



## **Delibera della Giunta Regionale n. 213 del 18/04/2017**

Direzione Generale 1 - Direzione Generale per la Programmazione Economica e il Turismo

U.O.D. 12 - UOD Svil dell'offerta turistica.Integraz interdipart per le pol del turismo

Oggetto dell'Atto:

**SERVIZI DI INFORMAZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA. DETERMINAZIONI**

**Alla stregua dell'istruttoria compiuta dalla Direzione Generale e delle risultanze e degli atti tutti richiamati nelle premesse che seguono, costituenti istruttoria a tutti gli effetti di legge, nonché dell'espressa dichiarazione di regolarità della stessa resa dal Direttore a mezzo di sottoscrizione della presente**

**PREMESSO che**

- a. la legge regionale n. 18 del 08/08/2014 "Organizzazione del sistema turistico in Campania", pubblicata sul BURC n. 58 dell'11/08/2014 stabilisce che: "1. La Regione riconosce il ruolo fondante e primario che il turismo ha storicamente avuto nella maturazione e nell'evoluzione del fenomeno a livello nazionale, europeo e mondiale". 2. La Regione cura e promuove il turismo nell'ambito pubblico e privato. Nell'ambito pubblico la Regione riconosce che il turismo contribuisce alla crescita civile, culturale, sociale e morale delle comunità ospitanti, degli ospiti e dei visitatori; il turismo, in quanto occasione di relazioni aperte e positive tra i popoli, costituisce importante motivo di incremento e di tutela dei patrimoni comuni, ambientali e identitari. Nell'ambito privato la Regione riconosce che il turismo crea consistente valore economico e costituisce fattore produttivo, stimolo ed opportunità di iniziativa imprenditoriale";
- b. l'art. 2 della medesima L.R.n. 18/2014 stabilisce che la Regione interviene, tra l'altro, per:
  - i) promuovere la qualità complessiva del sistema turistico regionale, dei prodotti e dei servizi turistici;
  - l) favorire il rafforzamento strutturale e competitivo dell'offerta turistica regionale attraverso il miglioramento della qualità dell'organizzazione delle strutture e dei servizi turistici, sostenendo il ruolo delle imprese operanti nel settore turistico, in collaborazione con gli istituti secondari superiori ed il sistema universitario italiano ed europeo, anche attraverso l'istituzione di borse di studio e di stage formativi;
  - m) promuovere azioni di formazione professionale per la qualificazione degli operatori e per l'alta formazione al servizio del complessivo comparto turistico;
  - n) favorire lo sviluppo dei servizi basati sull'utilizzo di tecnologie innovative dell'informazione e della comunicazione nella fruizione delle attrazioni delle destinazioni turistiche e nella garanzia di efficace assistenza globale al turista;
  - o) promuovere l'immagine turistica della Campania in ambito nazionale ed internazionale;
  - o) accrescere la qualità dell'accoglienza turistica e l'incremento dell'accessibilità, la tutela dei diritti di pari opportunità ed il rispetto dei doveri degli operatori e degli utenti."
- c. l'art. 3 della medesima L.R.n. 18/2014 stabilisce che la Regione esercita le competenze in materia di turismo, provvedendo, tra l'altro alla "istituzione, la regolamentazione ed il coordinamento dei servizi di informazione e di accoglienza turistica, di seguito denominati SIAT, in collaborazione, se presenti, con le associazioni di categoria degli operatori turistici maggiormente rappresentative a livello nazionale";
- d. l'art. 26 della medesima L.R.n. 18/2014 stabilisce che:
  1. I SIAT svolgono le attività di informazione e di accoglienza turistica, assicurando i seguenti servizi essenziali: a) le informazioni e la distribuzione di materiale promozionale; b) le informazioni sull'organizzazione dei servizi, sulla disponibilità ricettiva e sulla ristorazione; c) le informazioni sull'offerta di servizi turistici, di itinerari di visita e di escursioni personalizzate; d) la collaborazione alla raccolta e alla trasmissione dei dati richiesti dai PTL, dagli enti pubblici territoriali e dalla Regione; e) l'assistenza del turista per i servizi turistici locali.
  2. Per assicurare i servizi previsti dal comma 1 la Regione promuove l'informatizzazione dei SIAT.
  3. I SIAT sono organizzati e coordinati dall'agenzia con la collaborazione dei Comuni, delle associazioni pro loco, dei PTL e delle associazioni del settore turistico.

4. *I servizi prestati dalle strutture SIAT sono a titolo gratuito per gli utenti e per le imprese.*”
- e. ai sensi dell'art. 22 della citata legge regionale n. 18/2014 gli Enti strumentali per il Turismo continuano a svolgere la propria funzione fino all'effettiva costituzione dell'Agenzia regionale;
  - f. gli Enti per il Turismo sono attualmente in fase di liquidazione la cui procedura è seguita dal Commissario liquidatore unico nominato con DPGR n. 183 del 4 agosto 2016;

**PREMESSO altresì che,**

- a. la Conferenza Stato – Regione, in data 14 aprile 2016, ha reso parere positivo sul POC Campania 2014 – 2020, approvato con DGR n. 59/2016, come modificato alla luce delle indicazioni fornite dalle Amministrazioni Centrali competenti e in particolare dal Ministero dell'Economia e delle Finanze;
- b. il POC Campania 2014-2020 assentito in sede di Conferenza Stato – Regioni, articolato in Assi e in azioni operative, è stato approvato dal CIPE nella seduta del 1 maggio 2016;
- c. con Decreto Dirigenziale n. 228 del 29/12/2016 della D.G. 16 Autorità di Gestione del FESR è stato approvato l'ultima versione del Sistema di Gestione e Controllo del POR Campania FESR 2014/2020, del “Manuale di attuazione” e del “Manuale delle procedure per i controlli di I livello” del medesimo Programma con i relativi allegati.

**CONSIDERATO CHE:**

- a. la Regione identifica il turismo quale priorità strategica per lo sviluppo della Campania, riconoscendone il valore per l'economia e l'occupazione, la crescita civile, culturale e sociale della comunità regionale e la valorizzazione delle risorse del territorio.
- b. nonostante una presenza sui mercati nazionale e internazionali non ancora pienamente adeguata al potenziale turistico espresso ed inespresso ed una congiuntura economica non favorevole, la Campania continua ad essere meta turistica di grande rilevanza, con notevoli margini di crescita. I flussi turistici internazionali in Campania, infatti, hanno continuato a registrare trend positivi, proseguendo sia l'aumento degli arrivi sia quello delle presenze, ed il numero di pernottamenti ha registrato anche nel 2016 (e le previsioni sul 2017 confermano l'andamento) un incremento sia nelle strutture alberghiere sia in quelle non alberghiere.
- c. l'attuale presenza di una favorevole congiuntura per le destinazioni regionali deve rappresentare una base di partenza sulla quale implementare un'adeguata strategia ed un quadro di azioni di intervento in un'ottica pubblico-privata.
- d. al particolare trend positivo della domanda turistica in regione Campania negli ultimi anni, seguita peraltro ad un precedente periodo di decremento e flessione che ha riguardato l'intero territorio nazionale, va corrisposto già nell'immediato un adeguato investimento innovativo dell'intero sistema dell'offerta turistica al fine di trasformare l'andamento positivo tutt'ora in essere in forma di investimento duraturo;
- e. l'innovazione, la specializzazione e l'integrazione dell'offerta turistica regionale passa anche attraverso l'integrazione delle funzioni informazione, assistenza, accoglienza turistica, commercializzazione dei prodotti turistici;
- f. l'informazione turistica rappresenta certamente un elemento qualificante ai fini della promozione del territorio e della piena e consapevole fruibilità delle destinazioni offerte al turista;
- g. allo stato attuale i servizi di informazione turistica sono circostanziati alle entità territoriali afferenti agli Enti Provinciali per il Turismo e alle Aziende Autonome di Soggiorno Cura e Turismo che erogano i suddetti servizi con modalità determinate autonomamente e

- veicolate attraverso i siti istituzionali e le postazioni territoriali ove hanno sede i rispettivi info-point e/o uffici informazioni turistiche;
- h. la Campania si presenta quale una destinazione composita, dotata di un ampio portafoglio di prodotti turistici e di territori dotati di grande attrattività, riconoscibilità e notorietà internazionale, che tuttavia non hanno mai beneficiato di una reale strategia di promozione unitaria che, anche sotto il profilo della identità visiva, consentisse alla destinazione regionale di acquisire un posizionamento adeguato nella percezione dei turisti;
  - i. allo stato attuale, non è presente alcun sistema informativo che metta in rete i diversi soggetti pubblici e privati e connetta dati, informazioni, progetti e contenuti per migliorare la competitività della destinazione;
  - j. la competizione sempre più serrata tra i territori, anche italiani, si gioca anche sulla capacità delle destinazioni di comunicare in modo adeguato ed efficace, attraverso un'immagine forte e attrattiva ed un utilizzo dei mezzi e degli strumenti adeguati al raggiungimento dei differenti target;

### **CONSIDERATO pertanto che**

- a. alla luce dell'andamento del mercato turistico e dei suoi fabbisogni di sviluppo, nelle more della Istituzione della Agenzia regionale del turismo e del completamento della realizzazione della governance, la Regione intende chiarire un *primo indirizzo strategico* sulle politiche turistiche, al fine di orientare sia le prime azioni di immediato avvio che l'attività di programmazione di medio e lungo periodo, basato sulle seguenti priorità:
  - 1. istituire la rete regionale dei SIAT, per il coordinamento dei servizi di informazione e accoglienza turistica sull'intero il territorio regionale, composta da:
    - a) SIAT di rilievo regionale che, in sede di prima applicazione, coincidono con gli Uffici di informazione turistica già istituiti dagli EPT ed operanti sul territorio regionale;
    - b) SIAT organizzati e gestiti dai Comuni della Campania, dalla Città Metropolitana di Napoli e dai PTL;
    - c) Associazioni Pro Loco riconosciute ed operanti sul territorio regionale;
  - 2. programmare un rinnovato marketing della destinazione, attraverso la definizione di una strategia di posizionamento e promozione del brand Campania, quale brand ombrello dei prodotti turistici e delle destinazioni territoriali;
  - 3. ampliare, specializzare, organizzare e promuovere il portafoglio di prodotti turistici della Campania, al fine di consentire uno sviluppo turistico anche per le aree interne della Regione, decongestionando, in ottica di sostenibilità del turismo, le aree ed i periodi a maggiore afflusso ed aumentando complessivamente il reddito prodotto dall'incoming turistico;
  - 4. connettere e mettere in rete il territorio e l'intera offerta turistica, utilizzando gli strumenti digitali, al fine di consentire una migliore fruibilità da parte dei turisti, una migliore promozione dell'intero sistema regionale presso la domanda, maggiori opportunità di collaborazione da parte degli operatori pubblici e privati;
  - 5. strutturare ed avviare un sistematico studio ed analisi dei dati e degli scenari turistici, sia regionale che nazionali e internazionali, al fine di consentire al sistema regionale una maggiore apertura e connessione con le rapide evoluzioni del mercato turistico;
- b. in vista dell'approssimarsi della stagione estiva risulta necessario, al fine di sostenere ed incoraggiare la crescita dei flussi degli ultimi due anni, mettere in atto alcune azioni immediate che, nell'ambito dell'indirizzo strategico sopra indicato consenta, nel breve periodo, di conseguire i seguenti obiettivi:

- definire la brand identity della Campania, al fine di coordinare e focalizzare le attività di promozione in corso e di prossimo avvio all'interno di un sistema unitario di identità visiva;
- definire un sistema informativo turistico regionale per la informatizzazione della promozione e informazione turistica, potenziare il portale turistico regionale;
- organizzare il sistema di informazione e accoglienza turistica pubblica esistente, e potenziarlo al fine di migliorare il grado di soddisfazione dei turisti nei periodi di maggior afflusso sul territorio regionale;
- realizzare immediate attività di promozione al fine di favorire l'aumento della permanenza media e l'allargamento della stagione estiva, in una ottica di integrazione tra aree turisticamente mature e nuove destinazioni;

### **TENUTO CONTO che**

- a. le attività in corso, finalizzate alle procedure di liquidazione degli Enti per il Turismo in ossequio alla legge regionale n. 18/2014, stanno determinando, oltre al contenimento delle spese di funzionamento, in linea con un trend che ha fatto registrare nel corso degli anni la relativa riduzione, la modifica, fra l'altro, dei rapporti di locazione passiva relativa alle sedi dei suddetti Enti, con riduzione dei relativi costi e conseguenti economie, anche già maturate, a valere sulle spese stanziare per il funzionamento;
- b. nel contempo sono in corso di definizione accordi con gli enti locali in cui hanno attualmente sede i detti Enti strumentali volti all'acquisizione della disponibilità a titolo gratuito di locali da destinare alle attività di accoglienza e informazione ai turisti;
- c. le risorse liberate all'esito delle azioni di contenimento del funzionamento sono riprogrammabili per il finanziamento di attività promozionali del territorio da far svolgere dalle strutture attualmente preposte a tali compiti prevalentemente a fini informativi e divulgativi;

### **RITENUTO necessario:**

- a. di dover fare proprie le priorità strategiche sulle politiche turistiche individuate in premessa, e di approvarle quale indirizzo e orientamento operativo, demandando alla Direzione Generale Beni Culturali e Turismo, attuale Direzione Generale Programmazione economica e turismo, il compito di attuarle, ed in particolare, relativamente alle attività di programmazione la redazione delle Linee Guida relative ai compiti, funzioni, criteri, procedure, ambiti operativi e territoriali dei SIAT e la Carta dei Servizi;
- b. di dover demandare, altresì, per le attività di pianificazione alla Direzione Generale Beni Culturali e Turismo, attuale Direzione Generale Programmazione economica e turismo, anche avvalendosi per l'esecuzione degli Enti Provinciali del Turismo, in ragione della mission che gli stessi ancora svolgono, in attesa dell'avvio effettivo dell'Agenzia del Turismo di cui alla richiamata legge regionale n. 18/2014, la realizzazione di immediato avvio delle seguenti prime azioni strategiche:
  - b.1 - progettazione creativa, ricorrendo eventualmente ad un concorso di idee, del sistema di identità visiva della destinazione Campania che, in rapporto con i brand territoriali, sia declinabile nel layout grafico e di allestimento dei SIAT e delle fiere del turismo, nel layout grafico delle campagne di comunicazione, nelle pubblicazioni e materiale divulgativo;
  - b.2 – potenziamento del portale turistico regionale, quale primo applicativo del sistema informativo turistico regionale;

- b.3 – realizzazione e utilizzo di apposite app o strumenti tecnologici adeguati quali veicoli multimediali;
- b.4 – pianificazione media della campagna di comunicazione unitaria del brand regionale e dei suoi prodotti turistici regionali, attraverso cui veicolare una immagine della Campania oltre che turistico balneare, come destinazione per l'intero anno, grazie ad un portafoglio di prodotti turistici destagionalizzanti: la grande arte (i sei siti unesco) ed i piccoli borghi (le aree interne), l'enogastronomia (la dieta mediterranea) e la tradizione (le feste religiose, le sagre, ed il Natale), la natura (i parchi nazionali e regionali) e le attività all'aria aperta (escursionismo e sport in natura), sia online che offline, concentrata sui mercati italiani ed europei collegati da vettori aerei e treni ad alta velocità con la Campania;
- b.5 – produzione e gestione di nuovi contenuti redazionali per la promozione dei prodotti turistici regionali sui canali online della Campania;
- b.6 – realizzare presidi territoriali e strumenti multimediali all'avanguardia, con una immagine coordinata relativa alle icone, pattern, mappe e sistemi decorativi, per rafforzare la rete di informazione e di accoglienza turistica su tutto il territorio regionale;
- b.7 - avviare la messa a sistema della rete dei SIAT, anche attraverso la sottoscrizione di accordi con le Pubbliche Amministrazioni;
- b.8 – promuovere l'informatizzazione dei SIAT;
- b.9 – costituire un gruppo di lavoro scientifico per l'avvio di laboratorio permanente sull'innovazione, lo studio e l'analisi del mercato turistico e per l'ascolto ed coinvolgimento del sistema turistico regionale nel processo di programmazione turistica;
- c. di dover programmare, per la realizzazione delle azioni di cui ai precedenti, risorse pari a € 2.000.000,00 a valere sul POC linea 2.4, azione operativa 2.4.4;

#### **RITENUTO necessario altresì**

- a. di dover demandare al Commissario liquidatore unico degli Enti provinciali per il turismo e delle Aziende autonome di cura, soggiorno e Turismo di quantificare tempestivamente l'importo derivante dalle economie ottenute relativamente al funzionamento e/o dai relativi avanzi;
- b. di dover demandare al Commissario liquidatore unico, in ragione dell'approssimarsi della stagione estiva, la programmazione e la realizzazione delle sottoelencate attività relative alla promozione turistica attingendo dalle risorse stanziato all'interno dei Bilanci degli Enti Provinciali per il Turismo, in ragione dei risparmi maturati, allo scopo di ottimizzarne l'utilizzo e finalizzare le stesse allo sviluppo turistico complessivo del territorio:
  - b.1 - stampa del materiale promozionale per la distribuzione presso gli *info-point* degli enti turistici;
  - b.2 - apertura di nuovi punti di accoglienza e informazione temporanei nelle città capoluogo e nei siti di maggiore afflusso turistico;
  - b.3 - realizzazione sul territorio regionale di postazioni *info-point* temporanee e strumenti multimediali (totem, ecc.), che rafforzino il sistema di informazione e accoglienza turistica durante il periodo dell'estate 2017;
  - b.4 - apertura di tutti gli *info-point* dalle ore 8.00/9.00 alle 20.00/22.00, anche nei giorni festivi e prefestivi, attivando ulteriori unità curricolari ed extracurricolari mediante le convenzioni con le Università campane e avvalendosi di altre procedure opportune per il conseguimento delle finalità individuate;
  - b.5 - dotare il personale addetto agli *info-point* di apposite divise uniformate su tutto il territorio regionale;
  - b.6 - potenziamento del sistema di accoglienza nei *gate* di accesso alla regione (porti, aeroporti, autostrade, stazioni);

b.7 - pianificazione di attività promozionali nonché di azioni di comunicazione dell'immagine della Campania sui mercati nazionali ed esteri;

#### **DATO ATTO**

- a. della coerenza dell'intervento programmato a valere sul POC linea 2.4, azione operativa 2.4.4 con il medesimo programma;
- b. della congruità delle risorse finanziarie programmate rispetto alle finalità che l'amministrazione regionale intende perseguire a beneficio dei soggetti target individuati con la presente deliberazione;

#### **PRESO ATTO**

- a. del parere reso dal Responsabile della Programmazione Unitaria con nota prot. 2017.11914/UDCP/GAB/VCG1
- b. del parere reso dal Referente POC con nota prot. 2017.0309087

#### **VISTI**

- a. la L.R. n. 18 del 08/08/2014;
- b. il Regolamento (UE) n. 1301 del 17 dicembre 2013;
- c. il Regolamento (UE) n. 1303 del 17 dicembre 2013;
- d. la Decisione C (2015) n. 8578 del 1 dicembre 2015;
- e. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 720 del 16 dicembre 2015;
- f. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 59 del 15 febbraio 2016;
- g. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 278 del 14 giugno 2016;
- h. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 758 del 20 dicembre 2016;
- i. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 813 del 28 dicembre 2016.
- j. il Regolamento (UE) n. 1304/2013;
- k. il Regolamento di esecuzione (UE) n. 215/2014;
- l. il Regolamento di esecuzione (UE) n. 288/2014;
- m. il Regolamento di esecuzione (UE) n. 1011/2014;
- n. il Regolamento di esecuzione (UE) n. 207/2015;
- o. la Decisione C(2014) 8021 del 29/10/2014 della Commissione Europea di approvazione dell'Accordo di Partenariato con l'Italia;
- p. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 388 del 2 settembre 2015;
- q. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 719 del 16 dicembre 2015
- r. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 61 del 15 febbraio 2016;
- s. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 112 del 22 marzo 2016;
- t. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 191 del 03 maggio 2016;
- u. la Deliberazione di Giunta Regionale n. 742 del 20 dicembre 2016;
- v. il Decreto Dirigenziale n. 148 del 30 dicembre 2016;
- w. il DPGR n. 272 del 30 dicembre 2016;
- x. Delibera CIPE 11/2016;

**PROPONE** e la Giunta a voti unanimi

#### **DELIBERA**

per i motivi indicati in premessa, che qui si intendono integralmente riportati:

1. di fare proprie le priorità strategiche sulle politiche turistiche individuate in premessa, e di approvarle quale indirizzo e orientamento operativo, demandando alla Direzione

- Generale Beni Culturali e Turismo, attuale Direzione Generale Programmazione economica e turismo, il compito di attuarle, ed in particolare, relativamente alle attività di programmazione di redigere le Linee Guida relative ai compiti, funzioni, criteri, procedure, ambiti operativi e territoriali dei SIAT e la Carta dei Servizi;
2. di demandare, altresì, per le attività di pianificazione alla Direzione Generale Beni Culturali e Turismo, attuale Direzione Generale Programmazione economica e turismo, anche avvalendosi per l'esecuzione degli Enti Provinciali del Turismo, in ragione della *mission* che gli stessi ancora svolgono, in attesa dell'avvio effettivo dell'Agenzia del Turismo di cui alla richiamata legge regionale n. 18/2014, la realizzazione di immediato avvio delle seguenti prime azioni strategiche:
    - 2a - progettazione creativa, ricorrendo eventualmente ad un concorso di idee, del sistema di identità visiva della destinazione Campania che, in rapporto con i brand territoriali, sia declinabile nel layout grafico e di allestimento dei SIAT e delle fiere del turismo, nel layout grafico delle campagne di comunicazione, nelle pubblicazioni e materiale divulgativo;
    - 2b – potenziamento del portale turistico regionale, quale primo applicativo del sistema informativo turistico regionale;
    - 2c – realizzazione e utilizzo di apposite app o strumenti tecnologici adeguati quali veicoli multimediali;
    - 2d – pianificazione media della campagna di comunicazione unitaria del brand regionale e dei suoi prodotti turistici regionali, attraverso cui veicolare una immagine della Campania oltre che turistico-balneare, come destinazione turistica per l'intero anno, grazie ad un portafoglio di prodotti turistici stagionalizzanti: la grande arte (i sei siti unesco) ed i piccoli borghi (le aree interne), l'enogastronomia (la dieta mediterranea) e la tradizione (le feste religiose, le sagre, ed il Natale), la natura (i parchi nazionali e regionali) e le attività all'aria aperta (escursionismo e sport in natura), sia online che offline, concentrata sui mercati italiani ed europei collegati da vettori aerei e treni ad alta velocità con la Campania;
    - 2e – produzione e gestione di nuovi contenuti redazionali per la promozione dei prodotti turistici regionali sui canali online della Campania;
    - 2f – realizzazione di presidi territoriali e strumenti multimediali all'avanguardia, con una immagine coordinata relativa alle icone, pattern, mappe e sistemi decorativi, per rafforzare la rete di informazione e di accoglienza turistica su tutto il territorio regionale;
    - 2g - avviare la messa a sistema della rete dei SIAT, anche attraverso la sottoscrizione di accordi con le Pubbliche Amministrazioni;
    - 2h – promuovere l'informatizzazione dei SIAT;
    - 2l – costituire un gruppo di lavoro scientifico per l'avvio di laboratorio permanente sull'innovazione, lo studio e l'analisi del mercato turistico e per l'ascolto ed coinvolgimento del sistema turistico regionale nel processo di programmazione turistica;
  3. di programmare, per la realizzazione delle azioni di cui ai precedenti punti, risorse pari a € 2.000.000,00 a valere sul POC linea 2.4, azione operativa 2.4.4;
  4. di demandare al Commissario liquidatore unico degli Enti provinciali per il turismo e delle Aziende autonome di cura, soggiorno e Turismo di quantificare tempestivamente l'importo derivante dalle economie ottenute relativamente al funzionamento e/o dai relativi avanzi;
  5. di demandare al Commissario liquidatore unico, in ragione dell'approssimarsi della stagione estiva, la programmazione e la realizzazione delle sottoelencate attività relative alla promozione turistica attingendo dalle risorse stanziare all'interno dei Bilanci degli Enti

Provinciali per il Turismo, in ragione dei risparmi maturati, allo scopo di ottimizzarne l'utilizzo e finalizzare le stesse allo sviluppo turistico complessivo del territorio:

- a. stampa del materiale promozionale per la distribuzione presso gli *info-point* degli enti turistici;
  - b. apertura di nuovi punti di accoglienza e informazione temporanei nelle città capoluogo e nei siti di maggiore afflusso turistico;
  - c. - realizzazione sul territorio regionale di postazioni *info-point* temporanee e strumenti multimediali (totem, ecc.), che rafforzino il sistema di informazione e accoglienza turistica durante il periodo dell'estate 2017;
  - d. apertura di tutti gli *info-point* dalle ore 8.00/9.00 alle 20.00/22.00, anche nei giorni festivi e prefestivi, attivando ulteriori unità curricolari ed extracurricolari mediante le convenzioni con le Università campane e avvalendosi di altre procedure opportune per il conseguimento delle finalità individuate;
  - e. dotare il personale addetto agli *info-point* di apposite divise uniformate su tutto il territorio regionale;
  - f. potenziamento del sistema di accoglienza nei *gate* di accesso alla regione (porti, aeroporti, autostrade, stazioni);
  - g. pianificazione di attività promozionali nonché di azioni di comunicazione dell'immagine della Campania sui mercati nazionali ed esteri;
6. di trasmettere il presente provvedimento agli Assessori competenti, al Capo di Gabinetto, alla Programmazione Unitaria, ai Direttori Generali e al BURC per la pubblicazione.