XI LEGISLATURA

CONSIGLIO
REGIONALE
DEL LAZIO

PROPOSTA DI LEGGE

N. 257 del 1 dicembre 2020

DI INIZIATIVA DEI CONSIGLIERI

CIACCIARELLI - TRIPODI

PROMOZIONE DEL MARCHIO TURISTICO LAZIO

ASSEGNATA ALLE COMMISSIONI: V – IV – II -VI – IX - XI

ALTRI PARERI RICHIESTI: -

CRL.REGISTRO UFFICIALE.0020588.I.01-12-2020.h.15:56

CONSIGLIO
REGIONALE
DEL LAZIO

PROPOSTA DI LEGGE REGIONALE N.

CONCERNENTE:

"PROMOZIONE DEL MARCHIO TURISTICO LAZIO"

d'iniziativa del Consigliere regionale:

Pasquale CIACCIARELLI

ORLANDO TRIPODI

RELAZIONE

Comunemente con il termine Marchio Turistico si definisce l'immagine globale di un territorio, con riferimento alla dimensione politica, economica, sociale, storica e culturale.

Si tratta quindi di un concetto multidisciplinare che fonde diversi elementi al fine di ottenere un'identità differenziata e riconoscibile per i diversi stakeholder

Mentre, l'attrattività di un territorio può essere definita come la capacità di attrarre uomini, capitali, investimenti ed attività economiche provenienti dall'esterno e di mantenere tali risorse nel lungo periodo in quel determinato territorio.

La declinazione pratica di questi due concetti in astratto, porta alla costituzione in concreto del ***Marchio Turistico Lazio***

Un brand delle eccellenze produttive e turistiche della Regione Lazio che, grazie alle sue caratteristiche di inclusività, multifunzionalità ed esperienzialità, risponde in termini di comunicazione alla strategia regionale di operare in modo federato con il territorio e di declinare un'offerta di prodotto esperienziale e di promozione delle produzioni eccellenti del territorio (made in Italy, Enogastronomia ecc.).

Con l'istituzione del ***Marchio Turistico Lazio*** si intende veicolare quindi un messaggio forte di identità culturale e territoriale ai diversi consumatori e clienti turistici, apponendo sotto il medesimo marchio, sia le proposte turistiche che quelle produttive. Il turismo e le produzioni possono insieme veicolare una immagine ricca di storia, di capacità produttiva e di eccellenze trainate sotto la stessa bandiera territoriale di appartenenza.

Il Marchio è veicolato attraverso attività di marketing e comunicazione tradizionali e online, e attraverso campagne e progetti mirati di product experience sui territori, nonché tramite l'opportunità di posizionare il medesimo marchio anche sui prodotti tipici, artigianali e del made in Italy della Regione, che permetterà di veicolare al mondo una immagine coordinata di appartenenza territoriale.

Il ***Marchio Turistico Lazio*** potrà essere posizionato anche sui punti di informazione turistica, sugli itinerari (dai cammini ai percorsi trekking ai percorsi cicloturistici ecc), in esercizi commerciali e turistici, nella segnaletica turistica, e nelle stazioni intermodali per la migliore fruizione turistica della regione oggetto di questa proposta di legge.

La moderna e sempre più organica strategia di promozione del marchio turistico si declina in una promozione esperienziale, digitale, di innovazione e di internazionalizzazione con nuove proposte, itinerari, calendari e piani sempre focalizzati sui target d'interesse, al fine di promuovere, attraverso un approccio integrato e coordinato, il territorio regionale, in una sempre maggiore collaborazione tra i territori per un'offerta turistica ancora più competitiva.

La presente Legge mira alla crescita economica delle comunità laziali, scegliendo un modello di turismo sostenibile che crea ricchezza ma che la lascia sui territori, attraverso il sostegno alla delocalizzazione e destagionalizzazione.

Il brand va inteso come "promessa" esperienziale del territorio. Individuare cosa sta alla base del marchio significa anche sollecitare una condivisione per tutti gli stakeholder interni, dei valori che devono essere comunicati e confermati dall'offerta territoriale.

Stabilire un marchio significa, quindi, stabilire il punto focale dell'attrattività di una destinazione, che diviene patrimonio comune dell'intera filiera turistico/culturale/gastronomica/religiosa/ ambientale.

Il ***Marchio Turistico Lazio*** va inteso, quindi, anche quale Marchio d'Area ed efficace strumento di marketing. L'idea progettuale parte dall'identificazione dell'area territoriale regionale in tutte le sue componenti di promozione turistica, che si impegna a realizzare una rete di prodotti e servizi, sia pubblici che privati, tra loro omogenei, coordinati e complementari, non sovrapponibili e non concorrenziali.

Uno strumento legato da un mix di caratteristiche: ambientali, come paesaggio, flora, fauna; economiche, come attività agricole, industriali e di servizi; culturali e sociali, come eventi storici, espressioni artistiche, tradizione e folclore, abitudini religiose; agroalimentari, come produzioni tipiche.

Il ***Marchio Turistico Lazio*** può diventare anche un importante strumento di gestione/governance territoriale. Di fronte alla competizione globale, agli scenari del cambiamento e alle sfide del futuro, l'ipotesi prefigurabile è quella di innescare processi più integrati tra agricoltura / ambiente / turismo / artigianato / cultura / welfare, tra città e campagna, tra produttori e consumatori,

Il tutto, con il fine ultimo di promuovere le eccellenze della Regione Lazio nel mondo.

Art. 1
(Finalità)

1. La Regione, con la presente legge, intende incrementare la notorietà delle eccellenze per potenziare i flussi turistici e favorire la modernizzazione anche in chiave internazionale del turismo nel Lazio, attraverso:

a) la realizzazione di stazioni intermodali al servizio del comparto turistico e in particolare di quello crocieristico;

b) la mobilità regionale da sviluppare anche in chiave turistica;

c) la realizzazione del marchio turistico "Lazio" e la relativa promozione e diffusione, anche mediante l'allestimento di "Vetrine del Lazio" e la ricerca di mercati di qualità;

d) lo sviluppo, attraverso azioni coordinate, della qualità delle strutture di ristorazione e ricettive;

e) la promozione integrata dei prodotti agricoli e artigianali di eccellenza quale elemento fondamentale per la valorizzazione del Lazio anche dal punto di vista turistico;

f) la promozione di percorsi formativi per favorire l'esercizio delle professioni turistiche.

Art. 2
(Stazioni intermodali)

1. La Regione promuove, anche in accordo con soggetti pubblici e privati, la realizzazione di stazioni intermodali al servizio del comparto turistico e, in particolare, di quello crocieristico, in grado di garantire un miglioramento dei collegamenti anche in aggiunta agli ordinari servizi del trasporto pubblico locale.

2. Al fine di favorire la mobilità ciclistica, le stazioni intermodali prevedono la realizzazione di strutture mobili e di infrastrutture destinate a realizzare l'intermodalità fra biciclette e mezzi di trasporto pubblico.

3. Nella deliberazione della Giunta regionale di cui all'articolo 8 sono definiti le modalità di realizzazione delle stazioni intermodali e i criteri per la relativa gestione.

4. In ciascuna stazione intermodale è riportato il logo del marchio turistico "Lazio" di cui all'articolo 3.

Art. 3
(Marchio turistico "Lazio")

1. La Regione, al fine di aumentare la propria attrattività, adotta una politica di sviluppo e promozione del marchio turistico "Lazio" come rappresentazione unitaria dei valori distintivi regionali che ricomprendono e rafforzano le diverse identità relative al territorio, ai prodotti e ai servizi, in particolare d'eccellenza, per fornire al turista un'immagine unica dell'offerta turistica e culturale della Regione.

2. Per la finalità di cui al comma 1, la Giunta regionale attua le procedure di registrazione del marchio turistico "Lazio" in conformità alle previsioni di cui al decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30 (Codice della proprietà industriale, a norma dell'articolo 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273) e successive modifiche.

3. Nella deliberazione della Giunta regionale di cui all'articolo 8 sono definiti i criteri, le modalità e le condizioni per l'utilizzo del marchio turistico "Lazio" e per il suo inserimento nelle campagne di promozione e commercializzazione nonché nel materiale di interesse turistico, pubblicitario, illustrativo, segnaletico e di comunicazione al pubblico.

4. La Giunta regionale verifica periodicamente l'utilizzazione e la diffusione del marchio turistico "Lazio" e il suo grado di riconoscibilità da parte del turista, secondo le modalità definite nella deliberazione di cui all'articolo 8.

Art. 4
(Vetrine del Lazio)

1. La Regione sostiene, altresì, la diffusione del marchio turistico "Lazio" attraverso l'allestimento di "Vetrine del Lazio" intese come angoli promozionali dell'offerta turistica regionale organizzati secondo modalità proprie della comunicazione turistica in locali aperti al pubblico, esercizi commerciali e aree di aeroporti o di stazioni ferroviarie di città estere in cui il turismo verso l'Italia è particolarmente significativo.

2. Ai fini di cui al comma 1, la Giunta regionale concede, secondo criteri e modalità definiti nella deliberazione della Giunta regionale di cui all'articolo 8, contributi ai soggetti che intendono allestire le "Vetrine del Lazio" impegnandosi a mettere in vendita prodotti regionali d'eccellenza oppure a fornire servizi di somministrazione di alimenti e bevande di provenienza regionale.

Art. 5
(Promozione del marchio turistico "Lazio")

1. Al fine di promuoverne la massima diffusione, la Regione pubblicizza il marchio turistico "Lazio" attraverso i principali *media* nazionali e locali, quali canali televisivi, stampa quotidiana e periodica, piattaforme informatiche dedicate, *social media* e ogni altro mezzo di informazione o di comunicazione idoneo.

2. I soggetti, pubblici e privati, promuovono, in Italia e all'estero, l'offerta turistica laziale ai sensi dell'articolo 3, comma 3, utilizzando il marchio turistico "Lazio" che integra, rispettandone il valore e il ruolo, la pluralità delle destinazioni e dell'offerta turistica regionale.

Art. 6
(Circuito regionale)

1. Al fine di promuovere il marchio turistico "Lazio" e di sostenere le aziende regionali in particolare nelle loro attività di *export*, la Regione prevede la costituzione di un circuito regionale nel quale sono inserite le strutture di ristorazione e ricettive nonché le aziende agricole e artigianali, operanti nel territorio regionale, che utilizzano il medesimo marchio ai sensi dell'articolo 3, comma 3.

2. Il circuito regionale di cui al comma 1 è veicolato, anche attraverso le modalità di cui all'articolo 5, comma 1, nell'ambito delle attività promozionali, di comunicazione e *marketing* della Regione finalizzate, in particolare, a sostenere l'attività di esportazioni e il processo di internazionalizzazione delle strutture e delle aziende di cui al comma 1.

3. Al fine di pubblicizzare e diffondere ulteriormente l'attività delle strutture e delle aziende di cui al comma 1, il circuito è pubblicato in una apposita sezione del sito istituzionale della Regione e le medesime strutture e aziende appongono il logo del marchio all'esterno dell'azienda o nelle etichette dei loro prodotti e/o servizi

4. Per le finalità del presente articolo la Regione concede, altresì, contributi alle strutture e alle aziende di cui al comma 1 per progetti diretti a realizzare un'offerta turistica sinergica e integrata delle relative attività, funzionale ad attrarre turisti italiani e stranieri nelle località della Regione.

5. I progetti di cui al comma 4, sono declinati in un documento che contiene, in particolare, la descrizione del progetto, l'individuazione dei territori interessati e delle relative identità e peculiarità nonchè la definizione degli obiettivi, dei costi e delle modalità di realizzazione del progetto stesso.

6. Nella deliberazione della Giunta regionale prevista all'articolo 8 sono definiti le modalità per la costituzione del circuito di cui al comma 1 e per la relativa promozione nonché i criteri e le modalità per la concessione dei contributi del comma 4.

Art. 7

(Percorsi formativi per favorire l'esercizio delle professioni turistiche)

1. La Regione promuove, nel rispetto dell'articolo 117, secondo e terzo comma, della Costituzione nonché della normativa europea, statale e regionale vigente in materia di formazione, professioni e turismo, percorsi formativi per favorire l'esercizio delle professioni turistiche di cui al comma 3.

2. Nella deliberazione della Giunta regionale di cui all'articolo 8 dono definiti le modalità e i criteri per la realizzazione dei percorsi di cui al comma 1.

3. Ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del decreto legislativo 23 maggio 2011, n. 79 (Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo, a norma dell'articolo 14 della legge 28 novembre 2005, n. 246, nonché attuazione della direttiva 2008/122/CE, relativa ai contratti di multiproprietà, contratti relativi ai prodotti per le vacanze di lungo termine, contratti di rivendita e di scambio) e successive modifiche, sono professioni turistiche quelle attività, aventi ad oggetto la prestazione di servizi di promozione dell'attività turistica, nonché servizi di ospitalità, assistenza, accompagnamento e guida, diretti a consentire ai turisti la migliore fruizione del viaggio e della vacanza, anche sotto il profilo della conoscenza dei luoghi visitati.

Art. 8
(Deliberazione della Giunta regionale)

1. Entro 30 giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, la Giunta regionale, sentita la commissione consiliare competente, approva una deliberazione nel quale sono definiti:

a) i criteri e le modalità di realizzazione e di gestione delle stazioni intermodali di cui all'articolo 2;

b) i criteri, le modalità e le condizioni per l'utilizzo del marchio turistico "Lazio" e per la relativa promozione ai sensi dell'articolo 3, comma 3;

c) le modalità per la verifica di cui all'articolo 3, comma 4 e per il grado di riconoscibilità del marchio turistico "Lazio" da parte del turista;

d) i criteri e le modalità per l'allestimento delle "Vetrine del Lazio" ai sensi dell'articolo 4, comma 2;

e) le modalità di realizzazione del circuito di cui all'articolo 6, comma 1,

f) le modalità e i criteri di concessione dei contributi di cui all'articolo 6, comma 4;

g) le modalità e i criteri per la realizzazione dei percorsi formativi di cui all'articolo 7, comma 1;

h) ogni altra disposizione attuativa della presente legge.

Art. 9

(Rispetto della normativa dell'Unione europea sugli aiuti di Stato)

1. I contributi previsti dalla presente legge sono concessi nel rispetto della normativa dell'Unione europea vigente relativa agli aiuti di Stato, tenendo conto, in particolare, di quanto disciplinato ai commi 2 e 3.

2. I contributi di cui al comma 1, esentati dall'obbligo di notifica ai sensi dell'articolo 108, paragrafo 4, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, sono concessi nel rispetto dei regolamenti della Commissione europea, tenendo conto dei relativi periodi di validità, emanati in virtù del regolamento (CE) n. 994/1998 del Consiglio, del 7 maggio 1998, relativo all'applicazione delle disposizioni in materia di aiuti di Stato a determinate categorie di aiuti di Stato orizzontali, pubblicato sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee, serie L 142 del 14 maggio 1998, e successive modifiche.

3. I contributi di cui al comma 1, soggetti alla procedura di notifica ai sensi dell'articolo 108, paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea, sono concessi previa autorizzazione della Commissione europea ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 3, e dell'articolo 7, paragrafi 3 e 4, del regolamento (CE) n. 659/1999 del Consiglio, del 22 marzo 1999, relativo alle modalità di applicazione delle disposizioni in materia di aiuti di Stato, pubblicato sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee, serie L 83 del 27 marzo 1999, e successive modifiche, oppure quando è giustificato ritenere che i contributi siano stati autorizzati dalla Commissione stessa ai sensi dell'articolo 4, paragrafo 6, del medesimo regolamento. I contributi sono concessi a decorrere dalla data di pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione dell'avviso relativo all'autorizzazione esplicita o implicita della Commissione europea.

Art. 10

(*Disposizione finanziaria*)

1. Agli oneri di cui alla presente legge si provvede mediante nuovo stanziamento pari ad euro ……,esercizio finanziario……, nell'ambito del Programma … denominato "……", di cui alla Missione…… denominata "……", la cui copertura è garantita dal prelevamento di pari importo, esercizio finanziario ….., dal Programma … denominato "……", di cui alla Missione…… denominata "……".

Art. 11

(*Entrata in vigore*)

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione sul Bollettino ufficiale della Regione.