



COMUNE DI GENOVA

DELIBERAZIONE ADOTTATA DALLA GIUNTA COMUNALE
NELLA SEDUTA DEL 05/08/2021

Presiede: Il Vice Sindaco Nicolo' Massimo
Assiste: Il Vice Segretario Generale Bisso Gianluca

Al momento della deliberazione risultano presenti (P) ed assenti (A) i Signori:

1	Bucci Marco	Sindaco	A
2	Nicolo' Massimo	ViceSindaco	P
3	Bordilli Paola	Assessore	P
4	Campora Matteo	Assessore	A
5	Cenci Simonetta	Assessore	P(*)
6	Gaggero Laura	Assessore	P
7	Garassino Stefano	Assessore	P
8	Grosso Barbara	Assessore	P
9	Maresca Francesco	Assessore	A
10	Piciocchi Pietro	Assessore	P(*)
11	Rosso Lorenza	Assessore	P
12	Viale Giorgio	Assessore	P

DGC-2021-205

ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.

(*) *in video conferenza*

Su proposta dell'Assessore allo Sviluppo Economico, Turistico e Marketing Territoriale, Laura Gaggero e dell'Assessore al Bilancio, Lavori Pubblici, Manutenzioni e Verde Pubblico, Pietro Piciocchi;

Visti:

- il D. Lgs. 14 marzo 2011 n. 23 avente per oggetto “Disposizioni in materia di federalismo fiscale municipale” con il quale è stata introdotta all’art. 4, la possibilità per i Comuni capoluogo di Provincia, per le Unioni di Comuni, nonché per i Comuni inclusi negli elenchi regionali delle località turistiche o città d’arte di istituire con deliberazione di Consiglio Comunale un’imposta di soggiorno a carico di coloro che alloggiano nelle strutture ubicate sul proprio territorio, da applicare secondo criteri di gradualità in proporzione al prezzo, fino a 5,00 euro per notte di soggiorno;
- la D.C.C. n. 5 del 07/02/2012 con la quale è stata istituita l’imposta di soggiorno ed approvato il relativo regolamento di attuazione, rimandando ad una specifica Convenzione con Camera di Commercio per concertare la destinazione degli introiti;
- la D.G.C. n. 40 del 01/03/2012 con la quale è stata approvata la misura dell’imposta di soggiorno;
- le successive D.C.C. n. 37/2017 e 27/2021 con le quali sono state apportate modifiche al regolamento dell’imposta di soggiorno;
- la Convenzione con Camera di Commercio per la destinazione degli introiti derivanti dal gettito dell’imposta sottoscritta in data 01/12/2016 adottata con provvedimento e quella successivamente adottata dalla Giunta Comunale con atto n.287 del 03.12.2020 che approva lo schema della nuova Convenzione, successivamente sottoscritta in data 17.12.2020, avente la durata di anni 4 e, quindi, con scadenza 16.12.2024;
- il Patto per lo sviluppo strategico del turismo in Liguria, sottoscritto dal Comune di Genova, in data 07/11/2017, ai sensi dell’art. 2 comma 81 della Legge Regionale n°33 del 27.12.2016, per condividere con Regione Liguria ed i Comuni turistici della Liguria azioni sinergiche ed interventi coordinati per il perseguimento di obiettivi di crescita del turismo;
- D.G.C. n. 15 del 08/02/2018 e n° 16 del 30.01.2020 relative all’aggiornamento delle tariffe;
- Vista la D.C.C. n. 17 del 03.03.2021 con la quale sono stati approvati i Documenti Previsionali e Programmatici del 2021-2023;
- La Deliberazione di Giunta Comunale n. 52 del 18/03/2021, con cui è stato approvato il Piano Esecutivo di Gestione 2021/2023;

Premesso che:

- data la situazione di emergenza sanitaria legata alla diffusione del Covid-19, ad oggi permangono forti incertezze legate agli spostamenti tra paesi e non risulta possibile al momento prevedere quando si ristabilirà un clima di piena fiducia in merito alla circolazione da nazione a nazione;
- tale situazione globale ha fortemente impattato su tutte le tipologie di attività di sviluppo turismo, marketing e azioni di comunicazione, turismo congressuale, eventi ed attività di promozione e comunicazione del brand e della destinazione Genova;
- che si rende necessario predisporre un piano di azioni che traduca la visione programmatica per le annualità 2021/2022, che integri le prime azioni approvate a fine 2020 e che dia una prospettiva pluriennale ai progetti legati allo sviluppo del comparto turistico, finalizzato a rendere la destinazione competitiva ed a sostenere gli operatori del settore turistico per preservare la filiera;
- che si rende necessario approvare il piano Sviluppo Turismo, marketing e comunicazione cercando di anticipare le tendenze di mercato in atto al fine di definire le linee guida per il biennio ed essere pronti e competitivi nella fase di ripartenza;

Considerato che le parti, nell'ambito della citata Convenzione con CCIAA, hanno condiviso le seguenti linee di indirizzo ritenute strategiche per favorire lo sviluppo economico turistico del territorio cittadino e le correlate azioni di promozione e comunicazione della destinazione e di miglioramento dell'esperienza turistica che si riferiscono ai seguenti ambiti:

- azioni operative di realizzazione del progetto "Caruggi" dedicate al "Turismo e Tempo Libero";
- azioni di promozione ed attrattività del territorio cittadino;
- azioni di valorizzazione e marketing del territorio cittadino e posizionamento della destinazione turistica;
- azioni di comunicazione e valorizzazione di eventi a valenza e ad attrazione turistica;
- azioni di promozione della destinazione e ospitalità;
- valorizzazione delle esperienze turistiche del Genova City Pass;
- azioni di sviluppo dell'offerta turistica, delle esperienze e dei servizi turistici;
- azioni di sviluppo del settore congressuale, Osservatorio turismo M.I.C.E., servizi promozionali di attrazione congressuale;
- azioni di supporto allo sviluppo ed organizzazione di eventi M.I.C.E. anche attraverso bandi per contributi dedicati demandando a successive Deliberazioni la scelta dei criteri e dei requisiti relativi
- azioni di sviluppo della rete di informazione turistica e relativa digitalizzazione attraverso le nuove tecnologie;
 - azioni di decoro urbano e segnaletica turistica (con particolare riferimento al centro storico, litoranee, Acquedotto storico e Forti): potenziamento della segnaletica esistente, realizzazione di percorsi virtuali, utilizzo di nuove tecnologie, introduzione di sistemi di orientamento per favorire l'accessibilità della Città e dei principali punti di attrazione turistica con segnaletica di riferimento;

Rilevato che il Comune di Genova e la Camera di Commercio di Genova, sentite le Associazioni degli Albergatori facenti capo a Confcommercio, Confindustria e Confesercenti - nel quadro della concertazione stabilita dalla Convenzione e dal Patto Strategico Regionale per il Turismo di cui al paragrafo precedente - hanno individuato le voci di spesa relative alle aree

tematiche di intervento di cui sopra per l'anno corrente come da allegato A), che forma parte integrante e sostanziale del presente provvedimento e si riassumono in azioni di:

- 1 – Azioni operative di realizzazione del progetto “Caruggi” - “Turismo e Tempo Libero”;
- 2 – Azioni di promozione dell'attrattività e del posizionamento di marketing territoriale;
- 3 – Azioni di sviluppo turismo accoglienza turistica e promozione dell'esperienza turistica, valorizzazione del cineturismo e del settore M.I.C.E. (Osservatorio turismo MICE, servizi promozionali di attrazione congressuale), sviluppo del settore M.I.C.E.;
- 4 – Eventi a rilevanza turistica ed eventi ad attrazione turistica;
- 5 – Percorsi turistici e segnaletica e loro promozione, valorizzazione delle esperienze turistiche del Genova City Pass, decoro urbano a fini turistici;

Ritenuto, pertanto, opportuno approvare le linee di indirizzo per le promozione della Città 2021/2022 e il Piano di sviluppo turismo, marketing e comunicazione 2021 come dettagliato nell'allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale e le conseguenti voci di spesa per area tematiche, finanziate con i proventi dell'imposta di soggiorno di cui al paragrafo precedente;

Richiamati:

- l'art. 25 del DL 22 marzo 2021, n. 41, che prevede l'istituzione di un Fondo per il ristoro parziale dei Comuni a fronte delle minori entrate derivanti dalla mancata riscossione dell'imposta di soggiorno alla cui ripartizione del Fondo tra gli enti interessati si provvede con decreto del Ministro dell'interno di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, previa intesa in sede di Conferenza Stato-città ed autonomie locali da adottare entro sessanta giorni dall'entrata in vigore del decreto;

-il Decreto del Ministro dell'Interno di concerto con il Ministro dell'Economia e delle Finanze del 08/07/2021 con il quale si ripartiscono i primi € 250.000.000 di ristori per le mancate entrate da imposta di soggiorno, ed in particolare l'allegato A che assegna al comune di Genova € 1.937.635,84 a titolo di prima tranche;

Considerato che il decreto sopra citato demanda a successivo provvedimento, l'assegnazione degli ulteriori € 100.000.000,00 da suddividersi tra i diversi comuni a titolo di saldo per i ristori da mancati introiti da imposta di soggiorno;

Atteso che, in relazione ai decreti citati, l'importo complessivo di entrate da imposta di soggiorno per l'anno 2021, compresi ristori dello Stato, che finanziano il piano di sviluppo turismo, marketing e comunicazione sono stimati in complessivi euro € 3.800.000, suddivisi tra le direzioni come da allegato parte integrante al presente provvedimento e l'approvazione del presente piano di azioni riveste particolare urgenza in quanto prevede investimenti, azioni di comunicazione, progetti di sviluppo, eventi a valenza turistica finalizzati a favorire la ripresa di tutta la filiera del turismo dopo l'emergenza Covid19 e a sostenere il settore del turismo che ha forte impatto economico ed occupazionale, essendo trasversale a tutte le categorie economiche della Città, che versano in grave crisi;

Richiamati:

- la determinazione dirigenziale N. 2021-208.0.0.-12 con la quale si approvava l'indizione del bando per l'assegnazione di un contributo per un progetto finalizzato alla promozione turistica della "Destinazione Genova MICE";

-l'art. 27 c.6 del Regolamento dei contributi del comune di Genova che prevede, previa deliberazione della Giunta Comunale, che l'erogazione possa essere ripartita in due o più quote percentuali che ogni anticipazione;

Ritenuto opportuno prevedere anticipazioni frazionate nell'erogazione del contributo di € 50.000 per il progetto finalizzato alla promozione turistica della "Destinazione Genova MICE" con le seguenti quote:

- prima anticipazione fino ad un massimo del 50% della quota totale;
- le ulteriori due quote del 15% ciascuna del contributo totale potranno essere richieste come ulteriori anticipi dietro presentazione della documentazione attestante lo stato di avanzamento dei lavori e la rendicontazione delle spese sostenute;
- l'ultimo 20% del contributo totale sarà liquidato a saldo dietro presentazione della relazione illustrativa delle attività svolte;

Visti gli allegati pareri in ordine alla regolarità tecnica e contabile del presente provvedimento espressi rispettivamente dal Responsabile del Servizio competente e dal Responsabile di Ragioneria, nonché l'attestazione sottoscritta dal Responsabile del Servizio Finanziario;

Acquisito il visto di conformità del Segretario Generale ai sensi dell'articolo 97, comma 2, del Dlgs. 267/2000 e ss. mm. e ii;

La Giunta, previa regolare votazione, all'unanimità

D E L I B E R A

- 1) di **adottare** le linee di indirizzo per la promozione della Città, approvando contestualmente il piano di sviluppo turismo, marketing e comunicazione relativo all'anno 2021, prime linee di indirizzo per il biennio 2021/2022 come da allegato piano che forma parte integrante e sostanziale al presente provvedimento;
- 2) di **approvare** la destinazione dei proventi dall'imposta di soggiorno finalizzate alle principali voci di spesa di seguito indicate:
 - azioni operative di realizzazione del progetto "Caruggi" - "Turismo e Tempo Libero";
 - azioni di promozione ed attrattività del territorio cittadino;
 - azioni di valorizzazione e marketing del territorio cittadino e posizionamento della destinazione turistica;
 - azioni di comunicazione e valorizzazione di eventi a valenza turistica e ad attrazione turistica;
 - azioni di promozione della destinazione e ospitalità;
 - valorizzazione delle esperienze turistiche del Genova City Pass;
 - azioni di sviluppo dell'offerta turistica, delle esperienze e dei servizi turistici;

- azioni di sviluppo del settore congressuale, Osservatorio turismo M.I.C.E., servizi promozionali di attrazione congressuale;
- azioni di supporto allo sviluppo ed organizzazione di eventi M.I.C.E. anche attraverso bandi per contributi dedicati e demandare a successive deliberazioni la scelta dei criteri e dei requisiti relativi;
- azioni di sviluppo della rete di informazione turistica e relativa digitalizzazione attraverso le nuove tecnologie;
- azioni di decoro urbano e segnaletica turistica (tour, litoranee, Acquedotto storico e Forti): potenziamento della segnaletica esistente, realizzazione di percorsi virtuali, utilizzo di nuove tecnologie, introduzione di sistemi di orientamento per favorire l'accessibilità della Città e dei principali punti di attrazione turistica con segnaletica di riferimento;

3) di **dare atto** che i proventi da imposta di soggiorno per l'anno 2021, sono stimati in complessivi € 3.800.000, suddivisi tra le direzioni come da allegato parte integrante al presente provvedimento compresi eventuali ristori dallo Stato e, fatti salvi i complessivi equilibri di bilancio, l'approvazione del presente piano di azioni riveste particolare importanza in quanto prevede investimenti, azioni di comunicazione, progetti di sviluppo, eventi a valenza turistica che sono finalizzati a favorire la ripresa di tutta la filiera del turismo dopo l'emergenza Covid19, e a sostenere il settore del turismo che ha forte impatto economico ed occupazionale, essendo trasversale a tutte le categorie economiche della Città, che versano in grave crisi;

4) di **dare mandato** alle direzioni competenti per l'attuazione delle attività necessarie al presente provvedimento, compatibilmente con la realizzazione dell'entrata, comprensiva dei ristori statali, da distribuirsi a seguito dell'effettiva realizzazione dell'entrata stessa;

5) di **approvare** a supporto del settore congressuale Mice, che per l'emergenza Covid19 sta affrontando una grave crisi, e per favorirne lo sviluppo, la possibilità di erogare contributi attraverso bandi che valorizzino l'attrazione di eventi congressuali ed i pernottamenti in Città con un contributo superiore al 50% delle spese progettate sino ad un massimo dell'80%, autorizzando al contempo la ripartizione del contributo di € 50.000 stabilito con d.d. N. 2021-208.0.0.-12 per il progetto finalizzato alla promozione turistica della "Destinazione Genova MICE" secondo le quote di seguito indicate, dando atto che, in attuazione di una progettazione di valenza biennale, potrà essere ripetuto il bando ed il contributo nel 2022 nel rispetto delle norme previste dal vigente regolamento di contributi:

- prima anticipazione fino ad un massimo del 50% della quota totale;
- le ulteriori due quote del 15% ciascuna del contributo totale potranno essere richieste come ulteriori anticipi dietro presentazione della documentazione attestante lo stato di avanzamento dei lavori e la rendicontazione delle spese sostenute;
- l'ultimo 20% del contributo totale sarà liquidato a saldo dietro presentazione della relazione illustrativa delle attività svolte;

6) di **dare atto** che il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto del Regolamento U.E. 2016/679 (GDPR) in materia di trattamento dati personali;

7) di **dare atto** che il presente provvedimento è regolare sotto il profilo tecnico, amministrativo e contabile ai sensi dell'art. 147 bis – comma 1 – del D.Lgs. 267/2000 (TUEL).

8) di **dichiarare** immediatamente eseguibile il presente provvedimento ai sensi dell'art. 134, comma 4, del D.Lgs. n° 267 del 18.08.2000.

Attesa l'urgenza di provvedere la Giunta, previa regolare votazione, all'unanimità dichiara immediatamente eseguibile il presente provvedimento ai sensi dell'art. 134 - comma 4 - del T.U. D.Lgs.18 agosto 2000 n. 267.

Il Vice Sindaco
Massimo Nicolo'

Il Vice Segretario Generale
Gianluca Bisso



COMUNE DI GENOVA

CODICE UFFICIO: 208 0 0

Proposta di Deliberazione N. 2021-DL-221 DEL 18/05/2021

OGGETTO: ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.

ELENCO ALLEGATI PARTE INTEGRANTE

1) Allegato A - Piano Marketing sviluppo turismo e comunicazione.

I Dirigenti
[Dott.ssa Sandra Torre]
[Dott.ssa Gloria Piaggio]
[Dott.ssa Monica Bocchiardo]



PIANO SVILUPPO TURISMO, MARKETING E COMUNICAZIONE 2021



Comune di Genova Direzione Attività e Marketing del Turismo
Direzione Comunicazione ed Eventi
Direzione Marketing dell'Economia

GENOVA
MORE THAN THIS



Destinazione fondi imposta di soggiorno 2021



COMUNE DI GENOVA

Piano anno 2021 destinazione introiti imposta di soggiorno

	€	%
Marketing dell'economia e contributo a Pal. Ducale destinazione MICE	€ 555.000	15%
Azioni di Sviluppo Turismo, esperienza turistica, azioni centro storico e settore MICE	€ 750.000	19%
Campagne di comunicazione turistica ed Eventi a valenza turistica	€ 975.000	26%
Interventi di segnaletica, servizi e decoro urbano a fini turistici	€ 1.520.000	40%
TOTALE	€ 3.800.000	100%

A blue bracket on the right side of the table groups the first three rows (Marketing dell'economia, Azioni di Sviluppo Turismo, and Campagne di comunicazione turistica) and points to a red 60% label.

GENOVA

MORE THAN THIS



GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA

Azioni di promozione, valorizzazione
del territorio e
dell'esperienza turistica
Azioni di accoglienza ed
informazione turistica

€ 750.000

GENOVA
MORE THAN THIS



**THE
OCEAN
RACE**
GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA

Valorizzazione del territorio e delle sue eccellenze nell'offerta turistica

WELLBEING



Stakeholder



Crociere Gruppi Individuali MICE

TARGET: Luxury Single Family and Kids Animals Gruppi e Scuole Disabili Senior Sportivi.....

COSA



COME

CHI

GENOVA





COMUNE DI GENOVA

7

Azioni di Accoglienza

Partecipazione alle principali Fiere e Workshop del Settore

(in presenza oppure on line) in coordinamento con Agenzia in Liguria, ENIT, ECM: ITB, BIT, FIERA AGROALIMENTARE, DISCOVERY ITALY, TTG....

Azioni di accoglienza e promozione della destinazione:

Organizzazione di Fam Trip per Tour Operator;

- azioni di accoglienza e promozione del territorio per delegazioni, giornalisti, agenzie specializzate del settore e per promuovere eventi a valenza turistica;
- Azioni di accoglienza e promozione con influencer e ospiti correlati ad eventi a valenza turistica (p. es. Rolli Days, Genova Jeans, Ocean Race, Festival di Nervi, etc.)

GENOVA

MORE THAN THIS

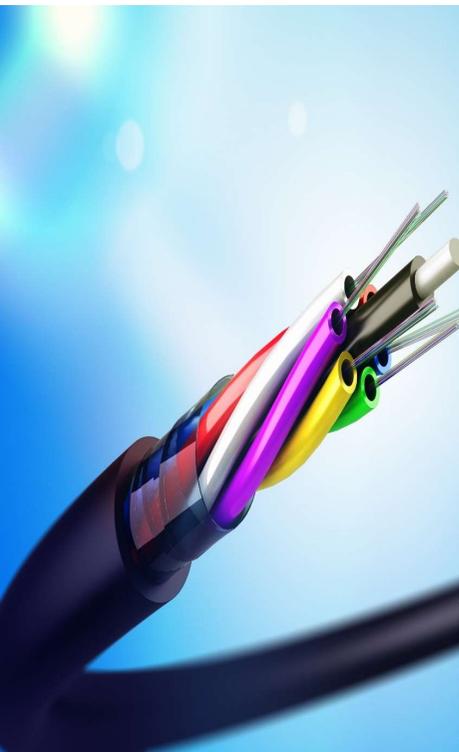


**THE
OCEAN
RACE**

**GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23**



COMUNE DI GENOVA



Informazione Turistica e Digitalizzazione

Sviluppo Reti e Servizi Uffici I.a.t. e sistema di informazione e accoglienza turistica:

- Nuovo Punto I.a.t. in zona Caricamento in sinergia con Porto Antico, Acquario e Ocean Race;
- Nuovo Servizio di Bigliettazione ferroviaria Trenitalia, accordo commerciale Trenitalia, Punto SPID;
- Digitalizzazione dell'informazione turistica, Installazione di nuovi totem e monitor digitali touch - screen su tutto il territorio cittadino da Levante a Ponente, messi a sistema con la tecnologia del digital signage;
- Ampliamento Rete Edicole (Progetto Edicole 4.0) che forniscono prime informazioni turistiche e vendono il Genovacitypass: call per adesione e brandizzazione edicole in punti strategici per il turismo;
- Revisione e produzione materiale informativo della Città anche in formato pdf e utilizzando qrcode;
- Nuove pubblicazioni focus su: Parchi e Ville, Offerta Family, Offerta Kids (0 – 12), Flyer su Accessibilità;
- Nuova sistema visite guidate in collaborazione con Associazioni professionali delle Guide e Camera di Commercio;
- Piattaforma offerta a Città, prodotti e servizi turistici di tutto il territorio in collaborazione con CCIA e stakeholder;

GENOVA

MORE THAN THIS



GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA



Azioni di Sviluppo dell'offerta turistica e Valorizzazione del territorio e delle sue eccellenze

Sviluppo offerta di prodotti e servizi turistici e Realizzazione card, voucher customizzati, azioni di supporto ed animazione correlati ad eventi dedicati a progetti strategici di attrazione turistica;

- Nuove App per visitare la Città interattive e geolocalizzate e sistema di accessibilità e fruizione per diversamente abili;
- Nuovo sistema di creazione di contenuti turistico – culturali e di visita della Città in 3D; web app per la valorizzazione e promozione di esperienze turistiche nel centro storico
- Nuovi Genova City Pass 24 ore, 48 ore anche con esperienze correlate agli eventi a valenza turistica (p. es. Rolli Days, Genova Jeans, Ocean Race, Festival di Nervi, etc.) e Nuova Promozione 1 + 1 con Tour Operator;
- Nuovo Tour della Città in Taxi e nuova Navetta Forti
- Nuove Food, Wine and Olio Experience: valorizzazioni prodotti eccellenza territorio, Offerta Enogastronomica...
- Nuovo sistema e più ampia offerta di visite guidate cittadine in collaborazione con Associazioni Guide Turistiche Professioniste e camera di commercio;

Nuovi percorsi turistici pedonali e accessibili, itinerari ciclabili e correlata segnaletica turistica di riferimento e mappe:

- Smart point e pensiline intelligenti per turismo attivo e sostenibile
- Tour Accessibilità Via Garibaldi e zona centro storico e per famiglie a bambini con animazioni e nuova segnaletica a corredo dei tour colorati, contenuti interattivi e multimediali del centro storico e dei punti di interesse turistica a livello cittadino, realtà aumentata, accesso varchi centro storico e pannelli dei Palazzi dei Rolli;
- Prodotti Blue and Green, mare monti (nuovo flyer su Parchi, Ville Storiche e Giardini cittadini..) con particolare attenzione al mare, al distretto della Nautica, ai Diving e all' Ittiturismo;

GENOVA

MORE THAN THIS



**THE
OCEAN
RACE**

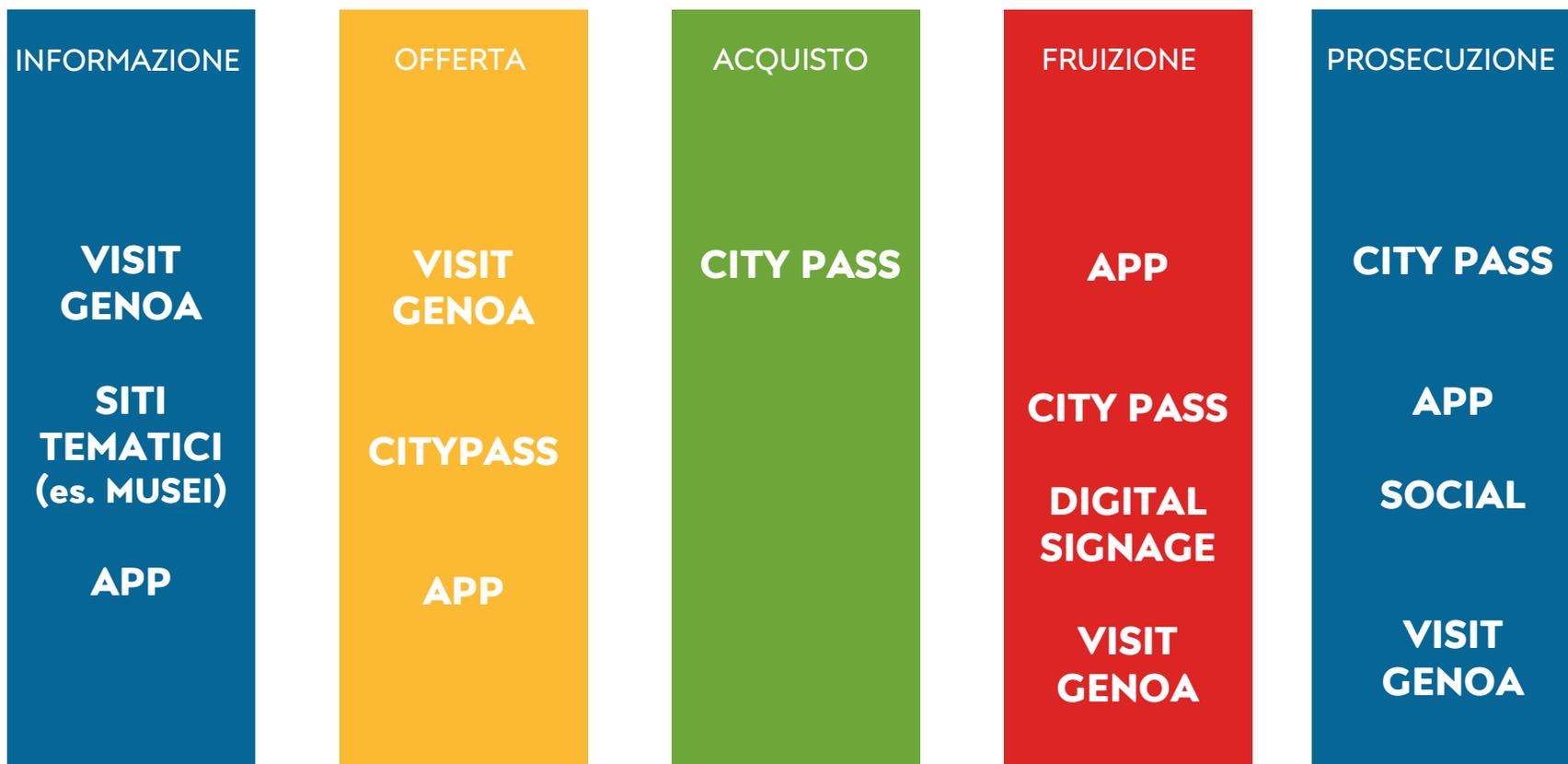
**GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23**



COMUNE DI GENOVA

Obiettivo: Integrazione di tutti i processi, delle piattaforme, dei siti e delle esperienze:
Gestione integrata della Destinazione

Come: Destination Management System



GENOVA

MORE THAN THIS



THE OCEAN RACE

GENOVA THE GRAND FINALE 2022-23



COMUNE DI GENOVA

Strumenti:

Utilizzo delle tecnologie
ad ogni fase
dell'esperienza

la giusta tecnologia



GENOVA

MORE THAN THIS

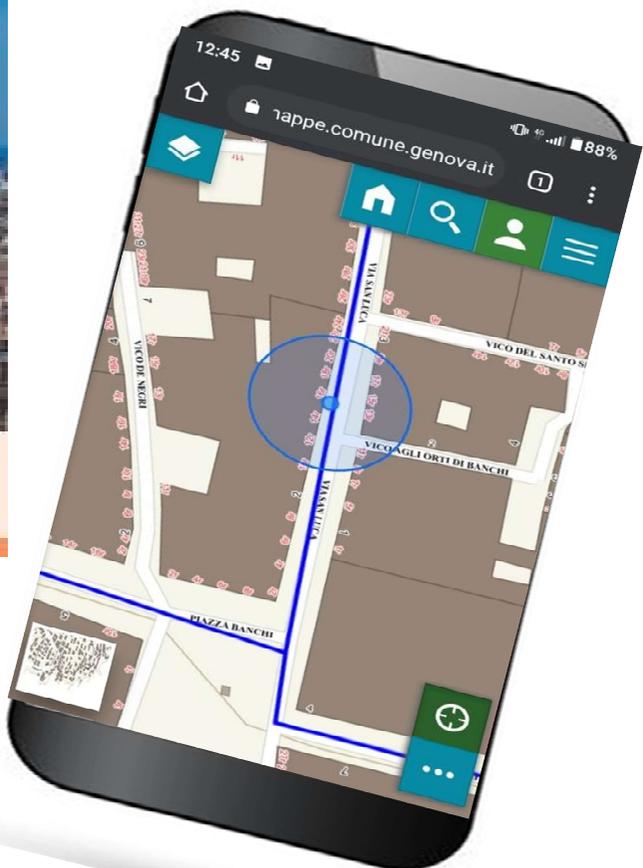
THE OCEAN RACE

GENOVA THE GRAND FINALE 2022-23



COMUNE DI GENOVA

Evoluzione delle esperienze, delle offerte e dei servizi preesistentiCLIENT ORIENTED





COMUNE DI GENOVA

City Explorer 3D

La ricostruzione virtuale 3D è lo strumento che consente di rappresentare in modo preciso, dettagliato e completo la città e il suo territorio nelle sue peculiarità e caratteristiche. La realtà virtuale collega il mondo reale al mondo digitale e offre la possibilità di sorvolare virtualmente la città, da un punto di vista privilegiato per vivere la migliore esperienza “out of body”.

L’esplorazione interattiva del territorio avviene mediante un “fly **through**” che consente un’esperienza immersiva dalla macroscala alla microscala, garantendo un elevato livello di dettaglio grazie all’integrazione dei dati provenienti dai voli aerei, voli con drone e foto a terra.

L’esperienza immersiva virtuale si presenta come utile strumento per implementare i livelli di accessibilità e la fruizione del patrimonio turistico in funzione del turismo accessibile. La ricostruzione virtuale del patrimonio storico – artistico consente di recuperare e scoprire i valori tradizionali e identitari dei monumenti dei quali non restano che poche tracce per fornire una visione d’insieme della storia vissuta e del valore culturale dei beni. Il turismo è un elemento fondamentale per l’inclusione sociale, City Explorer 3D promuove con i suoi servizi l’abbattimento delle barriere architettoniche, nello specifico quelle sensoriali o senso-percettive offrendo adeguati e opportuni riferimenti per le persone portatrici di disabilità.



SOLUZIONI INNOVATIVE Visual marketing interattivo.

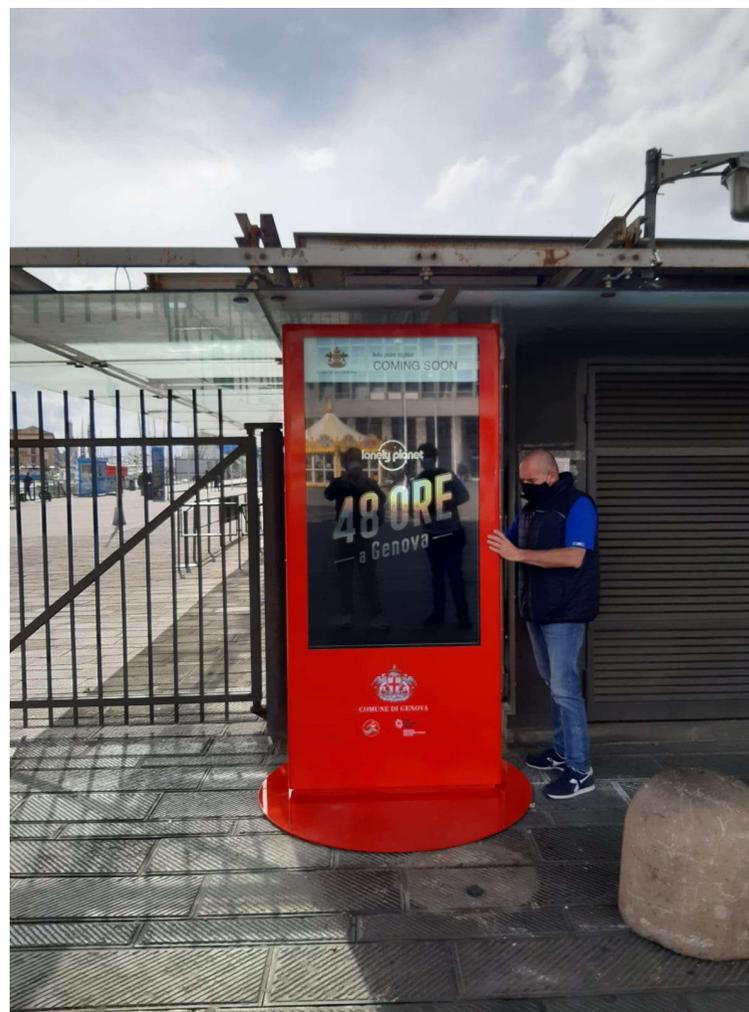
- Esperienze per cultura, turismo ed enogastronomia
- Segnaletica turistica interattiva per rendere il patrimonio culturale accessibile anche ai disabili.
- Qr Code, Realtà Aumentata e Virtual Reality
- Navigatori per il tempo libero;





COMUNE DI GENOVA

Nuovo Punto di Informazione Turistica a Porto Antico in posizione maggiormente strategica , in sinergia con Acquario, Porto Antico e Ocean Race e totem digitale dedicato



GENOVA
MORE THAN THIS
THE OCEAN RACE
GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23

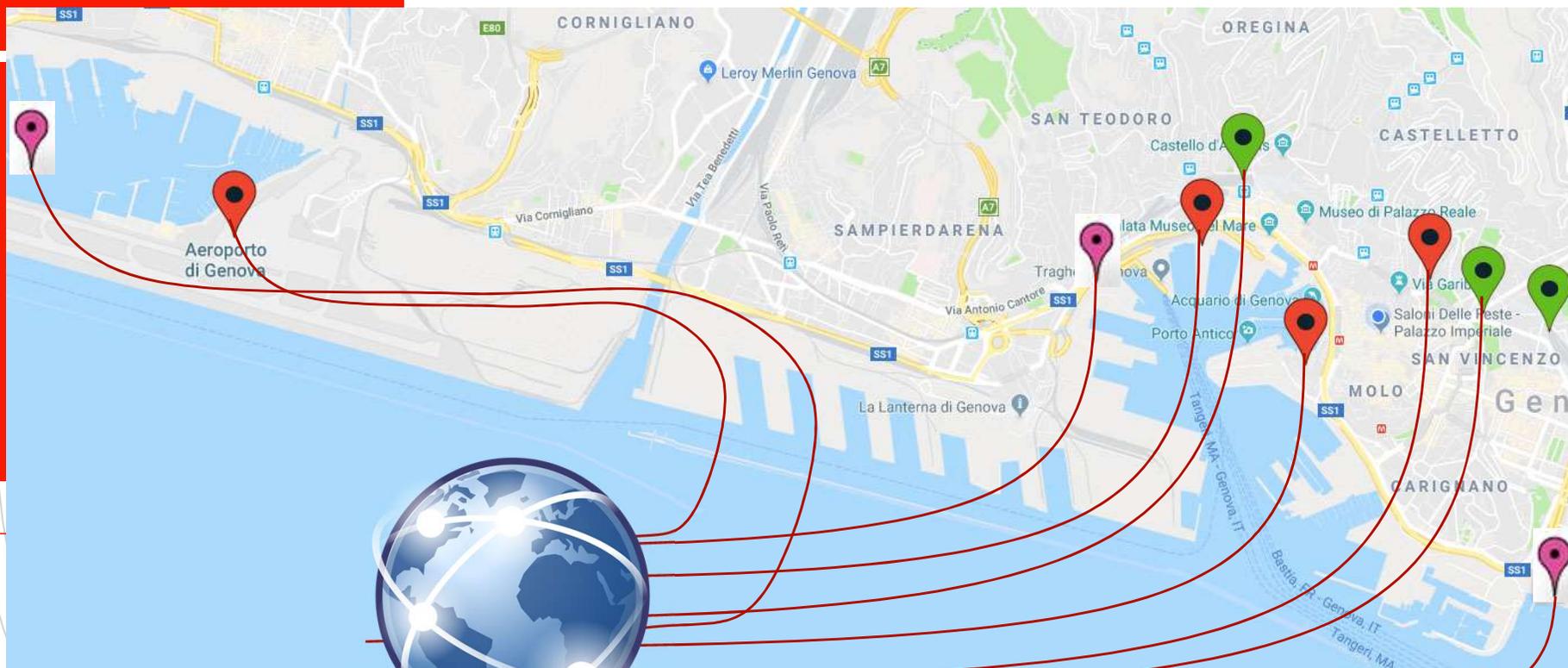
**Ampliamento
rete digitale
UFFICI IAT**

**Digitalizzazione
dei servizi ⇒ a
disposizione
degli utenti 24h
7/7**

**Sistema di gestione dei contenuti
multimediali in grado di pubblicare
audio, video, Power Point, elaborazioni
grafiche, widget, sezioni specifiche di
siti web, filmati, feed rss ⇒ unica
regia, gestione da remoto,
aggiornamenti in tempo reale**

15

**Conclusione progetto
MOBIMART entro 30.06.2021,
finanziato con fondi
comunitari Interreg**





COMUNE DI GENOVA



BANDIERA LILLA

Azioni di Posizionamento, Marketing e collaborazione con altri Enti

Accordi di **Co – Marketing con principali compagnie ferroviarie** per la promozione della destinazione turistica,;

accordo con Trenitalia regionale per la promozione della destinazione e del Genovacitypass;

accordo con Trenitalia nazionale per la promozione della destinazione, del Genovacitypass e lo sviluppo di offerte integrate in collaborazione con il tavolo permanente con i Tour Operator del territorio con attenzione alla promozione 1 + 1;

accordo con Thello;

Accordi di **Co – Marketing** con compagnie aeree e da crociera

Collaborazione con **GENOVA Film Commission** per la valorizzazione ed il posizionamento di Genova quale location ideale per produzioni televisive e cinematografiche e per percorsi di cineturismo;

Adesione e collaborazione con il Network Bandiera Lilla e azioni di promozione, marketing ed organizzazione eventi congiunte per favorire il turismo da parte delle persone con disabilità e migliorare nelle sue capacità di accoglienza la destinazione;

Adesione Network **Associazione Siti Grimaldini;**

Avvio azioni di co – marketing e **promozione congiunta con altre destinazioni** (Parma, Milano, Torino, Savona, Alessandria...)

Accordi di Collaborazione e azioni di promozione congiunte con **CAI, Enoteca Ligure e Consorzio Ligure dell’Olio DOP**

Candidatura a CAPITALE EUROPEA DEL TURISMO SMART come risultato finale della conduzione quale Città Capofila del Progetto Europeo URBACT per il turismo sostenibile nell’ambito di European Friendly Cities



COMUNE DI GENOVA



Collaborazione con il network europeo

ECM European City Marketing e partnership nel City CARDS GROUP EUROPEO

<https://welovecitycards.com/>

Per la prima volta PAGINA WEB DEDICATA A GENOVA al pari delle altri destinazioni europee



<https://welovecitycards.com/>





COMUNE DI GENOVA

Nuovo Geoportale del turista, Sistema Monitoraggio dei flussi turistici

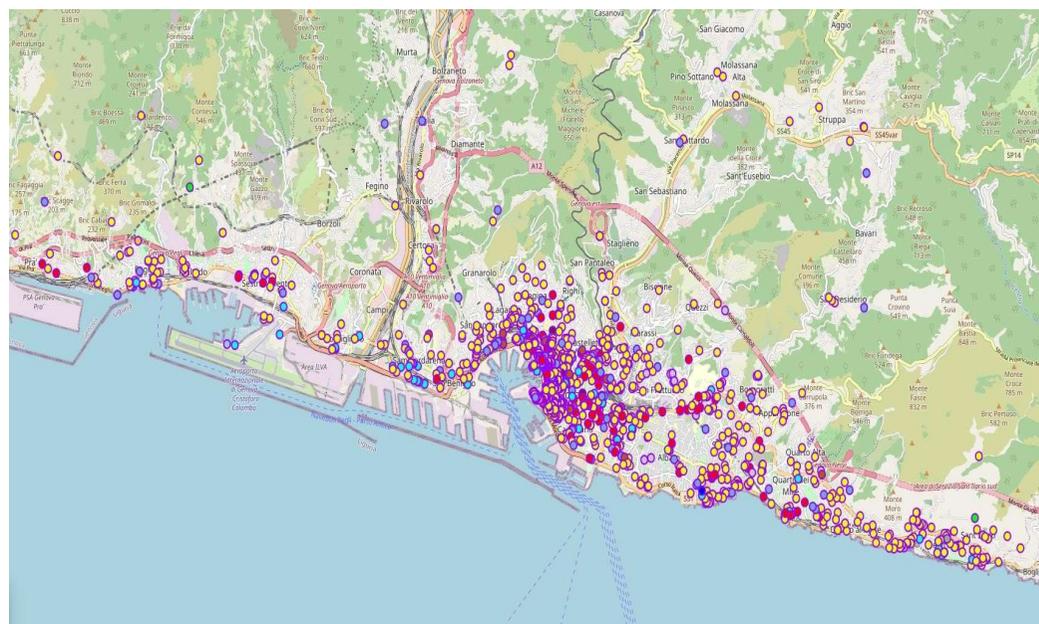
Nuovo Geoportale del turista:

Messa a disposizione di nuovi servizi informativi gratuiti in relazione ad offerta strutture ricettive, servizi turistici, tour, accessibilità;

Cruscotto monitoraggio flussi turistici al fine di migliorare l'offerta, le azioni di , . . programmazione, marketing e comunicazione

Sistema di monitoraggio flussi turistici:

Strutture ricettive extralberghiere (Dashboard – Seetransparent);



- AFFITTACAMERE
- AGRITURISMO
- ALBERGO
- APPARTAMENTI AMMOBILIATI AD USO TURISTICO
- BED AND BREAKFAST
- CAMPEGGIO
- CASE E APPARTAMENTI PER VACANZE
- CASE PER FERIE
- HOTEL RESIDENCE (ResTurAlb)
- LOCANDE
- MARINA RESORT
- OSTELLO
- RESIDENZA D'EPOCA

GENOVA

MORE THAN THIS



GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA



INVESTIMENTI PER LA PROMOZIONE DEL SETTORE MICE

- Implementazione ed avvio della piattaforma marketing per la promozione della destinazione e delle sue location, candidature, profilazione partecipanti a convegni, azioni di promo-commercializzazione della destinazione Genova;
- Bando per contributo, a breve termine, per la selezione di un progetto di valorizzazione della destinazione e attrazione eventi congressuali di grande portata finalizzati ad aumentare i pernottamenti in Città, che prevede fasi progettuali intermedie e step intermedi di avanzamento lavori, monitoraggio, controllo e rendicontazione;
- Accordo di servizio e/o ricerca di mercato per sviluppo di progettualità, a medio e lungo termine, per la valorizzazione del Centro Congressi Cittadino e di Genova come destinazione

SUPPORTO AD EVENTI A VALENZA TURISTICA:

- Coinvolgimento di operatori del settore M.I.C.E. in azioni di Marketing territoriale e in attività correlate alla promozione della destinazione Genova quale location ideale per il settore M.I.C.E.;
- Supporto su specifici eventi M.I.C.E. ad alto valore ed interesse cittadino anche attraverso la pianificazione di investimenti e servizi customizzati;
- Accoglienza Viaggio Incentive e relativa offerta customizzata;
- Fiera Tirreno Trade



COMUNE DI GENOVA



Bando per contributo per la selezione di un progetto di valorizzazione del segmento MICE

•Bando per contributo, a breve termine, per la selezione di un progetto di valorizzazione della destinazione e attrazione eventi congressuali di grande portata finalizzati ad aumentare i pernottamenti in Città, che prevede fasi progettuali intermedie e step intermedi di avanzamento lavori, monitoraggio, controllo e rendicontazione;

Piano di erogazione del contributo: Il contributo complessivo sarà erogato in quote semestrali, stabilite sulla base del business plan presentato; all'avvio del progetto potrà essere richiesta una prima anticipazione fino ad un massimo del 50% della quota totale; le ulteriori due quote del 15% ciascuna del contributo totale potranno essere richieste come ulteriori anticipi dietro presentazione della documentazione attestante lo stato di avanzamento dei lavori e la rendicontazione delle spese sostenute pari almeno ad una somma per la quale la quota dell'anticipazione già ottenuta costituisce il cofinanziamento pattuito; l'ultimo 20% del contributo totale sarà liquidato a saldo dietro presentazione della relazione illustrativa delle attività svolte nel corso del periodo e del grado di raggiungimento degli obiettivi e della rendicontazione economica degli stati di avanzamento del progetto, corredata dalla relativa documentazione. Tale relazione e rendicontazione annuale dovrà essere presentata al Comune di Genova entro e non oltre la fine del mese successivo a quello di scadenza del progetto.

GENOVA

MORE THAN THIS



GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA

Organizzazione Eventi ed Azioni di supporto ad eventi a valenza e ad attrazione turistica

€ 975.000

GENOVA
MORE THAN THIS



THE OCEAN RACE
GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA

PIANO DI COMUNICAZIONE PER LA PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE TURISTICA

Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



SCENARIO



COMUNE DI GENOVA

Lo scenario attuale mostra una crisi significativa del settore turistico a livello mondiale determinata dalla pandemia di Covid-19, per la quale non si conoscono le tempistiche certe in cui sarà possibile tenere sotto controllo i contagi, e le conseguenti limitazioni alla libertà di viaggiare sia all'interno dei propri confini nazionali che all'estero.

I dati turistici relativi al 2020 (Fonte: Osservatorio Turistico Regionale) mostrano che gli arrivi di italiani + stranieri sono stati -61,11% e le presenze -51,92% rispetto all'anno precedente. I flussi nazionali hanno registrato dei cali inferiori rispetto a quelli stranieri, soprattutto nei mesi estivi. Purtroppo il ritorno della seconda ondata di contagi in autunno e il conseguente blocco agli spostamenti tra le Regioni, disposti dai DPCM che si sono via via susseguiti, ha nuovamente determinato uno stop alla ripresa che si stava configurando.

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE



COMUNE DI GENOVA

Gli obiettivi di comunicazione per la promozione della destinazione turistica per il 2021 sono i seguenti:

- 1) Promozione del Brand:** Aumentare la **visibilità della destinazione turistica Genova in Italia** e **riacquisire il posizionamento sui mercati esteri nel segmento del City Break**, implementando l'awareness, ossia allargare la fascia di pubblico consapevole che Genova è una meta turistica urbana; presidiare la Reputation della destinazione online e offline, a livello nazionale e internazionale, affinché essa rientri tra le mete di scelta dei visitatori per il prossimo viaggio, non appena saranno revocati i divieti che limitano gli spostamenti.
- 2) Promuovere l'offerta turistica di Genova rispetto alle destinazioni concorrenti: valorizzare le risorse e la Unique Selling Proposition** che possono attirare visitatori e turisti dall'Italia e dall'estero (il Waterfront, borghi caratteristici sul mare, Parco delle Mura e Forti con possibilità di attività outdoor a due passi dal mare, parchi e ville storiche, enogastronomia tipica, Strade Nuove e Palazzi dei Rolli Patrimonio UNESCO, centro storico medievale più grande d'Europa, Acquario con la biodiversità più grande d'Europa, patrimonio storico-artistico, architetture antiche e moderne, eventi di livello nazionale e internazionale).

OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE



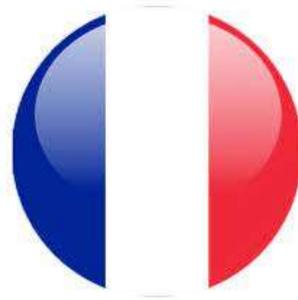
COMUNE DI GENOVA

- 3) **Promo-commercializzazione di prodotti e servizi** che possono rendere esperienziale la visita a Genova e aumentare il grado di soddisfazione relativamente alla meta scelta; **promuovere** il prodotto turistico **Genova Citypass** nelle sue diverse varianti che permette di fare esperienze in linea con le proprie passioni e interessi, risparmiando sul costo delle singole attrazioni incluse ed evitando code all'ingresso.

MERCATI



COMUNE DI GENOVA



Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



TARGET



COMUNE DI GENOVA

- Millennials;
- Famiglie;
- Generazione X;
- Active seniors;
- Coppie e micro gruppi di amici;
- Amanti delle attività outdoor e del mare;
- Appassionati di arte, storia e cultura;
- City breakers

Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



STRATEGIA



COMUNE DI GENOVA

Per il 2021, è necessario **tenere costantemente monitorato il mercato** al fine di intercettare ogni cambiamento di tendenza da parte del pubblico, **rendere sempre più dettagliata la profilazione dei target e definire nuove nicchie di mercato e/o cluster di pubblico. Sarà posta particolare attenzione al mercato interno, in considerazione delle limitazioni agli spostamenti in area europea e internazionale, pur pianificando la comunicazione di brand anche nei mercati esteri per riaffermare il posizionamento sul mercato.**

La comunicazione dovrà tenere conto di questi nuovi trend in atto e dovrà essere il più possibile personalizzata e avere un tone of voice adeguato per raggiungere efficacemente i target di riferimento nelle varie fasi in cui viene maturata la scelta della meta, la successiva pianificazione del viaggio e nel durante/post soggiorno.

Grazie all'integrazione di strumenti diversi – campagne digital, influencer trip, media relations, gestione dei profili social e del portale web – si cercherà, pur con un budget limitato dovuto alle minori entrate provenienti dall'Imposta di Soggiorno, di garantire una visibilità costante alla destinazione Genova durante l'anno, con momenti di maggiore intensità in determinati periodi in cui si prevedono maggiori flussi turistici dall'Italia e dall'estero.

TIMING DELLA COMUNICAZIONE



COMUNE DI GENOVA

FASE LATENTE

La comunicazione deve raggiungere gli utenti, nella cosiddetta fase «latente» in cui essi non sono ancora consapevoli di raccogliere informazioni sulla prossima meta del loro viaggio, fornendo contenuti che li possano ispirare, interessare e incuriosire e generare l'effetto Wow, capace di rimanere impresso nel ricordo per un lasso di tempo più lungo o ritornare alla mente al momento opportuno.

FASE DELLA RICERCA CONSAPEVOLE

Le analisi del mercato turistico effettuate negli ultimi mesi registrano che il pubblico ha intenzione di viaggiare, non appena sarà possibile farlo, ed è alla ricerca di relax, attività all'aria aperta, benessere per il corpo e per la mente e sicurezza sul rispetto dei protocolli per prevenire il contagio da Covid-19. Nel momento in cui le persone cercheranno consapevolmente delle informazioni per scegliere quale può essere la meta del proprio viaggio, occorre fornire tutte le informazioni ricercate e dare la *reason why* che giustifichi la scelta di Genova rispetto ad altre destinazioni concorrenti (per esempio Offerta di promo speciali)

STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

➤ **CAMPAGNE DIGITAL**

Campagne di web e social media marketing sempre più raffinate nella pianificazione multicanale, nella targettizzazione e nell'analisi delle performance. Tali campagne, a parità di budget investito su altri mezzi, consentono di raggiungere un bacino di pubblico più vasto, geotargettizzare le aree di interesse e avere un *ROI* (Return of Investment) più elevato in termini di risultati raggiungibili.

➤ **MEDIA RELATIONS**

Attività di relazioni con i media con la collaborazione di Agenzie specializzate in Italia e all'estero per la promozione di Genova come destinazione turistica e per il posizionamento e l'attrattività e competitività della Città. Organizzazione di Press Trip. Accoglienza di giornalisti e troupe televisive italiani ed esteri. Diffusione di comunicati stampa nazionali e internazionali sulla destinazione turistica e sull'attrattività della città. Gestione della rassegna stampa annuale di promozione della città focalizzata su Brand di Genova e destinazione turistica.

➤ **REDAZIONE WEB**

Gestione e costante aggiornamento dei portali visitgenoa.it con contenuti che possono ispirare il pubblico e suggerire le esperienze che si possono fare durante un viaggio a Genova.

Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



COMUNE DI GENOVA



GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23

STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE



COMUNE DI GENOVA

➤ **CANALI SOCIAL**

Gestione dei canali social della destinazione Genova con attività organica (non a pagamento) per fidelizzare il pubblico, aumentare i fan/follower della destinazione e aumentare l'engagement, favorendo le interazioni e il *buzz* positivo. Tale attività prevede la redazione di piani redazionali mensili su risorse e attrattive, offerta turistica, promo-commercializzazione del Genova City Pass e dei prodotti e servizi turistici

➤ **COLLABORAZIONE CON ENIT E STAKEHOLDERS DELLA DESTINAZIONE**

Condivisione di contenuti testuali, iconici e video con Enit e gli stakeholder della destinazione al fine di aumentare la disseminazione e la penetrazione del messaggio presso il pubblico di riferimento.



COMUNE DI GENOVA

LE AZIONI

LE CAMPAGNE DIGITAL

Campagna di promo-commercializzazione nazionale: Genova, cogli l'attimo.

Da maggio 2021 è partita una **campagna di promo-commercializzazione** per pubblicizzare la **promozione 1+1**: una notte in omaggio a fronte di un soggiorno prenotato in una struttura alberghiera aderente all'offerta e un Genova city pass 48ore in regalo per tutti i soggiornanti.

Target: Millennials, generazione X, coppie, active senior, amanti dei city break, appassionati di arte, storia e cultura, *foodies*, amanti del mare e di attività outdoor.

Mezzi: **spot TV da 15"** sul canale televisivo La7 (3 flight decadali di 51 passaggi ciascuno) + **campagna digital** sui canali Google AdWords (search), Programmatic Display prospecting e retargeting, Video Advertising, Facebook e Instagram e Native Advertising.

GENOVA

MORE THAN THIS



**THE
OCEAN
RACE**

**GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23**

Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



COMUNE DI GENOVA

LE AZIONI

LE CAMPAGNE DIGITAL

Campagna di Brand Awareness: Genova, più di quanto immagini.

Da inizio maggio 2021 ha preso avvio una **campagna di Brand Awareness** per migliorare la visibilità di Genova come destinazione turistica, riposizionarla nei mercati esteri e fornire contenuti, esperienze e spunti di ispirazione, utili per incentivare la successiva prenotazione di un City break a Genova. Tale campagna è iniziata prima sui mercati esteri e in Italia partirà a giugno per riuscire a coprire tutta la stagione estiva e il mese di settembre.

Target: Millenials, generazione X, coppie, active senior, generazione Z, amanti dei city break, appassionati di arte, storia e cultura, *foodies*, amanti del mare e di attività outdoor

Mercati: Francia, Germania, Svizzera, Paesi Bassi e Belgio e Italia

Mezzi: **campagna digital** sui canali Google AdWords (search), Programmatic Display Google 360, Video Advertising, Facebook e Instagram.



Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



COMUNE DI GENOVA

LE AZIONI

LE CAMPAGNE DIGITAL

Campagna di promo-commercializzazione: Genova, autentica passione.

Al termine delle campagne di Brand Awareness e Promo-commercializzazione della promozione 1+1, **campagna di promo-commercializzazione** per promuovere un city break a Genova e il Genova City Pass 72ore.

Target: Funnel di pubblico della campagna di Brand Awareness

Mercati: Italia + mercati esteri da selezionare in base allo scenario che andrà a definirsi nei prossimi mesi

Mezzi: **campagna digital** sui canali Google AdWords (search), Programmatic Display Prospecting + Retargeting, Video Advertising, Facebook e Instagram.



Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova

LE AZIONI

LE CAMPAGNE DIGITAL



Campagna di Brand Awareness per l'autunno/inverno 2021 e primavera 2022:

Per l'autunno/inverno 2021 e la primavera 2022, è previsto l'avvio di una campagna di Brand Awareness, in Italia e nei mercati esteri di priorità 1, per mantenere vivo l'interesse del pubblico sulla destinazione e incentivare la prenotazione di un City break a Genova, in questi periodi dell'anno.

Target: Millennials, generazione X, coppie, active senior, generazione Z, appassionati di arte, storia e cultura, *foodies*, amanti del mare e di attività outdoor

Mercati: Italia + mercati esteri

Mezzi: **campagna digital** sui canali Google AdWords (search), Programmatic Display Prospecting + Retargeting, Video Advertising, Native Advertising, Facebook e Instagram.

Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova





COMUNE DI GENOVA

ATTIVITA' DI MEDIA RELATIONS ED EDITORIALI

E' prevista l'accoglienza di giornalisti e troupe televisive per la realizzazione di servizi giornalistici sulla città e la gestione di interviste televisive e radiofoniche.

In considerazione dello scenario Covid attuale, si prevede l'invito e accoglienza di un limitato numero di giornalisti dall'Italia e dai mercati esteri per il periodo giugno – settembre.

Sono previste azioni di Influencer Marketing che prevedono **l'accoglienza a Genova di youtuber e creator**, per la promozione della destinazione Genova, **in particolare per i target Family e giovani.**

Mercato: Italia

Temi: Outdoor, Parchi e giardini, Musei inclusi nel City Pass, Cooking experience etc.



Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



COMUNE DI GENOVA

ATTIVITA' DI MEDIA RELATIONS ED EDITORIALI

Sono state previste le seguenti azioni editoriali offline e online:

Febbraio: progetto in collaborazione con la **guida Lonely Planet** alla scoperta dei luoghi più suggestivi e anche dei tesori nascosti di Genova.

Maggio: diffusione di comunicati stampa nazionali e internazionali sulle attrattive della destinazione Genova

Giugno: diffusione di comunicati stampa nazionali e internazionali sull'offerta della destinazione per i mesi estivi.

Settembre: uscita di comunicati stampa nazionali e internazionali a supporto del periodo di destagionalizzazione.

Novembre: diffusione di comunicati stampa nazionali e internazionali sull'offerta della destinazione per le festività natalizie.



Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



COMUNE DI GENOVA

ATTIVITA' ORGANICA SUI CANALI SOCIAL DELLA DESTINAZIONE

Gli obiettivi della social media strategy mirano a:

- aumentare la visibilità e rafforzare il posizionamento del brand Genova
- promuovere la destinazione turistica: risorse e offerta turistica; promo-commercializzazione dei servizi e prodotti turistici: Genova City Pass nelle sue diverse declinazioni
- favorire lo storytelling dei turisti italiani e stranieri sui diversi canali digital
- **aumentare il volume delle conversazioni in rete** e stimolare la produzione di contenuti da parte degli utenti, turisti e cittadini
- **rafforzare le partnership con gli stakeholder e le community locali** per fare sistema nel racconto delle attrattive della città

GENOVA

MORE THAN THIS

**THE
OCEAN
RACE**

**GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23**

Comune di Genova. Direzione Comunicazione ed Eventi
Ufficio Comunicazione di Marketing, Digital – Social – Media Strategy, Sviluppo del Brand Genova



COMUNE DI GENOVA

Marketing dell'economia

€ 555.000

GENOVA
MORE THAN THIS



THE OCEAN RACE
GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23



COMUNE DI GENOVA



MARKETING DELL'ECONOMIA

Realizzazione strumenti di marketing dell'economia (Book Invest in Genova, sito genovameravigliosa.com, video)

Missioni in presenza e online

Azioni di promozione e media relations dell'attrattività economica

Progetti di promozione di marketing con attori economici nazionali ed internazionali

Organizzazione di seminari e conferenze internazionali per la promozione dell'attrattività economica

Azioni di promozione di Palazzo Ducale quale destinazione MICE

Ricerca di mercato per la definizione del posizionamento comunicativo

Compartecipazione a campagne promozionali per sviluppo economico del Turismo

GENOVA

MORE THAN THIS

**THE
OCEAN
RACE**

**GENOVA
THE GRAND FINALE
2022-23**



COMUNE DI GENOVA



Manutenzione, decoro e arredo urbano a fini turistici

€ 1.520.000

ipotesi stampe adesive per laterali, vetrine ecc...





COMUNE DI GENOVA

INVESTIMENTI PER IL MIGLIORAMENTO DELLA CAPACITA' DI ACCOGLIENZA TURISTICA DEL TESSUTO URBANO

interventi di valorizzazione dei parchi storici

Interventi di abbattimento di barriere architettoniche a fini della fruibilità turistica

Azioni di risistemazione del decoro (p. es. sistemazione di promenades, installazione di nuovi arredi)

Progetto di Illuminazione artistica ed Interventi legati al miglioramento dell'illuminazione e della sicurezza anche ai fini turistica

Interventi per il miglioramento della fruizione delle spiagge

Azioni di restyling di verde urbano

Manutenzione straordinaria delle aiuole di viale Brigate Partigiane ed in Viale Brigate Bisagno per riportare all'antico splendore le aiuole fiorite

Piano bagni nel centro città. Si concluderanno entro dicembre i lavori degli ultimi tre bagni pubblici dei 13 complessivi distribuiti nel centro storico e nell'area dell'Expo a servizio della città e dei turisti



COMUNE DI GENOVA

**E' PARTE INTEGRANTE DELLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE
208 0 0 N. 2021-DL-221 DEL 18/05/2021 AD OGGETTO:
ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA
CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE
DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E
COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE
DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.**

PARERE TECNICO (Art 49 c. 1 D.Lgs. 267/2000)

Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica del presente provvedimento

02/08/2021

Il Dirigente Responsabile
[Dott.ssa Monica Bocchiardo]



COMUNE DI GENOVA

**E' PARTE INTEGRANTE DELLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE
208 0 0 N. 2021-DL-221 DEL 18/05/2021 AD OGGETTO:
ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA
CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE
DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E
COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE
DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.**

PARERE TECNICO (Art 49 c. 1 D.Lgs. 267/2000)

Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica del presente provvedimento

02/08/2021

Il Dirigente Responsabile
[Dott.ssa Gloria Piaggio]



COMUNE DI GENOVA

**E' PARTE INTEGRANTE DELLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE
208 0 0 N. 2021-DL-221 DEL 18/05/2021 AD OGGETTO:
ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA
CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE
DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E
COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE
DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.**

PARERE TECNICO (Art 49 c. 1 D.Lgs. 267/2000)

Si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica del presente provvedimento

02/08/2021

Il Dirigente Responsabile
[Dott.ssa Sandra Torre]



COMUNE DI GENOVA

ALLEGATO AL PARERE TECNICO
ART. 7, COMMA 3, REGOLAMENTO DI CONTABILITA'

CODICE UFFICIO: 208 0 0	DIREZIONE ATTIVITA' E MARKETING DEL TURISMO
Proposta di Deliberazione N. 2021-DL 221 DEL 18/05/2021	

OGGETTO: ADOZIONE DI LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.

a) La presente proposta di deliberazione **comporta l'assunzione di impegni di spesa** a carico del bilancio di previsione annuale, pluriennale o degli esercizi futuri?

SI

NO

Nel caso di risposta affermativa, indicare nel prospetto seguente i capitoli di PEG (e gli eventuali impegni già contabilizzati) ove la spesa trova copertura:

Anno di esercizio	Spesa di cui al presente provvedimento	Capitolo	Impegno	
			Anno	Numero
2021	221.643,30 di cui impegnato 145.220,91	52840		
2021	505.000,00 di cui impegnato 454.647,60	20309		
2021	294.012,83 di cui impegnato 294.012,83	1377		
2021	150.000,000 di cui impegnato 0	52843		
2021	60.000,00 di cui impegnato 27.206,00	1373		
2021	100.000,00 di cui impegnato 50.000,00	1379		
2021	20.000,00 di cui impegnato 18.724,56	1437		
2021	780.000,00 di cui impegnato 0	1477		
2021	2.356,70 di cui impegnato 0	1450		
2021	110.987,17 di cui impegnato 0	1491		
2021	36.000,00 di cui impegnato 1.000,00	1478		

b) La presente proposta di deliberazione **comporta una modifica delle previsioni** di entrata o di spesa del

bilancio di previsione annuale, pluriennale o degli esercizi futuri?

si

no

Nel caso in cui si sia risposto in modo affermativo alla precedente domanda b) compilare il prospetto seguente:

Anno di esercizio	Capitolo	Centro di Costo	Previsione assestata	Nuova previsione	Differenza + / -

c) La presente proposta di deliberazione **comporta una modifica dei cespiti inventariati o del valore della partecipazione** iscritto a patrimonio?

si

no

Nel caso in cui si sia risposto in modo affermativo alla precedente domanda c) compilare il prospetto seguente (per i cespiti ammortizzabili si consideri il valore ammortizzato):

Tipo inventario e categoria inventariale	Tipo partecipazione (controllata/collegata o altro)	Descrizione	Valore attuale	Valore post-delibera

d) La presente proposta di deliberazione, ove riferita a società/enti partecipati, è coerente con la necessità di assicurare il permanere di condizioni aziendali di solidità economico-patrimoniale dei medesimi, in relazione agli equilibri complessivi del bilancio dell'Ente?

SI

NO

Nel caso in cui si sia risposto in modo negativo alla precedente domanda d) compilare il prospetto seguente:

Effetti negativi su conto economico	
Effetti negativi su stato patrimoniale	

Osservazioni del Dirigente proponente:

Le spese verranno definite con Determinazioni Dirigenziali nel corso dell'esercizio finanziario in base alle esigenze e alle priorità stabilite dal Tavolo dell'Imposta di Soggiorno come da Piano del Marketing.

Genova, 02/08/2021

I Dirigenti

[Dott.ssa Sandra Torre]

[Dott.ssa Gloria Piaggio]

[Dott.ssa Monica Bocchiardo]



COMUNE DI GENOVA

**E' PARTE INTEGRANTE DELLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE
208 0 0 N. 2021-DL-221 DEL 18/05/2021 AD OGGETTO:
ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA
CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE
DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E
COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE
DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.**

PARERE REGOLARITA' CONTABILE (Art. 49 c. 1 D.Lgs. 267/2000)

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49 - comma 1 - T.U. D.lgs 18 agosto 2000 n. 267 si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità contabile del presente provvedimento, nei limiti della realizzazione dell'entrata, comprensiva dei ristori statali .

03/08/2021

Il Dirigente Responsabile
[Dott.ssa Magda Marchese]



COMUNE DI GENOVA

**E' PARTE INTEGRANTE DELLA PROPOSTA DI DELIBERAZIONE
208 0 0 N. 2021-DL-221 DEL 18/05/2021 AD OGGETTO:
ADOZIONE LINEE DI INDIRIZZO PER LA PROMOZIONE DELLA
CITTA' PER IL BIENNIO 2021/2022, CONTESTUALE APPROVAZIONE
DEL PIANO DI SVILUPPO TURISMO, MARKETING E
COMUNICAZIONE ANNO 2021 E UTILIZZO DELLE RISORSE
DERIVANTI DALL'IMPOSTA DI SOGGIORNO.**

ATTESTAZIONE COPERTURA FINANZIARIA (Art. 153 c. 5 D.Lgs. 267/2000)

Si rinvia a successivi atti, nei limiti della realizzazione dell'entrata, comprensiva dei ristori statali.

03/08/2021

Il Direttore Servizi Finanziari
[Dott.ssa Magda Marchese]