



COMUNE DI GENOVA

AREA SERVIZI
MARKETING DELLA CITTA', TURISMO E RELAZIONI INTERNAZIONALI

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2017-280.1.0.-15

L'anno 2017 il giorno 15 del mese di Febbraio il sottoscritto Torre Cesare in qualita' di dirigente di Marketing della Citta', Turismo e Relazioni Internazionali, ha adottato la Determinazione Dirigenziale di seguito riportata.

OGGETTO: APPROVAZIONE DEL PROGETTO RELATIVO ALLE ATTIVITA' PROMOZIONALI INTEGRATIVE CONVENTION BUREAU GENOVA – CONTESTUALE IMPEGNO DI SPESA PARI AD € 48.795,12 (ONERI FISCALI INCLUSI).

Adottata il 15/02/2017
Esecutiva dal 06/04/2017

15/02/2017	TORRE CESARE
03/04/2017	TORRE CESARE

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

AREA SERVIZI
MARKETING DELLA CITTA', TURISMO E RELAZIONI INTERNAZIONALI

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2017-280.1.0.-15

OGGETTO: APPROVAZIONE DEL PROGETTO RELATIVO ALLE ATTIVITA' PROMOZIONALI INTEGRATIVE CONVENTION BUREAU GENOVA – CONTESTUALE IMPEGNO DI SPESA PARI AD € 48.795,12 (ONERI FISCALI INCLUSI).

Visto l'art. 107 del Decreto Legislativo n. 267/2000, commi 1 e 2;

Viste le linee programmatiche del Sindaco e, in particolare, le politiche per lo sviluppo del turismo e promozione della città, attuate in sinergia con Enti e Società operanti nel settore, che prevedono anche l'integrazione e la valorizzazione dell'offerta culturale permanente di mostre, teatri, eventi e festival con l'offerta fieristico- congressuale;

Rilevato che

- Convention Bureau Genova opera da oltre 15 anni per la promozione della destinazione Genova nel segmento della meeting industry, agendo attraverso il collegamento di tutte le componenti cittadine della filiera del settore MICE (Meeting, Incentive, Congress & Events) e rappresenta una delle più interessanti e longeve esperienze di networking a livello nazionale;
- da sempre la società consortile, fondata sulle risorse private dei soci, ha un rapporto stretto con le componenti istituzionali che operano sulla promozione della destinazione ed in particolare con il Comune di Genova, con il quale ha sviluppato attività e progetti legati a eventi e manifestazioni oltre che ad attività promozionali;
- con deliberazione della Giunta Comunale 322 del 29.11.2012 si è posta in essere l'adesione del Comune di Genova al "Progetto candidature" presentato da Convention Bureau" al fine di implementare l'offerta MICE, con l'obiettivo di promuovere la destinazione Genova, rinnovata con provvedimento di Giunta Comunale 2017/50;

Considerato che

- le più recenti analisi di mercato segnalano la necessità di gestire, in maniera integrata e con una logica di rete, le diverse componenti del sistema d'offerta: in questo senso il settore congressuale si presenta come un'opportunità che crea valorizzazione delle risorse presenti sul territorio, infatti se-

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

condo un'indagine di Federcongressi, il 21% (pari a 23 miliardi di euro) del fatturato del turismo è riconducibile al congressuale;

- i soci del Consorzio Convention Bureau Genova, sostenendo le diverse attività che compongono la comunicazione e l'informazione sull'offerta turistica cittadina, propongono di integrare le iniziative promozionali del Consorzio stesso, operando in controtendenza rispetto ad una generale situazione economica negativa in atto;

Rilevato che:

- nell'ottica della collaborazione instauratasi fra il Comune di Genova e Convention Bureau attraverso la convenzione candidature stipulata nel 2012, il Consorzio stesso nel corso degli ultimi anni ha realizzato progetti mediante interventi specifici e mirati alla promozione dell'accoglienza;

- Consorzio Convention Bureau Genova, si pone come interlocutore unico a Genova per la lunga esperienza maturata nel comparto della meeting industry, e per il fatto di essere l'unico soggetto rappresentativo dei più qualificati operatori genovesi attivi nel comparto;

- nell'ottica di proseguire nella stessa proficua direzione impostata negli anni precedenti, il Consorzio di cui sopra, ha presentato un progetto relativo alle attività che saranno realizzate nel corso del corrente anno, richiedendo un importo di euro 48.795,12 (oneri fiscali inclusi), quale sostegno del Comune di Genova alle spese necessarie alla realizzazione del progetto stesso;

Evidenziato che:

- nel corso dei precedenti esercizi, le attività promozionali del Convention Bureau Genova sono state principalmente rivolte ai segmenti corporate ed associativo a livello nazionale;

- a partire dall'anno 2017 gli obiettivi strategici prioritari del Consorzio saranno quelli di posizionarsi in modo vincente sul mercato internazionale degli eventi;

- proseguiranno, tuttavia, in maniera proficua ed incisiva, attraverso attività di marketing specifiche, supportate in modo diretto dal Consorzio, le iniziative promozionali rivolte al mercato nazionale;

- a fronte di un importante investimento sul mercato estero, che prevede un'intensa attività di comunicazione (newsletter, social media, PR etc.), verrà mantenuta un'ampia copertura mediatica anche sui principali canali di comunicazione on line della Meeting Industry nazionale, attraverso le attività di Ufficio Stampa e di mail marketing del Convention Bureau Genova;

Ritenuto, per quanto sopra esposto, di approvare il progetto – allegato quale parte integrante e sostanziale del presente provvedimento - presentato da Consorzio Convention Bureau Genova, relativo alle attività che saranno realizzate nel corso del corrente anno e, conseguentemente, di partecipare alle spese che ne deriveranno con un importo di € 48.795,12 (oneri fiscali inclusi) ritenuto congruo;

Dato atto che la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti dell'art. 6 della Legge n. 122/2010 in quanto è da considerarsi a tutti gli effetti relativa ad azioni di marketing per la promozione turistica e della città finalizzate allo sviluppo economico e, per-

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

tanto, non soggetta ai vincoli imposti dal Decreto 78, convertito in legge 122/2010, in quanto tipologie di spese non contemplate dalla manovra stessa;

Accertato che i pagamenti conseguenti al presente provvedimento sono compatibili con i relativi stanziamenti di cassa del Bilancio e con le regole di finanza pubblica;

Visto il Decreto Legge 244 del [30/12/2016](#) art. 5 comma 11, con il quale è stato differito al [31 marzo 2017](#) il termine per l'approvazione dei documenti previsionali per l'esercizio 2017 e autorizzato automaticamente la proroga dell'esercizio provvisorio;

Visti:

- l'art. 163 c. 3 e c.1 del D.Lgs. n. 267/2000;

- l'art. 36 c. lettera a) del D.lgs 50/2016 e s.m.i. che disciplina l'acquisizione in economia di lavori e forniture, ed in particolare il comma 2 lettera a) che consente l'affidamento diretto per servizi e forniture di importo inferiore ad euro 40.000,00 IVA esclusa;

- gli artt. 3 e 6 della Delibera C.C. n°26/2008 avente ad oggetto "Approvazione regolamento per le acquisizioni in economia di beni e servizi del Comune di Genova";

- l'art. 183 - comma 3 del D.Lgs. 267/2000;

IL DIRETTORE DETERMINA

1) di approvare le " Proposte progetti promozionali anno 2017", allegato quale parte integrante e sostanziale del presente provvedimento - presentato da Consorzio Convention Bureau Genova, relativo alle attività che saranno realizzate nel corso del corrente anno;

2) di erogare alla **Consorzio Convention Bureau Genova srl** – P IVA/CF 03586240107 (CB 42455) (Rif. CIG Z091D6669E) l'importo di € 48.795,12 (€ 39.996,00 quale imponibile + € 8.799,12 per IVA al 22%) ritenuto congruo, quale partecipazione alle spese che deriveranno dalla realizzazione del progetto di cui al punto precedente - spesa in ambito istituzionale;

3) di impegnare l'importo di € **48.795,12** (€ 39.996,00 quale imponibile + € 8.799,12 per IVA al 22%) al capitolo che verrà iscritto a bilancio 2017 in corrispondenza dell'attuale capitolo 1377 "Servizi di Promozione della Città" – Promozione della Città e Turismo – c.d.c. 3950.6.29 – Pdc 1.3.2.2.4 "Pubblicità" – SIOPE 1337 a favore di Consorzio Convention Bureau Genova srl - spesa in ambito istituzionale (**IMP 2017/6287**);

4) di demandare alla scrivente la diretta liquidazione della spesa mediante emissione di richiesta di mandato Mod. M1/Rag.;

5) dare atto che:

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

- la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti dell'art. 6 della Legge n. 122/2010 in quanto è da considerarsi a tutti gli effetti relativa ad azioni di marketing per la promozione turistica e della città finalizzate allo sviluppo economico e, pertanto, non soggetta ai vincoli imposti dal Decreto 78, convertito in legge 122/2010, in quanto tipologie di spese non contemplate dalla manovra stessa;
- il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto della normativa sulla tutela dei dati personali;
- è stata verificata l'insussistenza di situazioni di conflitto di interesse ai sensi dell'art. 42 del D.Lgs. n. 50/2016 e dell'art. 6 bis della legge n. 241/90;
- gli impegni sono stati assunti nei limiti dell'art. 163, c. 5 lettera c) del D.Lgs. n. 267/2000, con riferimento all'arco temporale di operatività dell'esercizio provvisorio, ai sensi della proroga disposta dal Decreto Legge 244 del [30/12/2016](#) art. 5 comma 11, del Ministero dell'Interno.

Il Direttore

Marketing della Città, Turismo e Relazioni Internazionali

dott. Cesare Torre

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

ALLEGATO ALLA DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2017-280.1.0.-15

AD OGGETTO

APPROVAZIONE DEL PROGETTO RELATIVO ALLE ATTIVITA' PROMOZIONALI INTEGRATIVE CONVENTION BUREAU GENOVA – CONTESTUALE IMPEGNO DI SPESA PARI AD € 48.795,12 (ONERI FISCALI INCLUSI).

Ai sensi e per gli effetti dell'articolo 183, comma 7, D.L.gs 267/2000 e s.s.m . si appone visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria.

Il Responsabile del Servizio Finanziario
[Dott. Giovanni Librici]

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

CIG Z091D6669E



Proposte progetti promozionali anno 2017

Nel corso dei precedenti esercizi, le attività promozionali del Convention Bureau Genova sono state principalmente rivolte ai segmenti corporate ed associativo a livello nazionale. Pertanto, a partire dall'anno 2017, posizionarsi in modo vincente sul mercato internazionale degli eventi sarà uno degli obiettivi strategici prioritari del Consorzio. Per il raggiungimento di tale obiettivo, la quota maggiore del contributo che si richiede al Comune di Genova sarà quindi focalizzata su tale aspetto.

Resta inteso che le iniziative promozionali rivolte al mercato nazionale proseguiranno in maniera proficua ed incisiva, attraverso attività di marketing specifiche supportate in modo diretto dal Consorzio. Infine, si sottolinea che, a fronte di un importante investimento sul mercato estero di cui al punto 1, che prevede un'intensa attività di comunicazione (newsletter, social media, PR etc.), si manterrà un'ampia copertura mediatica anche sui principali canali di comunicazione on line della Meeting Industry nazionale, attraverso le attività di Ufficio Stampa e di mail marketing del Consorzio.

1. Rappresentanza MICE Genova su mercato estero

A seguito di quanto premesso, si prevede un piano di promozione strutturato attraverso iniziative di marketing specifiche sul mercato estero (Media Marketing Activities, Social Media Relation, Sale Leads etc.). Per quanto riguarda il mercato di riferimento, si è in fase di individuazione di un'area che offra la presenza di un elevato numero di associazioni, aziende e agenzie di organizzazione congressuale potenzialmente rivolte a considerare la destinazione Genova quale sede di un loro evento (congressuale ed incentive), nonché di un mercato che sia collegato o collegabile alla destinazione attraverso i voli attivi su Genova.

L'obiettivo del progetto di CBGenova per il mercato estero avrà una doppia valenza, la prima di carattere operativo finalizzata all'acquisizione di nuovi eventi sul mercato internazionale e la seconda finalizzata a diffondere e valorizzare l'immagine della destinazione Genova coesa e vincente.

Per quanto concerne invece l'Agenzia che supporterà CBGenova in tale progetto, a seguito di una selezione tra più società, sono state individuate alcune agenzie di Destination Marketing leader nel settore MICE, con un'esperienza pluriennale nel campo, iscritte all'Associazione ICCA e le cui referenze sono state anche confermate da altre destinazioni italiane con cui hanno per diverso tempo collaborato.

Tali agenzie hanno presentato un piano di attività articolato tra cui sono stati selezionati alcuni punti principali su cui si è deciso di focalizzare l'attenzione per il 2017.

- Media Marketing Activities: tale attività prevede un piano di comunicazione annuale comprendente diverse azioni che permettano la diffusione del marchio CBGenova nel mercato preso in considerazione (press/media relations, Mail Shot, Social Media, Web Site page, e-newsletter, DEM);

- Telemarketing focus on the Association Marketplace: un'attività specifica rivolta alle associazioni e mirata al consolidamento delle azioni di comunicazione di cui sopra, in preparazione alla Sales Week sotto descritta;
- Sales Week: programmazione di 20 appuntamenti basati su una settimana di incontri B2B con un concreto interesse per la destinazione.

Considerazione finali

Il progetto dovrà prevedere un investimento pluriennale e, dopo un primo anno di approccio ad una diffusione capillare del brand CBG sul mercato estero, si ipotizza nel corso del 2018 di proseguire con le iniziative intraprese nel 2017 e di realizzare un Show Case Event su piazza.

Investimento complessivo € 18.487 IVA ESCLUSA

2. Candidature congressi associativi – *Open Venues*

Tale attività rappresenta la prosecuzione dei precedenti progetti di ricerca candidature avviati negli scorsi esercizi. Si prevede un'iniziale fase di scouting per selezionare gli eventi associativi nazionali ed internazionali in programmazione con destinazione ancora da definire (*Open Venues*) ed una successiva attivazione del processo di candidatura. Poiché tali processi prevedono articolate fasi decisionali che si protraggono in un periodo di tempo a medio/lungo termine, CBGenova dedicherà una risorsa interna concentrata su tale attività.

Investimento complessivo € 9.300 IVA ESCLUSA

3. Club Ambasciatori Convention Bureau Genova

Tale progetto è stato lanciato nel corso del 2015 e nel corrente anno si è consolidato attraverso diversi momenti di networking e con la nomina di nuovi candidati. Tutti i membri del Club stanno fornendo il loro fattivo apporto per l'acquisizione di grandi eventi associativi che saranno ospitati in città nei prossimi anni e che porteranno un'importante ricaduta economica non solo sul settore congressuale, ma anche sull'intero comparto turistico locale.

Investimento complessivo € 2.500 IVA ESCLUSA

4. Osservatorio Congressuale della città di Genova

A partire dal 2016, l'Osservatorio congressuale della città è stato allineato al progetto nazionale di Federcongressi&Eventi/OICE e l'incarico dell'elaborazione dei dati raccolti mensilmente da CBGenova è stato affidato al Prof. G.M. Ugolini dell'Università di Genova.

Scopo della ricerca è il monitoraggio di tutti i tipi di convegni e di eventi che si organizzano a Genova: congressi associativi, convention, incentive, lanci di prodotto e riunioni varie promosse da aziende, da partiti, sindacati, enti di ogni genere. La raccolta dati proseguirà per tutto il corso del 2017 confermando le modalità sopracitate.

Le informazioni che si intendono ottenere nel secondo anno di indagine riguardano il numero di eventi, la tipologia di clienti, la provenienza dei partecipanti, la durata, il ruolo delle agenzie e saranno raffrontate con quelle degli ultimi due anni.

Investimento complessivo € 2.500 IVA ESCLUSA

5. Restyling sito e inserimento nuovo sistema Booking on line – attività di Digital Marketing (probabile fatturazione diretta del Comune di Genova)

Avere un sito che possa essere di forte impatto visivo e che rispetti le esigenze di una navigazione veloce ed intuitiva sono stati i punti focali per la realizzazione del nuovo sito CBG che, a quasi due anni dalla sua messa online, richiede un'implementazione per tenere il passo con le sempre più nuove esigenze dei navigatori in rete. Verrà quindi adattata la piattaforma con un sistema di booking online denominato "easyBOOKING", che consentirà la velocizzazione del flusso dei dati dall'utente alla pagina web cbgenova.it e da quest'ultima agli hotel, con la contestuale attivazione di una connessione sicura e certificata SSL 123.

Contestualmente alla realizzazione delle suddette integrazioni, si prevede la realizzazione di una serie di strategie di marketing orientate al web, sulla scorta anche delle esperienze maturate all'interno del Social Media Team a cui partecipiamo da diverso tempo, attraverso le seguenti attività di Digital marketing:

- SEARCH ENGINE OPTIMIZATION: scopo di tale attività è il raggiungimento di un ottimo posizionamento presso i motori di ricerca in modo efficace sui principali motori di ricerca.
- EMAIL MARKETING: attraverso l'utilizzo di nuovi moduli "easy USERS" e "easyMAILING" si intensificherà l'attività di email marketing del Consorzio.
- SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: si prevede una rilevante interazione con i principali social network. Inoltre, in considerazione del particolare segmento di utenza professionale di CBGenova, si intensificherà la promozione sul canale LinkedIn, attraverso l'attivazione di appositi widget, al fine di ottenere azioni interattive per la condivisione di competenze professionali e per diffondere la comunicazione social del Consorzio.

Investimento complessivo € 7.209 IVA ESCLUSA

39.996,00