



COMUNE DI GENOVA

AREA SERVIZI
MARKETING DELLA CITTA', TURISMO E RELAZIONI INTERNAZIONALI

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2016-280.1.0.-46

L'anno 2016 il giorno 27 del mese di Maggio 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 DELLO SCHEMA DI ACCORDO DI COLLABORAZIONE TRA COMUNE DI GENOVA E CAMERA DI COMMERCIO DI GENOVA RELATIVO AL PROGETTO DELLA CITTÀ "COMUNICAZIONE INTEGRATA FINALIZZATA ALLA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CITTÀ". CONTESTUALE PRENOTAZIONE DI FONDI PARI AD € 100.000,00 (ONERI FISCALI INCLUSI).

Adottata il 27/05/2016
Esecutiva dal 05/07/2016

27/05/2016

TORRE CESARE

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

AREA SERVIZI
MARKETING DELLA CITTA', TURISMO E RELAZIONI INTERNAZIONALI

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2016-280.1.0.-46

OGGETTO: APPROVAZIONE DELLO SCHEMA DI ACCORDO DI COLLABORAZIONE TRA COMUNE DI GENOVA E CAMERA DI COMMERCIO DI GENOVA RELATIVO AL PROGETTO DELLA CITTÀ "COMUNICAZIONE INTEGRATA FINALIZZATA ALLA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CITTÀ". CONTESTUALE PRENOTAZIONE DI FONDI PARI AD 100.000,00 (ONERI FISCALI INCLUSI).

IL DIRIGENTE RESPONSABILE

Premesso che:

- il Comune di Genova negli ultimi anni, ha costruito il rilancio della sua immagine e posizionamento internazionale anche attraverso la realizzazione di grandi eventi, risultando costantemente impegnato nell'offerta di iniziative mirate ad inserire la Città di Genova tra i principali protagonisti a livello internazionale, per quanto riguarda le grandi manifestazioni, in modo da poterla valorizzare sotto il profilo della attrattività, rendendola, nel contempo, coinvolgente e interessante;

- il Comune e la Camera di Commercio, nel quadro del coordinamento per l'utilizzo delle risorse derivanti dall'imposta di soggiorno, sono fortemente impegnati nell'impostazione di una strategia di marketing territoriale legata alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico-culturale, all'enogastronomia, nonché a promuovere e qualificare l'offerta turistica diversificata e sviluppare il turismo culturale, ambientale e del gusto;

- i due Enti concordano sulla necessità di realizzare un progetto di comunicazione integrato finalizzato alla promozione turistica della città, nell'ambito della strategia di city branding sviluppata a partire dall'anno 2013 attraverso il progetto europeo Urbact City Logo e proseguita, successivamente, con il progetto europeo Urbact "Interactive Cities" attualmente in corso;

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

Vista la deliberazione n. 2016/96 con la quale la Giunta Comunale approva la realizzazione del Progetto *“Comunicazione integrata finalizzata alla promozione turistica della città”* in collaborazione con la Camera di Commercio di Genova

Rilevato che:

- il progetto è volto a rinforzare la promozione e attrattività turistica della città in due momenti fondamentali della stagione: il periodo di ferragosto, che recentemente si è imposto, a differenza del passato, come un momento di massima affluenza turistica verso Genova, e il Capodanno, altro momento intorno al quale si è sviluppato negli ultimi anni un consistente e sempre più prolungato movimento legato anche alle festività natalizie;

- il progetto è volto altresì a proseguire e sviluppare il processo di destagionalizzazione intrapreso con successo negli ultimi anni, attraverso il quale la stagione turistica di Genova si è allungata fino a coprire in modo omogeneo tutti i mesi dell'anno;

- il progetto di comunicazione dovrà essere sviluppato intorno ai due momenti del Ferragosto e Capodanno e articolato attraverso un uso integrato di mezzi di comunicazione diversi, quali ad esempio realizzazione di eventi, comunicazione sui social media, produzione di video e materiali promozionali utilizzabili anche successivamente per iniziative di promozione turistica e comunicazione di marketing, attività e iniziative di co-marketing e sponsorizzazioni, attività di PR, altre eventuali opportunità e strumenti di comunicazione online o offline ritenuti interessanti ai fini del raggiungimento dei target prioritari, individuati in quello giovanile e del "family";

Rilevato che con la già citata deliberazione n. 2016/96 la Giunta dava mandato alla Direzione Marketing della Città, Turismo e Relazioni Internazionali per la stipula di un Accordo di Collaborazione che definisca i rapporti tra le Parti, nonché per l'individuazione, mediante le procedure di legge, dei soggetti idonei ad articolare e realizzare il Progetto oggetto del presente provvedimento e per la successiva assegnazione del servizio;

Visto quindi lo schema di accordo di collaborazione predisposto tra le parti, nel testo allegato che forma parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, il quale nel dettaglio esplica le azioni comuni da realizzare;

Ritenuto, pertanto, di approvare lo schema di accordo di collaborazione tra il Comune di Genova e la Camera di Commercio di Genova finalizzato alla realizzazione del progetto di promozione della città *“Comunicazione integrata finalizzata alla promozione turistica della città”*

Evidenziato che l'impegno finanziario del Comune di Genova per la realizzazione del progetto di cui trattasi, è quantificato in di € 100.000,00 (oneri fiscali inclusi) di cui € 25.000,00 per l'evento Ferragosto ed € 75.000,00 per l'evento Capodanno;

Accertato che il pagamento conseguente al presente provvedimento è compatibile con il relativo stanziamento del bilancio e con le regole di finanza pubblica;

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

Visti i documenti previsionali e programmatici 2016-2018 approvati con deliberazione del Consiglio Comunale n. 30 del 18.5.2016;

Vista la deliberazione di Giunta Comunale n. 123 del 23 Giugno 2016 di approvazione del PEG 2016;

IL DIRIGENTE DETERMINA

- 1) di approvare, sulla base delle decisioni assunte dalla Giunta con deliberazione 2016/96, l'allegato schema di accordo di collaborazione, che forma parte integrante e sostanziale del presente provvedimento, tra il Comune di Genova e la Camera di Commercio di Genova finalizzato alla realizzazione del progetto "*Comunicazione integrata finalizzata alla promozione turistica della città*";
- 2) di prenotare la somma di € **100.000,00** (oneri fiscali inclusi) al Capitolo 1377 cdc 3950 "Servizi di promozione della Città – Promozione della Città e Turismo" del Bilancio 2016 - PdC 1.3.2.2.4 "Pubblicità" – Missione /Prg 7 - cod. SIOPE 1337 "Spese di pubblicità" (**IMP 2016/7867**);
- 3) di rinviare a successivi provvedimenti l'assegnazione dei servizi necessari alla realizzazione del progetto di cui trattasi nella misura di € 25.000,00 per l'evento Ferragosto ed € 75.000,00 per l'evento Capodanno, previa individuazione, mediante le procedure di legge, dei soggetti attuatori;
- 4) di dare atto che la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti 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;
- 5) di dare atto che il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto della normativa sulla tutela dei dati personali;
- 6) di dare atto che l'impegno è stato assunto ai sensi dell'art. 183 c.3 del D. Lgs. 267/2000.

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. 2016-280.1.0.-46

AD OGGETTO

APPROVAZIONE DELLO SCHEMA DI ACCORDO DI COLLABORAZIONE TRA COMUNE DI GENOVA E CAMERA DI COMMERCIO DI GENOVA RELATIVO AL PROGETTO DELLA CITTÀ “COMUNICAZIONE INTEGRATA FINALIZZATA ALLA PROMOZIONE TURISTICA DELLA CITTÀ”. CONTESTUALE PRENOTAZIONE DI FONDI PARI AD € 100.000,00 (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

ACCORDO di COLLABORAZIONE

per il Progetto

**“Comunicazione integrata finalizzata alla promozione
turistica della città”**

Il giorno _____ del mese di _____ dell'anno _____
(in lettere) (in lettere) (in lettere)

TRA

Comune di Genova - con sede in Via Garibaldi, n° 9 - 16124 - Genova - Partita IVA n° **00856930102** - rappresentato dal Direttore della Direzione “Marketing della Città, Turismo e Relazioni Internazionali”, Dottor **Cesare TORRE** - nato a **Genova** - il **10 febbraio 1957** - di seguito denominato per brevità “**Comune**”

Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura - con sede in Via Garibaldi, n° 4 - 16124 - Genova - Partita IVA n° **00796640100** - rappresentata dal Segretario Generale, Dottor **Maurizio CAVIGLIA** - nato a **Genova** - il **16 novembre 1960** - di seguito denominata anche “**CCIAA**”

PREMESSO CHE

- a) il **Comune**:
- recentemente, ha creato un nuovo *brand* cittadino denominato “**Genova more than this**” e avviato una massiccia promozione a livello locale nella prospettiva di trasmettere i significati ed i valori della Città di Genova anche all'esterno del suo territorio;
 - negli ultimi anni, ha costruito il rilancio della sua immagine e posizionamento internazionale anche attraverso la realizzazione di grandi eventi, risultando costantemente impegnato nell'offerta di iniziative mirate ad inserire la Città di Genova tra i principali protagonisti a livello internazionale, per quanto riguarda le grandi manifestazioni, in modo da poterla valorizzare sotto il profilo della attrattività, rendendola, nel contempo, coinvolgente e interessante;

b) la **CCIAA**, che ha fra i propri scopi istituzionali la promozione dello sviluppo dell'economia legata alla provincia di Genova, ivi compresa la filiera turistica, ritiene opportuna un'azione di promo-comunicazione su vasta scala tale da favorire la crescita delle attività turistiche/produttive di Genova e provincia;

c) con provvedimento n. 211 del 2/8/2012 la Giunta Comunale approvava le linee di indirizzo propedeutiche alla stesura di una convenzione con la Camera di Commercio di Genova, finalizzata alla concertazione di proposte per la destinazione dell'introito derivante dall'imposta di soggiorno, successivamente siglata da rappresentanti dei due Enti;

d)il **Comune** e la **CCIAA**, nel quadro del coordinamento per l'utilizzo delle risorse derivanti dall'imposta di soggiorno, sono fortemente impegnati nell'impostazione di una strategia di marketing territoriale legata alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico-culturale, all'enogastronomia, nonché a promuovere e qualificare l'offerta turistica diversificata e sviluppare il turismo culturale, ambientale e del gusto;

e)la **CCIAA**, nell'indirizzare al Comune, come previsto dalla Citata Convenzione, le priorità di utilizzo delle risorse derivanti dall'imposta di soggiorno per il 2016 ha segnalato al punto n. 2 quanto segue:

La collocazione degli eventi dovrà tener conto della necessità di evitare le eccessive concentrazioni di flussi di persone sulle aree centrali già congestionate e di distribuire il più possibile tali flussi, allargando così il perimetro della città turistica.

Rimane la necessità di incentivare gli eventi seriali e ripetibili, in periodi dell'anno predefiniti, puntando su:

- *almeno 1 grande evento culturale di richiamo internazionale di lunga durata (ad es. mostra a Palazzo Ducale);*
- *almeno 5 eventi di richiamo nazionale/internazionale, due dei quali su proposta delle Associazioni degli albergatori rispettivamente nel periodo di Ferragosto e in quello di Capodanno, per un importo complessivo di 120.000,00 euro.*

f)il **Comune** e la **CCIAA** nel corso del Tavolo Imposta di Soggiorno tenutosi il giorno 27 aprile 2016, alla presenza delle Associazioni degli albergatori, hanno concordato sulla necessità di realizzare un progetto di comunicazione integrato finalizzato alla promozione turistica della città, nell'ambito della strategia di city

branding sviluppata a partire dall'anno 2013 attraverso il progetto europeo Urbact City Logo e proseguita, successivamente, con il progetto europeo Urbact "Interactive Cities ", progetto per il quale **il Comune** metterà a disposizione un importo pari ad € 100.000,00 per l'organizzazione di due diversi eventi, in particolare, € 25.000,00 per l'evento riferito al Ferragosto ed € 75.000,00 per l'evento Capodanno;

g)il progetto è volto a rinforzare la promozione e attrattività turistica della città in due momenti fondamentali della stagione: il periodo di ferragosto, che recentemente si è imposto, a differenza del passato, come un momento di massima affluenza turistica verso Genova, e il Capodanno, altro momento intorno al quale si è sviluppato negli ultimi anni un consistente e sempre più prolungato movimento legato anche alle festività natalizie;

h)il progetto è volto altresì a proseguire e sviluppare il processo di destagionalizzazione intrapreso con successo negli ultimi anni, attraverso il quale la stagione turistica di Genova si è allungata fino a coprire in modo omogeneo tutti i mesi dell'anno;

i)il progetto di comunicazione sarà sviluppato intorno ai due momenti del Ferragosto e Capodanno e articolato attraverso un uso integrato di mezzi di comunicazione diversi, quali ad esempio realizzazione di eventi, comunicazione sui social media, produzione di video e materiali promozionali utilizzabili anche successivamente per iniziative di promozione turistica e comunicazione di marketing, attività e iniziative di co-marketing e sponsorizzazioni, attività di PR, altre eventuali opportunità e strumenti di comunicazione online o offline ritenuti interessanti ai fini del raggiungimento dei target prioritari, individuati in quello giovanile e del "family";

l)il progetto costituisce uno dei momenti attuativi del piano di marketing e comunicazione della città, approvato con provvedimento di Giunta Comunale n. 61/2016 e, in particolare, della Priorità 2 in esso contenuta, che comprende la realizzazione di eventi di richiamo nazionale ed internazionale.

-

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

Art. 1

(PREMESSE)

Le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Accordo.

Art. 2
(OGGETTO)

Il presente Accordo ha per oggetto la realizzazione del Progetto “**Comunicazione integrata finalizzata alla promozione turistica della città**”, così come indicato in premessa;

Articolo 3
(IMPEGNI ED OBBLIGHI DELLE PARTI)

Il **Comune** si impegna a:

- a) condividere la realizzazione del Progetto di cui all’articolo 2 «**Oggetto**»;
- b) individuare, mediante le procedure di legge, i soggetti idonei ad articolare e realizzare il Progetto di cui al presente Accordo ed assegnare il servizio, assumendo il ruolo di capofila per la gestione dei rapporti con i soggetti incaricati e per l’adozione di tutte le procedure attuative del relativo servizio;
- c) concedere l’utilizzo del *brand* “**Genova more than this**” nel rispetto delle direttive/linee di indirizzo fornite dall’Ufficio “*Comunicazione*” del **Comune**;
- d) dare adeguato risalto agli eventi ricompresi nel Progetto, inserendoli all’interno dell’attività generale di comunicazione e promozione relativa alle manifestazioni culturali/turistiche che si svolgeranno a Genova nel corso dell’anno;
- e) collaborare con i propri strumenti di comunicazione e i propri servizi promozionali alla buona riuscita del Progetto.

La **CCIAA** si impegna a:

- a) condividere la realizzazione del Progetto di cui all’articolo 2 «**Oggetto**»;
- b) dare adeguato risalto agli eventi ricompresi nel Progetto, inserendoli all’interno dell’attività generale di comunicazione e promozione relativa alle manifestazioni culturali/turistiche che si svolgeranno a Genova nel corso dell’anno;

Art. 4
(ONERI FINANZIARI)

Per la realizzazione del progetto, di cui al precedente Art 2 “Oggetto”, il **Comune** mette a disposizione l’importo complessivo di € 100.000,00 (oneri fiscali inclusi) di cui € 25.000,00 per l’evento Ferragosto ed € 75.000,00 per l’Evento Capodanno;

Art. 5

(DURATA)

Il presente Accordo esplica i suoi effetti dal momento della sua sottoscrizione e rimane valido fino al termine della realizzazione del progetto di cui trattasi.

Art.

(RISERVATEZZA)

Il **Comune** e la **CCIAA** si obbligano a mantenere riservate le informazioni relative alle attività di cui verranno a conoscenza in relazione al presente Accordo e si obbligano ad impegnare il proprio personale a mantenere riservate tali informazioni ai sensi del Decreto Legislativo n° **196/2003** «*Codice in materia di protezione dei dati personali*» e successive modificazioni ed integrazioni.

Articolo 9

(ONERI FISCALI)

Ai sensi del DPR n° **131/1986** «*Approvazione del Testo unico delle disposizioni concernenti l'imposta di registro*» e successive modificazioni ed integrazioni il presente Accordo è soggetto a registrazione solo in caso d'uso.

Articolo 10

(CONTROVERSIE)

Tutte le controversie che dovessero sorgere in relazione al presente Accordo, comprese quelle inerenti alla sua validità, interpretazione, esecuzione e risoluzione, saranno deferite alla competenza esclusiva del Foro di Genova.

Articolo 11

(DISPOSIZIONI FINALI)

Qualsiasi modifica al presente Accordo dovrà avvenire per iscritto e dovrà essere controfirmato dalle **Parti**.

Per quanto non espressamente previsto dal presente Accordo si applicheranno le norme del Codice Civile.

Letto, confermato e sottoscritto.

per il **Comune**

(Dottor *Cesare TORRE*)

per la **CCIAA**

(Dottor *Maurizio CAVIGLIA*)

