelle attitudini consolidate nel tempo da parte degli operatori. Il nuovo modello di *governance* non prevede più come in passato l'elargizione quasi indifferenziata di contributi, ma risponde a criteri di prodotto-priorità-risultati e di attinenza al Patto per il Turismo (l.r. 33/2016) e alla regolamentazione del Fondo Strategico Regionale dedicato al settore e appositamente istituito dalla regione con la legge regionale di stabilità l.r. 34/2016.

La strategia di *governance* prevede 5 asset di intervento:

1. creazione di **aggregazioni di operatori e imprese per filiera di prodotto**, cioè tra imprese simili o complementari che afferiscono ad uno stesso prodotto turistico; le logiche dei confini amministrativi vengono superate;
2. creazione di un sistema di **partnership da mantenere nel tempo tra pubblico (regione e enti territoriali) e privato (operatori e aggregazioni)**. Al tal fine la strategia propone di sviluppare e utilizzare i tavoli di lavoro avviati con il processo di compartecipazione al Piano, per garantire un allineamento strategico intersettoriale a livello regionale di condivisione di obiettivi e strategie costante nel tempo. La Regione ha inserito a favore di questa politica due misure:
 - a) il **Patto per il Turismo**, ovvero un accordo tra Regione, Comuni, Unioni di Comuni e parchi regionali, per la condivisione delle strategie, l'assunzione di impegni a fronte dei quali vengono previsti determinati sostegni e viene concordata una gestione uniforme in caso di introduzione dell'imposta di soggiorno;
 - b) il **Fondo Strategico per il Turismo** dove sono previsti dei contributi alle aziende e agli enti locali a favore dello sviluppo turistico proposto dalla

strategia. Entrambe queste misure vengono sviluppate in appositi paragrafi di dettaglio nel presente Piano;

3. incremento delle competenze a tutti i livelli e per tutti i soggetti che operano nel turismo attraverso la **formazione**. Le linee di intervento principali sono quattro e sono dedicate al personale istituzionale regionale, agli operatori, alle reti e aggregazioni di imprese e altre forme associative o di gestione attive sul territorio ligure. I contenuti potranno anche essere trasversali secondo contesto e finalità, alcuni potranno quindi essere aperti a tutti mentre altri saranno trattati in funzione del ruolo dei partecipanti all'interno dello sviluppo e relativi processi da attivare. La programmazione e il coordinamento saranno in capo alla Regione, mediante il suo apposito settore che potrà a sua volta avviare partnership con enti di formazione o sfruttare fondi legati a progetti specifici;
4. creazione di **servizi a supporto degli operatori e delle reti/aggregazioni** di imprese – si prevede di strutturare a livello centrale (Regione e Agenzia “in Liguria”), un sistema di supporto agli operatori articolato in attività di ricerca e monitoraggio, misurazione risultati, report sui trend di mercato e prodotti, studi di terze parti, servizio di consulenza e ascolto, affiancamento nelle attività e formazione (dettaglio al punto precedente). A tal fine potrà essere coinvolto l'Osservatorio Turistico regionale;
5. sostegno dello sviluppo di prodotti turistici nonché operatori attraverso la costruzione e partecipazione a **progetti nazionali di cooperazione transfrontalieri europei e interregionali**.

4.3.1 Il Patto per lo Sviluppo Strategico del Turismo in Liguria (Patto per il Turismo)

Ai sensi dell'articolo 2, comma 81 della legge regionale 27 dicembre 2016, n. 33 (Disposizioni collegate alla legge di stabilità per l'anno 2017) la Regione promuove il **Patto per lo Sviluppo Strategico del Turismo in Liguria** cui possono partecipare, i Comuni e le Unioni di Comuni e gli Enti Parco per la realizzazione di azioni sinergiche ed interventi coordinati per il perseguimento di obiettivi di crescita del settore e delle potenzialità turistiche della Liguria.

L'adesione al Patto da parte dei Comuni, Unioni di Comuni e Enti Parco comporta in capo agli stessi, sulla base di quanto stabilito con la deliberazione della Giunta regionale, l'impegno a rispettare i seguenti punti:

- a) partecipazione al progetto della App “LaMiaLiguria” fornendo e implementando i dati sugli eventi nonché le altre informazioni relative alla propria località che possono essere utili al turista;
- b) partecipazione al progetto “Wifi Liguria” aderendovi, se ve ne sono le condizioni tecniche;
- c) collaborazione con la Regione e con l'Agenzia “in Liguria” per la creazione e promozione dei prodotti turistici individuati dalla programmazione regionale, nonché per la realizzazione di progetti turistici di eccellenza o inseriti in programmi europei;
- d) gestione, anche in forma associata tra più Comuni o in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati, di uffici di informazione e accoglienza turistica (IAT). Questa condizione è soddisfatta anche mediante la conclusione di accordi con un comune capofila che, tramite il proprio IAT, fornisce informazioni e materiale relativi anche ai territori dei Comuni con i quali è stipulato l'accordo;
- e) impegno, in caso di istituzione dell'imposta di soggiorno, prevista dall'articolo 4 del decreto legislativo 14 marzo 2011, n. 23 (Disposizioni in materia di federalismo

Fiscale Municipale) ad adeguarsi ai principi definiti, in collaborazione con ANCI Liguria, con deliberazione della Giunta regionale n. 362 del 5 maggio 2017, di seguito specificati:

1) utilizzo degli introiti annuali derivanti dall'applicazione dell'imposta nel modo seguente:

- almeno il 60%, a seguito di accordo con le associazioni locali più rappresentative delle strutture ricettive disciplinate dalla legge regionale 12 novembre 2014, n. 32 e successive modificazioni e integrazioni, per la promozione dell'accoglienza, la comunicazione, la promozione commercializzazione e il marketing turistico della località, anche con accordi sovracomunali per la promozione di un'area vasta, o comunque per interventi e servizi ad elevata valenza turistica. Le spese possono includere anche la realizzazione di eventi e la copertura dei costi per l'ufficio di informazione e accoglienza turistica (IAT);
 - massimo il 40% destinato direttamente dall'ente locale al miglioramento del decoro della località turistica, nonché per investimenti infrastrutturali aventi valenza turistica.
- 2) non utilizzare l'imposta di soggiorno come strumento di concorrenza fra le località;
- 3) applicare l'imposta di soggiorno a tutte le strutture ricettive disciplinate dalla legge regionale 12 novembre 2014, n. 32 e successive modificazioni e integrazioni, nonché agli appartamenti ammobiliati ad uso turistico, in base ad aliquote decise dal Comune o dall'Unione di Comuni;
- 4) promuovere accordi tra i Comuni della medesima area al fine di cercare di adottare criteri e aliquote uniformi per le località che hanno simili caratteristiche turistiche;
- f) condivisione delle attività e delle manifestazioni di valenza turistica, con la Regione Liguria e con l'Agenzia "in Liguria", sia fornendo le informazioni relative a tali eventi per implementare la app citata alla precedente lettera a), sia collaborando ad iniziative che vengono proposte per promuovere la destinazione e i prodotti turistici;
- g) adesione alle iniziative di contrasto dell'abusivismo in campo turistico individuate in collaborazione con la Regione Liguria. In particolare i Comuni si impegnano a fare una campagna di informazione a tutti i proprietari di seconde case con la quale viene ricordata la normativa in vigore nel caso di affitto degli appartamenti ad uso turistico, nonché altri interventi concordati con Anci Liguria;
- h) collaborazione alle iniziative sviluppate dalla Regione e dall'Agenzia riguardanti il turismo accessibile.

La l.r. 33/2016, in attuazione di quanto stabilito dall'articolo 2, commi 83, 84 e 85, attribuisce in capo alla Regione rispettivamente i seguenti interventi:

- contribuisce, a valere sul Fondo strategico di cui alla legge di stabilità per l'anno finanziario 2017 e sulla base di criteri e modalità definite con apposita deliberazione della Giunta regionale, sentita la Commissione consiliare competente per materia, al finanziamento di interventi di riqualificazione ambientale e paesaggistica a rilevante impatto turistico realizzati da Comuni aderenti al Patto di cui al comma 81;
- riconosce, agli enti di cui al comma 81 aderenti al Patto, con le modalità stabilite dalla Giunta regionale, priorità nell'attribuzione di contributi o altri vantaggi economici a valere sui fondi regionali destinati ai Comuni per interventi e/o iniziative a rilevante impatto turistico.

- riconosce altresì agli enti aderenti al Patto di forme di premialità nell'ambito dell'attuazione dei patti di solidarietà regionale.

L'adesione al Patto determina l'inserimento d'ufficio:

- nell'elenco dei Comuni, Unioni di Comuni e Enti Parco aderenti al Patto, di cui alla l.r. 33/2016, articolo 2, comma 81;
- nell'elenco delle località turistiche dei Comuni aderenti al Patto anche al fine dell'eventuale applicabilità delle disposizioni di cui all'articolo 4 del decreto legislativo 14 marzo 2011, n. 23 (Disposizioni in materia di federalismo Fiscale Municipale);

Gli Enti aderenti al Patto hanno facoltà di recedere dal Patto in qualsiasi momento con il preavviso di mesi tre, fermi restando la perdita dei vantaggi e dello status connessi all'adesione al Patto ai sensi di legge.

Qualora l'Ente non dovesse rispettare gli impegni presi con l'adesione al Patto, la Giunta regionale, previa formale richiesta ad adempiere da parte del Settore competente, può dichiarare la decadenza dell'adesione al Patto e la conseguente cancellazione dell'ente sia dall'elenco degli aderenti al Patto che dall'elenco regionale delle località turistiche.

4.3.2 Il Fondo Strategico Regionale e il supporto alle imprese turistiche

La legge di stabilità 34/2016 articolo 4 istituisce il **Fondo Strategico Regionale** riprendendo quanto disciplinato dalla l. 1/2016 "Legge sulla crescita", che tra gli obiettivi riporta, per quanto riguarda il **turismo**, quello di favorire la modernizzazione anche in chiave internazionale del turismo in Liguria, valorizzando gli aspetti ambientali e paesaggistici del territorio.

La l. 34/2016 prevede l'assegnazione a Filse S.p.A. della gestione del Fondo per interventi di supporto finanziario a favore di imprese e di investimenti infrastrutturali.

Per gli aiuti alle imprese operanti nel settore del turismo, si prevede di indirizzare prioritariamente i finanziamenti, sotto la forma di aiuti rimborsabili per la riqualificazione e miglioramento, a:

- Strutture ricettive alberghiere;
- Strutture ricettive all'aria aperta;
- Iniziative imprenditoriali per la realizzazione di servizi turistici innovativi finalizzati al miglioramento della destinazione.

Un'ulteriore misura è prevista a favore dei Comuni (articolo 2 comma 83 della l.r. 33/2016) per il finanziamento di interventi di riqualificazione ambientale e paesaggistica a rilevante impatto turistico, realizzati da Comuni aderenti al Patto per il Turismo descritto nel paragrafo precedente.

4.4 Promozione e marketing

Le attuali strategie di promozione e marketing hanno puntato molto sul *digital* inteso come *storytelling* e sulla promozione off line tradizionale senza una vera strategia di penetrazione dei mercati. La comunicazione sviluppata è stata di tipo emozionale, ma generica perché alla base non supportata dalla produzione e proposta di prodotti turistici integrati, innovativi e di appeal per il mercato.

Gli obiettivi della strategia di destination marketing sono innanzitutto volti ad incrementare la notorietà e la conoscenza della Liguria in tutti i mercati turistici

identificati nel presente Piano quindi a rafforzare e migliorare il posizionamento sia a livello nazionale, sia a livello internazionale e a facilitare al turista l'accessibilità alle informazioni e alle proposte della destinazione, al contempo seducendolo ed emozionandolo. **L'accessibilità** si traduce nella proposta di informazioni utili e pratiche in modo da consentire al turista la possibilità, se vuole, di prenotare la propria vacanza in regione. Tra gli obiettivi, inoltre, vi è quello di mettere in evidenza la tematizzazione e il valore aggiunto dei prodotti turistici esistenti e futuri, così come richiesto dal mercato. Infine il miglioramento dell'*engagement* con la destinazione e la sua reputazione e presenza online.

In **termini di comunicazione** la strategia deve puntare sugli elementi di distinzione della destinazione rispetto a destinazioni *competitor* puntando sul valore aggiunto che solo la Liguria può dare, attraverso la propria autenticità e peculiarità (atmosfera, ambiente, culture locali, accoglienza).

La campagna di comunicazione che la Liguria andrà a realizzare sarà volta ad aumentare la visibilità del *brand* come meta ideale per le vacanze in ogni stagione (sulla scia di quanto proposto anche dalla strategia precedente), favorendo la destagionalizzazione della destinazione ancora troppo focalizzata sui mesi estivi centrali e il prodotto mare. L'obiettivo è di porre un'immagine distintiva della Liguria e di creare una forte relazione con il proprio target di riferimento.

Il modello di marketing e promozione da adottare dovrà essere crossmediale e integrato e si fonda su: **Piano Prodotti Turistici e promocommercializzazione - ristrutturazione del sistema di informazione e accoglienza turistica - Strategia di Promozione e di comunicazione offline e online.**

Il modello da adottare deve tenere conto di tutte le 5 fasi che compongono un viaggio (*dreaming, planning, booking, living, sharing*) e quindi mirare a stabilire una relazione con il turista prima, durante e dopo la vacanza. Deve essere in grado di sedurre nella fase di ispirazione, fornire informazioni chiare e concrete nella fase di pianificazione, essere accessibile nella fase di prenotazione, accogliente e all'altezza delle aspettative nella fase di soggiorno (conformità dei prodotti servizi ed esperienze rispetto alle promesse fatte in fase di ispirazione supportata da un sistema di accoglienza di qualità) e favorire il passaparola e la condivisione delle esperienze positive vissute al rientro dalla vacanza nella fase del ricordo.

Per questo motivo la **strategia di marketing crossmediale** dovrà contemplare le seguenti fasi: suscitare e creare interesse; aumentare la notorietà; far emergere la destinazione nel mercato rispetto ai competitor; stimolare il turista a cercare la destinazione online; catturare la sua attenzione e fornirgli le informazioni necessarie per consentirgli di acquistare.

La Regione, attraverso la strategia di marketing e promozione attuata tramite l'Agenzia "in Liguria", deve essere in grado di mantenere e migliorare il posizionamento della Liguria e la propria presenza nei mercati tradizionali, ma al contempo essere in grado di aumentare la propria presenza e riconoscibilità in quote sempre più crescenti di mercati prioritari e complementari, soprattutto al fine di poter allungare la stagionalità fino all'obiettivo ultimo *all season*. Ciò anche in risposta all'ultra segmentazione del mercato attuale, dato dalla costante evoluzione nei comportamenti del turista post moderno particolarmente influenzati dallo sviluppo delle tecnologie, sempre più umanizzate e che consentono esperienze nei vari campi sempre più personalizzabili (esperienze anche di acquisto).

La strategia si dovrà articolare quindi in azioni e tattiche per mercati, target e prodotti con un mix di interventi online e offline (maggiore per il primo) e contestualmente dovrà comunicare le proposte in modo innovativo, promuovendo il valore aggiunto dell'offerta e facilitando l'accessibilità commerciale.

Le tipologie di marketing che dovranno essere applicate e mixate sono: *digital marketing*, *social media marketing*, *public relation*, fiere b2b, promozioni non convenzionali offline b2c e *sales promotion* b2b. Le tattiche dovranno puntare a far avvicinare in modo spontaneo il turista alla destinazione distinguendosi nelle modalità di comunicazione dalle altre destinazioni competitor. Ciò si basa essenzialmente sulla realizzazione di contenuti di valore che vengono disseminati primariamente in rete e che sono capaci di suscitare interesse e attrarre il turista con il fine di creare la voglia di approfondire e farlo avvicinare spontaneamente al sito di destinazione o di prodotto (*inbound marketing*).

4.4.1 Promozione

La promozione tradizionale perde sempre più efficacia in quanto i turisti sono sempre più bombardati da messaggi pubblicitari e promozionali che li rendono quasi sordi rispetto al rumore costante di fondo; i messaggi così strutturati diventano ai loro occhi quasi inesistenti e indifferenziati. Catturare l'attenzione del turista moderno diventa sempre più difficile. La promozione della Liguria per questo motivo dovrà adottare un mix di strategie e tattiche diverse rispetto al passato. Le azioni sino ad ora attuate necessitano di essere ampliate e aggiornate.

Ecco perché la strategia che deve adottare la Liguria dovrà essere bilanciata tra offline e online, dovrà puntare su tutto il mercato potenziale, quindi sia utilizzando il *brand*, sia sulla specializzazione e promozione per temi/prodotti/target, fino ad arrivare alle nicchie per raggiungere obiettivi più specifici mediante la diversificazione di azioni e tattiche *push/pull* tradizionali e con la promozione non convenzionale, b2b e b2c. Dovrà coinvolgere e far partecipare alla promozione anche gli operatori della destinazione attraverso **attività di marketing interno**. Dovrà svolgere attività di consulenza, assistenza e sensibilizzazione alle aziende (ad esempio mediante una newsletter dedicata e incontri di aggiornamento) perché possano lavorare perseguendo obiettivi comuni, omogeneizzare tra loro la promozione e favorire attività di *cross selling* interaziendale e interterritoriale/destinazioni interne.

La promozione si deve articolare nelle seguenti 5 modalità integrate per volgere al raggiungimento della copertura massima del mercato potenziale individuato:

- promozione generalista della destinazione e del *brand* (co-marketing con aziende/*brand* forti del territorio riconosciuti a livello internazionale per promuovere eccellenze e qualità, fiere turistiche b2b e b2c, road show b2c Italia ed estero, workshop e *sales mission* in particolare nei mercati esteri);
- promozione per prodotti della destinazione per target/segmenti (promozione specifica per gruppi tematici - prodotti primari, secondari e di nicchia, es. fiere specializzate verticali di prodotto, *road show*, co-marketing con operatori e aziende locali);
- campagne specifiche di marketing non convenzionale offline e online (verso mercati specifici e target ben definiti);
- materiali promozionali e sito di destinazione (ottimizzazione dei contenuti e del sito, creazione di contenuti emozionali che devono soddisfare anche info

- pratiche e facilitare accessibilità e prenotazione – promocommercializzazione – redazione dei contenuti nella lingua dei mercati e target);
- marketing interno alla destinazione per aggiornamenti e compartecipazione degli operatori alla strategia e alle azioni.

In ogni caso al centro della promozione dovranno sempre essere considerati i due punti focali: il prodotto e il cliente.

4.4.2 Comunicazione offline

La strategia prevede di articolare un mix di tattiche e azioni che comprende la comunicazione tradizionale (*advertising offline*, messaggi pubblicitari espliciti) e la comunicazione definita “below the line”, cioè quella che porta il cliente ad avvicinarsi al contenuto/prodotto in modo indiretto in quanto il messaggio principale è poco visibile e non prorompente come quello della pubblicità tradizionale (es redazionali, notizie pubblicate in riviste e giornali).

La comunicazione offline dovrà essere integrata e armonizzata con la comunicazione online in un’ottica “*around the line*” e orientata verso la strategia di **posizionamento della Liguria come destinazione autentica multi prodotto e multi esperienziale**, comunicare l’identità in modo tale che venga percepita dal mercato con gli attributi e il valore aggiunto con cui viene posizionata, che la distinguono da altre destinazioni e competitor. L’obiettivo primario è quello di diffondere un’immagine e un messaggio unici della destinazione su tutti i canali in modo coordinato ed efficace. La comunicazione offline comprenderà anche attività di *media relation* e PR con gli stessi obiettivi e finalizzate a stimolare interesse dei media per la produzione di articoli, siano essi offline (riviste, radio tv ecc) o online (riviste online, blog ecc); tali attività dovranno essere esplicitate principalmente sui mercati strategici e prioritari. La strategia di comunicazione offline implica necessariamente l’integrazione anche dell’utilizzo di tattiche sui *social media* e di *digital marketing* innovativo.

4.4.3 Comunicazione online

Il web oggi rappresenta il canale più influente nella scelta della vacanza: si stima che nel 2030 la comunicazione digitale coprirà oltre 80% dello share a livello mondiale e non solo per il segmento *travel*⁵. Il *mobile* e l’accesso in particolare da smartphone la fa da padrone con un trend in costante crescita. Anche le piattaforme si evolvono, così anche le modalità di promozione e il marketing online. Il mercato risulta molto frammentato ed è sempre più complesso riuscire ad emergere e catturare l’attenzione del cliente. Cambia quindi il modo di comunicare ed essere presenti online, si devono adottare tattiche e strategie più ricercate e affinate rispetto al passato. La copertura in rete non garantisce la conversione (prenotazioni) e l’esposizione del *brand* non assicura più la popolarità.

Per affrontare uno scenario di questo tipo si prevede di attivare strategie di contenuti di valore (alto valore aggiunto) rivolti a specifici target che li seguono, per stabilire relazioni in tutte le 5 fasi del viaggio.

L’**attività di content curation** prevede sia la produzione di contenuti, sia la selezione in rete e la condivisione in relazione al *brand* e ai prodotti legati al *brand*. La distribuzione di contenuti utili e di valore in rete dovrà poter attrarre i target e consentire un

⁵ Fonte Criteo – Travel Flesh Report 2016

progressivo avvicinamento al sito di destinazione volto a favorire la loro conversione in clienti.

La strategia dovrà prevedere contenuti sia testuali (necessariamente anche in lingua straniera), sia soprattutto foto e video oltre ad un utilizzo più affinato dei *social media*, dell'attività di PR online e dell'attività molto accurata di SEO (*Search Engine Optimization*) e SEM (*Search Engine Marketing* – webmarketing applicato ai motori di ricerca). La strategia foto e video da distribuire sia nei canali *owned* (canali propri) sia nei canali *earned* (canali acquisiti) è volta ad attrarre turisti nella fase di ispirazione, per aumentare la riconoscibilità della destinazione; la strategia di *social media* e PR online mira a guadagnare conversazioni di altri utenti e portare *like* e visite alle pagine di prodotto/esperienze della destinazione. Risulterà fondamentale rafforzare la *social identity* e definire bene i flussi di conversazione in base agli argomenti e alle esperienze/prodotto da promuovere, quindi andando a identificare, per tipologia di prodotto, il contenuto, il contesto e il target - le immagini anche in questa strategia risultano fondamentali (come dimostrato dalla già citata analisi sulla reputazione online condotta dall'Università di Genova). L'attività di SEO e SEM serve per acquisire clienti sia diretti, sia indiretti, per rendere più accessibile in rete la destinazione e i servizi e fare in modo che l'utente possa, se vuole, acquistarli. Si tratta delle due fasi di *planning* e *booking* in cui diventa strategico che il sito di destinazione sia accessibile e che eventualmente possano essere attivate partnership con siti di prenotazione. La strategia di *content curation* serve per guadagnare commenti e condivisioni e passaparola (promozione generata dagli utenti) ed acquisire dati sugli utenti.

4.4.4 Il Piano Operativo Annuale di Marketing

La strategia di marketing e comunicazione dovrà essere declinata nel Piano Operativo annuale che stabilisce le priorità in attuazione del presente Piano Strategico, tattiche e azioni, tipologia di operatori e strumenti coinvolti, tempi di realizzazione e *kpi* (indicatori di performance per misurare il risultato).

Il Piano Operativo annuale deve tenere conto di volta in volta delle esigenze di mercato, deve rispondere ai principi di flessibilità e adattabilità in funzione anche della misurazione dei risultati ottenuti dall'attuazione del piano precedente alla luce dei risultati conseguiti.

La Pianificazione Operativa annuale regionale di marketing si compone del **Piano Operativo di Prodotto** (a cura del Dipartimento Regionale) e del **Piano Operativo di Comunicazione e Promozione** (a cura dell'Agenzia "in Liguria"). Il primo è propedeutico al secondo e la redazione di entrambi implica una stretta collaborazione e condivisione tra i due attori regionali. Il PO di Prodotto deve essere redatto entro il 30 giugno dell'anno precedente a quello cui si riferisce e quello di Promozione e Comunicazione entro i 30 giorni successivi, per consentire l'approvazione in giunta regionale della complessiva Pianificazione Operativa entro il mese di novembre, ovviamente in relazione alle disponibilità di bilancio.

Il primo anno di applicazione effettiva deve essere di sperimentazione di tale pianificazione e può realizzarsi solo dopo il necessario riordino organizzativo.

4.4.5 Innovazioni digitali

La strategia di marketing comprende anche lo sviluppo di due progetti speciali di innovazione digitale, che rientrano negli obiettivi di innovazione e che per la loro peculiarità vengono inseriti nel presente capitolo dedicato al marketing. Si tratta di

progetti già individuati nel **Programma Strategico Digitale della Regione Liguria 2016-2018** approvato con atto nr. 9 dd. 29 marzo 2016.

Il progetto **“Big Data”** mira a fornire alla Regione una fonte di dati corposa e dettagliata dei clienti presenti in Liguria. Tali dati consentiranno, assieme a quelli che già l'Osservatorio Regionale del Turismo raccoglie ed elabora attraverso studi e ricerche, di poter meglio profilare i clienti della Liguria, anche per abitudini, consumi, stili. Dai dati ricavati sarà possibile realizzare ricerche mirate, ad esempio per prodotto e per target e quindi fornire elementi utilissimi per la stesura annuale dei piani operativi e informazioni utili da fornire agli operatori per migliorare e adeguare maggiormente le proprie proposte in funzione dei target. La regia del progetto e il coordinamento è in capo alla Regione (Liguria Digitale) e uno degli utilizzatori principali deve essere l'Agenzia In Liguria.

Il progetto App **“La Mia Liguria”** si inserisce all'interno del settore dell'accoglienza turistica, come elemento del marketing di destinazione. Oggi l'accoglienza turistica, come spiegato nel paragrafo successivo, assume un ruolo sempre più importante in tutte le 5 fasi del viaggio, non più solo come un tempo nella fase di *living*. La strategia prevede la realizzazione di un'applicazione che fungerà da contenitore di tutti i contenuti, risorse, prodotti ed esperienze della destinazione per rendere facile la fruizione del territorio da parte del turista.

Per la gestione della App si prevede la creazione di un apposito comitato di redazione e un ruolo importante da parte dell'Agenzia In Liguria in armonia con la **strategia di riforma dei portali regionali** già individuata con deliberazione della Giunta regionale n. 256 del 31 marzo 2017 che prevede una razionalizzazione dei portali tematici facenti capo alla Regione. Per quanto riguarda la finalità di promozione del territorio è prevista la creazione del portale unico di destinazione www.lamialiguria.it a cui parteciperà in modo interattivo l'Agenzia In Liguria anche mediante la redazione sopra riportata in relazione alla App.

4.5 Innovazione ed informatizzazione al servizio dell'accoglienza

Il tema dell'accoglienza turistica assume un ruolo sempre più importante per le destinazioni e pertanto, all'interno del presente Piano, viene trattata come un elemento strategico da governare. Oggi le modalità di fare accoglienza turistica sono cambiate, perché il ruolo dell'informazione e accoglienza turistica si è evoluto in funzione delle nuove tipologie di turisti e dei loro bisogni. L'informazione e l'accoglienza turistica vengono effettuate durante tutto il ciclo del viaggio e costituiscono di fatto un elemento imprescindibile dal marketing e dalla promozione.

Il turista cerca di vivere emozioni ed esperienze, cerca risposta alle sue motivazioni che lo portano a viaggiare; pertanto l'informazione e l'accoglienza turistica non avvengono più solamente nella fase di soggiorno in destinazione, ma avvengono già prima online, principalmente attraverso i *social media*. Grazie al web il turista inizia il suo viaggio ancora prima di arrivare alla destinazione. Inoltre anche la permanenza durante il soggiorno è vissuta e fruita in modo differente rispetto al passato: è sempre connesso, in particolare a smartphone, e ricerca informazioni, effettua prenotazioni ed acquisti, posta e condivide testimonianze della sua vacanza e continua a farlo successivamente una volta rientrato, sui *social media*.

La riforma regionale del 2015 (l.r. 15/2015 e conseguenti modifiche alla l.r. 28/2006) non ha individuato una competenza specifica della Regione tramite gli IAT (Informazione e Accoglienza Turistica) bensì ha previsto che sia i soggetti pubblici sia

quelli privati, qualora in possesso di determinati requisiti, possano chiedere l'autorizzazione all'utilizzo delle denominazione IAT per i propri uffici, al fine di creare una rete regionale omogenea pur nell'ambito delle proprie autonomie di gestione. Peraltro la trasformazione necessita a maggior ragione di un coordinamento a livello regionale e di essere considerata all'interno del piano di indirizzo per lo sviluppo turistico. Il vuoto causato dalla perdita dei ruoli delle Province e degli STL, di cui si è già detto precedentemente, ha generato non solo una parziale chiusura degli uffici, lasciando scoperti alcuni territori, ma ha anche contribuito ad aumentare la frammentazione e la disomogeneità dei servizi erogati, nella gestione operativa (accessibilità) nell'utilizzo delle tecnologie e nelle capacità di fornire servizi innovativi ed efficaci al turista.

Tra le criticità presenti nei punti informativi, oltre a differenti modalità di gestione, dell'immagine coordinata, degli orari, dei materiali, vi è anche un ritardo nell'adeguamento del personale all'utilizzo delle nuove tecnologie e ai canali di contatto con il turista. Gli spazi dedicati all'accoglienza hanno strutture disomogenee, sia nella gestione operativa, sia nella tipologia, sia nella qualità dei servizi erogati; la dotazione di strumenti tecnologici è spesso datata.

Una parte di queste disomogeneità sarà bilanciata dalla diffusione della sopra richiamata **App di accoglienza "La Mia Liguria"**, ma ciò da solo non può bastare; è necessario creare un sistema diffuso di accoglienza a partire dal coordinamento dei punti informativi sul territorio.

Il Patto per il Turismo ha la finalità di dare una prima risposta a tale necessità da parte della Regione, al fine della gestione coordinata degli IAT.

La strategia punta a migliorare la qualità dei servizi offerti e a omogeneizzare (rendere diffuse) le modalità e procedure, pur mantenendo il rispetto delle peculiarità del luogo in cui sorge il punto informativo. L'obiettivo è di tenere sempre ben presente il turista, di facilitargli la fruizione della vacanza in destinazione (in tutta la Liguria) e di rendere accessibili tutte le informazioni e i servizi che cerca e di cui ha bisogno.

La strategia prevede che i punti informativi presenti sul territorio si rinnovino in base ai trend turistici in atto, utilizzando nuovi strumenti tecnologici che permettono una maggiore personalizzazione e accessibilità all'informazione da parte del turista e gli consentono di entrare in relazione e in contatto con le informazioni del territorio, e che si presentino come un sistema omogeneo e coordinato diffuso.

Il coordinamento e la riorganizzazione del sistema di informazione e accoglienza turistica della Liguria deve comprendere, tra gli obiettivi, quello di aggiornare le competenze del personale, di innovare funzioni e qualità del servizio in modo tale che venga percepito dal turista sia on site sia online omogeneo e di buon livello. Uno degli obiettivi primari è quello di creare una rete di uffici interconnessi e in grado, nelle diverse lingue, di dare informazioni dettagliate sull'intero territorio regionale e non solo sulla specifica località in cui è ubicato lo IAT.

Sull'aggiornamento è necessario coinvolgere tutto il personale coinvolto nel servizio, secondo nuovi profili di operatore di *front office*, implementando le competenze per trasformare il servizio da pura informazione a *customer care*, ma anche curando l'aggiornamento sulle strategie regionali e sui prodotti turistici avviati a livello regionale e locale; infine è necessario pianificare l'adeguamento e l'omogeneizzazione della tecnologia operativa (compatibilmente con i budget a disposizione).

Il sistema di accoglienza diffusa prevede la gestione della App "**La Mia Liguria**" a livello centrale da parte della Regione e dell'Agenzia In Liguria, ma anche a livello

locale, mediante soggetti pubblici e privati, attraverso gli IAT per la raccolta di informazioni sugli utenti e l'inserimento di dati e info utili nella App affinché possa diventare un vero strumento di accoglienza integrato alla rete dei punti IAT. Il sistema di accoglienza diffusa nella strategia promuoverà anche il miglioramento e completamento della copertura wi-fi sul territorio regionale indicato nel precedente piano e oggi funzionante, ma non ancora su tutto il territorio, la dotazione di postazioni interattive sia all'interno dei punti IAT, sia all'esterno, utilizzo di *qr code* e tecnologia *rifd* (*Radio frequency identification*).

5. Conclusioni

Le azioni strategiche indicate nel presente Piano devono essere pianificate con un timing di attuazione progressivo sia per la parte di management, sia per la parte di marketing (prodotto, promozione, comunicazione off e online).

I piani operativi annuali saranno strumenti che costituiranno la base per tradurre la strategia in azioni e devono includere azioni tattiche, *timing* e strumenti di misurazione. Essi devono comprendere le attività pianificate per l'anno a cui si riferiscono.

5.1 Gestione del Piano

Come già evidenziato in introduzione, la strategia prevede il costante apporto e dialogo tra pubblico e privato, tra Regione (compreso il suo ente strumentale) e operatori e stakeholder con spirito di partecipazione e condivisione della pianificazione turistica.

A tal fine si riepilogano i ruoli che le varie componenti del sistema regionale allargato hanno rispetto alla realizzazione e gestione del Piano.

Fasi di realizzazione e gestione	Competenze sistema regionale
Analisi dei dati e analisi specifiche sul fenomeno turistico, comunicazione e informazione agli operatori e imprese	Osservatorio Turistico Regionale gestito in collaborazione con CCIAA
Programmazione turistica regionale, normativa di settore, gestione del Patto per il turismo, progetti nazionali ed europei, cura del prodotto turistico	Assessore al Turismo e Dipartimento competente
Cura del portale turistico #LamiaLiguria	Regione (settore Presidenza) in collaborazione con Agenzia In Liguria
Erogazione dei finanziamenti alle imprese turistiche previsti nel fondo strategico regionale	Assessore al Turismo e Dipartimento competente
Erogazione di finanziamenti ai Comuni aderenti al Patto per il turismo per interventi di riqualificazione ambientale e paesaggistica a rilevante impatto turistico	Dipartimenti competenti (Turismo e infrastrutture)
Marketing e Promozione turistica	Agenzia In Liguria
Gestione della App per informare turisti e operatori	Comitato di coordinamento App
Formazione	Dipartimento competente

5.1.1 Indicatori di performance

A seguire vengono individuati gli elementi da monitorare e misurare per valutare il grado di attuazione del Piano.

- Rispetto del timing e priorità di attuazione del piano prodotti;
- Riorganizzazione delle funzioni tra Regione e Agenzia;
- Adesione degli enti al Patto per il Turismo;
- Utilizzo dell'imposta di soggiorno in linea con quanto stabilito dal Patto del Turismo;
- Azioni di contrasto dell'abusivismo;
- Sviluppo di aggregazioni di operatori per prodotto;
- Verifica del numero dei programmi di formazione e aggiornamento attivati e numero e tipologia di persone coinvolte;
- Confronto sui dati inerenti il valore aggiunto derivante dal turismo in particolare per quanto riguarda le ricadute sull'occupazione;
- Sviluppo di progetti interregionali, transfrontalieri e nazionali collegati alla strategia di prodotto della Liguria;
- Popolamento dei contenuti della App e del portale Lamialiguria.it;
- Misurazione accessi registrati al portale e download della App;
- Realizzazione del progetto *big data* e verifica dell'utilizzo dei dati per attività di marketing rivolte a specifici target e all'accoglienza;
- Creazione e sviluppo di tavoli di confronto con gli operatori sia sui prodotti sia sulle strategie operative;
- Miglioramento della reputazione su web della destinazione Liguria e miglioramento della sua *awareness*;
- A conclusione del periodo della presente programmazione verifica delle variazioni arrivi e presenze in particolare nei mesi spalla in relazione ai prodotti attivati.

5.1.2 Timing di attuazione

Previsione attuazione	2017	2018	2019	2020
Adeguamento dell'organizzazione regionale alle previsioni del Piano				
Piano prodotti e promocommercializzazione				
Aggregazioni di imprese				
Supporto operatori – Fondo Strategico Regionale				
Rapporti con il territorio - Patto per il turismo				
Formazione				
Strategia promozione				
Strategia comunicazione offline				
Strategia comunicazione online				
Riorganizzazione accoglienza turistica				

5.1.3 Budget per la programmazione

I fondi a disposizione per la realizzazione della presente pianificazione attualmente disponibili alla luce dell'attuale situazione di bilancio sono i seguenti:

1. Fondo Strategico Regionale con le seguenti due finalità:
 - a) fondi per le imprese gestito tramite "Filse" S.p.A.;
 - b) fondi a favore dei Comuni, per interventi di riqualificazione ambientale e paesaggistica a rilevante impatto turistico, sottoscrittori del Patto per il turismo.
2. Fondi per l'Osservatorio Turistico regionale.
3. Fondi per Agenzia "in Liguria" suddivisi in:
 - a) fondi per l'attività promozionale;
 - b) fondi per le spese di funzionamento.
4. Fondi per specifici progetti provenienti dallo Stato (Mibact) e da fondi europei.

6. Allegati

1. Osservatorio Turistico Regione Liguria e Università di Genova – "Il turismo in Liguria negli ultimi 15 anni";
2. "Valutazione precedente programmazione 2013-2015";
3. Università di Genova per OTR – Analisi reputazione web destinazione Liguria;
4. Osservatorio Turistico Regione Liguria – "Il valore aggiunto del turismo" 2017.

**DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO REGIONALE ASSEMBLEA LEGISLATIVA DELLA LIGURIA
26/07/2017 N. 11**

Nulla-osta ai sensi dell'articolo 80, comma 2, n. 1), della legge regionale 2 aprile 2015, n. 11 (Modifiche alla legge regionale 4 settembre 1997, n. 36 (Legge urbanistica regionale)) alla variante al Piano Territoriale di Coordinamento Paesistico contenuta nel progetto di Piano Urbanistico Comunale del Comune di Arenzano (GE).

IL CONSIGLIO REGIONALE

ASSEMBLEA LEGISLATIVA DELLA LIGURIA

omissis

DELIBERA

di rilasciare il nulla-osta sulla variante al vigente Piano Territoriale di Coordinamento Paesistico (PTCP) in premessa indicata, nei termini specificati nell'allegata Relazione tecnica del 7 giugno 2017, a norma dell'articolo 80, comma 2, n. 1), della l.r. 11/2015 e successive modificazioni e integrazioni, come da elaborato cartografico allegato quale parte integrante e sostanziale alla presente deliberazione.

IL PRESIDENTE
Francesco Bruzzone

IL CONSIGLIERE SEGRETARIO
Claudio Muzio

(allegati omessi)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 599

VAS ex art. 9 e succ. l.r. n. 32/2012 smi. PUC del Comune di Sanremo. Parere motivato con prescrizioni.

LA GIUNTA REGIONALE

omissis

DELIBERA

per quanto illustrato in premessa

- a. di esprimere ai sensi dell'art. 10 della l.r. n. 32/2012, il parere vincolante n. 72 relativo al PUC di Sanremo, allegato quale parte integrante e sostanziale del presente atto, che subordina la compatibilità del Piano all'osservanza delle prescrizioni singolarmente individuate nel testo istruttorio;

- b. di dare atto che, ai fini della sua redazione conclusiva, il documento di piano sarà trasmesso al settore VIA, in qualità di struttura tecnica a supporto dell'Autorità competente, per gli adempimenti di cui all'art. 10 c. 4 della l.r. n. 32/2012 smi;
- c. di disporre che il presente atto venga pubblicato, per estratto, sul BURL, e integralmente sul sito web dell'autorità procedente.

Contro il presente atto può essere inoltrato ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale della Liguria entro 60 giorni o alternativamente ricorso straordinario al Presidente della Repubblica entro 120 giorni dalla notifica, comunicazione o pubblicazione.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

(allegato omesso: la relazione tecnica è rinvenibile all'indirizzo internet www.ambienteinliguria.it)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 604

Impianto di produzione energetica eolica in località Bric Autzè, strada comunale Repiano e località Palazzo Comuni di Pontinvrea e Sassello (SV). Proponente Soc.Eolo Srl. Parere positivo con prescrizioni.

LA GIUNTA REGIONALE

omissis

DELIBERA

per i motivi indicati in premessa

1. di esprimere, ai sensi dell'articolo 29 della L.r. n. 16/2008, la pronuncia di VIA sul progetto relativo alla realizzazione del parco Eolico, sito in località Bric Autzè, nei Comuni di Pontinvrea e Sassello (SV), composto da n. 2 aerogeneratori per una potenza complessiva pari a 6MW, comprensiva della valutazione di incidenza, del provvedimento di deroga al vigente PTCP, rilasciato ai sensi del combinato disposto dell'art. 5 della legge regionale n. 6/1991, come modificato dall'articolo 86, comma 1, della legge regionale n. 16/2008 e ss. mm. ii. nonché dell'autorizzazione paesaggistica ai sensi dell'art. 146 del D.Lgs. n. 42/2004, fermo restando il rispetto delle seguenti prescrizioni:

A. quanto alla pronuncia di compatibilità ambientale

1. venga curata e definita in corso d'opera la sistemazione al suolo delle torri, con adeguato riporto di terreno e opportune piantumazioni, per garantirne la maggior aderenza al suolo, in

quanto la torre deve realmente spiccare dal terreno senza basamenti artificiali emergenti rispetto al terreno sistemato;

2. per le piste e le aree utilizzate temporaneamente (di servizio) sia prevista la massima aderenza alla morfologia originaria del terreno con la minima modificazione della sezione trasversale, così come per i tramiti di cui è previsto il mantenimento, al fine di ridurre i movimenti di terra e le conseguenti opere d'arte, ovviamente del tipo ad ingegneria naturalistica, prevedendo a fine lavori un adeguato ripristino di quegli eventuali allargamenti tecnici resi necessari alla fase di trasporto/montaggio delle sezioni di torre e macchinari e non necessari per le normali opere di manutenzione;
3. il nuovo tramite viario che bypassa i fabbricati rurali preesistenti è da intendersi di tipo provvisorio, da ripristinare a prato a lavori eseguiti, utilizzando per i controlli e le manutenzioni il percorso preesistente. La provvisorietà dello stesso consente fin d'ora di considerare accettabile e già favorevolmente valutato anche un congruo discostamento dalla piccola zona umida individuata in sito al fine di corrispondere ad eventuali necessità conservative del sito stesso;
4. eventuali variazioni di tracciato del cavidotto, purché non incidenti a lavori finiti il contesto, sono fin d'ora da intendersi favorevolmente valutati in quanto irrilevanti in un intervento di tale portata;
5. le cabine dovranno essere comunque connotate come fabbricato rurale, con rivestimento esterno del manufatto tecnico con finitura a rasopietra, ottenuto con l'utilizzo di materiale lapideo di rivestimento a corsi orizzontali e rinzaffo con malta di calce pozzolanica o pigmentata con apporto di inerti naturali e spazzolatura, copertura ad un'acqua del tipo tradizionale ed infissi sottomessi al filo esterno dei muri e tinteggiati in marrone scuro; per le stesse si ritiene inoltre coerente introdurre una possibilità di discostamento plano-altimetrico di più o meno cm.50,00;
6. si ritiene coerente introdurre elementi di discostamento per la collocazione planimetrica delle torri eoliche pari a più o meno m.5,00 ed una possibilità di discostamento dell'altezza complessiva del 5% utilizzabile liberamente sul fusto e/o sulla pala (purché non venga superata l'altezza massima complessiva del 5%), in quanto ininfluenti sulla percezione del manufatto sia a lunga che a breve distanza;
7. i cumuli di terre siano posti in aree a bassa acclività e, possibilmente, lungo strada, protetti da eventuali fenomeni di erosione e dilavamento e ricoperti con teli al fine di evitare la dispersione di frazioni fini;
8. sul nuovo tratto di cavidotto MT e del cavo in fibra ottica dovrà essere realizzata anche la stesa del tappeto di usura per l'intera larghezza della corsia interessata; nel caso in cui la larghezza della carreggiata relativa al tratto delle Strade Provinciali nr. 542 e nr. 334 sia tale da non consentire la presenza di due corsie, la stesa del manto di usura dovrà essere estesa all'intera larghezza della carreggiata, ripristinando la segnaletica orizzontale ove la stessa sia stata interessata dai lavori;
9. eventuali modifiche, anche locali e/o temporanee, alla regolamentazione della circolazione lungo la viabilità provinciale, saranno subordinate, nel rispetto degli ambiti di competenza individuati dal D. Lgs. 285/1992 "Nuovo Codice della Strada" e dal suo Regolamento di Attuazione D.P.R. 495/1992, all'emissione di specifica Ordinanza, da richiedersi a cura dei Soggetti Proponenti, presso gli uffici degli Enti competenti;

B. quanto all'autorizzazione paesaggistica:

1. prima dell'avvio dei lavori dovrà essere sottoposto alla Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio per la Città Metropolitana di Genova e le Province di Imperia, La Spezia e Savona un programma di opere compensative relative alla sistemazione del percorso di crinale e dell'ambito boschivo circostante;

2. i termini di efficacia della presente autorizzazione paesaggistica sono da ricondurre al disposto di cui all'articolo 146, comma 4, del più volte richiamato D.Lgs. n. 42/2004 e ss. mm. ii.;
 3. la verifica della conformità delle opere eseguite rispetto all'autorizzazione come sopra rilasciata sarà effettuata dalla Regione a seguito dell'ultimazione lavori secondo le modalità indicate all'art. 8, comma 4, della l.r. n. 13/2014 e ss.mm.;
2. di dare atto che:
 - a. dovrà essere presentata al Comune di Pontinvrea una variante alla zonizzazione acustica, considerato che i livelli di emissione della pressione acustica risultano superiori a quelli dell'attuale zonizzazione per un'ampia fascia di territorio nell'intorno dell'impianto;
 - b. eventuali concessioni e/o occupazioni di aree demaniali necessarie per l'esecuzione dei lavori andranno preventivamente autorizzate e perfezionate attraverso la procedura da attivarsi presso il Servizio Gestione del Demanio Stradale della Provincia di Savona;
 - c. in fase di progettazione definitiva dovrà essere richiesta l'autorizzazione ai fini idraulici per l'esecuzione dei lavori e le concessioni demaniali per gli attraversamenti su corsi d'acqua demaniali;
 3. di stabilire che il Proponente:
 - a. entro 30 giorni dalla data di pubblicazione sul BURL del presente atto provveda alla formale accettazione di tutte le suddette prescrizioni;
 - b. comunichi al Dipartimento Provinciale ARPAL di Savona la data di avvio dell'attività, ai fini dell'espletamento delle funzioni di controllo e verifica di cui all'art.14 della l.r. n. 38/1998;
 4. di dare atto che:
 - a. la pronuncia di VIA acquista efficacia ad avvenuta positiva verifica da parte dell'Arpal d'intesa con l'ufficio VIA dell'integrale ottemperanza alle prescrizioni, ovvero dalla scadenza del termine di trenta giorni dal ricevimento delle modifiche progettuali.
 - b. ai sensi dell'art. 26, comma 6, del D.Lgs. n. 152/06, il progetto deve essere realizzato entro cinque anni dalla pubblicazione del provvedimento di valutazione dell'impatto ambientale;
 5. di disporre la pubblicazione, per estratto, del presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Liguria.

Contro il presente atto può essere proposto ricorso in opposizione, ai sensi dell'art. 18 della legge regionale 30 dicembre 1998 n. 38, entro trenta giorni dalla pubblicazione sul B.U.R.L., fermo restando la possibilità di ricorso al Tribunale Amministrativo Regionale della Liguria entro 60 giorni o alternatively di ricorso straordinario al Presidente della Repubblica entro 120 giorni dalla notifica, comunicazione o pubblicazione dello stesso.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 605

Attivazione della procedura della definizione del P.R.I.S. "Piattaforma Maersk - Comune di Vado Ligure - località Gheia" ai sensi dell'art 5 della l.r. n. 39/2007 e s.m.i., con contestuale nomina del Comitato tecnico.

LA GIUNTA REGIONALE

VISTA la legge regionale n. 39/2007 e s. m. e i. ad oggetto "Programmi regionali d'intervento strategico (P.R.I.S.), per agevolare la realizzazione delle grandi opere infrastrutturali attraverso la ricerca della coesione territoriale e sociale". "Realizzazione di una piattaforma multipurpose nel bacino di Vado Ligure - Località Gheia"

PREMESSO CHE:

- il Comune di Vado Ligure con deliberazione di Giunta n. 57 del 28 luglio 2008, ha approvato lo schema di Accordo di programma tra Regione Liguria, Provincia di Savona, Comune di Vado Ligure e Autorità Portuale di Savona previsto dalla delibera del Consiglio regionale n. 22 del 10/08/2005 per la determinazione dell'assetto definitivo del Terminal multipurpose e dei pertinenti interventi di mitigazione e riqualificazione - approvazione dello schema di accordo e delle controdeduzioni alle osservazioni presentate.
- in data 15 settembre 2008 è stato sottoscritto tra Regione Liguria, Autorità Portuale di Savona, Provincia di Savona e il Comune di Vado Ligure, il suddetto Accordo di Programma ai sensi dell'art. 34 del D. Lgs. 18.08.2000, n. 267 e s. m. e i., dell'art. 58 della LR 04.09.1997, n. 36 e s. m. e i., e sulla base della deliberazione del Consiglio Regionale n. 22 del 10.08.2005.
- in data 29 dicembre 2016 l'Autorità Portuale di Savona con la nota Prot. 12112 ha inviato, al Ministero dell'Economia e delle Finanze ed alla Ragioneria Generale dello Stato, il Piano di investimento per l'acquisto di beni immobili in forma diretta ai sensi del D.M. 108/2014, nel quale si dichiarava di aver definitivamente abbandonato ogni ipotesi realizzativa dell'edificazione di nuovi fabbricati in zona S16 a Vado Ligure, per ragioni di carattere economico-ambientale, rendendo necessaria l'adozione di soluzioni alternative quali la necessità di procedere alla cessione volontaria degli immobili mediante acquisizione in forma diretta, di tale nuova soluzione verrà dato atto nelle revisioni, in corso di elaborazione, dell'Accordo del 2008.
- in data 7 marzo 2017 con nota Prot. 2292 il Dipartimento della Ragioneria Generale dello Stato ha trasmesso alla Autorità Portuale di Savona il Decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze Prot. 32039 del 24/2/2017, di approvazione dell'operazione di acquisto di immobili contenute nel sopramenzionato Piano Triennale d'investimento 2017-2019.

PREMESSO CHE:

- a) l'articolo 3, commi 1 e 2, della citata l. r. n. 39/2007 e s. m. e i. prevede la competenza della Regione a promuovere la definizione dei P.R.I.S. in ambiti interessati dalla realizzazione delle infrastrutture strategiche di preminente interesse nazionale e regionale con il coinvolgimento dei competenti enti locali;
- b) il successivo articolo 6, comma 1, della medesima l.r. n. 39 dispone la tutela, da parte della Regione, dello status dei soggetti residenti e dimoranti in immobili incompatibili con la realizzazione delle infrastrutture strategiche, stabilendo nel successivo comma 9 che nel PRIS siano attuate linee di tutela, individuate dalla Giunta regionale, delle attività economiche incompatibili con la realizzazione delle suddette opere infrastrutturali;

- c) il Presidente dell'Autorità Portuale di Savona, con nota n. 8344 del 29 settembre 2015, ha chiesto l'attivazione della procedura necessaria per la definizione del P.R.I.S, per consentire la ricollocazione degli abitanti in riferimento alle "Opere di realizzazione di una piattaforma multipurpose nel bacino di Vado Ligure", mentre la documentazione di cui all'art. 4, comma 1, della citata l.r. n. 39/2007 e s. m. e i., è stata trasmessa successivamente;
- d) il Sindaco di Vado Ligure con nota n. 25284 del 4 dicembre 2015, ha comunicato i nominativi dei referenti all'interno del Comitato di coordinamento del P.R.I.S., secondo quanto previsto dall'articolo 5, comma 2, per agevolare la ricollocazione dei residenti in immobili interferiti dalle opere di realizzazione della piattaforma multipurpose nel bacino di Vado Ligure;
- e) l'Autorità di sistema Portuale del mar Ligure Occidentale, in qualità di soggetto attuatore, in data 11 luglio 2017 ha inviato il Piano d'investimento per gli immobili di Vado Gheia - D.M. 108/2014, la valutazione dei costi degli stessi e il Decreto del MEF di autorizzazione della fattibilità finanziaria, quale proposta di PRIS elaborata ai sensi dell'art. 4, comma 1, della citata l.r. n. 39/2007 e s. m. e i., atti conservati presso il Settore regionale Infrastrutture.

CONSIDERATO che l'intervento di realizzazione della "Piattaforma Maersk in Comune di Vado Ligure - località Gheia" rientra nel campo di applicazione della legge regionale n. 39/2007, in quanto, in base alla sopracitata proposta di PRIS dell'Autorità di sistema Portuale del mar Ligure Occidentale, il progetto definitivo sopramenzionato prevede l'acquisizione dei seguenti immobili di seguito riportati, come indicati nel prospetto dell'Autorità Portuale, depositato presso il Settore Infrastrutture:

RIEPILOGO FABBRICATI INTERFERITI DALLE OPERE CONNESSE ALLA REALIZZAZIONE DELLA PIATTAFORMA MAERSKPER PRIS

Foglio	Map	Sub	Cat.	Consistenza	Via	N.	Piano Interno		Proprietario/i
31	65	C/2		30 mq	Trieste	1	T		Comune di Vado Ligure
1		A/3		6 vani	Trieste	9/11	T	1	
2		A/3		5,5 vani	Trieste	1	1	1	RADO Augusto
3		A/3		6 vani	Trieste	11	2	3	ROSSI Isolina
31	67	A/3		6 vani	Trieste	7	T-1		MAIOCCO Giovanni / PATRICELLI Marina
31	68	A/5		3,5 vani	Trieste	5	T		ROSSI Biancamaria / ROSSI Giuseppe
1	7	C/1		32 mq	Aurelia	258	T		NICOLINI Giovanni
2		C/2		15 mq	Trieste	3	T		NICOLINI Giovanni
3		C/6		15 mq	Trieste	5	T		NICOLINI Giovanni
31	70	6/8	C/1	15 mq	Trieste	1	T		NICOLINI Giovanni
3		A/4		5,5 vani	Trieste	1	T		ROSSI Angelo
4		A/4		5,5 vani	Trieste	1R	2		RADO Augusto
5		C/1		28 mq	Aurelia	260	T		RADO Augusto
1		A/4		5 vani	Aurelia	262	1	1	A.R.T.E. DI SAVONA
2		A/4		5 vani	Aurelia	262	1	2	GARBASSO Marcello - STARA Marianna
3		A/4		5,5 vani	Aurelia	262	2	3	ESPOSITO Carla - ESPOSITO Sonia - SBOTO

4	A/4	5 vani	Aurelia	264	2	4	LUSCHI Franco - LUSCHI Livia
5	A/4	5 vani	Aurelia	262	3	5	FORNACE Mario - FORNACE Paolina - FORNACE Simone - FORNACE Valerio
6	A/4	5 vani	Aurelia	262	2	6	BERRUTI Mauro - COGI Franca
7	A/4	5 vani	Aurelia	262	4	7	NARICE Rosa
8	A/4	5 vani	Aurelia	262	4	8	VERARDO Gabriella
9	A/4	5 vani	Aurelia	264	1	1	CIARLO Andreina - ILLARCIO Elvira - ILLARCIO Stefano - ILLARCIO Vittorio - MINETTO Aida
10	A/4	3,5 vani	Aurelia	264	1	2	ESPOSITO Giancarlo
11	A/4	6 vani	Aurelia	264	1	3	GEIDO Franco
12	A/4	6 vani	Aurelia	264	1S-2	4	MICHELI Daniele
13	A/4	3,5 vani	Aurelia	264	2	5	BRANDO Rosa - CAFFERINI Roberto - CAFFERINI Tiziana - CAFFERINI Vincenza
14	A/4	5 vani	Aurelia	264	2	6	CAMOIRANO Guido - FOSSARELLO Adele
15	A/4	6 vani	Aurelia	264	3	7	SALTARELLI Umberto - ZAMBONI Stefania 31 71
16	A/4	3,5 vani	Aurelia	264	3	8	A.R.T.E. DI SAVONA
17	A/4	5 vani	Aurelia	264	2	9	CAPRA Carla - ORSI Patrick
18	A/4	6 vani	Aurelia	92A	4	10	RULFI Gioconda
19	A/4	3,5 vani	Aurelia	264	4	11	FACCIN Barbara
20	A/4	5,5 vani	Aurelia	264	1S-4	12	DEVALLE Celso - VISDOMINI Emma
31	429	C/2	16 mq	Trieste	13	T	ROSSI Isolina

DATO ATTO CHE

- rispetto alle indicazioni catastali degli indirizzi in precedenza riportati - desunti dal soggetto attuatore, a livello cartografico e dai registri catastali - potrebbero risultare errori e/o imprecisioni che saranno comunque verificati e, se del caso, corretti nel corso della definizione della procedura per l'approvazione del PRIS;
- analogamente potranno intervenire integrazioni alla situazione di fatto rilevata, senza che ciò determini l'esigenza di assunzione di una ulteriore deliberazione, in quanto la presente deliberazione, ai fini dell'attivazione del PRIS, ha validità per l'intera operazione ricadente nel territorio del Comune di Vado Ligure;
- negli immobili da acquisire risulta insediata anche un'attività economica, come riportato nel elenco in precedenza menzionato.

RILEVATO CHE i contenuti del suddetto P.R.I.S. non comportano oneri economico-finanziari a carico del bilancio della Regione Liguria;

RITENUTO, pertanto, che sussistano i presupposti e le condizioni per dar corso all'attivazione della procedura del PRIS, atta all'acquisizione degli immobili in precedenza individuati nel sopramenzionato prospetto, finalizzato alla delocalizzazione dei soggetti interferiti dalle opere di realizzazione della piattaforma multipurpose Maersk nel bacino di Vado Ligure, in applicazione delle disposizioni contenute nell'art. 6 della citata legge regionale 39/2007 e s. m. e i. volte ad assicurare la tutela dei soggetti interessati da interventi di riconversione degli immobili interferiti dalla realizzazione di opere infrastrutturali con conseguente istituzione del Comitato di Coordinamento Regionale del PRIS per le "Opere di realizzazione della piattaforma multipurpose Maersk nel bacino di Vado Ligure - Località Gheia" con funzioni di coordinamento e d'indirizzo, composto per quanto concerne la Regione Liguria, dai seguenti rappresentanti:

Rappresentanti Regionali:

- Arch. Marco Cassin, Vice Direttore Infrastrutture e Trasporti, o suo delegato, in qualità di presidente;
- D.ssa Olga Babini, Referente Comitato PRIS, Staff della Vice Direzione Infrastrutture e Trasporti;
- D.ssa Laura Mussi, Dirigente, Settore Affari giuridici Vice Direzione Infrastrutture e Trasporti.

Su proposta dell'Assessore ai Lavori pubblici, Infrastrutture e viabilità, Ambiente e Tutela del Territorio, Ecosistema costiero, Ciclo delle Acque e dei Rifiuti, Protezione Civile, Difesa del Suolo

DELIBERA

per tutto quanto in premessa specificato e che si intende integralmente richiamato di:

1. promuovere ai sensi dell'art. 5 della legge regionale n. 39/2007 e s. m. e i., la procedura dell'Accordo di Programma per la definizione del P.R.I.S., ad oggetto "Opere di realizzazione della piattaforma multipurpose Maersk nel bacino di Vado Ligure - Località Gheia", volta all'acquisizione degli immobili siti nel Comune di Vado Ligure, al fine di attuare le garanzie di tutela sociale nei confronti dei soggetti interessati;
2. di istituire il Comitato di Coordinamento Regionale del "PRIS della piattaforma multipurpose Maersk di Vado Ligure - località Gheia", che risulta dunque composta dai seguenti membri:

Rappresentanti Regionali:

- Arch. Marco Cassin, Vice Direttore Infrastrutture e Trasporti, o suo delegato, in qualità di presidente;
- D.ssa Olga Babini, Referente Comitato PRIS, Staff della Vice Direzione Infrastrutture e Trasporti;
- D.ssa Laura Mussi, Dirigente, Settore Affari giuridici o suo delegato;

3. di nominare i componenti esterni permanenti del Comitato di coordinamento, nominati su proposta degli Enti stessi, come di seguito indicato:

Rappresentanti esterni:

AUTORITA' PORTUALE DI SAVONA:

- Avv. Erika Podestà, in rappresentanza del soggetto attuatore, nominata con nota Prot. n. 6057, del 5 luglio 2017;

C.C.I.A.A. RIVIERE DI LIGURIA:

- Segretario Generale dott. Stefano Senese, o suo delegato;

COMUNE di VADO LIGURE:

- Geom. Ennio Rossi, Assessore all'Urbanistica, nominato con nota Prot. n. 25284 del 4 dicembre 2015;
- Arch. Alessandro Veronese, Responsabile settore Tecnico Urbanistica e gestione del territorio, nominato con nota Prot. n. 25284 del 4 dicembre 2015.

Il presente atto sarà pubblicato sul sito web regionale e nel Bollettino Ufficiale della Regione Liguria.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 608

Approvazione "Linee di indirizzi" in materia di svolgimento di procedure di gara per la realizzazione di opere e lavori connessi al dissesto idrogeologico.

LA GIUNTA REGIONALE

Premesso che:

- nell'ambito dell'articolato processo di integrazione europea del diritto interno degli appalti l'Unione Europea ha inteso ridisciplinare la materia attraverso le Direttive n. 2014/24/UE sugli appalti pubblici, che abroga la direttiva 2004/18/CE, n. 2014/25/UE sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali che abroga la direttiva 2004/17/CE e n. 2014/23/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione;
- le predette Direttive pongono un'attenzione specifica al tema della tutela sociale e del lavoro ed in particolare il considerando n. 2 della direttiva n. 2014/24/UE chiarisce che gli appalti pubblici sono il mezzo per una "crescita intelligente, sostenibile e inclusiva" che deve tendere anche al "conseguimento di obiettivi condivisi a valenza sociale" mentre il considerando n. 36 della medesima direttiva statuisce che "lavoro e occupazione contribuiscono all'integrazione nella società e sono elementi chiave per garantire pari opportunità a tutti";
- la Legge delega n. 11/2016 ha dettato, tra l'altro, criteri direttivi focalizzati sulla valorizzazione di esigenze sociali di promozione della stabilità occupazionale, sull'impiego di manodopera preferibilmente locale, sul favor nei confronti delle micro, piccole e medie imprese quanto all'accesso alle procedure di affidamento di contratti pubblici (lett. ddd), fff), ggg), iii) della L. n. 11/2016);
- il nuovo Codice dei Contratti pubblici, di cui al Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50, come modificato dal D.Lgs. 19 aprile 2017, n. 56, ha recepito la normativa comunitaria ed in particolare all'art. 50 ha statuito che: "Per gli affidamenti dei contratti di concessione e di appalto di lavori e servizi diversi da quelli aventi natura intellettuale, con particolare riguardo a quelli relativi a contratti ad alta intensità di manodopera, i bandi di gara, gli avvisi e gli inviti possono inserire, nel rispetto dei principi dell'Unione europea, specifiche clausole sociali volte a promuovere la stabilità occupazionale del personale impiegato,

prevedendo l'applicazione da parte dell'aggiudicatario dei contratti collettivi di settore di cui all'articolo 51 del decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81. I servizi ad alta intensità di manodopera sono quelli nei quali il costo della manodopera è pari almeno al 50 per cento dell'importo totale del contratto”;

- il Consiglio di Stato nel parere 30 marzo 2017, n. 782 ha, tra l'altro, puntualizzato che “l'intervento normativo proposto risulta conforme alla delega e alle direttive” e che “L'obbligo di inserimento delle clausole sociali nei bandi” è “apprezzabile nella misura in cui attua alcune fondamentali direttrici delle Direttive 2014/24”, quali quella della crescita inclusiva;

Dato atto che la Regione Liguria ha ritenuto il tema di cui sopra meritevole di approfondimento con le parti sociali, i rappresentanti di categoria ed i rappresentanti degli ordini professionali;

Vista la D.G.R. n. 1258 in data 30/12/2016 la quale, tra l'altro, ha disposto “di istituire un Tavolo di confronto tecnico con gli Organismi rappresentativi delle imprese operanti sul territorio ligure e con le Organizzazioni sindacali al fine di addivenire alla stesura di un Protocollo di Intesa in materia di contratti pubblici, che assicuri forme di collaborazione tra le parti coinvolte nei processi di affidamento e di gestione dei contratti stessi nell'ambito di una più generale attività di regia della Regione in relazione ad una visione organica e strategica degli appalti pubblici”;

Preso atto che le Organismi rappresentativi delle imprese operanti sul territorio ligure, le Organizzazioni sindacali, i rappresentanti degli Ordini professionali interessati per materia hanno partecipato a numerose riunioni dell'apposito Tavolo tecnico coordinato dalla Direzione Centrale Organizzazione che ha prodotto l'allegato documento di “Linee di indirizzi” in materia di svolgimento di procedure di gara per la realizzazione di opere e lavori connessi al dissesto idrogeologico;

Preso atto che il citato documento “Linee di indirizzi” in materia di svolgimento di procedure di gara per la realizzazione di opere e lavori connessi al dissesto idrogeologico è stato sottoscritto dalle Parti in data 3/07/2017 alla presenza dell'Assessore alle Infrastrutture, Ambiente e Difesa del suolo in considerazione della presenza di tutte le parti solo in tale data;

Visto l'allegato documento “Linee di indirizzi” in materia di svolgimento di procedure di gara per la realizzazione di opere e lavori connessi al dissesto idrogeologico i cui contenuti sono qui richiamati quali parti integrante e sostanziali del presente atto, documento ritenuto idoneo quale strumento di regia della Regione in relazione ad una visione organica, unitaria e strategica degli appalti de quo;

Richiamato l'art. 4 del Codice dei Contratti pubblici il quale dispone: “L'affidamento dei contratti pubblici aventi ad oggetto lavori, servizi e forniture, dei contratti attivi, esclusi, in tutto o in parte, dall'ambito di applicazione oggettiva del presente codice, avviene nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, parità di trattamento, trasparenza, proporzionalità, pubblicità, tutela dell'ambiente ed efficienza energetica”;

Su proposta del Presidente e dell'Assessore alle Infrastrutture, Ambiente e Difesa del suolo

DELIBERA

Per le motivazioni in premessa indicate e che si intendono qui espressamente richiamate:

- 1) di approvare l'allegato documento “Linee di indirizzi” in materia di svolgimento di procedure di gara per la realizzazione di opere e lavori connessi al dissesto idrogeologico i cui contenuti sono qui ri-

chiamati quali parti integrante e sostanziali del presente atto nel testo sottoscritto dall'Assessore alle Infrastrutture, Ambiente e Difesa Suolo in data 3/7/2017;

- 2) di disporre la trasmissione della presente Deliberazione alle Stazioni Appaltanti facenti funzionalmente capo alla Stazione Unica Appaltante Regionale affinché ne recepiscano le indicazioni, pur nell'autonomia di ciascun Responsabile Unico del Procedimento di cui all'art. 31 del D. Lgs. n. 50/2016 e delle Linee guida ANAC n. 3 approvate con delibera 1096 del 26 ottobre 2016;
- 3) di disporre che le Amministrazioni beneficiarie dei contributi per la prevenzione e la sistemazione del dissesto idrogeologico si avvalgano della S.U.A.R. ovvero della sue articolazioni funzionali per lo svolgimento delle relative gare d'appalto;
- 4) di disporre che i Comuni capoluogo che dispongano di una propria Stazione Appaltante e risultino beneficiarie dei contributi per la prevenzione e la sistemazione del dissesto idrogeologico si impegnino al rispetto di quanto contenuto nell'allegato documento;
- 5) di disporre la pubblicazione della presente Deliberazione sul B.U.R.L.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

(allegato omesso)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 614

L.r. n. 33/2002 e ss.mm.ii.: attività di animazione economica da effettuarsi nell'ambito dei distretti industriali. Approvazione schema di atto aggiuntivo alla Convenzione con F.I.L.S.E. S.p.A. del 26.10.2016.

LA GIUNTA REGIONALE

omissis

DELIBERA

per le motivazioni riportate in premessa, che qui si intendono integralmente riportate:

- di approvare lo schema di atto aggiuntivo alla Convenzione sottoscritta in data 26 ottobre 2016 con la società F.I.L.S.E. S.p.A. allegato al presente provvedimento - di cui costituisce parte integrante e sostanziale - contenente i differimenti dei termini esposti in premessa, nonché la proroga della validità della Convenzione stessa fino al 31 dicembre 2018;

- di dare atto che la sottoscrizione dell'atto aggiuntivo di cui sopra non modifica l'entità del compenso a suo tempo riconosciuto alla società F.I.L.S.E. dalla Convenzione sottoscritta in data 26 ottobre 2016 per l'espletamento delle attività di cui trattasi;
- di dare mandato all'Assessore allo Sviluppo Economico, Industria, Commercio, Artigianato, Ricerca e Innovazione tecnologica, Energia, Porti e Logistica, Edoardo Rixi, di procedere alla stipula dell'atto aggiuntivo di cui sopra;
- di pubblicare il presente provvedimento per estratto sul Bollettino Ufficiale della Regione Liguria, nonché sul sito web dell'Amministrazione regionale.

Avverso il presente provvedimento è possibile proporre ricorso giurisdizionale al Tar, entro sessanta giorni, o, alternativamente, ricorso amministrativo straordinario al Presidente della Repubblica, entro centoventi giorni dalla notifica o pubblicazione dello stesso.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

(segue allegato)

ATTO AGGIUNTIVO ALLA CONVENZIONE DEL 26 OTTOBRE 2016 TRA LA REGIONE LIGURIA E LA FINANZIARIA LIGURE PER LO SVILUPPO ECONOMICO – F.I.L.S.E. S.p.A. – PER LA GESTIONE DEL FONDO DI CUI ALL’ARTICOLO 4, COMMA 2, DELLA LEGGE REGIONALE N. 33 DEL 13 AGOSTO 2002, E SS.MM.II..

L’anno, addì..... del mese di, in Genova,

TRA

la Regione Liguria con sede in Genova, Via Fieschi 15 (Codice Fiscale 00849050109), di seguito per brevità denominata semplicemente Regione, nella persona dell’Assessore allo Sviluppo Economico, Industria, Commercio, Artigianato, Ricerca e Innovazione tecnologica, Energia, Porti e Logistica, Edoardo Rixi, nato a _____, (____) il _____, domiciliato ai sensi e per gli effetti del presente atto in Genova, Via Fieschi, 15

E

la Finanziaria Ligure per lo Sviluppo Economico F.I.L.S.E. S.p.A. (Codice Fiscale n. 00616030102), di seguito per brevità denominata semplicemente F.I.L.S.E., nella persona del Presidente pro -tempore, _____, nato a _____, (____) il _____, domiciliato, ai sensi e per gli effetti del presente atto, in Genova, Via Peschiera 16;

PREMESSO CHE:

1. la legge regionale 13 agosto 2002, n. 33, recante “Interventi da realizzarsi nell’ambito dei sistemi produttivi locali e dei distretti industriali, delle filiere produttive, dei meta distretti, delle reti e delle aggregazioni d’impresa” ha previsto, tra l’altro - all’articolo 4, comma 2 - la costituzione di un fondo destinato alla società F.I.L.S.E. S.p.A. per le attività dirette a effettuare animazione economica, anche in collaborazione con le associazioni di categoria, a supporto delle attività di distretto mediante anche azioni mirate di accompagnamento e supporto alle aziende;
2. con deliberazione della Giunta regionale n. 837 del 20 settembre 2016, è stato approvato lo schema di Convenzione finalizzato a regolare i rapporti tra la Regione Liguria e F.I.L.S.E. S.p.A. nello svolgimento di attività di animazione economica concernenti la promozione e lo sviluppo delle filiere nell’ambito delle produzioni della plastica, a norma dell’articolo 4, comma 2, della legge regionale n. 33/2002 e ss.mm.ii.;
3. la Convenzione di cui trattasi è stata sottoscritta tra le parti in data 26 ottobre 2016;
4. la succitata Convenzione ha previsto:
 - all’articolo 1, la validità della stessa fino al 31 dicembre 2017;
 - all’articolo 2, comma 1, l’ultimazione delle previste attività di animazione economica entro il 31 marzo 2017;
 - all’articolo 5, l’impegno – da parte di F.I.L.S.E. – a redigere e trasmettere a Regione, entro il 30 giugno 2017, il rendiconto finale del fondo;
5. con nota prot. n. 2349/2017 F.I.L.S.E. ha chiesto l’autorizzazione a differire al 15 novembre 2017 il termine fissato per l’ultimazione delle previste attività di animazione economica entro il 31 marzo 2017, con impegno a trasmettere a Regione Liguria il rendiconto finale del fondo entro il 31 dicembre 2017, precisando che:
 - il differimento dei termini si rende necessario per lo sviluppo delle attività di interlocuzione, promozione ed incontri con le imprese in considerazione dello stato di avanzamento delle attività e delle prospettive di sviluppo della fiera delle bioplastiche, anche in coordinamento con la riorganizzazione in essere dei poli tecnologici liguri di riferimento e l’attuazione delle misure a supporto delle piattaforme infrastrutture di ricerca;
 - tale slittamento non comporta, per l’Amministrazione regionale, oneri aggiuntivi rispetto ai compensi a suo tempo stabiliti dalla Convenzione;
6. la Giunta regionale, con deliberazione n. _____ del _____, ha approvato lo schema di atto aggiuntivo alla Convenzione del 26 ottobre 2017 con la società F.I.L.S.E. contenente il differimento dei termini sopra indicati, nonché la proroga della validità della stessa fino al 31 dicembre 2018, dando atto

che la sottoscrizione del presente Atto aggiuntivo non modifica l'entità del compenso a suo tempo riconosciuto alla società F.I.L.S.E. dalla Convenzione per l'espletamento delle attività previste. Tutto ciò premesso, risulta necessario modificare la Convenzione in essere con la società F.I.L.S.E. come più sotto specificato e, conseguentemente, tra le costituite parti:

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE:

ARTICOLO 1

Le premesse e gli atti in esse citati costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Atto.

ARTICOLO 2

La validità della Convenzione sottoscritta in data 26 ottobre 2016 è prorogata al **31 dicembre 2018**.

ARTICOLO 3

1. Il termine per l'ultimazione delle attività previste dall'articolo 2, comma 1, della Convenzione sottoscritta in data 26 ottobre 2016 è differito al **15 novembre 2017**.
2. Il termine per la trasmissione, da parte di F.I.L.S.E. a Regione, del rendiconto finale del fondo è differito al **31 dicembre 2017**.

ARTICOLO 4

La sottoscrizione del presente Atto aggiuntivo non modifica l'entità del compenso a suo tempo riconosciuto a F.I.L.S.E. per l'espletamento delle attività previste dalla Convenzione del 26 ottobre 2016. La liquidazione del saldo dovuto verrà disposta a norma dell'articolo 4, comma 2, della Convenzione sottoscritta in data 26 ottobre 2016.

ARTICOLO 5

In quanto compatibili e non derogate dal presente Atto, si applicano le disposizioni di cui alla Convenzione citata in premessa.

ARTICOLO 6

Il presente Atto viene steso in due originali in carta semplice, debitamente bollati fin dall'origine a cura e spese di F.I.L.S.E. S.p.A..

Letto, approvato e sottoscritto.

REGIONE LIGURIA

L'Assessore allo Sviluppo Economico, Industria,
Commercio, Artigianato, Ricerca e Innovazione
tecnologica, Energia, Porti e Logistica
(Edoardo Rixi)

**FINANZIARIA LIGURE PER LO SVILUPPO
ECONOMICO – F.I.L.S.E. S.P.A.**

IL Presidente

(_____)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 618

Approvazione schema di convenzione tra Regione Liguria e Comune di Savona per la riqualificazione dell'area waterfront di Savona. Intervento di recupero e riuso di Villa Zanelli (impegno Euro 5.000.000,00 - anno 2017).

LA GIUNTA REGIONALE

omissis

DELIBERA

per le motivazioni specificate in premessa:

1. di approvare lo schema di convenzione tra la Regione Liguria e il Comune di Savona nel testo allegato sub A alla presente deliberazione quale sua parte integrante e sostanziale;
2. di dare mandato al Presidente della Giunta Regionale, o suo delegato, alla sottoscrizione, con le modalità di cui all'art. 15, comma 2 bis, della Legge 241/1990 e s.m.i., della Convenzione di cui al punto precedente, autorizzandolo ad apportare al ridetto testo quelle modifiche non sostanziali che si rendessero necessarie;
3. di autorizzare la spesa per un importo complessivo di Euro 5.000.000,00 (diconsi Euro cinquemilioni);
4. di impegnare ai sensi dell'art. 56 del D.Lgs. 23/06/2011, n° 118 e ss. mm. e ii. la somma di Euro 5.000.000,00 con imputazione al capitolo U0000001114 "Trasferimenti ad amministrazioni locali per la riqualificazione dell'area waterfront della città di Savona a valere sul fondo strategico regionale" (miss./progr. 8/01) del bilancio di previsione per gli anni finanziari 2017 - 2019, con imputazione all'esercizio 2017 (scadenza 31/12/2017), a favore dell'Amministrazione comunale di Savona - C.F. 00175270099;
5. di dare atto che alla liquidazione della spesa sopra impegnata si provvederà, ai sensi dell'art. 57 del D.Lgs. 23/06/2011, n° 118 e ss.mm. e ii. e del punto 6.1 dell'allegato 4/2 del medesimo D.Lgs., nei modi e nei termini stabiliti nell'art. 3 dello schema di convenzione allegato quale parte integrante e sostanziale del presente atto;
6. di attestare che è stato assolto il debito informativo di cui all'art. 16 L.R. n. 2/2006;
7. di dare atto che il contributo suindicato non è soggetto a ritenuta d'acconto ai sensi dell'art. 28 del D.P.R. 600/73;
8. di disporre la pubblicazione per estratto del presente provvedimento sul BURL .

Avverso il presente provvedimento è possibile proporre ricorso giurisdizionale al Tribunale Amministrativo Regionale entro 60 giorni o, alternativamente, ricorso amministrativo straordinario al Presidente della Repubblica entro 120 giorni dalla notifica, comunicazione o pubblicazione dello stesso.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

(segue allegato)

REGIONE LIGURIA

SCHEMA DI CONVENZIONE PER LA RIQUALIFICAZIONE DELL'AREA WATERFRONT DI SAVONA RELATIVAMENTE ALLA PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DELL'INTERVENTO DI RECUPERO E DI RIUSO DI VILLA ZANELLI.

L'anno 2017, il giorno _____ del mese di _____
nella sede della Regione Liguria, in Piazza De Ferrari, 1 – GENOVA

TRA

La Regione Liguria di seguito indicata Regione CF: 00849050109 rappresentata dal Presidente Giovanni Toti domiciliato presso la sede dell'Ente, autorizzato alla firma della presente convenzione come da D.G.R. n. _____ del _____

E

Il Comune di Savona CF:00175270099 Rappresentato dal Sindaco, Dott.ssa Ilaria Caprioglio, domiciliata presso la sede del Comune, la quale interviene nella sua qualità di rappresentante legale a norma di

PREMESSO CHE:

- la Legge 28.12.2015 n. 208 al comma 974 istituisce per l'anno 2016 il Programma Straordinario di Intervento per la Riqualificazione Urbana e la sicurezza delle periferie delle città metropolitane e dei Comuni capoluogo di provincia, finalizzato alla realizzazione di interventi urgenti per la rigenerazione delle aree urbane degradate;
- con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, con il Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti e con il Ministro dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo emesso in data 25.5.2016 e pubblicato in data 1.6.2016 è stato approvato il bando con il quale sono stati definiti le modalità e le procedure di presentazione dei progetti;
- con D.G.C. n. 116 del 12.7.2016 il Comune di Savona ha deliberato di partecipare al Bando di cui sopra per la "Riqualificazione del quartiere periferico del fronte mare di ponente della città di Savona";
- con D.G.C. n. 145 del 26 agosto 2016 il Comune di Savona ha approvato il progetto di "Riqualificazione del quartiere periferico del fronte mare di ponente della città di Savona" per cui è stato sottoscritto un protocollo d'intesa con A.R.T.E. Genova, in seguito denominata semplicemente A.R.T.E., quale soggetto attuatore dell'intervento, per la collaborazione ai fini dell'attuazione dello stesso;
- con D.G.R. n. 34/2016, in attuazione della L.R. n. 1/2016 "Legge sulla Crescita", è stato istituito il Fondo Strategico regionale destinato a interventi di supporto finanziario a favore di imprese e investimenti infrastrutturali;
- con D.G.R. n. 165 del 3.3.2017 la Giunta Regionale, nell'ambito del suddetto fondo strategico ha destinato l'importo di € 18,8M ad interventi infrastrutturali ed ha ritenuto

prioritario, tra gli altri, l'intervento di riqualificazione dell'area waterfront di Savona ed in particolare la progettazione e realizzazione degli interventi di recupero e riuso di Villa Zanelli con l'attribuzione a tali finalità dell'importo di € 5 milioni ;

- con nota prot. n. 107878 del 10.3.2017 il Presidente della Giunta Regionale, nel comunicare l'avvenuta approvazione della D.G.R. n. 165/2017, ha richiesto al Comune di Savona di confermare l'accettazione del finanziamento sopra citato di € 5 milioni, con l'obbligo della progressiva restituzione del medesimo importo nel momento in cui perverranno le quote di finanziamento statale, secondo le modalità indicate nel Bando citato in premessa le cui modalità di erogazione e restituzione saranno meglio definite con apposita convenzione;
- con nota prot. n. 19880 del 20.3.2017 il Comune di Savona ha comunicato l'accettazione del finanziamento regionale secondo quanto indicato nella nota del Presidente della Regione Liguria;

DATO ATTO che:

ad esito della favorevole valutazione del Programma straordinario di intervento per la riqualificazione urbana e la sicurezza delle periferie e la conseguente concessione del finanziamento per il progetto complessivo denominato "Riqualificazione del quartiere periferico del fronte mare di ponente della Città di Savona" il Comune di Savona, come previsto dal protocollo di intesa approvato con D.G.C. n. 145 del 26 agosto 2016, si dovrà impegnare a:

- garantire l'attuazione della progettazione e realizzazione dell'intervento di recupero e riuso di Villa Zanelli attraverso specifici accordi con la proprietà (A.R.T.E.);
- coordinare e sviluppare tutte le iniziative e le attività amministrative necessarie alla realizzazione dell'intervento in oggetto;
- mettere a disposizione di A.R.T.E., soggetto attuatore dell'intervento, tramite idonea convenzione atta a regolamentarne le modalità, il finanziamento concesso per l'attuazione dello stesso;
- coordinare le iniziative sia in fase di progettazione che di attuazione;
- monitorare i risultati rispetto agli obiettivi fissati e ai tempi di realizzazione ;
- verificare l'osservanza da parte di A.R.T.E. delle disposizioni in materia di affidamento di contratti pubblici previste dal D. lgs. n. 50/2016 e s.m. e i. ed il rispetto del cronoprogramma previsto dal progetto.

CONSIDERATO che:

- il sopra citato D.P.C.M. prevede in particolare:
- all'art. 3 l'istituzione di un sistema informativo di monitoraggio e di verifica sull'esecuzione degli interventi, con particolare riferimento alle fasi ed ai tempi di attuazione ed ai criteri di monitoraggio del progetto, la cui implementazione costituisce un presupposto per il finanziamento;
- all'art. 5 le seguenti modalità di erogazione del finanziamento:
 - erogazione di una quota non superiore al 20% del finanziamento in esito alla verifica dell'approvazione del progetto definitivo o esecutivo dell'intervento e del rilascio da parte delle autorità competenti di tutte le autorizzazioni e/o nullaosta necessari;
 - erogazione di una quota pari al 30% al raggiungimento dello stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 40% del progetto;
 - erogazione di una quota pari al 30% al raggiungimento dello stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 70% del progetto;
 - erogazione di una quota pari al 15% al raggiungimento dello stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 100% del progetto;
 - erogazione della restante quota del 5% alla conclusione nel rispetto del cronoprogramma di tutti gli interventi realizzati;

RITENUTO che nel presupposto dell'ammissione al finanziamento del Programma sopra citato, come evidenziato dal Presidente della Giunta della Regione Liguria, si rende necessario definire le modalità di progressiva erogazione del finanziamento regionale e di restituzione dello stesso

affinché il Comune di Savona possa tempestivamente dar corso all'affidamento delle attività programmate nelle more della conclusione delle procedure di assegnazione dei fondi statali.

Tutto ciò premesso, si conviene e si stipula quanto segue:

Art.1 Premesse

1. Le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale della presente Convenzione.

Art.2 Oggetto della convenzione

1. La presente Convenzione disciplina i rapporti tra la Regione Liguria e il Comune di Savona necessarie alla gestione delle modalità di progressiva erogazione del finanziamento regionale per la progettazione e la realizzazione dell'intervento di recupero e riuso di Villa Zanelli e di restituzione dello stesso, esclusivamente nel momento in cui verranno erogate dallo Stato le quote di finanziamento con le modalità indicate nel relativo bando, senza oneri aggiuntivi per il Comune di Savona;

Art.3 Modalità di erogazione e restituzione del contributo

1. La Regione, al fine di assicurare l'attuazione dell'intervento, provvede a:
 - anticipare, alla sottoscrizione della presente convenzione, una quota non superiore al 10% del finanziamento regionale a valere sul Fondo Strategico, per la predisposizione della progettazione dell'intervento;
 - erogare, previa richiesta formulata dal Comune di Savona:
 - una quota pari al 30% del finanziamento regionale al fine di consentire lo svolgimento delle procedure di gara, previa verifica del rispetto delle tempistiche indicate nel cronoprogramma di cui all'art. 5;
 - una quota pari al 40% del finanziamento regionale allo stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 40% del progetto previa verifica del rispetto delle tempistiche indicate nel cronoprogramma di cui all'art. 5;
 - una quota pari al 15% del finanziamento regionale al raggiungimento dello stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 70% del progetto previa verifica del rispetto delle tempistiche indicate nel cronoprogramma di cui all'art. 5;
 - una quota pari al 5% del finanziamento regionale al raggiungimento dello stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 100% del progetto previa verifica del rispetto delle tempistiche indicate nel cronoprogramma di cui all'art. 5;
2. Il Comune, al fine di assicurare il regolare svolgimento del procedimento, provvede a restituire alla Regione Liguria:
 - l'anticipazione della quota non superiore al 10% del finanziamento regionale erogata per la predisposizione della progettazione dell'intervento al ricevimento dell'importo del 20% del finanziamento statale per l'attività di progettazione;
 - la quota pari al 30% del finanziamento regionale erogata al fine di consentire lo svolgimento delle procedure di gara al raggiungimento dello stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 40% del progetto;
 - la quota pari al 40% del finanziamento regionale all'avvenuto ricevimento della quota statale prevista per lo stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 70% del progetto;
 - la quota pari al 15% del finanziamento regionale all'avvenuto ricevimento della quota statale prevista per lo stato di avanzamento dei lavori e dei servizi pari al 100% del progetto;
 - la quota pari al 5% del finanziamento regionale alla definitiva erogazione del saldo da parte dello Stato;

3. La restituzione dell'anticipazione finanziaria deve avvenire entro e non oltre 60 giorni dalla data dell'avvenuta erogazione del finanziamento statale; in caso di ritardata restituzione delle somme erogate le stesse saranno gravate degli interessi legali decorrenti dalla data di scadenza per la restituzione. Il Comune di Savona ha facoltà, con istanza motivata, di richiedere un diverso termine di restituzione delle somme erogate.

Art. 4
Compiti del Comune di Savona

1. Il Comune, al fine di assicurare il regolare svolgimento del procedimento, provvede a:

- garantire l'attuazione della progettazione e realizzazione dell'intervento di recupero e riuso di Villa Zanelli attraverso specifici accordi con la proprietà (A.R.T.E.);
- coordinare e sviluppare tutte le iniziative e le attività amministrative necessarie alla realizzazione dell'intervento in oggetto;
- mettere a disposizione di A.R.T.E., soggetto attuatore dell'intervento, tramite idonea convenzione atta a regolamentarne le modalità, il finanziamento concesso per l'attuazione dello stesso;
- coordinare le iniziative sia in fase di progettazione che di attuazione;
- monitorare i risultati rispetto agli obiettivi fissati e ai tempi di realizzazione ;
- verificare l'osservanza da parte di A.R.T.E. delle disposizioni in materia di affidamento di contratti pubblici previste dal D. lgs. n. 50/2016 ed il rispetto del cronoprogramma previsto dal progetto.

Art.5
Cronoprogramma

Lotto 3 - Villa Zanelli	2018												2019												2020											
	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	luglio	agosto	settembre	ottobre	novembre	dicembre							
stipula																																				
convenzione																																				
progettazione definitiva																																				
approvazione progetto definitivo																																				
progettazione esecutiva																																				
verifica/validazione progetto																																				
gara - ag.ne																																				
stipula contratto																																				
realizzazione opere																																				
collaudo																																				

1. La presente Convenzione avrà la durata di 30 mesi, con efficacia a decorrere dalla data di sottoscrizione della stessa.

Letto, confermato e sottoscritto digitalmente

Savona _____

Regione Liguria _____

Comune di Savona _____

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 21/07/2017 N. 621

Approvazione della proposta di Progetto di riconversione e riqualificazione industriale dell'area di crisi complessa del savonese (D.M. 31 gennaio 2013, attuativo dell'art. 27, comma 8, del decreto-legge 22 giugno 2012 n. 83).

LA GIUNTA REGIONALE

omissis

DELIBERA

- di approvare la proposta di Progetto di Riconversione e Riqualificazione Industriale dell'area di crisi complessa del savonese, allegata al presente provvedimento quale sua parte integrante e sostanziale (Allegato A);
- di dare atto che l'approvazione del Progetto di Riconversione e Riqualificazione Industriale non comporta oneri a carico del bilancio regionale;
- di rendere noto il contenuto del presente atto, mediante:
 - pubblicazione di informativa sul sito internet della Regione Liguria;
 - pubblicazione, per estratto, della presente deliberazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Liguria.

Avverso il presente provvedimento è ammessa proposizione di ricorso giurisdizionale avanti il Tribunale Amministrativo della Liguria, secondo le modalità di cui alla legge 6.12.1971 n. 1034, ovvero ricorso straordinario al Capo dello Stato, a norma del Decreto del Presidente della Repubblica 24/11/1971, n.1199, rispettivamente entro 60 e 120 giorni dalla data di pubblicazione del presente provvedimento.

IL SEGRETARIO

Roberta Rossi

(allegato omesso)

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 04/08/2017 N. 677

PSR 2014/2020 - Bando per la presentazione delle domande di sostegno e pagamento a valere della sottomisura M03.01 "Sostegno ai regimi di qualità e di certificazione". importo euro 1.200.000,00.

LA GIUNTA REGIONALE

VISTO il regolamento (UE) n. 1303/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013

recante disposizioni comuni sul Fondo europeo di sviluppo regionale, sul Fondo sociale europeo, sul Fondo di coesione, sul Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale e sul Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca;

VISTO il regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17 dicembre 2013 sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR);

VISTI i regolamenti (UE) n. 1307/2013 e n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio del 17/12/2013;

VISTO il regolamento di esecuzione (UE) n. 808/2014 della Commissione del 17 luglio 2014 recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e in particolare le disposizioni in materia di informazione e pubblicità di cui all'art. 13 par. 2 e allegato III del regolamento medesimo;

VISTO il regolamento di esecuzione (UE) n. 809/2014 della Commissione del 17 luglio 2014 recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda il sistema integrato di gestione e di controllo, le misure di sviluppo rurale e la condizionalità;

VISTO il regolamento delegato (UE) n. 640/2014 che integra il regolamento (UE) n.1306/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio;

VISTO il decreto ministeriale n. 2490 del 25/01/2017 *“Disciplina del regime di condizionalità ai sensi del Reg. (UE) n. 1306/2013 e delle riduzioni ed esclusioni per inadempienze dei beneficiari dei pagamenti diretti e dei programmi di sviluppo rurale”* con particolare riferimento agli articoli 20, 23 e l'allegato n. 6;

VISTA la decisione di esecuzione della Commissione europea n. C(2015) 6870 del 6 ottobre 2015 che approva il Programma di Sviluppo Rurale della Regione Liguria (in seguito: PSR) ai fini della concessione di un sostegno da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale, modificata con decisione di esecuzione della Commissione europea n. C(2017) 1046 del 8/02/2017 ;

VISTA la deliberazione n. 33 del 27 ottobre 2015 con la quale il Consiglio regionale prende atto della stesura definitiva del PSR; VISTA la misura M03 “Schemi di qualità per i prodotti agricoli ed alimentari” del PSR ed in particolare la sottomisura M03.01 “Sostegno ai regimi di qualità e di certificazione”; PRESO ATTO che:

- il Comitato di Sorveglianza, nella seduta del 3/02/2016, ha esaminato, tra l'altro, i criteri di selezione della sottomisura M03.01, come previsto dall'art. 74 del Reg. (UE) n. 1305/2013;
- i criteri di selezione della sottomisura M03.01 pertanto possono essere adottati definitivamente;
- le domande di sostegno e di pagamento, compreso le fasi istruttorie, devono essere presentate e gestite tramite il Sistema Informativo Agricolo Nazionale (SIAN);

DATO ATTO che la gestione finanziaria di tutte le misure del PSR compresa la misura M03, è demandata in termini di competenza e di cassa, all'Agenzia per le erogazioni in Agricoltura (AGEA), e che pertanto il presente atto non comporta impegni finanziari a carico del bilancio regionale;

RITENUTO di individuare, ai sensi dell'art. 20 e dell'allegato n. 6 del citato DM N. 2490/2017, le fattispecie di violazione di impegni e i livelli di gravità, entità e durata per ciascuna violazione così come ai punti 12 e 14 di cui al Bando Allegato 1 al presente atto quale parte integrante e sostanziale;

SENTITA l'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA), Organismo Pagatore competente per il PSR Liguria;

DATO ATTO pertanto che si sono verificate le condizioni per avviare, tramite Bando, le procedure di presentazione delle domande di sostegno e di pagamento a valere sulla Sottomisura M03.01 del PSR per le focus area FA 3.a;

RITENUTO che una dotazione finanziaria complessiva di euro 1.200.000,00 sia a questo fine congrua, in quanto in linea con la programmazione finanziaria del PSR 2014-2020;

RICHIAMATE le proprie precedenti deliberazioni:

- DGR n. 1115 del 01/12/2016, con la quale sono stati definiti i criteri per l'ammissibilità delle spese nell'ambito del PSR;
- DGR n. 862 del 20/09/2016 avente per oggetto "*Disposizioni in materia di pubblicità e informazione sul sostegno da parte del FEASR - Fondo europeo per lo sviluppo rurale nell'ambito del Programma regionale di sviluppo 2014 - 2020*";

VISTO l'art. 6 della legge regionale 25 novembre 2009, n. 56 "*Norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*";

SU PROPOSTA dell'Assessore all'Agricoltura, Sviluppo dell'entroterra e delle zone rurali;

DELIBERA

per i motivi meglio precisati in premessa:

1. di autorizzare, l'avvio delle procedure per la presentazione delle domande di aiuto e di pagamento a valere sulla sottomisura M03.01 del PSR;
2. di approvare il bando con le disposizioni specifiche per la presentazione delle domande di cui sopra e delle relative istruttorie, come precisato nei documenti **allegati n. 1 e 2** al presente atto quale parte integrante e sostanziale;
3. di individuare, ai sensi del DM n. 2490 del 25 gennaio 2017, le fattispecie di violazione di impegni e i livelli di gravità, entità e durata per ciascuna violazione individuate per la misura M03.01 del PSR;
4. di porre a bando la somma complessiva di euro 1.200.000,00, considerata congrua in quanto in linea con la programmazione finanziaria del PSR;
5. di dare atto che la gestione finanziaria di tutte le misure del PSR, in termini di competenza e di cassa, è demandata all'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA), e che pertanto il presente atto non comporta impegni finanziari a carico del bilancio regionale;

6. di stabilire che le domande di sostegno devono essere presentate tramite il sistema informativo agricolo nazionale (SIAN), secondo le tempistiche e le modalità previste alle lettere a) e b) punto 9 del Bando Allegato 1 del presente atto quale parte integrante e sostanziale;
7. di dare mandato al Dirigente del Settore Servizi alle Imprese Agricole e Florovivaismo, sentita l'Autorità di Gestione del PSR Regione Liguria 2014-2020, di:
 - prorogare la data di scadenza di cui al punto precedente, per eventuali motivate esigenze connesse anche alla funzionalità del SIAN;
 - definire con proprio atto i documenti tecnici necessari per supportare l'attuazione delle procedure di presentazione e di istruttoria delle domande di pagamento di cui al presente atto;
8. di stabilire che l'istruttoria delle domande di sostegno di cui sopra resta temporaneamente sospesa nel caso di non corretto funzionamento del SIAN stesso; 9. di disporre la pubblicazione integrale del presente atto sul sito web regionale e sul Bollettino Ufficiale della Regione Liguria;

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso giurisdizionale al TAR Liguria o alternativamente ricorso amministrativo straordinario al Presidente della Repubblica, rispettivamente entro 60 giorni o 120 giorni dalla data di comunicazione, notifica o pubblicazione del presente atto.

IL SEGRETARIO
Roberta Rossi

(segue allegato)

Allegato 1**BANDO Mis. 3.1****1) FINALITÀ E OBIETTIVI**

La misura M03.01 “Sostegno ai regimi di qualità e di certificazione” del Programma di Sviluppo Rurale 2014 – 2020 della Regione Liguria, di seguito PSR, intende promuovere l’introduzione e la diffusione di regimi di qualità (DOP, IGP, produzioni da agricoltura biologica o integrata) e di regimi facoltativi di certificazione in materia etico - sociale e ambientali, idonei per le produzioni ortofloricole.

L’obiettivo prioritario è di migliorare la competitività dei produttori primari, integrandoli meglio nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, la creazione di un valore aggiunto per i prodotti agricoli, la promozione dei prodotti nei mercati locali, le filiere corte, le associazioni e organizzazioni di produttori e le organizzazioni interprofessionali.

Il presente Bando disciplina, specificatamente, i criteri e le modalità per la presentazione delle domande di sostegno e per la concessione dei finanziamenti previsti dalla misura M03.01 - sostegno ai regimi di qualità e facoltativi di certificazione.

La misura specificatamente:

- risponde al fabbisogno **F07** individuato in seguito all’analisi SWOT (v. cap. 4.2.7 del PSR);
- concorre alla Focus area **3a** di cui all’art. 5 del Reg. UE n.1305/2013 (v. PSR cap. 5.2):

2) DISPONIBILITÀ FINANZIARIE

La gestione finanziaria di tutte le misure del PSR, compresa la misura M03.01, è demandata, in termini di competenza e di cassa, all’Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA) e pertanto il presente atto non comporta impegni finanziari a carico del bilancio regionale.

Le risorse finanziarie messe a disposizione per il presente Bando ammontano a complessivi euro **1.200.000,00** così suddivisi per sessione e per regime di qualità/certificazione:

Sessione	Totale	Ripartizione tra regimi			
		Regimi di certificazione facoltativi per le produzioni ortofloricole (60%)	SQN Produzione Integrata (25%)	DO IG (12,5%)	Biologico (12,5%)
1^	€ 400.000,00	€ 240.000,00	€ 60.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
2^	€ 400.000,00	€ 240.000,00	€ 60.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
3^	€ 400.000,00	€ 240.000,00	€ 60.000,00	€ 50.000,00	€ 50.000,00
TOTALE	€ 1.200.000,00	€ 720.000,00	€ 180.000,00	€ 150.000,00	€ 150.000,00

3) MODALITÀ DI ACCESSO E LOCALIZZAZIONE

La modalità di attuazione della presente misura è **a bando** con procedura **a sportello**, applicando il meccanismo procedurale c.d. di “stop and go”.

Il presente Bando attiva n. 3 sessioni, temporalmente distinte (così come indicato al punto 9 del Bando), all’interno delle quali potranno essere presentate le domande di sostegno.

Gli aiuti previsti dal presente atto sono concedibili sull’area del Programma (territorio regionale) ai sensi dell’art. 70 del Reg. UE n.1303/2013 e sono rivolti ai beneficiari di cui al punto 4.

4) BENEFICIARI

Possono presentare domanda di sostegno a valere sul presente Bando gli “agricoltori in attività”, ai sensi dell’art. 9 del Reg. UE n. 1307/2013, singoli o associati; sono ammessi i beneficiari che aderiscono per la prima volta ad uno o più dei regimi di qualità o regimi facoltativi di certificazione di cui al punto 5), successivamente alla presentazione della domanda di sostegno.

Per **imprese che aderiscono per la prima volta al regime di qualità** si intendono quindi le **imprese agricole** che, al momento della presentazione della domanda di sostegno, non hanno

ancora fatto alcuna richiesta di assoggettamento all'ente/organismo di controllo e certificazione per il regime prescelto.

Nell'ambito dei regimi di qualità ammessi di cui al successivo par. 5, per l'olio d'oliva e.v. DOP riconosciuto ai sensi del Reg. UE n. 1151/2012 e per i vini riconosciuti IG e DO ai sensi del Reg. UE 1308/2013, per "prima adesione" si intende la prima iscrizione da presentare all'Ente unico di certificazione per il rispettivo regime di certificazione.

5) REGIMI DI QUALITÀ AMMESSI

Sono ammessi al sostegno i seguenti regimi di qualità o regimi facoltativi di certificazione (regimi per i prodotti agricoli e alimentari di cui all'allegato I del TFUE):

- **prodotti riconosciuti IGP e DOP** ai sensi del Reg. UE n. 1151/2012 e iscritti in uno dei registri UE attivi nel territorio regionale (Olio extravergine d'oliva "Riviera ligure" DOP; Basilico genovese DOP);
- **prodotti riconosciuti nell'ambito di una DO o IG** ai sensi del Regolamento (UE) n. 1308/2013 del Consiglio per quanto riguarda il settore vitivinicolo ed iscritti in uno dei registri UE; tra le DO: "Rossese di Dolceaqua", "Cinque Terre e Cinque Terre Sciacchetrà", "Riviera Ligure di Ponente"; "Colli di Luni", "Colline di Levante", "Golfo del Tigullio - Portofino", "Val Polcevera", "Ormeasco di Pornassio; tra le IG: "Liguria di Levante", "Colline del Genovesato", "Colline Savonesi", "Terrazze dell'Imperiese";
- **prodotti dell'agricoltura biologica**, conformi alle condizioni poste dal regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio del 28 giugno 2007;
- **regimi nazionali**, conformi alle condizioni previste alla lett. b), paragrafo 1) dell'articolo 16 del Reg. (UE) n. 1305/2013 (vedi sezione 8.2.3.3.1.11 del PSR): rientra il Sistema di qualità nazionale di produzione integrata (S.Q.N.P.I.), istituito con Legge n. 4/2011 su iniziativa del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (Mipaaf).
- **regimi di certificazione facoltativi** riconosciuti dagli Stati membri, conformi alla lett. c), paragrafo 1) dell'articolo 16 del Reg. (UE) n. 1305/2013 agli orientamenti dell'Unione sulle migliori pratiche (Comunicazione della Commissione 2010/C 341/04), attivati esclusivamente per i prodotti ortofloricoli regionali,; vi rientrano:
 - Standard GLOBAL GAP;
 - Standard MPS Milieu Project Sierteelt (Progetto floricoltura ambientale).

I prodotti inseriti nel regime di qualità devono essere commercializzati dall'azienda con il marchio di qualità pertinente.

Per il regime di qualità "Biologico", per le produzioni in commercializzazione, pur non etichettate (es. vendita di prodotto fresco non confezionato), è comunque obbligatorio aver ottenuto la certificazione di conformità del prodotto (v. anche punto 12 "Domande di pagamento").

6) SPESE AMMISSIBILI

L'ammissibilità e la decorrenza delle spese ammissibili sono definite ai sensi della DGR n. 1115 del 01dicembre 2016. La decorrenza delle spese ammissibili corrisponde generalmente alla data di presentazione della domanda di sostegno, ad eccezione di quelle spese, propedeutiche alla domanda di sostegno, sostenute tra la data di emanazione del bando e la presentazione della suddetta.

Sono **ammissibili esclusivamente i costi fissi** realmente sostenuti dai soggetti beneficiari per la partecipazione al regime di qualità ammesso, come di seguito specificato:

- costo per l'iscrizione e l'assoggettamento al sistema di controllo;
- costo per la quota annua per l'attività di certificazione;
- spese per i controlli intesi a verificare il rispetto dei disciplinari, incluso i costi per:
 - l'eventuale check-up aziendale richiesto dall'Organismo di controllo;
 - le analisi (chimico-fisiche e organolettiche) richieste formalmente dall'organismo di controllo e il costo per eventuali verifiche ispettive aggiuntive, richieste dall'Organismo di controllo.

Non sono ammissibili, seppur sostenute, le:

- spese previste dall'attività di autocontrollo, disciplinata dalla normativa vigente;

- spese di certificazione per produzioni che non hanno ottenuto la conformità/idoneità;
- ulteriori ispezioni e/o analisi effettuate a seguito di accertamento di irregolarità da parte dall'Organismo di controllo;
- eventuali quote associative;
- tenuta di registri.

7) QUANTIFICAZIONE DEL SOSTEGNO E NUMERO DI ANNUALITA'

Il sostegno è una sovvenzione a fondo perduto concessa a titolo di incentivo, sotto forma di pagamento annuale. Come indicato al Cap. 8.1 del PSR, per la sottomisura 3.1 non sono concessi contributi per importi inferiori a 300 €.

L'intensità dell'aiuto è pari al 100% dei costi fissi sostenuti nel periodo di riferimento di ciascuna annualità per la partecipazione al/ai regime/i di qualità ammesso/i, entro il limite massimo complessivo annuale di € 3.000,00 per azienda, per un massimo di 5 anni.

La prima annualità (pari a 12 mesi) decorre dalla data di presentazione della domanda di sostegno.

Le successive annualità avranno pertanto analogo andamento temporale. **Le scadenze di ciascuna annualità saranno indicate nell'atto di concessione.**

L'aiuto non è cumulabile con altri aiuti pubblici per le stesse iniziative.

8) CRITERI DI SELEZIONE

La selezione **avviene nell'ambito di ciascuno dei regimi ammessi**, così come elencati al punto 5 del presente Bando, sulla base dei criteri di selezione definiti nell'ambito dei principi individuati nel PSR ed esaminati con parere favorevole in sede di Comitato di Sorveglianza nella seduta del 3 febbraio 2016:

PRINCIPIO	PESO
- Preferenza ai giovani imprenditori	40
- Combinazione con altre operazioni attinenti la valorizzazione dei prodotti di qualità o le filiere dei prodotti di qualità	25
- Nuove denominazioni	Principio non declinato in termini di punteggio
- Tipologia delle produzioni, con priorità alle produzioni floricole	10
- Aziende ricadenti in zone ZVN o in altre aree con specifiche problematiche ambientali (SIC, ZSC, ZPS, aree parco)	25
TOTALE PUNTEGGIO	100

Il principio nuove denominazioni non viene applicato in termini di punteggio.

La somma totale dei fondi disponibili a Bando viene prioritariamente suddivisa per sessione quindi, all'interno di ogni sessione, viene suddivisa per ciascun regime di certificazione.

Come previsto dalla sottomisura, la maggior parte delle risorse disponibili, pari al 60% della disponibilità totale di cui al punto 2 del presente Bando, è destinata prioritariamente a favore dei regimi di certificazione facoltativi, in quanto trattasi di regimi di nuova introduzione per le produzioni ortofloricole regionali.

Pertanto la somma totale dei fondi disponibili per il presente Bando viene suddivisa come segue:

- il 60% per i regimi di certificazione facoltativi (GLOBAL GAP e MPS);
- il 15 % delle risorse disponibili per il sistema di qualità nazionale di produzione integrata;
- il 12,5% delle risorse disponibili per i prodotti dell'agricoltura biologica;
- il 12,5% delle risorse disponibili per i prodotti riconosciuti DO e IG;

L'attribuzione del punteggio alla domanda, qualunque sia il regime di riferimento, avviene, nell'ambito dei principi individuati, attraverso l'applicazione dei criteri di seguito in dettaglio specificati:

Principi concernenti la fissazione dei criteri di selezione (PSR)	Declinazione	Punteggio	Note
a) Criteri applicabili a tutti i regimi			
Preferenza ai giovani imprenditori (punteggio max 40)	Giovane di primo insediamento, di età inferiore o uguale a 30 anni, che ha presentato la domanda sulla misura 112 o M6.1 (insediati da meno di 5 anni)	punti 40	PUNTEGGI NON CUMULABILI
	Giovane di primo insediamento di età compresa tra 31 anni e 41 anni non compiuti, che ha presentato la domanda sulla misura 112 o M6.1 (insediati da meno di 5 anni)	punti 30	
Combinazione con altre operazioni attinenti la valorizzazione dei prodotti di qualità o le filiere dei prodotti di qualità (punteggio max 25)	L'azienda è aderente in qualità di partner ad un progetto di cooperazione presentato a valere sulla misura 16.4, se riferito al prodotto certificato	punti 10	I PUNTEGGI SONO CUMULABILI Adesione alle misure del PSR riferita agli ultimi 5 anni
	L'azienda ha partecipato ad almeno un'azione formativa della misura M01.01, riferita al prodotto certificato	punti 5	
	L'azienda ha presentato domanda per una delle seguenti misure di PSR: M10.01 A "Adesione ai principi dell'agricoltura integrata" o M11.01 "Conversione agli impegni dell'agricoltura biologica" * (punteggio max 10)	- presenza di domanda sulla M11.01: punti 5 - presenza di domanda sulla M10.01: punti 5	
b) Criteri aggiuntivi per i regimi di certificazione facoltativi			
Tipologia delle produzioni, con priorità alle produzioni floricole (punteggio max 10)	Produzione certificabile, prevalente floricola (fiori recisi, piante in vaso vasi piante aromatiche, fronde)	punti 10	PUNTEGGI NON CUMULABILI
	Produzioni certificabili prevalentemente orticole	punti 5	
Aziende ricadenti in zone ZVN o in altre aree con specifiche problematiche ambientali (SIC, ZSC, ZPS, aree parco) (punteggio max 25)	Aziende ricadenti in zone ZVN	punti 15	I PUNTEGGI SONO CUMULABILI
	Aziende ricadenti in zone SIC, ZSC, ZPS, aree parco	punti 10	

* Per quanto riguarda il punteggio relativo all'adesione mis. M11.01, lo stesso non può essere attribuito nel caso in cui il sistema di certificazione prescelto nella domanda misura 3.1 corrisponda al metodo biologico, per incompatibilità coi requisiti di accesso alla stessa misura.

In caso di **parità di punteggio**: priorità alla domanda con minore importo richiesto.

Saranno escluse dall'aiuto le domande con un punteggio totale al di sotto di una **soglia minima pari a 5 punti**.

9) PRESENTAZIONE DOMANDA di SOSTEGNO

a) tempistica di presentazione domande di sostegno

I beneficiari potranno presentare domanda di sostegno in una delle tre sessioni di apertura del bando previste, come illustrato nella tabella di seguito riportata, fatto salvo l'eventuale esaurimento delle risorse antecedente alle suddette scadenze.

sottofase	apertura termini	chiusura termini
- 1° sessione	dalla data di pubblicazione Bando su BURL	30/09/2017
- 2° sessione	01/12/2017	31/01/2018
- 3° sessione	01/04/2018	30/06/2018.

b) modalità di presentazione domande di sostegno

Ai fini del presente Bando il beneficiario è tenuto a presentare la domanda di sostegno esclusivamente in modalità informatica con firma elettronica del beneficiario (rappresentante legale), secondo gli standard utilizzati e tramite le apposite applicazioni disponibili dal Sistema Informativo Agricolo Nazionale - SIAN (www.sian.it), attingendo le informazioni dal fascicolo aziendale. Non sono ammesse altre forme di predisposizione e presentazione delle domande.

L'Ente a cui rilasciare la domanda è il Settore Ispettorato Agrario. Ciascuna domanda sarà identificata univocamente dal relativo codice a barre generato dal SIAN.

La domanda di sostegno, pena la non ricevibilità, deve essere rilasciata sul SIAN **perentoriamente** entro e non oltre il giorno di scadenza di cui alla precedente lett. a (il protocollo AGEA fa fede per la data di presentazione), inserendo sul SIAN anche la seguente documentazione in formato elettronico:

- **scheda tecnica** (allegato n. 2) debitamente compilata;
- **tre preventivi**, ai sensi della DGR n. 1115 del 01 dicembre 2016 inerente l'ammissibilità delle spese, richiesti direttamente agli Organismi di controllo e certificazione accreditati (ad eccezione dei regimi con Ente di certificazione unico). I singoli preventivi dovranno essere disarticolati per singola voce di spesa prevista e dovranno essere sviluppati per l'intero periodo per il quale è richiesto il sostegno.

Il beneficiario deve richiedere l'adesione al sistema di certificazione entro 60 giorni dalla data di presentazione della domanda di sostegno, pena l'inammissibilità della domanda come specificato al punto 10.

10) ISTRUTTORIA delle DOMANDE E CONCESSIONE DEL SOSTEGNO

Le domande di sostegno pervenute sono istruite, ai sensi della l. r. 25 novembre 2009 n. 56, dal Settore Ispettorato Agrario regionale; trattandosi di procedimento complesso, il termine per la sua conclusione è di novanta giorni (ex art. 7, comma 2, della l.r. 56/2009 e art. 8, comma 1 del Regolamento Regionale n. 2/2011). Il Responsabile del Procedimento provvede alla:

- presa in carico della domanda sul portale SIAN;
- verifica di ricevibilità della domanda sulla base:
 - dei termini di presentazione della domanda,
 - presenza della scheda tecnica (Allegato 2),
 - presenza dei preventivi di spesa ove richiesti, ai sensi della DGR 1115/2016
- verifica di ammissibilità della domanda (include riscontro dell'avvenuta richiesta di adesione al sistema di certificazione prescelto);
- attribuzione del punteggio di merito sulla base dei criteri di cui al punto 8.

A completamento della fase istruttoria e in base al punteggio assegnato, ciascuna domanda di sostegno ammissibile può raggiungere un determinato livello di priorità, definito da un intervallo di punteggio, così come di seguito evidenziato in tabella:

livello di priorità	intervallo punteggio	% fondi disponibili
- priorità alta	100 - 60	50 %
- priorità media	59 - 11	35%
- priorità bassa	10 - 5	15%

Per ciascuna domanda ammissibile, previa prenotazione della spesa attraverso le procedure in uso sul portale SIAN, si può attingere dalla quota pertinente, in base al relativo livello di priorità. In caso di esaurimento della quota riservata alle domande ammissibili con priorità più alta, queste possono attingere dalle quote delle domande con livelli inferiori di priorità, a partire dal livello di priorità più bassa. Le domande prive di copertura finanziaria, purché ammissibili, possono concorrere alle risorse che, alla chiusura della sessione, risultino eventualmente disponibili per eccedenza, rinunce, rifinanziamento del bando, mancato utilizzo delle risorse da parte delle priorità più alte. La distribuzione delle risorse disponibili avviene per priorità di livello e, all'interno del livello, per cronologia.

Le domande ammissibili prive di copertura finanziaria (totale o parziale) nella sessione di riferimento possono:

1) concorrere alle risorse della successiva sessione del presente Bando, fermo restando il rispetto dei livelli di priorità,

2) in caso di esaurimento di tutte le risorse del Bando fruibili in base al livello di priorità, concorrere alle risorse derivanti da un eventuale rifinanziamento del Bando (ad esempio a seguito di economie).

Per le domande ammissibili e finanziabili il competente Settore Ispettorato Agrario Regionale provvede alla predisposizione e notifica al beneficiario del provvedimento di **concessione**, specificando in particolare la spesa ammessa, il relativo sostegno concesso, le scadenze delle singole annualità ed il termine di validità della concessione. Il Decreto dirigenziale di approvazione dell'atto di concessione produce gli effetti legali di efficacia previsti dall'art. 26 del D. Lgs. n. 33/2013. Tale Decreto sarà pubblicato sul sito web della Regione Liguria.

11) DISPOSIZIONI RELATIVE ALLE VARIANTI IN CORSO D'OPERA

Sono considerate varianti i cambiamenti degli elementi e dei parametri, tecnici e/o finanziari, previsti nella domanda di sostegno approvata.

Non sono ammesse varianti che determinino:

- la diminuzione del punteggio attribuito, tale da determinare un punteggio ricalcolato inferiore a quello minimo previsto per l'accesso alla sottomisura 3.1;
- la perdita dei requisiti di ammissibilità;
- l'aumento dell'onere a carico del contributo pubblico originariamente determinato.

E' fatto obbligo alle aziende che presentano domanda di sostegno a valere sulla misura 3.1 di comunicare per iscritto al Settore Ispettorato Agrario regionale, competente per territorio, qualsiasi modifica o evento (es. causa di forza maggiore o altre circostanze) che possa comportare l'impossibilità oggettiva di rispettare i requisiti e gli impegni presi. Tale comunicazione deve essere effettuata entro 10 giorni lavorativi dall'evento o per le cause di forza maggiore entro 10 giorni a decorrere dal momento in cui sia possibile procedervi. Restano ferme tutte le altre condizioni relative all'ammissibilità della spesa stabilite dalle vigenti norme comunitarie, nazionali e regionali.

12) PRESENTAZIONE E ISTRUTTORIA DOMANDE DI PAGAMENTO

La domanda di pagamento è la richiesta di erogazione del pagamento dell'aiuto a seguito dell'ammissione a finanziamento della domanda di sostegno e della realizzazione degli interventi previsti dalla domanda stessa. **La domanda di pagamento deve essere obbligatoriamente presentata annualmente dal beneficiario della misura 3.1, titolare della domanda di sostegno ammissibile.**

a) termini e modalità per la presentazione della domanda di pagamento

Per ottenere la liquidazione dell'aiuto, il beneficiario deve presentare domanda di pagamento, esclusivamente in modalità informatica secondo gli standard utilizzati dal Sistema Informativo Agricolo Nazionale (SIAN).

Le domande di pagamento devono essere presentate **annualmente alle scadenze previste nell'atto di concessione** (la prima entro e non oltre 12 mesi successivi alla data di presentazione della domanda di sostegno) per le **spese** relative alle attività di certificazione **sostenute nel periodo di riferimento dell'annualità.**

Qualora la domanda di pagamento annuale venga presentata oltre il termine di scadenza dell'annualità previsto nell'atto di concessione, si applica, per ogni giorno di ritardo, la riduzione dello 0,1% sull'importo del contributo accertato per la domanda di pagamento, fino a un massimo di 60 giorni, oltre i quali la domanda di pagamento non è più ricevibile.

Qualora la domanda di pagamento annuale non venga presentata, il beneficiario della domanda di sostegno non può ricevere il relativo finanziamento annuale. Il beneficiario è tenuto a comunicare, entro i 60 giorni successivi al termine di scadenza annuale previsto in atto di concessione, i motivi che non hanno permesso la presentazione della domanda di pagamento e comunque dichiarare di permanere nel sistema di qualità per tutti gli anni previsti nella domanda di sostegno. In mancanza di tale comunicazione, non saranno ammissibili ulteriori domande di pagamento contribuiti per la domanda di adesione alla sottomisura 3.1 (vedi punto 14); nel caso dev'essere comunque presentata domanda pagamento saldo a importo zero.

b) documentazione da allegare

Alla domanda di pagamento, per tutti i sistemi di qualità a cui il beneficiario aderisce, devono essere allegati i seguenti documenti:

- giustificativi di spesa (fatture o altri documenti contabili aventi forza probante equivalente) e relative attestazioni di pagamento.

Per tutte le produzioni certificate, il beneficiario deve essere in possesso della documentazione attestante l'assoggettamento al regime di qualità e certificazione prescelto. Per le produzioni vitivinicole DO e IG, per l'olio extravergine DO e per il basilico DO le competenti Camere di Commercio, in qualità di organi della Pubblica amministrazione, trasmettono, a richiesta della Regione, i dati relativi alle produzioni certificate assoggettate al sistema di qualità/certificazione.

Il competente Settore Ispettorato Agrario Regionale è tenuto inoltre ad acquisire d'ufficio i dati e i documenti, anche tramite il portale SIAN o altre banche dati disponibili.

Per le produzioni biologiche le imprese beneficiarie, per poter presentare la domanda di pagamento relativa alla prima annualità, devono aver ottenuto almeno il **documento giustificativo** di cui all'art. 29 del Reg. CE n. 834/2007, attestante l'avvenuto assoggettamento al sistema di controllo e certificazione. Trascorso il periodo di conversione, per poter presentare la domanda di pagamento dovranno aver richiesto e ottenuto anche il **certificato di conformità** per le produzioni aziendali certificate. Infatti nella misura 3.1 del PSR è previsto che *“non sono ammissibili... spese di certificazione per produzioni che non hanno ottenuto la conformità/idoneità”*.

Tuttavia se, trascorso il periodo di conversione, l'azienda biologica non richiede o non ottiene la conformità del prodotto, sarà soggetta a revoca della concessione con obbligo di restituzione del sostegno eventualmente già percepito.

13) MONITORAGGIO E CONTROLLO

È fatto obbligo al beneficiario di fornire alla Regione, ogni atto e documento concernente la richiesta di finanziamento, nonché tutte le informazioni e i dati utili ai fini del controllo, monitoraggio e valutazione degli interventi del Programma di Sviluppo Rurale 2014 – 2020.

Il beneficiario del finanziamento è altresì tenuto a consentire l'accesso ai propri locali, da parte del personale appositamente incaricato a fini ispettivi e di controllo.

14) VIOLAZIONE DELLE CONDIZIONI DI AMMISSIBILITA', DI IMPEGNI E CONSEGUENTI RIDUZIONI O DECADENZA

Le condizioni di ammissibilità previste dal presente bando devono essere rispettate per la domanda di sostegno e anche per la domanda di pagamento, pena il rifiuto o la revoca del sostegno (con restituzione delle eventuali somme percepite maggiorate degli interessi) ai sensi dell'art.35 p.1 del Reg. UE 640/2014, in particolare in caso di:

- diminuzione (a seguito di varianti) del punteggio attribuito al di sotto della soglia minima di ammissibilità prevista dalla sottomisura 3.1;
- perdita del requisito di “agricoltore in attività”;
- spostamento sede operativa aziendale fuori del territorio regionale;
- per il regime biologico, mancato ottenimento della certificazione di conformità dei prodotti al termine del periodo di conversione.

Per le domande di pagamento riferite ad annualità successive alla prima, il mancato mantenimento dell'adesione al regime di qualità/certificazione o la mancata presenza agli atti di tutte le domande di pagamento delle annualità precedenti o di idonea comunicazione giustificativa per la mancata presentazione (vedi punto 12), non comporta la restituzione del sostegno per la/le precedenti annualità, ma comporta il rifiuto del pagamento per la relativa annualità e l'impossibilità di richiedere il pagamento del contributo per le ulteriori annualità previste in domanda di sostegno.

In caso di violazione dell'impegno relativo al rispetto del termine di presentazione della domanda di pagamento annuale, si applica la riduzione indicata al paragrafo 12 lett. a) del presente bando.

15) CONDIZIONI DI TUTELA DELLA PRIVACY

Si informano i partecipanti al presente procedimento che i dati personali ed aziendali ad esso relativi vengono trattati da parte della Regione Liguria nel rispetto della normativa vigente ed in particolare al Decreto Legislativo n 196/2003 “Codice in materia di protezione dei dati personali”.

16) NORMA RESIDUALE

Per quanto non espressamente specificato nel presente Bando si applicano le vigenti e pertinenti norme e disposizioni della UE, nazionali e regionali, ivi compreso il Programma regionale di Sviluppo Rurale 2014 -2020 della Regione Liguria di cui alla Deliberazione del Consiglio regionale n. 33 del 27 ottobre 2015.



REGIONE LIGURIA



REPUBBLICA ITALIANA



COMMISSIONE EUROPEA

Allegato 2

**Programma Regionale di Sviluppo Rurale 2014-2020 – LIGURIA
Misura 3.1**

SCHEDA TECNICA**Sessione di presentazione istanza**

Sessione 1 <input type="checkbox"/>	Sessione 2 <input type="checkbox"/>	Sessione 3 <input type="checkbox"/>
--	--	--

Nome e Cognome del Legale Rappresentante							
Ubicazione / sede Legale dell'Azienda	Via e n. civico				n. civico		
	Comune			CAP		Provincia	
Tel. /Cell.			Email				

Informazioni intestatario

Giovane di primo insediamento, di età inferiore o uguale a 30 anni, che ha presentato la domanda sulla misura 112 o M6.1 (insediati da meno di 5 anni)	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Giovane di primo insediamento di età compresa tra 31 anni e 41 anni, che ha presentato la domanda sulla misura 112 o M6.1 (insediati da meno di 5 anni)	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
L'azienda aderisce in qualità di partner ad un progetto di cooperazione presentato a valere della misura 16.4, se riferito al prodotto certificato	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
L'azienda ha partecipato ad almeno un'azione formativa della misura M01.01, riferita al prodotto certificato	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
L'azienda ha presentato domanda per una delle seguenti misure di PSR: M10.01 A "Adesione ai principi dell'agricoltura integrata" o M11.01	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Aziende ricadenti in zone ZVN	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Aziende ricadenti in zone SIC, ZSC, ZPS, aree parco	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

Tipologia regimi di qualità ai quali si intende aderire

Regolamento di riferimento		Prodotti ammessi	Cod. id. dell'intervento
Regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio del 28 giugno 2007	<input type="checkbox"/>	per i prodotti dell'agricoltura biologica	001
Reg. CE n. 1151/2012	<input type="checkbox"/>	Riviera Ligure Olio Extravergine DOP	002
	<input type="checkbox"/>	Basilico genovese DOP	003
Reg. CE n 1308/2013	<input type="checkbox"/>	"Ormeasco di Pornassio"	004
	<input type="checkbox"/>	"Cinque Terre e Cinque Terre Sciacchetrà"	004
	<input type="checkbox"/>	"Rossese di Dolceacqua"	005
	<input type="checkbox"/>	"Riviera Ligure di Ponente"	006
	<input type="checkbox"/>	"Colli di Luni"	007
	<input type="checkbox"/>	"Colline di Levante"	008
	<input type="checkbox"/>	"Golfo del Tigullio - Portofino",	009
	<input type="checkbox"/>	"Val Polcevera"	010
	<input type="checkbox"/>	"Liguria di Levante"	011
	<input type="checkbox"/>	"Colline del Genovesato",	012
	<input type="checkbox"/>	"Colline Savonesi"	013
<input type="checkbox"/>	"Terrazze dell'Imperiese".	014	

Regimi nazionali, conformi alle condizioni previste alla lett. b), paragrafo 1) dell'articolo 16 del Reg. (UE) n. 1305/2013	<input type="checkbox"/>	Adesione al Sistema di qualità nazionale di produzione integrata SQNPI istituito con Legge n. 4/2011	015
Regimi di certificazione facoltativi riconosciuti dagli Stati membri, conformi alla lett. c), paragrafo 1) dell'articolo 16 del Reg. (UE) n. 1305/2013 agli orientamenti dell'Unione sulle migliori pratiche (Comunicazione della Commissione 2010/C 341/04), attivati esclusivamente per i prodotti ortofloricoli regionali.	<input type="checkbox"/>	Standard GLOBAL GAP a prevalenza orticola	016
	<input type="checkbox"/>	Standard GLOBAL GAP a prevalenza floricola	017
	<input type="checkbox"/>	Standard MPS Milieu Project Sierteelt (Progetto floricoltura ambientale).	018

Nota bene: contrassegnare con una crocetta le produzioni certificate oggetto della domanda di aiuto

Data prevista di adesione al regime di certificazione (mese/anno)	
--	--

Organismo di controllo/certificazione individuato	
Nome	
Sede principale (indirizzo)	
Sedi in Regione Liguria	
Contatto (Nome e Cognome)	
Tel. Cell.	
EMAIL	

Durata dell'adesione alla sottomisura

Codice identificativo dell'intervento	Annualità				
	1	2	3	4	5
	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				

Aumentare le righe in caso di ulteriori regimi di qualità

Riepilogo Finanziario

Cod. id. dell'intervento	1° anno	2° anno	3° anno	4° anno	5° anno
	€.	€.	€.	€.	€.
	€.	€.	€.	€.	€.
Totale	€.	€.	€.	€.	€.

Aumentare le righe in caso di ulteriori regimi di qualità

PROSPETTO DI RAFFRONTO TRA I PREVENTIVI DI SPESA

Cod. id. intervento	Preventivi	Organismo	numero preventivo	data preventivo	Importo (€)
	Preventivo prescelto				
	1° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	2° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	Preventivo prescelto				
	1° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	2° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	Preventivo prescelto				
	1° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	2° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	Preventivo prescelto				
	1° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	2° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	Preventivo prescelto				
	1° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	2° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	Preventivo prescelto				
	1° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				
	2° PREVENTIVO DI RAFFRONTO				

Motivazioni della scelta se il preventivo prescelto non è il più basso (documentare con relazione tecnico – economica):

Il Legale Rappresentante

REGIONE LIGURIA
DIPARTIMENTO TERRITORIO, AMBIENTE, INFRASTRUTTURE E TRASPORTI
SETTORE DIFESA DEL SUOLO SAVONA E IMPERIA
Ufficio di Imperia

Avviso presentazione domanda derivazione acqua.

Le Ditte Pagi Corp Ltd e Idroelettrica Sant'Antonio s.r.l. in data 20/06/2017 hanno presentato domanda di concessione di derivazione di moduli medi 50,8 di acqua dal bacino del torrente Nervia in Comune di Pigna per la produzione di medi 71,57 kw di energia elettrica Pratica n° 643.

IL FUNZIONARIO ISTRUTTORE
Geom. Rodolfo Lenguiglia

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE DI ALASSIO 26/05/2017 N 34

Declassificazione di un tratto del percorso pedonale di uso pubblico denominato “Strada Vicinale Belvedere” in disuso con rinuncia all’uso pubblico.

IL CONSIGLIO COMUNALE

omissis

DELIBERA

- 1) Di prendere formalmente atto che il tratto di strada vicinale Belvedere per la quale è venuta meno l’originaria funzione pubblica pari a ml. 10,00 circa e mq. 21,00 circa, non svolge da tempo funzione pubblica essendo inglobata nella proprietà delle Sig.re Rigat risultando di fatto il giardino del fabbricato individuato con il Mappale 20 del Foglio n° 20;
- 2) Di declassificare e contestualmente rinunciare all’uso pubblico ai sensi dell’art. 12 comma 3 lettera a) della L.R. n° 3 del 22.01.1999 s.m.i., per i motivi in premessa indicati e integralmente richiamati nel presente dispositivo il tratto del percorso pedonale di uso pubblico di lunghezza pari a ml. 10,00 circa e mq. 21,00 circa nell’ambito della strada vicinale Belvedere in disuso individuata in colore verde nella planimetria allegata alla presente (allegato A) per costituirne parte integrante e sostanziale;
- 3) Di dare atto che il tratto di vicinale di uso pubblico in questione come sopra precisato a seguito della declassificazione di cui al punto 2 del presente dispositivo non sarà più soggetta all’uso pubblico e rientrerà nella piena disponibilità delle proprietarie dei fondi frontisti una volta terminate le procedure previste dalla Legislazione vigente che ne potranno disporre di titolo di piena e legittima disponibilità;

omissis

- 7) Di procedere alla pubblicazione sul BURL Liguria per estratto della presente Deliberazione stabilendone la definitiva e piena efficacia della medesima al termine di detta pubblicazione.

omissis

IL PRESIDENTE IL SEGRETARIO GENERALE
Patrizia Nattero Dott.ssa Monica Di Marco

DELIBERAZIONE DEL CONSIGLIO COMUNALE DI REZZO 31.01.2017 N. 20

Declassificazione porzione di strada comunale pedonale di Via Buenos Aires Frazione Cenava.

IL SINDACO

omissis

Premesso che è pervenuta all'Amministrazione comunale da parte del Sig. LERQUIN PATRICK la richiesta di acquisto di porzione di strada comunale nella frazione Cenova di circa 24 mq meglio identificati nell'elaborato allegato alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale

Accertato che è di fatto venuta meno la funzione di pubblica strada considerando pertanto rimovibile la condizione giuridica di demanio pubblico ai sensi e per gli effetti dell'articolo 829 del codice civile

omissis

DELIBERA

di declassificare, per i motivi in premessa citati, il tratto di strada comunale pedonale, in frazione Cenova in Via Buenos Aires di circa 24 mq, meglio identificata negli elaborati allegati al presente provvedimento per costituirne parte integrante e sostanziale

omissis

IL SINDACO
Renato Adorno