

**ESTRATTO DAL VERBALE DELLE DELIBERAZIONI DELLA
GIUNTA CAPITOLINA**

(SEDUTA DELL'11 AGOSTO 2022)

L'anno duemilaventidue, il giorno di giovedì undici del mese di agosto, alle ore 16,10 nella Sala delle Bandiere, in Campidoglio, si è adunata la Giunta Capitolina di Roma, così composta:

1	GUALTIERI ROBERTO.....	<i>Sindaco</i>	8	ONORATO ALESSANDRO	<i>Assessore</i>
2	SCOZZESE SILVIA	<i>Vice Sindaco</i>	9	PATANE' EUGENIO	<i>Assessore</i>
3	ALFONSI SABRINA	<i>Assessora</i>	10	PRATELLI CLAUDIA	<i>Assessora</i>
4	CATARCI ANDREA	<i>Assessore</i>	11	SEGNALINI ORNELLA	<i>Assessora</i>
5	FUNARI BARBARA	<i>Assessora</i>	12	VELOCCIA MAURIZIO	<i>Assessore</i>
6	GOTOR MIGUEL	<i>Assessore</i>	13	ZEVI ANDREA TOBIA	<i>Assessore</i>
7	LUCARELLI MONICA	<i>Assessora</i>			

E' presente il Sindaco e l'Assessora Lucarelli.

Intervengono in modalità telematica gli Assessori Alfonsi, Catarci, Funari, Gotor, Patané e Segnalini.

Partecipa il sottoscritto Segretario Generale Dott. Pietro Paolo Mileti.

(O M I S S I S)

Interviene in modalità telematica l'Assessore Onorato.

(O M I S S I S)

Deliberazione n. 309

Approvazione idea di progetto "ROMA SMART TOURISM" da presentare al Ministero del Turismo in risposta all' "Avviso pubblico riguardante l'individuazione di progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO" ai fini dell'elaborazione della relativa proposta progettuale.

Premesso che

Il Ministro del Turismo, di concerto con il Ministro dell'Economia e delle Finanze, ha adottato il Decreto interministeriale prot. n. 2445/2021 del 30.11.2021 di attuazione dell'articolo 7 commi 4 e 6 bis DL 25 maggio 2021 n. 73 recante *"Misure urgenti connesse all'emergenza da COVID-19, per le imprese, il lavoro, i giovani, la salute e i servizi territoriali"*, convertito con modifiche dalla legge 23 luglio 2021 n. 106, istitutivo del *"Fondo in favore dei Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'Unesco patrimonio mondiale dell'umanità"* con l'obiettivo di sostenere la ripresa del settore turistico particolarmente colpito dalla crisi generata dalla pandemia di Covid-19 nei Comuni caratterizzati da spiccata vocazione turistico-culturale;

in data 4 marzo 2022 il Ministero del Turismo ha pubblicato l'Avviso pubblico riguardante l'individuazione di progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO, finalizzati ad incrementare in qualità e quantità l'attrattività e le presenze turistiche nei territori interessati;

la ripartizione della dotazione finanziaria del fondo, complessivamente pari a 75 milioni di euro, prevede lo stanziamento di 9,8 milioni di euro a favore del Comune di Roma Capitale, destinati a interventi di valorizzazione turistica della città, a cui si aggiunge la quota di 2.338.506,57 euro per Roma - Città creativa del cinema nell'ambito del fondo a favore dei Comuni italiani che fanno parte della rete delle città creative dell'UNESCO;

gli interventi finanziabili si sostanziano nella realizzazione di iniziative riguardanti strumenti di valorizzazione e promozione turistica digitale, itinerari turistici, progetti di marketing turistico, nonché opere di tipo edilizio, strutturale o impiantistico e allestimenti funzionali all'incremento della fruizione e dell'attrattività turistica;

in particolare, come precisato all'art. 5 dell'Avviso, le proposte progettuali ammissibili al finanziamento possono pertanto avere ad oggetto le seguenti tipologie di interventi:

- a) Realizzazione di strumenti di valorizzazione e promozione turistica digitale;
- b) Realizzazione di itinerari turistici;
- c) Progetti di marketing ed eventi;
- d) Opere di carattere edilizio, strutturale o impiantistico funzionali ad accrescere la fruizione e l'attrattività turistica o allestimenti su siti culturali, paesaggistici e naturalistici funzionali ad accrescere la fruizione e l'attrattività turistica;

l'art. 7 dell'Avviso Pubblico, concernente modalità, termini di presentazione e contenuto delle domande di finanziamento, prevede la possibilità di richiedere un anticipo fino al 10% per le spese relative alla definizione del progetto, fornendo tramite la piattaforma informatica, le informazioni preliminari necessarie alla verifica delle condizioni di ricevibilità, ammissibilità, e coerenza delle idee-progetto da sviluppare secondo quanto previsto al successivo articolo 8; ad esito positivo dell'istruttoria di verifica delle idee-progetto da parte del Ministero del Turismo, il Comune proponente dovrà presentare tramite la piattaforma informatica la proposta progettuale completa di tutte le sue parti entro 120 giorni solari dalla sottoscrizione del disciplinare;

ogni proposta progettuale dovrà prevedere obbligatoriamente la predisposizione di un piano di comunicazione, nonché la realizzazione di uno o più strumenti digitali di promozione e valorizzazione degli interventi finanziati che presentino i caratteri di interoperabilità con il sito www.italia.it indicati nelle linee guida ministeriali.

Considerato che

nella seduta del 22.03.2022 la Giunta Capitolina ha approvato la Memoria n. 17 avente a oggetto *"Avviso pubblico del Ministero del Turismo riguardante l'individuazione di progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui siti sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO. Attivazione procedura di accreditamento ed elaborazione di proposte progettuali ai fini della partecipazione"*;

con la predetta Memoria, al fine di incrementare in qualità e quantità l'attrattività e le presenze turistiche nel territorio di Roma Capitale, la Giunta Capitolina ha espresso interesse a presentare domanda di

finanziamento in adesione all'Avviso Pubblico in argomento, dando mandato al Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di attivare la procedura di accreditamento sulla piattaforma informatica all'uopo prevista attraverso comunicazione al Ministero del Turismo di un indirizzo di posta elettronica certificato dedicato e di elaborare proposte progettuali coerenti con le linee di intervento indicate nell'Avviso;

con prot. n. 5216/22 del 14/04/2022 la Direzione Generale della valorizzazione della promozione turistica del Ministero del Turismo ha comunicato l'elenco dei Comuni che hanno manifestato interesse a partecipare all'Avviso Pubblico, ivi compresa Roma Capitale, e dei Comuni rinunciatari;

con prot. RI/2022/0020552 del 01/07/2022 è stata chiesta alla Società in house Zetema Progetto Cultura s.r.l. la disponibilità ad assicurare a Roma Capitale, nell'ambito del perimetro prestazionale del Contratto di Servizio in essere, i necessari servizi di supporto finalizzati a consentirne la partecipazione della medesima all'avviso pubblico promosso dal MIT, relativo alla selezione di progetti volti alla valorizzazione dei comuni a vocazione turistico/culturale con siti UNESCO e città creative UNESCO rappresentando che gli interventi progettuali, ove selezionati, contribuiranno al riposizionamento di Roma Capitale e alla sua valorizzazione anche sotto il profilo espositivo, accrescendo l'attrattività dei beni culturali e dei musei con l'obiettivo di consentire la massima fruibilità da parte di tutti i turisti;

Tenuto conto che:

con Deliberazione della Giunta Capitolina n. 227 del 27.06.2022, con riferimento al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza PNRR approvato con Decisione del Consiglio ECOFIN del 13 luglio 2021. Missione 1, Componente C3, Investimento 4.3 "Caput Mundi. Next Generation EU per grandi eventi turistici" è stato approvato l'elenco degli interventi individuati dalle Strutture di Roma Capitale e lo schema di Accordo con il Commissario Straordinario del Governo per il Giubileo della Chiesa cattolica 2025;

inoltre, a seguito della delibera CIPESS n. 58 del 03/11/2021 "Fondo sviluppo e coesione – Approvazione del Piano sviluppo e coesione del Ministero del turismo", che ha approvato il PSC "Turismo" a titolarità del MiTur e dell'individuazione con Decreto Ministeriale n. 703 del 13/01/2022, dell'Autorità Responsabile del PSC, la Direzione Turismo del Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale è beneficiaria dell'ulteriore finanziamento di € 1,2 mln a valere sul Fondo Sviluppo e Coesione 2014-2020 per azioni finalizzate alla ripresa economica della filiera turistica a seguito dello shock pandemico, con specifico riferimento alla generazione di progettualità nel campo della sostenibilità, dell'innovazione e digitalizzazione dei sistemi.

Considerato, altresì, che

Il Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda, Direzione Turismo, in attuazione delle "Linee programmatiche del Sindaco Gualtieri per il mandato amministrativo 2021-2026", approvate con Deliberazione A.C. 19 novembre 2021, n. 106 e dei correlati Obiettivi strategici ed operativi DUP 2022-2024, come declinati nella pianificazione gestionale 2022-2024, intende rilanciare la filiera del turismo nella Capitale, attraverso strategie coordinate di marketing e promozione turistica, focalizzate sulla digitalizzazione e sulla costruzione della Brand Identity di Roma Capitale in chiave, appunto, di promozione turistica, che rientrano nelle tipologie di intervento finanziabili;

più specificamente, le Linee programmatiche indicate contengono un puntuale riferimento, tra gli altri, alla necessità che la Capitale si strutturi adeguatamente, non solo, in vista del prossimo appuntamento giubilare del 2025 ma, in generale, per le sfide del marketing turistico del periodo post pandemia. In quest'ottica la trasformazione digitale della promozione turistica e una brand strategy adeguata all'ineguagliabile identità della Capitale consentono di migliorare il posizionamento della destinazione Roma e la sua immagine nel mercato globale, con l'obiettivo finale di fare in modo che la Capitale risponda adeguatamente alla domanda e ai trend del mercato;

il rilancio del turismo, quale leva fondamentale per lo sviluppo economico e sociale della Capitale, nella fase successiva all'auspicato superamento dell'emergenza sanitaria e nella prospettiva di accoglienza dei moltissimi visitatori in arrivo in caso di aggiudicazione dell'Expo 2030, postula, tra gli altri, la preventiva riacquisizione, da parte dell'Amministrazione Capitolina, di un ruolo strategico nella governance delle politiche di settore. Il contesto nazionale e internazionale è caratterizzato, infatti, da una grande competitività tra destinazioni, intese come interi sistemi di offerta, competitività che, in prospettiva, dovrebbe ancor più acuirsi nell'ambito del globale sforzo di recupero delle perdite determinate dalla pandemia;

nell'intento, quindi, di recuperare e migliorare in termini di qualità il posizionamento e le quote di mercato della fase pre-pandemica, oltre che di penetrare nuovi mercati e segmenti turistici, Roma intende prepararsi adeguatamente alle sfide dei prossimi anni attraverso la creazione della sua Brand Identity nell'ambito di un processo di innovazione digitale che renda sempre più smart ed attrattiva l'esperienza del turista che sceglie la destinazione Roma;

per continuare ad essere una destinazione turistica faro nel contesto internazionale Roma intende, così, adeguare offerta e modello di destinazione per:

- Assicurare la sostenibilità del suo patrimonio materiale e immateriale;
- Mitigare l'overtourism;
- Recuperare terreno su specifici aspetti dell'offerta turistica rispetto ai principali competitor;
- Favorire la percezione di Roma come città creativa, innovativa e contemporanea;
- Sviluppare l'offerta per nuovi segmenti e mercati;
- Generare redditività in modo sostenibile;
- Coniugare cittadinanza e turismo.

la strategia consiste, dunque, in un rilancio e riposizionamento di Roma sui mercati turistici internazionali attraverso attività promozionali basate su tecnologie digitali particolarmente innovative, anche rispetto alla gamma di strumenti oggi utilizzati dalle destinazioni competitor;

in tal senso l'idea di progetto che Roma Capitale intende presentare a valere sul finanziamento UNESCO titolata Roma Smart Tourism prevede quattro azioni, declinate in specifiche iniziative, che sostanzieranno la relativa proposta progettuale

Azione 1: "Smart information" – intervento volto alla trasformazione generale del modo in cui vengono oggi acquisite e distribuite le informazioni d'interesse turistico, come si forma la scelta di cosa visitare e come si combina il flusso d'informazioni che arriva dal monitoraggio degli stessi comportamenti collettivi.

1.1 Assistente Virtuale Intelligente

1.2 Creazione di Itinerari live multimediali, con pianificatore delle visite

Azione 2: "Sviluppo della Brand identity" - iniziative che intendono rilanciare il posizionamento di Roma sui mercati, con una nuova narrativa della città, più ancorata alla sua realtà globale e d'interesse internazionale; un'attività di comunicazione d'eccellenza con l'utilizzo dei social media nella loro versione più coinvolgente, con l'uso anche della realtà virtuale;

2.1 Sviluppo di un brand turistico per Roma;

2.2 Nuova promozione digitale (RA/RV) e gamification;

2.3 Campagna di "persuasion marketing".

Azione 3: "Smart events" - azioni per rendere Roma una capitale specializzata nell'organizzazione dei convegni ibridi, capaci di coniugare la presenza fisica e quella a distanza. Attraverso l'organizzazione e l'autonoma proposizione di simili eventi Roma potrà posizionarsi al centro delle tematiche oggi più all'avanguardia, come Fintech, scienze della vita, e-sports e altre ancora. Un'attenzione particolare sarà data alla realizzazione di eventi che possano coniugare la tradizione storico-artistica di Roma con la modernità dello sport.

3.1 Creazione di eventi d'eccellenza con la modalità di eventi ibridi (reali + virtuali);

3.2 Promozione selettiva;

3.3 Business Intelligence.

Azione 4: "Valorizzazione turistica cinema" - intervento che, attraverso la creazione di risorse promozionali e informative (video dei luoghi e delle aree della città rese famose dai film più famosi della storia del cinema; itinerari tematici costruiti intorno a un singolo film o a una serie di film legati da un filo conduttore di grande richiamo), intende aggiungere una componente attrattiva, quella del cinema, alle attrazioni di Roma, in particolare legate all'offerta culturale.

4.1 Itinerari turistico-cinematografici di Roma

Dato atto che

La proposta progettuale - che sarà sviluppata, entro 120 giorni solari dalla sottoscrizione del disciplinare d'obbligo, prevista in caso di approvazione dell'idea progettuale - dovrà essere nuovamente inserita

nella piattaforma telematica e a seguito di provvedimento di ammissione del progetto, lo stesso dovrà essere realizzato, completato, avviato in esercizio e reso interoperabile secondo le linee guida TDH2022 del Ministero del Turismo entro il termine perentorio del 30 novembre 2024;

Atteso che:

in data 04/08/2022 il Direttore della Direzione Turismo del Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda, quale responsabile del Servizio, ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49, comma 1, del D.lgs. n. 267 del 18 agosto 2000 e ss.mm.ii., si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica della proposta di deliberazione di cui in oggetto".

Il Direttore F.to: P. Del Vecchio;

in data 04/08/2022 il Direttore del Dipartimento Attività Culturali, quale responsabile del Servizio, ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49, comma 1, del D.lgs. n. 267 del 18 agosto 2000 e ss.mm.ii., si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica della proposta di deliberazione di cui in oggetto".

Il Direttore F.to: L. Massimiani;

in data 04/08/2022 il Direttore del Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda, ai sensi e per gli effetti dell'art. 30, c. 1, lett. i) e j), del Regolamento degli Uffici e Servizi, ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Si attesta la coerenza della proposta di Deliberazione in oggetto con i documenti di programmazione dell'Amministrazione, approvandola in ordine alle scelte aventi rilevanti ambiti di discrezionalità tecnica con impatto generale sulla funzione dipartimentale e sull'impiego delle risorse che essa comporta".

Il Direttore F.to: P. Del Vecchio;

in data 04/08/2022 il Direttore del Dipartimento Attività Culturali, ai sensi e per gli effetti dell'art. 30, c. 1, lett. i) e j), del Regolamento degli Uffici e Servizi, ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Si attesta la coerenza della proposta di Deliberazione in oggetto con i documenti di programmazione dell'Amministrazione, approvandola in ordine alle scelte aventi rilevanti ambiti di discrezionalità tecnica con impatto generale sulla funzione dipartimentale e sull'impiego delle risorse che essa comporta".

Il Direttore F.to: L. Massimiani;

in data 02/08/2022 il Vice Direttore Generale Area Tematica Cultura e Valorizzazione ha attestato, ai sensi dell'art. 12, comma 3 del Regolamento sull'Ordinamento degli Uffici e Servizi, la coerenza della proposta di deliberazione in oggetto con gli obiettivi di programma, operativi e gestionali.

Il Vice Direttore Generale: F.to C. Esposito

in data 04/08/2022 il Ragioniere Generale ha espresso il parere che di seguito integralmente si riporta: "Ai sensi e per gli effetti dell'art. 49, comma 1, del D.lgs. n. 267 del 18 agosto 2000 e ss.mm.ii., si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità contabile della proposta di deliberazione di cui in oggetto" rilevando la necessità dell'adeguamento, in caso di ammissione al finanziamento, degli strumenti di programmazione dell'Ente (DUP, Piano Triennale Opere Pubbliche e Bilancio di Previsione).

Il Ragioniere Generale F.to M. Iacobucci

sulla proposta in esame è stata svolta, da parte del Segretariato Generale, la funzione di assistenza giuridico-amministrativa di cui all'art. 97, comma 2 del D.lgs. 18 agosto 2000, n. 267 e ss.mm.ii.;

DELIBERA

per tutto quanto sopra premesso:

- 1) di approvare l'idea di progetto "ROMA SMART TOURISM" per siti UNESCO e Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO, composta di n. 4 Azioni/Interventi di cui all'Allegato A), parte integrante e sostanziale della presente deliberazione ai fini della elaborazione della relativa proposta progettuale
- 2) di approvare lo Schema di Disciplinare regolante i rapporti tra il Ministero del Turismo e Roma Capitale per l'attuazione dell'idea progettuale/progetto denominata/o "ROMA SMART TOURISM", di cui all'allegato B) parte integrante e sostanziale del presente atto, dando mandato alla sottoscrizione, in caso di ammissione a finanziamento, al Direttore del Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda, previa acquisizione della copertura finanziaria relativa agli impegni presenti nel disciplinare;
- 3) di autorizzare il Dipartimento Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda, previa delega da parte del Sindaco, a presentare domanda di finanziamento tramite la piattaforma informatica dedicata con le modalità indicate all'art. 7 dell'Avviso, anche avvalendosi per la definizione della proposta progettuale e dei correlati interventi degli Organismi Partecipati di Roma Capitale.



ALL. A

7

**PRESENTAZIONE IDEA DI PROGETTO PER SITI UNESCO E I COMUNI
APPARTENTENTI ALLA RETE DELLE CITTA' CREATIVE DELL'UNESCO****A. ANAGRAFICA DEI BENEFICIARI****A.1 Dati anagrafici del delegato compilatore**

Nazionalità					
Cognome		Nome		Sesso	
Nato a		Provincia		il	
Codice Fiscale		Mail		PEC	protocollo.turismoformazione.lavoro@pec.comune.roma.it

A.2 Dati anagrafici del Proponente (Comune Singolo)

Comune	ROMA CAPITALE	Provincia RM		Regione	LAZIO
Cognome Sindaco	GUALTIERI	Nome sindaco	ROBERTO		
Indirizzo sede legale	Via del Campidoglio, 1	Codice Fiscale del Comune	C.F. 02438750586 / P.IVA 01057861005		
Sito Unesco	Il Centro Storico di Roma, le proprietà extraterritoriali della Santa Sede nella Città e San Paolo fuori le Mura				
Servizio Competente del Comune	DIPARTIMENTO GRANDI EVENTI, SPORT, TURISMO E MODA	Responsabile del Procedimento			
Telefono		Mail		PEC	protocollo.turismoformazione.lavoro@pec.comune.roma.it
Conto Corrente/Conto di tesoreria provinciale/IBAN	IT 39 X 01000 03245 348300063178				
Dotazione finanziaria (ex art. 7 comma 4 DL 73/21) €	9,8 MILIONI DI EURO				
Dotazione finanziaria (ex art. 7 comma 6-bis DL 73/21) €	€ 2,338 mln per "Roma Città creativa del Cinema"				
Importo Altre fonti di finanziamento					
Descrizione Altre Fonti di Finanziamento					

A.2 Dati anagrafici del comune capofila

(in alternativa al comune singolo)

Comune Capofila		Provincia		Regione	
Cognome Sindaco		Nome sindaco			
Indirizzo sede legale		Codice Fiscale del Comune			
Sito Unesco					
Servizio Competente del Comune		Responsabile del Procedimento			
Telefono		Mail		PEC	
Conto Corrente/Conto di tesoreria provinciale/IBAN					
Dotazione finanziaria (ex art. 7 comma 4 DL 73/21) €					
Importo Altre fonti di finanziamento					
Descrizione Altre Fonti di Finanziamento					

A.3 Dati anagrafici del comune partecipante all'aggregazione

Comune Capofila			Provincia		Regione	
Cognome Sindaco			Nome sindaco			
Indirizzo sede legale			Codice Fiscale del Comune			
Sito Unesco						
Servizio Competente del Comune			Responsabile del Procedimento			
Telefono		Mail		PEC		
Conto Corrente/Conto di tesoreria provinciale/IBAN						
Dotazione finanziaria (ex art. 7 comma 4 DL 73/21) €						
Importo Altre fonti di finanziamento						
Descrizione Altre Fonti di Finanziamento						

A.4 Dotazione finanziaria del progetto

Dotazione finanziaria finale del progetto	9,8 ml e € 2,338 mln per "Roma Città creativa del Cinema"
-------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

A.5 Contatti

Cognome delegato		Nome delegato	
E-mail			
Recapito telefonico			

B. PROPOSTA DESCRITTIVA DEL PROGETTO DI VALORIZZAZIONE TURISTICA

Strategia del Progetto di valorizzazione e promozione turistica e caratteristiche del contesto di intervento

B.1 Dati di sintesi del progetto

Comune proponente:	ROMA CAPITALE
Comuni aggregati:	
Sito Unesco/Città Creativa:	Il Centro Storico di Roma, le proprietà extraterritoriali della Santa Sede nella Città e San Paolo fuori le Mura
Titolo del progetto	Roma Smart Tourism

B.2 Strategia di valorizzazione turistica del sito UNESCO/Città creativa

Descrizione del contesto <i>max 3000 caratteri</i>	<p>Roma è da sempre città meta di ingenti flussi turistici, un luogo presente nell'immaginario collettivo, che negli ultimi anni pre-covid si è trovata a gestire un turismo di massa con numeri crescenti in rapporto ad un patrimonio culturale che non ha uguali per ricchezza, varietà e complessità.</p> <p>Nel 2019 si è registrato un movimento turistico in crescita, con variazioni percentuali sull'anno precedente del +2,2 per gli arrivi (sommando italiani e stranieri) e di +1.9 per le presenze. Nel 2020, causa pandemia, si è registrata una variazione percentuale del -80,2 arrivi e di -80,8 per le presenze rispetto all'anno precedente. Nel 2021 si è registrato un +12.1 per gli arrivi e un -1,7 per le presenze, in relazione ai dati già ampiamente negativi del 2020 (fonte: Ente bilaterale del turismo nel Lazio su flussi registrati negli esercizi alberghieri).</p>
-------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>della Città metropolitana di Roma).</p> <p>Dal punto di vista del tessuto imprenditoriale nelle attività di servizi, alloggio e ristorazione c'è stato un crollo delle unità attive nel 2020 e quasi un azzeramento delle attività artistiche, sportive e di intrattenimento, come riportato in numerosi report e studi.</p> <p>Per affrontare la ripresa post pandemica come un'occasione di rilancio, il progetto mira ad accrescere l'attrattività di Roma a partire dalle sue qualità culturali, sancite dall'attribuzione da parte dell'UNESCO del titolo di destinazione, che conserva un valore di rilievo per tutta l'umanità e della designazione di Roma come "UNESCO City of Film", annoverandola nel Network delle Città Creative nel Mondo.</p> <p>L'attrattività di una città si può "misurare" in molti modi. Una città attraente la si vuole visitare come turisti, possibilmente non una sola volta nella vita, ma in maniera ricorrente, perché offre sempre qualcosa di nuovo e di "attuale". In una città attraente si vogliono fare investimenti, perché è accogliente, dinamica, <i>appealing</i>, gratificante. Una città attraente può essere scelta come luogo dove vivere, per l'insieme di connotazioni e privilegi che può riservare a chi la sceglie.</p> <p>Per raggiungere quest'obiettivo, Roma deve conservare, valorizzare e promuovere il suo "heritage", la sua memoria, che è anche memoria del mondo, e deve darsi un respiro allineato alle frequenze della contemporaneità, che oggi converge nella trasformazione digitale. Ogni aspetto dell'esperienza turistica è digitale, dalla globalizzazione della cultura (che ibrida continuamente Occidente e Oriente) all'<i>instant economy</i>, che rende l'informazione e l'acquisto di beni e servizi sempre fruibili in tempo reale.</p> <p>La trasformazione digitale della Roma turistica è il cuore complessivo di questo progetto, che non rappresenta semplicemente la somma di piccoli miglioramenti incrementali delle architetture come sono oggi, ma implica una nuova concezione e organizzazione della promozione della città e della sua organizzazione turistica, aprendo una fase di sua reinvenzione in parallelo con lo svolgimento delle attività progettuali.</p>
<p>Descrizione della strategia max 3000 caratteri</p>	<p>Per continuare ad essere una destinazione turistica faro nel contesto internazionale, nel post pandemia, ed accrescere le presenze turistiche, Roma intende adeguare offerta e modello di destinazione per:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Assicurare la sostenibilità del suo patrimonio materiale e immateriale; - Mitigare l'<i>overtourism</i>; - Recuperare terreno su specifici aspetti dell'offerta turistica rispetto ai principali competitor; - Favorire la percezione di Roma come città creativa, innovativa e contemporanea; - Sviluppare l'offerta per nuovi segmenti e mercati; - Generare redditività in modo sostenibile; - Coniugare cittadinanza e turismo. <p>Per raggiungere questi obiettivi la strategia si fonda sull'utilizzo intenso di una grande mole di dati disponibili in tempo reale. Questi, uniti a altri dati più "tradizionali" (arrivi alberghieri, passaggi aeroportuali, ecc.), possono allo stesso tempo servire meglio gli ospiti della città, offrire una cognizione del fenomeno turistico più dettagliata e permettere la promozione e la valorizzazione del suo patrimonio storico-artistico in maniera innovativa, combinando le forme usuali di comunicazione con le nuove modalità possibili grazie alla realtà virtuale e alla realtà aumentata (VR/AR), come "immersioni" virtuali nella città anche da remoto e la creazione in tempo reale, di itinerari turistici personalizzati.</p> <p>La strategia consiste in un rilancio e riposizionamento di Roma sui mercati turistici internazionali attraverso attività promozionali basate su tecnologie digitali particolarmente innovative, anche rispetto alla gamma di strumenti oggi utilizzati dalle destinazioni competitor.</p> <p>Per evidenziare il contributo della proposta, sono state individuate quattro azioni su cui è fondato il progetto di valorizzazione.</p> <p>Azione 1: "Smart information". Si indica con questo termine la trasformazione generale del modo in cui vengono oggi acquisite e distribuite le informazioni d'interesse turistico, come si forma la scelta di cosa visitare e come si combina il flusso d'informazioni che arriva dal monitoraggio degli stessi comportamenti collettivi.</p>

	<p>Azione 2: “Sviluppo della Brand identity”, con riferimento alle iniziative che intendono rilanciare il posizionamento di Roma sui mercati, con una nuova narrativa della città, più ancorata alla sua realtà globale e d’interesse internazionale; un’attività di comunicazione d’eccellenza con l’utilizzo dei social media nella loro versione più coinvolgente, con l’uso anche della realtà virtuale;</p> <p>Azione 3: “Smart events”, azioni per rendere Roma una capitale specializzata nell’organizzazione dei convegni ibridi, capaci di coniugare la presenza fisica e quella a distanza. Attraverso l’organizzazione e l’autonoma proposizione di simili eventi Roma potrà posizionarsi al centro delle tematiche oggi più all’avanguardia, come Fintech, scienze della vita, <i>e-sports</i> e altre ancora. Un’attenzione particolare sarà data alla realizzazione di eventi che possano coniugare la tradizione storico-artistica di Roma con la modernità dello sport.</p> <p>Azione 4: “Valorizzazione turistica cinema”, che, attraverso la creazione di risorse promozionali e informative (video dei luoghi e delle aree della città rese famose dai film più famosi della storia del cinema; itinerari tematici costruiti intorno a un singolo film, o a una serie di film legati da un filo conduttore di grande richiamo), possano aggiungere una componente attrattiva, quella del cinema, alle attrazioni di Roma, in particolare legate all’offerta culturale. Per dar corso alla coerenza tra obiettivi del bando e contenuto delle attività finanziabili, le attività saranno improntate alla creatività anche nell’impostazione delle gare di assegnazione. Inoltre, potranno essere digitalizzate risorse molto importanti che tutt’ora non lo sono, come i fondali storici del Teatro dell’Opera, in varie occasioni utilizzati anche nella produzione cinematografica.</p> <p>L’intero progetto è centrato sulle nuove tecnologie digitali e sul governo del flusso delle informazioni e, come prescritto nel bando, ogni tipo di informazione e di risorsa digitale sarà resa interoperabile con il sito www.italia.it e comunque secondo le indicazioni tecniche che verranno fornite dal Ministero del Turismo.</p>
	<p>Capacità del Progetto di produrre ricadute concrete sul settore turistico locale:</p> <p><i>Descrivere sinteticamente i risultati attesi dall’attuazione degli investimenti previsti dal Progetto di valorizzazione turistica, mettendo in evidenza in particolare i risultati in termini di contributo</i></p>

<p>Tenuta/incremento dei livelli occupazionali, con riferimento anche alla componente femminile e dei giovani</p> <p><i>max 2000 caratteri</i></p>	<p>La situazione occupazionale generata dalla pandemia è segnata da un peggioramento significativo dei dati: -40.4% di contratti nel I semestre 2020, rispetto al I semestre del 2019. Con un impatto negativo soprattutto sui giovani fino a 29 anni: -45.8% rispetto ad altre fasce di età (-39.1% di contratti per persone tra i 30 e i 50 anni di età, -34.2 % di contratti per le persone dai 51 anni in su) e sul settore dei servizi privati con un -43,2% sempre nel I semestre 2020 (Report Bankitalia sull'economia regionale del Lazio 2020, Fonte INPS).</p> <p>L'impatto negativo sulla componente femminile e sui giovani si registra anche dai dati relativi alla partecipazione al mercato del lavoro 2008-2015: 53,2% donne contro il 75,4% degli uomini tra i 15 e i 64 anni; 2015-2020: 59,2% donne contro il 76,4% degli uomini tra i 15 e i 64 anni; con la fascia di età tra i 15 e i 24 anni che registra i valori percentuali più bassi per gli anni 2015-2020: 20,3% donne; il 26,6% degli uomini.</p> <p>Considerando poi il settore di attività, il settore dei servizi – commercio, alberghi e ristorazione per occupati e forza lavoro (variazioni percentuali sul periodo) segna percentuali sempre in negativo, con un picco di -18,1% nel primo trimestre 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020 e una ripresa a partire dal secondo trimestre 2021: +2.8, che prosegue nel terzo trimestre 2021 con +6.7% e nel quarto trimestre 2021 con +2.4% (Report Bankitalia sull'economia regionale del Lazio 2020, fonte ISTAT).</p> <p>Secondo Unindustria (dati ISTAT) tra il 2021/2019 si registra una variazione di occupati nel settore commercio alberghi e ristoranti di -8,9% nel Lazio (-8.5% in Italia).</p> <p>Si registrano fortunatamente primi segnali fortemente positivi del primo semestre 2022, che portano a ritenere che opportune azioni di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale, e di aumento qualificazione dei flussi turistici, possano contribuire a sostenere l'occupazione femminile e giovanile fino a recuperare livelli 2019 e superarli.</p>
<p>Sviluppo della filiera turistica</p> <p><i>max 2000 caratteri</i></p>	<p>Il progetto è fondato sull'innovazione tecnologica con attività, strumenti e infrastrutture non ancora presenti nell'offerta romana. Si prefigurano, perciò, la formazione di nuove figure professionali non presenti oggi e una crescita delle piccole aziende culturali e creative, necessariamente interessate dalla strategia di utilizzo dell'innovazione in ogni fase della promozione e dell'acquisto dei servizi.</p> <p>Il processo virtuoso innescato dalla realizzazione del progetto comporterà una migliore qualificazione degli operatori già presenti nel settore e della filiera turistica romana nel suo complesso, in un'ottica di miglioramento costante dell'offerta di beni e servizi, realizzati sempre più su misura per le esigenze del singolo visitatore della città.</p>
<p>incremento dei flussi turistici</p> <p><i>max 2000 caratteri</i></p>	<p>Il mercato turistico europeo nel suo complesso, nonostante le difficoltà della gestione post-pandemica e le incertezze derivanti dalla guerra in Ucraina, sta mostrando fortissimi segni di vitalità e di ripresa. La voglia di viaggiare dei cittadini europei sta persino mettendo in crisi la capacità dei vettori aerei e degli hub aeroportuali di soddisfare una domanda impetuosa e inaspettata in questi volumi.</p> <p>Anche il turismo verso Roma, nei primi mesi del 2022, sta conoscendo una fase di decisa ripresa: sia le ricerche effettuate sul web che le presenze di turisti in città (i cui dati sono in fase di elaborazione, ma della cui crescita si ha evidenza empirica semplicemente camminando nel centro di Roma), mostrano segnali di netta ripresa.</p> <p>Riguardo le ricerche sul web, si riportano due esempi: il sito web turistico ufficiale turismoroma.it ha visto crescere enormemente i propri contatti nel primo semestre del 2022, quadruplicando i contatti rispetto al primo semestre del 2019 (circa 1,9 milioni contro 0,5 milioni). Analizzando Google Trends, servizio che riporta quante volte un termine viene cercato sul motore di ricerca, si vede che ad esempio che il termine "hotel Rome" è salito del 55% da gennaio a giugno 2022 e che "Rome restaurant" è salito del 52% nello stesso periodo.</p> <p>Lo scenario esposto porta a stimare, per il 2023, un incremento del 7% delle presenze rispetto a quelle registrate nel 2019.</p>

<p>Coerenza degli obiettivi in relazione alle caratteristiche del contesto e ai fabbisogni rilevati</p> <p><i>max 3000 caratteri</i></p>	<p>Anche dopo gli shock della crisi pandemica e della guerra in Ucraina, Roma ha il potenziale e l'ambizione di una città globale, cioè di una città che ha un posto riconosciuto, apprezzato e desiderato sui mercati turistici internazionali, inclusi quelli di nuova formazione e oggi in grande sviluppo.</p> <p>Il progetto nel suo complesso mira ad accrescere l'attrazione di Roma, a partire dalle sue qualità culturali, sancite dall'attribuzione dell'UNESCO del titolo di destinazione che conserva un valore di rilievo per tutta l'umanità e del titolo di "UNESCO City of Film", inserita nel Network delle Città Creative nel Mondo.</p> <p>Allo stesso tempo, Roma punta ad essere percepita, in misura sempre maggiore, come destinazione moderna, dinamica, innovativa. Il desiderio di visitare Roma non dovrà e non potrà essere soddisfatto da un'unica <i>vacanza romana</i>, ma dovrà essere un'esperienza ripetuta nel tempo, perché ci sarà sempre qualcosa di nuovo da scoprire a Roma e ci saranno sempre nuovi modi per (ri)scoprire la bellezza di Roma.</p> <p>È qui il cuore dell'intero progetto: nell'accompagnare la ripresa dei viaggi e del turismo, si trasforma completamente il modo attraverso cui Roma comunica e promuove le sue attrazioni culturali e complessive della città, anche con l'aiuto di strumenti estremamente innovativi.</p> <p>Solo così Roma potrà confermare il suo ruolo di leader nella competizione turistica internazionale, che è sempre più agguerrita, con l'emergere di nuove destinazioni turistiche globali e con lo spostamento relativo del baricentro dei mercati turistici dall'Europa e dagli Stati Uniti a nuovi continenti, come l'Asia.</p> <p>La proposta progettuale mira, pertanto, al rilancio e riposizionamento di Roma sui mercati turistici internazionali, attraverso attività promozionali basate su tecnologie digitali innovative, superando le proposte delle destinazioni concorrenti, in termini di efficacia e di qualità dei mezzi utilizzati per la promozione e la comunicazione turistica.</p>
<p>Integrazione con altre strategie di sviluppo locale alle quali il Comune partecipa (o i Comuni se in forma aggregata)</p> <p><i>Indicare se il Comune/i partecipano (adesione formale) a strategie d'area (progetti integrati territoriali, Aree Interne, Leader, ecc.) nell'ambito di programmazioni in corso/recenti e la relativa coerenza dell'attuale strategia</i></p> <p><i>max 1000 caratteri</i></p>	<p>Roma Capitale, è impegnata in attività di larga scala per la promozione del turismo e del patrimonio con Caput Mundi, anche in vista del prossimo Giubileo e per la promozione della candidatura ad Expo 2030. In coerenza con la strategia di valorizzazione turistica delineata nella presente proposta, sta sviluppando progettualità volte al perseguimento delle finalità della misura "Grandi Destinazioni per un Turismo Sostenibile".</p> <p>Le azioni saranno coordinate in sinergia con i Comuni di Firenze, Venezia, Napoli e Milano e si correlano alla valorizzazione e promozione dei Siti UNESCO, in virtù di un'offerta integrata per il turismo sostenibile, collegata anche con il portale italia.it, attraverso l'interfaccia di interoperabilità nota come "TDH022". La progettualità definitiva sarà oggetto di un Accordo di Programma con il Ministero del Turismo, da formalizzare entro il 31/12/2022.</p>
<p>Il contesto imprenditoriale locale collegato alla strategia di valorizzazione turistica del Sito UNESCO nel Comune (o nei Comuni dell'aggregazione) o della città creativa</p> <p><i>Descrivere il contesto imprenditoriale del Comune per quanto attiene a quelle componenti prioritariamente collegate al Progetto di sviluppo e valorizzazione turistica; descrivere i loro fabbisogni nonché il loro potenziale contributo alla Strategia di valorizzazione turistica (nel caso di più Comuni in aggregazione descrivere il contesto imprenditoriale sinteticamente raggruppando i Comuni con caratteristiche simili)</i></p> <p><i>max 3000 caratteri</i></p>	<p>La valorizzazione turistica dei Beni Culturali a Roma coinvolge in maniera diretta ed estesa non solo le attività commerciali e produttive strettamente turistiche, ma anche molte imprese culturali e creative che lavorano nel campo del software del video making/audiovisivi, fotografia editoria, ecc., strettamente collegati alle attività del progetto.</p> <p>Inoltre, la presenza di Cinecittà, di numerosi musei e siti archeologici produce una domanda di attività digitali di promozione delle risorse. L'impatto sulle imprese è quindi diretto e coinvolge molte categorie imprenditoriali.</p>

Qualità degli interventi proposti: <i>Descrivere gli elementi salienti che saranno ripresi e approfonditi nella sezione del format dedicata all'illustrazione dei singoli interventi</i>	
Sinergia e integrazione tra gli interventi <i>max 1500 caratteri</i>	<p>L'insieme delle specifiche azioni si integra in un progetto organico che ha il fine di sostenere la ripresa turistica di Roma attraverso modalità, strumenti, concetti innovativi in linea con la trasformazione digitale che, proprio nei due anni della pandemia, ha avuto un'accelerazione straordinaria in un settore già di suo estremamente "globalizzato" e "digitale", come il mondo dei viaggi e del turismo.</p> <p>Per ottimizzare la promozione turistica si prevede l'utilizzo di una gran mole di dati e l'ibridazione dei mezzi di comunicazione, combinando le usuali forme di promozione (comunicazione sui media, partecipazione alle fiere di settore, ecc.) con un nuovo filone alimentato dalla realtà virtuale e dalla realtà virtuale ed aumentata (VR/AR), come "immersioni" virtuali nella città anche da remoto e la creazione "live", cioè in tempo reale, di itinerari turistici personalizzati, oltre alla pianificazione a distanza della visita alla città, anche sotto il vincolo delle ore disponibili.</p> <p>La promozione della destinazione Roma diventerà un "continuum", che inizierà prima del viaggio, continuerà durante il soggiorno (per le attività da fare, cosa vedere, come spendere il tempo libero, come connettere trasporti e attività, ecc.) e si estenderà dopo la fine della vacanza, senza differenza rispetto al luogo fisico in cui si domandano e si ricevono le informazioni e senza importanza rispetto al mezzo che si utilizzerà per ottenerle (linguaggio naturale, telefono, web, messaggistica, ecc.).</p>
Capacità degli interventi di generare nuova occupazione nella filiera turistica <i>max 1500 caratteri</i>	<p>Gli interventi proposti, concentrandosi sull'evoluzione digitale dell'offerta turistica della città, consentiranno innanzitutto di generare nuova occupazione in prima istanza nelle piccole aziende culturali e creative che saranno coinvolte nella realizzazione del progetto.</p> <p>Successivamente, il processo virtuoso innescato dalla realizzazione del progetto comporterà un incremento delle presenze turistiche nella città, con conseguenti ricadute positive per l'occupazione nei settori che, in maniera sempre più trasversale, sono coinvolti nella creazione di offerta per i visitatori della città. Oltre ai tradizionali settori dell'accoglienza e della ristorazione, della cultura e dello spettacolo, del commercio, dei trasporti e dell'artigianato di alta gamma, saranno parte integrante di questo processo tutte quelle aziende che sapranno cogliere l'opportunità di inserirsi nella realizzazione di servizi ad alto contenuto tecnologico e digitale, volti a rendere sempre più unica, completa ed appagante l'esperienza di un soggiorno a Roma.</p>
Capacità di rafforzamento dell'attrattività e competitività turistica <i>max 1500 caratteri</i>	<p>Essendo in corso una rivoluzione dal punto di vista dei social media e dell'universo digitale rispetto alla intermediazione e modellazione dei comportamenti turistici, Roma può trarre grande vantaggio dal dotarsi delle tecnologie che le permettano di essere in sintonia con gli strumenti che oggi in tutto il mondo i viaggiatori utilizzano, sia per orientarsi rispetto alla scelta della destinazione che per l'acquisto dei servizi.</p> <p>La possibilità di utilizzare strumenti come la realtà virtuale ed aumentata (VR/AR) per la creazione di "immersioni" virtuali nella città, che potranno essere vissute dai potenziali turisti anche da remoto, nella fase in cui stanno desiderando e scegliendo la meta della loro vacanza, costituirà un ulteriore enorme fattore di attrattività della destinazione, rendendo Roma in grado di competere con le città tecnologicamente più evolute per la fruizione di un patrimonio storico-culturale che non ha eguali.</p> <p>Inoltre, l'utilizzo di queste tecnologie nell'ambito della comunicazione turistica settoriale (fiere ed eventi correlati, congressi in modalità tradizionale o ibrida, ecc.) aumenterà l'<i>appeal</i> di Roma come destinazione innovativa e smart, in cui tornare spesso per vivere ogni volta una nuova esperienza di scoperta della sua meraviglia.</p>
Contributo degli interventi alla crescita qualitativa e quantitativa delle presenze turistiche <i>max 1500 caratteri</i>	<p>Le soluzioni e le tecnologie impiegate permetteranno di migliorare la qualità dei flussi turistici, ampliando e diversificando l'offerta per raggiungere target di visitatori che possano vivere con maggiore consapevolezza l'esperienza di un soggiorno in una destinazione di valore mondiale come Roma.</p> <p>Il miglioramento della qualità dei servizi informativi e delle modalità di fruizione del</p>

	<p>patrimonio (e, conseguentemente, il miglioramento della qualità dell'intera offerta turistica cittadina) avranno il doppio vantaggio di attrarre in misura sempre maggiore non solo turisti alto-spendenti alla ricerca dell'eccellenza in ogni aspetto del viaggio, ma anche turisti di fascia media che avranno avuto modo di scoprire l'infinita bellezza di Roma prima del viaggio (grazie alle soluzioni tecnologiche adottate) e che quindi ameranno e rispetteranno maggiormente la città quando la visiteranno.</p> <p>La continua disponibilità di dati e la capacità di personalizzare i servizi e le modalità di viaggio e fruizione della città, permetteranno di valutare e qualificare la domanda turistica nel suo complesso.</p>
<p>Affidabilità dei progetti gestionali degli interventi</p> <p><i>max 1500 caratteri</i></p>	<p>L'affidabilità dei progetti gestionali è basata sia sulle competenze tecnologiche di cui Roma Capitale dispone per la preparazione dei bandi di gara per la realizzazione dei progetti, che sulla capacità dei fornitori che verranno selezionati di garantire una ottima gestione della qualità.</p> <p>Particolare attenzione sarà riservata al modello di <i>governance</i> delle attività e dei servizi prefigurati dal progetto ed alla integrazione delle diverse azioni, ottimizzando le tempistiche di gara, considerando la complessità dell'ente, ma anche la consolidata esperienza delle strutture nella gestione di progetti complessi. Un ruolo di regia e di armonizzazione del complesso degli interventi previsti dal progetto potrà essere svolto dalla futura entità finalizzata alla promozione turistica e dell'attrazione di Roma, che Roma Capitale intende costituire.</p>
<p>Indicatore di risultato del progetto</p> <p>Incremento delle presenze turistiche del 5% rispetto ai dati del 2019</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/></p>
<p>Obiettivo quantitativo di presenze turistiche da raggiungere a fine progetto (+5% rispetto al 2019)</p>	<p>Presenze 2019: 30.980.083; aumento 5%: 1.549.004 Obiettivo: 32.529.087</p>

B.3 Caratterizzazione culturale e turistica del Comune (o dei Comuni se in forma aggregata)

Valore culturale, naturalistico e turistico del sito UNESCO/della città creativa		
Descrivere gli elementi salienti		
Caratteristiche del sito UNESCO	<p>Il Centro Storico di Roma è stato iscritto nella Lista del Patrimonio Mondiale nel 1980, durante i lavori della IV sessione della Commissione tenuti a Parigi (1-5 settembre).</p> <p>Nel 1990, a seguito della richiesta avanzata dalla Santa Sede, in accordo con lo Stato Italiano, di allargare il sito anche ai beni extraterritoriali di sua proprietà che si trovavano all'interno del sito di Roma ed alla Basilica di San Paolo fuori le Mura, l'ICOMOS sancisce (Dichiarazione n. 91bis -Parigi, 7-12 dicembre 1990) la nuova iscrizione del sito nella Lista del Patrimonio Mondiale con la denominazione:</p> <p>"Il Centro Storico di Roma, le proprietà extraterritoriali della Santa Sede nella Città e San Paolo fuori le Mura".</p> <p>Il sito UNESCO di Roma, complesso e stratificato, comprende eccezionali aree archeologiche innestate all'interno del tessuto urbano a formare un insieme fortemente caratterizzante. La città fondata sulle sponde del fiume Tevere, secondo la leggenda, da Romolo e Remo nel 753 a.C., è stata dapprima il centro della Repubblica Romana, poi dell'Impero Romano ed è diventata la capitale del mondo cristiano nel IV secolo. Alla Roma Antica, infatti, a partire dal IV secolo succede la Roma Cristiana e dei Papi. La città Cristiana si stratifica su quella antica usandone spazi, edifici e materiali. Dal XV secolo i Pontefici, da Niccolò V (1447-55) a Pio IX (1846-78), promuovono un profondo rinnovamento urbanistico della città e della sua immagine attraverso il Classicismo Rinascimentale prima e il Barocco poi.</p> <p>Il Sito comprende un complesso di strutture di incomparabile valore artistico, prodotte in quasi tremila anni di storia: dai monumenti dell' antichità (come il Colosseo, il Pantheon e il complesso del Foro Romano e dei Fori Imperiali) alle fortificazioni costruite nei secoli (come le mura della città e Castel Sant'Angelo), ai progetti urbani delle età rinascimentale e barocca fino ai tempi moderni (come l'area sistina con il sistema del tridente, da Piazza del Popolo a Piazza di Spagna; e Piazza Navona) agli edifici civili e religiosi con la ricchezza delle loro decorazioni pittoriche e scultoree (come il Campidoglio, Palazzo Farnese, Palazzo del Quirinale, l'Ara Pacis, le Basiliche maggiori come San Giovanni in Laterano, Santa Maria Maggiore e San Paolo fuori le mura), realizzate da alcuni fra i più grandi architetti ed artisti di tutti i tempi.</p>	
Presenza di aree naturalistiche protette	<p>Roma è uno dei Comuni più verdi d'Europa, circa il 76,5% del territorio capitolino non è consumato, valore secondo solo a Venezia fra i principali Grandi Comuni (fonte: Ufficio di Statistica di Roma Capitale).</p> <p>Aree naturali protette e parchi agricoli nei principali Grandi Comuni per Roma: 415.000.000 m2 di verde nel 2020; Densità (incidenza % sulla superficie comunale): 32,2%, rispetto alla media nazionale delle grandi città di 16,6%.</p> <p>(Fonte: Elaborazioni Ufficio di Statistica di Roma Capitale su dati ISTAT, Dati ambientali nelle città).</p> <p>Nel territorio comunale insistono 9 Riserve naturali regionali (Marcigliana, Valle dell'Aniene, Decima-Malafede, Laurentino-Acquacetosa, Tenuta dei Massimi, Valle dei Casali, Tenuta di Acquafredda, Monte Mario, Insugherata); 2 Parchi regionali urbani (Aguzzano e Pineto); 5 monumenti naturali (Mazzalupetto-Quarto degli ebrei, Galeria antica, Parco della Cellulosa, Fosso della Cecchignola; Lago ex SNIA-Viscosa); 1 area naturale marina protetta (secche di Tor Paterno); 3 parchi naturali regionali (Appia antica, Bracciano-Martignano, Veio); 2 riserve naturali statali (Litorali romano e Castel Porziano).</p>	
Comune (o elenco dei Comuni) oggetto di altri riconoscimenti di interessenzionale o internazionale	SI/NO	<p>Dichiarazione di Valore Universale Eccezionale (Outstanding Universal Value)</p> <p>La Commissione Tecnico Scientifica, istituita a seguito protocollo d'intesa sottoscritto in data 29 settembre 2009 dal Comune di Roma, dalla Regione</p>

		<p>Lazio, dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali e dal Vicariato, congiuntamente con rappresentanti della Santa Sede, data la natura transnazionale del Sito, ha provveduto alla stesura di una proposta di dichiarazione retrospettiva, Retrospective Statement of Outstanding Universal Value, approvata nella trentottesima sessione del Comitato Patrimonio Mondiale, svoltasi a Doha in Qatar dal 15 al 25 giugno 2014. http://whc.unesco.org/archive/2014/whc14-38com-16en.pdf</p> <p>La dichiarazione retrospettiva di V.U.E. ha lo scopo di fornire una visione chiara e condivisa delle motivazioni alla base dell'iscrizione del sito e di ciò che è necessario per mantenere il Valore Universale Eccezionale a lungo termine.</p> <p>Il testo del documento approvato è disponibile a questo indirizzo web alla pagina 85/86 http://whc.unesco.org/archive/2014/whc14-38com-8E-en.pdf</p>
<p>Numero di attrattori turistici, beni culturali e paesaggistici (puntuali) vincolati presenti nel/i Comune/i coinvolti dal Progetto di valorizzazione</p> <p><i>Elencare gli attrattori turistici, i beni culturali vincolati coinvolti specificando per ogni bene il relativo procedimento di vincolo</i></p>		<p>Il territorio iscritto nella Lista del Patrimonio Mondiale comprende l'intero Centro Storico della città compreso all'interno della cerchia delle Mura cittadine, nella loro estensione nel diciassettesimo secolo, nonché il complesso della Basilica di San Paolo fuori le Mura. L'area include specificatamente tutti i rioni storici con la sola esclusione di una parte dei rioni Borgo e Prati.</p> <p>La superficie totale del sito iscritto è di 1.469,17 ettari dei quali 1.430,8 relativi alla parte italiana (Centro Storico di Roma) e 38,9 di competenza della Santa Sede.</p> <p>La mappa del perimetro è disponibile al seguente indirizzo web: http://whc.unesco.org/en/list/91/multiple=1&unique_number=2114</p>
<p>Comune appartenente ad Associazioni o Reti, formalmente riconosciute a livello regionale/nazionale/internazionale, che ne valorizzano l'identità storica, culturale e naturalistica e/o che operano ai fini della promozione e valorizzazione turistica</p>	SI	<p>Data la storia e la valenza amministrativa di Roma, sono numerose le reti e iniziative a cui la Città aderisce, ad esempio:</p> <p>Network delle Grandi Destinazioni Italiane per un Turismo Sostenibile (GDTIS).</p> <p>Network finalizzato a coordinare e condividere policy tra Roma, Milano, Firenze, Venezia e Napoli con azioni e interventi finalizzati alla promozione di un turismo sostenibile, accessibile e innovativo.</p> <p>Patto dei Sindaci per il Clima & l'Energia dell'UE che riunisce migliaia di governi locali impegnati, su base volontaria, a implementare gli obiettivi comunitari su clima ed energia.</p>
Caratteristiche della fruizione culturale e turistica		
<p>Indice di domanda dei luoghi della cultura statali e non statali</p> <p>(ISTAT – Indicatori territoriali politiche di sviluppo - dati a livello provinciale, ultimo anno disponibile)</p>	<p>Dato su Roma (Provincia):</p> <p>Ind. 018_P Indice di domanda culturale dei musei e istituti similari statali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 376,7 anno 2019; - 70,0 anno 2020. <p>Ind. 257_P Indice di domanda culturale dei musei e istituti similari non statali (media per istituto):</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20,9 anno 2019; - 6,8 anno 2020. <p>Ind. 372_P Indice di domanda culturale dei musei e istituti similari statali e non statali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 154,3 anno 2019; - 32,4 anno 2020. 	
<p>Tasso di turisticità</p> <p>(ISTAT – Indicatori territoriali politiche di sviluppo - dati a livello provinciale, ultimo anno disponibile)</p>	<p>Dato su Roma (Provincia):</p> <p>Ind. 105_P Tasso di turisticità</p> <ul style="list-style-type: none"> - 8,1 anno 2019; - 1,8 anno 2020. 	
<p>Densità ricettiva: posti letto/kmq (dati livello comunale) (ISTAT – capacità ricettiva per comune 2020)</p>	<p>Posti letto (al 31-12-2021): 105.222 (fonte EBTL).</p> <p>La superficie della città è di 1.285 km/q, per cui il tasso di posti letto per km/q è di 81,9.</p>	

	<p>Va tenuta presente la situazione del I Municipio di Roma, il cui territorio coincide per larghissima parte con quello del Sito UNESCO. In questo territorio, grande appena 20 km/q il numero di posti letto è di circa 55.400, con un tasso di posti letto per km/q pari a oltre 2.750.</p> <p>Al 31/12/2021, Roma conta 1.061 esercizi alberghieri, di cui 96 a una stella, 170 a due stelle, 410 a tre stelle, 335 a quattro stelle e 51 a cinque stelle (fonte EBTL).</p> <p>Al 31/12/2020 la consistenza degli esercizi ricettivi complementari per tipologia era di 18.943 in totale, suddivisa tra residence 107, affittacamere 3.132, case per ferie 259, case vacanze 5.532, bed & breakfast 1.538, alloggi a uso turistico 8.375 (sito web Roma Capitale – Roma Statistica).</p>
<p>Numero di servizi turistici e culturali riconducibili al sito UNESCO presenti nel/i Comune/i non fruibili o non totalmente fruibili (musei, aree e parchi archeologici, servizi di info point ecc..). Fare principalmente riferimento a quei servizi che sono coerenti e correlati agli interventi e le cui soluzioni per il miglioramento dell'attrattività e la fruizione turistica sono influenzabili dal progetto.</p>	<p>Roma ha risorse di natura turistico culturale così ingenti per cui è di per sé una grande sfida valorizzare quanto già fruibile e che potrebbe avere una fruibilità ancora maggiore nel momento in cui la città si dotasse delle tecnologie indicate nel progetto.</p> <p>Non si esclude di estendere l'utilizzo di queste tecnologie ad eventuali risorse non ancora fruibili una volta messe a regime la struttura tecnologica e i servizi proposti, che sono concepiti per accogliere un numero sempre maggiore e qualificato di servizi.</p>

B.4 Altri attori coinvolti

Presenza di accordi di collaborazione (ripetere per ogni Accordo)	
Illustrare gli eventuali accordi di collaborazione pubblico-privato e gli accordi tra pubbliche amministrazioni già stipulati al momento di presentazione della domanda finalizzati alla realizzazione di uno o più interventi previsti dal Progetto	
Tipologia Accordo	
L'intervento a cui è riferito l'Accordo stipulato	
La data di sottoscrizione	
La procedura attraverso cui è stato selezionato il partner/i partner	
L'anagrafica dei partner	
Il ruolo dei partner nell'intervento	

C. DETTAGLI INTERVENTI IDEA DI PROGETTO

Descrizione dei singoli interventi del Progetto di Valorizzazione e promozione turistica del sito UNESCO/della città creativa (sezione C da replicare per ogni intervento)

C.1 Caratteristiche dell'intervento

Iniziativa progettuale	ROMA SMART TOURISM
Denominazione Intervento	AZIONE 1 – SMART INFORMATION
Descrizione dell'intervento	<p>Questa azione ha il suo focus nella distribuzione dell'informazione turistica attraverso i molteplici canali digitali e attraverso il linguaggio naturale. Prevede due iniziative principali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1.1 Assistente Virtuale Intelligente - 1.2 Creazione di Itinerari live multimediali, con pianificatore delle visite <p>1.1 Assistente Virtuale Intelligente</p> <p>Obiettivo:</p> <p>Oggi siamo di fronte a una straordinaria concentrazione di informazioni che passa attraverso i grandi player digitali e determina il successo o meno delle destinazioni turistiche. La struttura tradizionale della promozione è stata stravolta dai nuovi canali informativi, cresciuti sui social media spinti dal meccanismo del <i>clickbait</i> e rafforzati dalla distribuzione delle informazioni in tempo reale, grazie alla diffusione molecolare di Internet e dei "device" che vi sono connessi a ogni istante della giornata.</p> <p>Le destinazioni turistiche devono essere in grado di acquisire una capacità di distribuire informazioni, perché l'informazione oggi coincide con gran parte di tutte le politiche promozionali. Infatti, siamo nell'era dell'economia istantanea, dove informazione, promozione e vendita – come detto - tendono a coincidere. Inoltre, le nuove frontiere del marketing mettono che al centro del successo sul mercato la capacità relazionale, cioè la capacità di avere un dialogo continuo con i clienti, sia prima che dopo l'atto di acquisto, quindi prima, durante e dopo la visita in una destinazione.</p> <p>L'Assistente virtuale intelligente permette alle destinazioni di offrire ad ogni turista informazioni facili, precise, aggiornate in tempo reale e disponibili sui canali già utilizzati (WhatsApp, Facebook, Telegram, ecc.), sulla destinazione. Questo serve sia al momento della pianificazione, quando si decide come organizzare il viaggio, sia quando si sta visitando la città, con informazioni distribuite in tempo reale sulle risorse della destinazione. Senza installare alcuna app sullo smartphone, questa tecnologia offre la possibilità di migliorare l'offerta delle aziende in base al profilo e alle preferenze dei consumatori interagendo con loro. Si tratta di una tecnologia supportata dall'intelligenza artificiale e dall'analisi semantica, e permette al consumatore di utilizzare il linguaggio naturale, anche attraverso l'uso della voce, per chiedere (e ricevere) informazioni, promozioni, indirizzi e quant'altro sulle attrazioni e i servizi della città.</p> <p>Questa tecnologia non ha bisogno dell'intermediazione (interferenza) dei grandi player digitali mondiali. I consumatori vengono aiutati nella scoperta dei prodotti, perché il sistema informativo è centrato sulle loro preferenze; permette un rapporto diretto con gli esercenti della città, in particolare con piccole strutture e piccole aziende; promuove Roma e, al suo interno, anche le zone meno famose e le eccellenze di valore che sono meno presenti nel sistema dei media. Inoltre, facilita la vendita diretta dei prodotti senza costi di commissione e intermediazione e sostiene (spingendo la loro notorietà) prodotti particolari legati alla tipicità territoriale.</p> <p>Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:</p> <p>L'Assistente virtuale intelligente permette fondamentalmente di gestire i flussi di informazione turistica, quelli che oggi determinano gran parte dei comportamenti dei turisti e decidono cosa vedere, quando vederla e con quali attese vederla. Oggi il meccanismo imperante è quello per cui domanda e offerta di informazione si concentrano sugli aspetti più noti della città e contribuiscono, con tutti i problemi conseguenti, al fenomeno dell'<i>over-tourism</i> in alcune zone e a una carenza di domanda, perciò di visitatori in molte altre. Inoltre, tutta una serie di player turistici più piccoli (i piccoli esercizi commerciali, gli artigiani, le piccole attrazioni della città, i musei meno noti) non riescono a raggiungere il loro potenziale di successo, proprio a causa dell'estrema verticalizzazione dell'informazione turistica sulla città. L'Assistente virtuale permette perciò una politica di "pushing", cioè di promozione</p>

dell'offerta di valore meno nota della città, consentendo altresì di valorizzare luoghi e percorsi sostenibili e legati alla natura.

Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:

Il contenuto informativo si forma attraverso l'interazione tra l'utente che specifica le sue preferenze e la tecnologia semantica che estrae i concetti che definiscono le preferenze degli utenti. Queste informazioni vengono poi classificate e distribuite attraverso un processo selettivo automatico. La raccolta e la gestione delle informazioni, l'algoritmo di selezione delle offerte e la tecnologia semantica sono il cuore del sistema. Il sistema può essere rafforzato dalla presenza di importanti attori nel campo dei pagamenti automatici e dei servizi legati alla vendita.

In un'ulteriore versione, il sistema può anche ricevere dai singoli attori della destinazione aggiornamenti sulle loro offerte in tempo reale, in modo da creare una connessione generale live basata, da un lato, su una comprensione efficace dei desideri dei turisti e, dall'altro, su una comprensione efficace di quali risorse siano disponibili nella destinazione in un dato momento.

Lo sviluppo del lato dell'offerta, in prospettiva, permette a ogni operatore di essere presente sul sistema in una condizione di parità, non modificata o alterata dalle opzioni di privilegio degli inserzionisti, come avviene oggi nei sistemi dei grandi player globali. Inoltre, permette di superare uno dei problemi più difficili da risolvere quando un soggetto pubblico deve offrire informazioni, non potendo naturalmente privilegiare alcuni operatori a danno degli altri. In questo caso la descrizione approfondita dei servizi offerti (ad esempio il menù per i ristoranti) permette al sistema di operare in maniera automatica seguendo l'unico criterio di assecondare al meglio le richieste del visitatore. Più dettagliate saranno le informazioni offerte da ciascun singolo operatore, più il sistema sarà in grado di selezionare la proposta più aderente alle esigenze del turista. Inoltre, ogni operatore potrà essere contattato direttamente dall'utente, evitando così le intermediazioni. Il grado di interazione tra turista e operatore sarà, naturalmente, condizionato dal livello di dotazione digitale del singolo operatore.

Come detto prima, il soggetto pubblico può "spingere" alcuni eventi o può sostenere eventuali aree turistiche meno frequentate, attraverso messaggi personalizzati a gruppi di singoli utenti. Quindi non c'è solo una funzione di informazione "a domanda", ma anche una funzione ("da uno a tanti") di offerta di informazioni da parte del soggetto pubblico.

1.2 Itinerari live multimediali, con pianificatore delle visite

Obiettivo dell'iniziativa:

Il data-base delle risorse a cui attinge l'Assistente virtuale, attraverso un algoritmo adeguato, e con l'ausilio di un "portafoglio" di video, immagini e altre informazioni, è utilizzato anche per creare percorsi di visita personalizzati, sia "on site", cioè quando il visitatore è a Roma, sia in remoto, quando sta pianificando, o anche solo "giocando" a capire cosa potrebbe fare e vedere a Roma in una simulazione del viaggio. Si tratta di uno strumento che permette di creare itinerari in tempo reale multimediali per pianificare le visite a Roma.

La chiave di questo progetto è la sua interattività e la sua capacità di personalizzare il viaggio e il soggiorno a Roma. Tutte le risorse della città sono definite secondo alcune loro caratteristiche peculiari, così che non appena il visitatore potenziale (se sta pianificando il viaggio) o reale (se si trova già a Roma) potrà ottenere in automatico la composizione del suo itinerario ideale a Roma. Se poi vorrà mettere dei vincoli, il sistema naturalmente ne terrà conto e offrirà un itinerario disegnato proprio sulle caratteristiche del visitatore, che lui stesso esprime attraverso una serie di opzioni che gli vengono proposte, o semplicemente attraverso il linguaggio naturale delle sue attese e dei suoi vincoli rispetto al viaggio. Non ci sono più itinerari prefissati, ma sono tutti personalizzabili. Inoltre, il pianificatore delle visite terrà conto dei trasporti, dei tempi effettivi degli spostamenti e di ogni altro elemento che influirà sulla reale durata e caratteristiche dell'itinerario prescelto.

Questi itinerari virtuali sono prodotti e disegnati sulla figura della persona, cioè sul suo profilo, o meglio sulla scala di preferenze che lui stesso esprime, senza necessità di profilazione automatica o surrettizia. Inoltre, ogni singolo punto che compone l'itinerario sarà corredato da brevi video, foto, informazioni e quant'altro possa servire all'ospite per orientarsi. Si tratta di offrire una sorta di anteprima del viaggio.

Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:

	<p>Gli Itinerari turistici virtuali hanno conseguenze molto importanti per la valorizzazione delle risorse culturali e complessive della città. La prima è la personalizzazione dell'itinerario, per cui ognuno tendenzialmente trova quel che è più congeniale alle sue preferenze e alle sue attitudini. Non c'è nessuno standard a cui adeguarsi, ma la possibilità di scegliere fra le innumerevoli possibilità che la città offre. A riscontro di questo vantaggio dal lato della domanda, c'è un essenziale vantaggio sul lato dell'offerta, che non è più "costipata" o concentrata solo sulle risorse più note e più famose. In questo modo, attraverso il "matching" tra domanda e offerta, anche le proposte più di nicchia, anche quelle che non possono contare sulle agenzie di promozione e di comunicazione sui social media, possono trovare il loro mercato. Per avere un'immagine complessiva del cambiamento, si passa da una domanda che si concentra solo su poche risorse e costringe l'offerta a lavorare solo su quelle poche risorse, quindi, di "verticalizzazione" sia della domanda che dell'offerta, a un'altra più "orizzontale", dove la domanda si dilata anche su risorse meno note, e l'offerta, di conseguenza, può espandersi su mercati più aperti e perciò più carichi di potenzialità.</p> <p>La circostanza che questo avvenga in maniera divertente, in tempo reale, con "immersioni" nell'offerta turistica, e perciò ottenere un'anteprima del viaggio che abbia le caratteristiche ludiche di un "gioco" in cui calarsi, rende il processo di scelta molto più accattivante e "appealing" rispetto alla semplice lettura di testi che descrivono le risorse turistiche o di video standard, dall'alto, che descrivono la realtà della città senza però trovare l'interesse specifico che si combina con le preferenze della domanda. L'aspetto di novità tecnologica si intreccia magnificamente con la personalizzazione delle scelte. Questo rende Roma una città che potrà esprimere al massimo tutte le sue potenzialità, anche quelle meno note, pur di valore.</p> <p>Una particolare attenzione sarà offerta ai turisti e agli ospiti della città per poter conoscere e utilizzare itinerari turistici eco-sostenibili. Uno dei propositi più importanti dell'azione è proprio quello di offrire la possibilità, a chi lo preferisce, di avere percorsi alternativi a quelli più battuti; di facilitare la ricerca di attrazioni fuori dal centro storico; di poter scegliere itinerari lenti, cammini, percorsi che siano dentro la natura e lontani dalla congestione della città. Ogni ospite potrà così comporre il suo itinerario eco-sostenibile, tenendo conto della parte della città dove si trova e di quella che vuole scoprire, del tipo di sostenibilità che preferisce sperimentare e del tempo a disposizione sia per i trasporti che per le, eventuali, attività fisiche che vi vorrà correlare.</p> <p>Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:</p> <p>Il progetto si compone di un algoritmo che utilizza le risorse del data-base che sta alla base dell'Assistente virtuale intelligente per ogni risorsa viene creato un vettore di caratteristiche che poi è utilizzato per rispondere alla domanda di personalizzazione dei visitatori. Ogni risorsa ha una sua dotazione di informazioni e anche di video e foto.</p> <p>Il software alla base di questo progetto analizza attraverso l'analisi semantica la domanda del visitatore, che può essere espressa con linguaggio naturale, considera i suoi vincoli e formula in automatico un itinerario personalizzato. Questo può essere cambiato quante volte si vuole, togliendo o aggiungendo risorse a quelle proposte dall'algoritmo.</p> <p>Il pianificatore delle visite può essere distribuito sul web, può avere una sua app specifica e può essere utilizzato sia in fase di pianificazione del viaggio, sia nella fase di soggiorno. Contiene non solo una successione di risorse della città, ma le combina secondo i tempi di percorrenza da una tappa all'altra, secondo il costo di ciascuna e secondo altre caratteristiche che si potranno utilizzare via via che l'esperienza d'uso dello strumento si sviluppa.</p>
Localizzazione dell'intervento	Roma
Costo stimato totale (Netto IVA)	€ 2.295.081,97
Costo stimato totale (Lordo IVA)	€ 2.800.000,00

C.2 Caratteristiche dell'intervento

Iniziativa progettuale	ROMA SMART TOURISM
Denominazione Intervento	SVILUPPO BRAND IDENTTTY DI ROMA

Descrizione dell'intervento	<p>Questa azione ha il suo focus nella comunicazione e nella promozione turistica dei beni culturali di cui la città dispone. Prevede tre iniziative principali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2.1 Sviluppo di un brand turistico per Roma; - 2.2 Nuova promozione digitale (RA/RV) e <i>gamification</i>; - 2.3 Campagna di "Persuasion Marketing". <p>2.1 Sviluppo di un brand turistico per Roma</p> <p>Obiettivo</p> <p>L'obiettivo di questo progetto è di dare una dimensione operativa e di riconoscibilità ai mezzi della promozione turistica della città. La riconoscibilità è data dal segno grafico, dal logo e da altri elementi che sono utilizzati nella comunicazione e nella promozione che provengono dal soggetto a cui istituzionalmente è attribuito la rappresentanza della promozione di Roma. Il brand rappresentando Roma Capitale nella sua funzione di promozione della attrattività della destinazione Roma, diventerà perciò uno strumento oltre che di riconoscibilità di quanto arriva dal soggetto rappresentativo del turismo a Roma, anche di garanzia dell'informazione di altri soggetti e, in uno sviluppo di questa iniziativa, anche di un marchio di qualità che venga attribuito alle singole offerte turistiche e di ospitalità della città.</p> <p>Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:</p> <p>La presenza di un brand ufficiale del turismo a Roma rappresenta una guida per gli ospiti della città di affidabilità dell'informazione turistica e di credibilità delle singole offerte della città. Lo sviluppo della comunicazione digitale ha permesso a ogni soggetto che lavora nel campo turistico di comunicare facilmente, ma questo abbassamento della soglia d'accesso ha creato molta confusione, con un difetto di immediata garanzia e di immediata riconoscibilità della comunicazione stessa, fino a fenomeni diretti di attività illecite o comunque "border line". Spesso nomi simili, senza altre connotazioni di garanzia, portano gli ospiti alla difficoltà a distinguere l'informazione affidabile da quella che non lo è. Soprattutto se si considera che Roma ha ospiti che provengono da decine di paesi nel mondo, con diversissime capacità di dirimere la qualità dell'informazione e una presumibile difficoltà, non conoscendo l'italiano, a valutare intuitivamente il valore di ogni singola fonte d'informazione e di ogni singolo contenuto informativo. La presenza di un brand turistico porterà a facilitare la percezione della qualità dell'informazione e servirà da garanzia verso l'affidabilità della fonte informativa.</p> <p>Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:</p> <p>Il brand della città dovrà contenere nel segno grafico, nell'eventuale "pay off", nella scelta dei colori e in tutti gli altri elementi caratteristici che compongono un brand, una forte caratteristica di romanità e allo stesso tempo poter essere facilmente compreso in una dimensione globale della comunicazione.</p> <p>Il brand potrà anche essere utilizzato nelle attività di "merchandising" applicato a "gadget" e altri elementi caratteristici dell'oggettistica turistica. Dovrà, inoltre, essere pronto per un utilizzo come marchio di qualità.</p> <p>2.2 Nuova promozione digitale (RA/RV) e <i>gamification</i></p> <p>Obiettivo dell'iniziativa:</p> <p>La nuova promozione digitale consiste nell'utilizzo delle nuove tecnologie per aumentare l'attrattività, perciò la desiderabilità, di una destinazione turistica. Il termine digitale è decisamente ubiquo, perciò non connota in maniera esclusiva una promozione turistica, perché tutto è via via modificato dalla trasformazione digitale.</p> <p>Qui si fa riferimento in specifico alle tecnologie "gemelle" della Realtà Aumentata (Augmented Reality) e della Realtà Virtuale (Virtual Reality) e alla sperimentazione del "gamification", cioè avvicinare le persone a materie complesse e impegnative, come il patrimonio storico-culturale, attraverso il gioco, cioè rendendo la materia più accessibile e più divertente.</p> <p>L'obiettivo del progetto è quello di utilizzare le più allettanti tecnologie che possano colpire l'immaginazione delle persone per la promozione della città. Siamo in un periodo in cui si sperimentano e si utilizzano tecnologie in grado di coinvolgere emotivamente gli spettatori attraverso un uso innovativo delle immagini, a partire dalle tre dimensioni fino al metaverso. Roma non vuole restare indietro rispetto a queste nuove modalità della promozione</p>
-----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

turistica, anzi vuole posizionarsi in una situazione di vantaggio rispetto alle destinazioni concorrenti.

Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:

Roma ha un grande "heritage", cioè un patrimonio storico-artistico, un lascito della sua storia secolare e testimonianze di qualcosa che è stato grande e di cui spesso abbiamo solo resti parziali, da cui si può intuire, ma non vedere interamente la loro bellezza e la loro imponenza originaria.

La realtà aumentata, ancor più della realtà virtuale, permette di valorizzare in modalità finora sconosciute il patrimonio storico-artistico, a cominciare dai siti archeologici. Oltre a vedere, ad esempio, com'era il Colosseo, si può guardare il resto di una colonna e vedere com'era alle sue origini, o anche l'intera costruzione di cui faceva parte. Ci sono solo rari posti al mondo, e nessuno come Roma, che possano vantare testimonianze storiche così ricche, di cui non è facile, soprattutto per chi arriva da paesi in continenti diversi e non ha mai studiato la storia romana, ricostruire (o immaginare) la ricchezza di cui sono testimonianza.

Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:

Le due tecnologie citate, della realtà aumentata e della realtà virtuale, sono utilizzate in maniera distinta. La prima tecnologia permette di vedere in tempo reale, non solo attraverso filmati pre-registrati o video standard, e mettere a confronto il presente con il passato. Ad esempio, una volta inquadrata un'area che interessa, attraverso un binocolo digitale, con un'interazione guidata, sarà possibile "aumentare" la realtà. Si potrà così osservare com'era fatto un certo scorcio o un certo punto, se davanti ai resti di un reperto archeologico, quello che potrebbe essere accaduto lì in un tempo (immagini che riportano ai giochi che si facevano nel periodo in cui il palazzo era adibito a queste funzioni), conoscere i dettagli architettonici e artistici, capirne le effettive valenze storiche e il collegamento con il presente. Tutto questo si otterrà utilizzando una visione in realtà mista, dove le informazioni saranno perfettamente integrate nella realtà che si sta osservando.

2.3 Campagna di "Persuasion Marketing"

Obiettivo dell'iniziativa:

L'obiettivo di questo progetto è quello di sviluppare una comunicazione che punti sulla persuasione piuttosto che essere una mera e semplice descrizione delle qualità di Roma. Siamo entrati in una nuova fase della storia della comunicazione, in cui sono fondamentali le opinioni del pubblico più che degli specialisti. È la rivoluzione dei social media che ha dato modo a tutti di manifestare il proprio pensiero, di interpretare e di re-interpretare quel che arriva dalle istituzioni e dagli specialisti. Il meccanismo dei social media è oramai noto: bisogna inserirsi nel flusso delle comunicazioni, bisogna esser distintivi, bisogna essere flessibili, perché le occasioni di comunicazione si presentano in maniera imprevedibile. Va benissimo la comunicazione programmata, ma serve ancora di più essere presenti in tempo reale nel flusso di informazioni, cogliere le opportunità, contrastare eventuali flussi negativi o critici verso la città. I modi sono tradizionali, ma i contenuti sono diversi: mirano al "soft power", alla persuasione, a far emergere delle idee specifiche, a imporre delle prospettive che favoriscano Roma, a posizionarsi sui livelli più alti di credibilità.

Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:

Roma è una città che non può riferirsi al mondo come suo contesto naturale di domanda turistica, perciò essere presenti, attraverso la comunicazione e la promozione, sui mercati internazionali è indispensabile. La natura di Roma come città globale, l'evocazione dell'Impero nell'immaginario storico mondiale è una primazia della città. Questa dimensione globale, mondiale, di profondità storica serve a valorizzare al meglio l'attuale offerta del patrimonio storico-artistico di Roma e di tutta la sua eredità di pensiero, istituzioni, civiltà che da essa sono nate.

Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:

Il progetto si realizza attraverso un uso pertinente, efficace, denso dei social media attraverso l'apertura e lo sviluppo di numerosi account sui principali social media (Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, ecc.), secondo le lingue dei principali paesi di domanda turistica. Le attività devono essere sia di tipo proattivo, producendo video, foto e informazioni che colpiscano l'interesse degli utenti, sia di tipo reattivo, inserendosi perciò nel flusso di comunicazione creata dagli attori principali di ciascun specifico social media. Inoltre, una

	speciale attenzione sarà sviluppata verso gli influencer sia nel turismo e nell'industria dell'ospitalità, sia nelle nicchie in cui la presenza di Roma può risultare preminente (l'arte, il cibo, la storia antica, l'architettura, l'archeologia, ecc.). Saranno creati modalità di coinvolgimento degli influencer con meccanismi premiali, con "stage" in città, creando un network di influencer che sia sempre alimentato e coinvolto con quello che succede a Roma. Oltre al mondo dei social media, una speciale attenzione verrà attribuita alla stampa estera, perché è quella che crea opinione su tutto ciò che è globale, internazionale, e perciò è essenziale per Roma averne cognizione, saper intervenire e offrire occasioni di fare rete con le testate più importanti.
Localizzazione dell'Intervento	Roma
Costo stimato totale (Netto IVA)	€ 1.885.245,90
Costo stimato totale (Lordo IVA)	€ 2.300.000,00

C.3 Caratteristiche dell'intervento

Iniziativa progettuale	ROMA SMART TOURISM
Denominazione Intervento	AZIONE 3 – SMART EVENTS
Descrizione dell'intervento	<p>Questa azione ha il suo focus nei congressi e nelle iniziative che possono valorizzare i beni culturali attraverso la creazione di eventi. Nel suo sviluppo contempla tre iniziative principali:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3.1 Creazione di eventi d'eccellenza con la modalità di eventi ibridi (reali + virtuali); - 3.2 Promozione selettiva; - 3.3 Business Intelligence. <p>3.1 Creazione di eventi d'eccellenza con la modalità di eventi ibridi (reali + virtuali)</p> <p>Obiettivo dell'iniziativa:</p> <p>Il periodo della pandemia ha sconvolto le modalità attraverso cui si sono svolti meeting e congressi, con una fase iniziale di assenza di pubblico, e perciò con eventi in remoto, a una seconda fase in cui il ritorno agli eventi fisici è stato comunque accompagnato con la possibilità di seguire gli eventi in remoto. Questa modalità ibrida è destinata a rimanere, con uno sviluppo enorme delle tecnologie con cui partecipare in remoto ed esservi maggiormente coinvolti. Non c'è ancora un posizionamento globale delle destinazioni del turismo d'affari rispetto alla convengnistica ibrida. Mentre su quella fisica, attraverso i decenni, si sono affermate delle primazie (Miami, Denver, Phoenix, Vienna, Parigi, Londra, ecc.), su quella ibrida non ci sono ancora destinazioni affermatesi come leader. Di tanto in tanto in una destinazione si svolgono con successo eventi ibridi, ma non c'è un riconoscimento unanime di dove si possano fare convegni ibridi con garanzia di successo e di ottima performance. Roma può avere l'ambizione di candidarsi a questa posizione di leader mondiale, o comunque di essere fra le destinazioni dove gli eventi ibridi sono di grande qualità.</p> <p>Un secondo aspetto di questo progetto è quello di organizzare convegni di rilievo mondiale, senza necessariamente un grandissimo numero di partecipanti com'era prima della pandemia. Solitamente nel mondo pre-pandemico l'importanza del convegno coincideva con il numero dei partecipanti, adesso, appunto con la modalità ibrida, si possono avere convegni di respiro mondiale, senza essere obbligati a ospitare convegni con centinaia e centinaia di partecipanti. Ancora meglio se i convegni avranno una natura molto specialistica; questo consentirà di candidarsi a rappresentare il meglio nel mondo, sia pure su argomenti e tematiche di nicchia, all'unica condizione che le nicchie siano di particolare interesse.</p> <p>Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:</p> <p>Roma con questo progetto intende acquisire un posizionamento strategico di valore nel campo della convengnistica e, in generale, del turismo d'affari. Finora i grandi convegni erano svolti in destinazioni che non avevano un grandissimo interesse turistico (come Denver e Phoenix, già citati), ma che presentavano opportunità invidiabili sul piano della logistica (aeroporti internazionali, spazi congressuali enormi, grandissima disponibilità di camere alberghiere a prezzi bassi). Naturalmente un convegno che fosse stato svolto in una città con un grande appeal culturale sarebbe stato preferibile, ma i vincoli logistici delle città d'arte hanno impedito che questa preferenza esercitasse tutta la sua influenza. Adesso, con la</p>

modalità ibrida, è possibile fare eventi di richiamo mondiale senza un numero eccessivo di partecipanti, perciò se Roma si attrezza adeguatamente, può conquistare una posizione importante in questo settore.

Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:

Sul piano tecnico da un lato si tratta di promuovere adeguatamente tutte le strutture di rilievo che a Roma prevedono l'offerta di convegni in modalità ibrida. Quindi un'attività tradizionale che metta in rilievo la presenza a Roma di questa modalità, oltre che un lavoro di persuasione, perciò di marketing interno, presso le strutture affinché adeguino la loro offerta a questa nuova condizione del mondo convegnistico. Dall'altro lato, attraverso accordi di partnership con soggetti privati o pubblici particolarmente presenti sui temi identificati come più promettenti, organizzare alcuni convegni che abbiano la capacità di avere un richiamo globale e di riferirsi a quanto di più innovativo oggi è più presente nel mondo. Per esempio, nel campo della FinTech, delle Scienze della Vita, degli *e-Sport*, delle tecnologie per la conservazione delle opere d'arte.

3.2 Promozione selettiva

Obiettivo dell'iniziativa:

Arrivare a una promozione turistica di Roma in grado di dedicarsi in maniera selettiva ai singoli paesi e alle singole aree geografiche. Roma non ha un paese dominante nella mappa della domanda turistica: ai primi posti ci sono un gruppo di paesi (Stati Uniti, Italia, Giappone, Francia, Inghilterra), ma nessuno è dominante. Inoltre, sono paesi che hanno una grandissima diversificazione dell'uno con l'altro, perché gli Statunitensi sono molto diversi dai Giapponesi, così come questi sono diversi dagli Italiani, così come quest'ultimi sono diversi dagli Inglesi o dai Francesi. Anche all'interno dell'Europa le differenze tra un paese e l'altro sono notevoli. Perciò tutti sono i benvenuti, ma c'è bisogno di una strategia di marketing selettiva, per capire quali sono i paesi da consolidare, quali quelli dove concentrare l'attenzione e la promozione e gli altri su cui lavorare per affermare un posizionamento della città nel medio-lungo periodo.

Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:

Il risultato atteso con questo progetto è quello di creare e ordinare la promozione turistica della città secondo i canoni del marketing strategico, il cui fine generale è assicurare a Roma, per quanto possibile, l'accesso ai migliori mercati turistici, quelli giudicati più promettenti e più solidi. D'altro canto, la disponibilità delle risorse per la comunicazione e la promozione è limitata, perciò è preferibile scegliere su quali paesi puntare e per quali obiettivi piuttosto che fare una promozione generica e uniforme per tutti. Inoltre, data la varietà dei paesi, e la loro differente natura e storia, è opportuno che ogni paese abbia un messaggio su misura, che tenga conto delle sue peculiarità, e non una comunicazione *"one-fits-all"*, incentrata su un unico messaggio per tutti.

Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:

In questo progetto si tratta di attività abbastanza "tradizionali" nel campo della promozione turistica (messaggi pubblicitari, campagne stampa, partecipazione a fiere del settore, conferenze stampa, eventi) e di attività innovative come le partnership comuni con altre città italiane o del mondo. Le attività promozionali sono divise in tre categorie, rispetto ai paesi selezionati:

- a) quelli dove avviare a un consolidamento della presenza di Roma (anche perché nel post-pandemia tutte le posizioni acquisite prima sono in discussione) e riguardano gli Stati Uniti (magari in aree molto "nuove" e promettenti, come il Texas, la Florida e California), la Gran Bretagna e il Giappone;
- b) paesi dove si può arrivare rapidamente a un posizionamento migliore di Roma, come la Corea del Sud, paese che cresce molto velocemente, tanto che è destinata a superare l'Italia nella produzione di ricchezza nazionale e che ha già mostrato segni di crescita e di attenzione verso Roma
- c) paesi di sviluppo medio-lungo, come l'India, il secondo paese più popoloso del mondo, che ha regioni in grande crescita economica e perciò con una nuova domanda di viaggi internazionali. Paese che adesso è ampiamente sottorappresentato a Roma, ma la cui grandezza, la cui peculiarità e la non sufficiente reciproca conoscenza ha bisogno di tempo per maturare come mercato turistico importante per Roma.

	<p>3.3 Business Intelligence</p> <p>Obiettivo dell'iniziativa: Tutte le attività indicate nei precedenti progetti hanno bisogno di un pensiero, di lavori di ricerca, di attività conoscitive sui mercati internazionali, sui flussi in arrivo, sulle integrazioni di dati di diverse fonti per avere un monitoraggio continuo delle performance della sua offerta turistica, delle sue eventuali <i>failure</i> e, soprattutto, di come muoversi con successo in un mondo diventato di difficile previsione.</p> <p>Occorre che convergano più tipologie di conoscenza, a partire da quella dell'industria dell'ospitalità, per passare a quella della fruizione culturale, dell'utilizzo dei mezzi della logistica, fino ai consumi di energia e l'impiego degli spazi. Molte delle fonti di questi dati sono indicate nei progetti precedenti: si tratta allora di creare una "business intelligence" che metta tutto insieme, secondo modelli scientifici e con una competenza specifica nel campo del turismo e della gestione della città.</p> <p>Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica: Il progetto produce un set di informazioni e di previsioni sia sull'andamento del mercato romano, sia di come si muovono i mercati internazionali che possono ottimizzare gli strumenti della comunicazione e della promozione turistica, oltre che migliorare la qualità della visita degli ospiti. Attraverso la conoscenza del fenomeno turistico, la "customer satisfaction" dei nostri ospiti, le attese della domanda potenziale, il patrimonio storico-artistico di Roma potrà essere ottimizzato e migliorare la performance dell'industria dell'ospitalità della città.</p> <p>Caratteristiche tecniche dell'iniziativa: Il progetto si compone di alcune iniziative che convergono nell'accrescere la capacità di azione della città sul piano turistico e dell'attrattività del suo patrimonio culturale. Dal punto di vista tecnico, sono integrate le seguenti attività: a) raccolta dei dati disponibili interni ed esterni da varie fonti, inclusa la produzione di propri dati attraverso studi e ricerche; b) monitoraggio del brand Roma e della percezione della città sui media maggiormente influenti sull'andamento del turismo; c) analisi in quasi tempo reale sull'andamento dei flussi turistici in città; d) studi di marketing sui paesi più importanti per il mercato turistico di Roma.</p>
Localizzazione dell'intervento	Roma
Costo stimato totale (Netto IVA)	€ 3.852.459,02
Costo stimato totale (Lordo IVA)	€ 4.700.000,00

C.4 Caratteristiche dell'intervento

Iniziativa progettuale	ROMA SMART TOURISM
Denominazione Intervento	AZIONE 4 – VALORIZZAZIONE TURISTICA CINEMA
Descrizione dell'intervento	<p>La quarta azione fa riferimento all'art. 2 del Bando, esattamente al suo comma b), a favore dei comuni italiani che fanno parte della rete delle città creative dell'UNESCO e, nel caso specifico, della creatività di Roma nell'ambito del cinema e delle produzioni audiovisive. Nel dicembre 2015 l'UNESCO ha designato Roma "Unesco City of Film", comprendendola nel Network delle Città Creative nel Mondo.</p> <p>Il riconoscimento dell'UNESCO mette in rilievo e sintetizza cinque fattori che fanno di Roma una capitale creativa del cinema:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la presenza di Cinecittà, luogo che appartiene da decenni alla storia del cinema mondiale. Luogo di produzione cinematografica e televisiva e, esso stesso, luogo di attrazione per la lunga serie di testimonianze della storia del cinema, e del suo presente, che annovera al suo interno e per il cui rilancio vi è una misura specifica del PNRR; • la presenza a Roma di una filiera molto estesa e profonda di imprese, solitamente piccole e medie, che lavorano nel campo della produzione e della post-produzione cinematografica; • la presenza di istituzioni del cinema di valore internazionale, tra cui le principali si possono citare: l'Istituto Luce Cinecittà; la Fondazione Centro Sperimentale di Cinematografia – Scuola Nazionale di Cinema; la Scuola d'Arte Cinematografica "Gian

Maria Volontè"; la Fondazione Cinema per Roma – La Casa del Cinema; la Fondazione Roma Lazio Film Commission;

- la presenza di un parco a tema, Cinecittà World, che è dedicato all'epopea del cinema e si collega direttamente alla storia di Cinecittà;
- la presenza di Roma come scenario, contenuto e riferimenti iconografici nell'immaginario cinematografico mondiale, oltre che sul piano degli eventi, con riferimento alla Festa del Cinema.

Questa quarta azione viene inclusa, e quindi integrata, con le altre azioni destinate a Roma e previste nel medesimo Bando in relazione al suo comma c) dello stesso articolo, per due ragioni di fondo:

- si tratta di azioni della stessa tipologia di valorizzazione turistica delle risorse artistiche, culturali e attrattive della città di Roma, anche se l'ambito è focalizzato sul contributo creativo del mondo del cinema e dell'audiovisivo;
- le azioni di valorizzazione delle risorse afferenti al cinema e agli audiovisivi possono avvantaggiarsi molto dalla loro integrazione con gli strumenti generali di promozione della città e di crescita della sua attrattività previsti nelle tre precedenti azioni descritte nelle schede precedenti, e viceversa.

4.1 Itinerari turistico-cinematografici di Roma

Obiettivo dell'iniziativa:

C'è stato un lungo momento, a cavallo della Seconda Guerra Mondiale, e specialmente negli anni post-bellici, che Roma ha rappresentato, dopo Hollywood a Los Angeles, la città più importante al mondo per la produzione cinematografica. Alcuni film americani diventati iconici sono stati girati a Roma, molti film italiani che hanno avuto, al tempo, un successo planetario, sono stati girati a Roma e con protagonisti, registi e altre attività artistiche italiani e molto spesso romani.

Obiettivo di questa iniziativa è di valorizzare e attualizzare nei modi possibili, fisici e virtuali, il ruolo di Roma nella cinematografia mondiale, indicando film, luoghi, situazioni che hanno reso Roma "immortale" grazie alle grandi produzioni cinematografiche. In particolare, un focus speciale merita Cinecittà, nella cui area sono stati girati gran parte dei film a cui qui si fa riferimento.

Questa iniziativa da un lato accresce la percezione di valore di Roma attraverso il contributo che la città ha dato, e tutt'ora dà, al mondo del cinema e dall'altro aggiunge una molteplicità di ulteriori motivazioni per la domanda turistica. Per altro, il mondo del cinema, per sua stessa natura, amplifica i luoghi che impiega per la sua narrazione e li rende iconici, stabilendo così un ulteriore elemento di attrazione della città.

Risultati attesi sul piano della valorizzazione turistica:

I luoghi privilegiati del cinema, vale a dire i contesti dove si sono svolte le vicende narrate dai film, sono spesso intrecciati con i luoghi della cultura, come ad esempio nel caso del Colosseo, scenario e contenuto di alcuni dei film più famosi della storia; nelle piazze storiche più importanti di Roma e dentro palazzi che rappresentano l'*heritage* della città nelle sue varie epoche storiche.

In altri casi ancora i luoghi sono collegati o sono citati nelle opere letterarie che, a loro volta, sono la fonte della sceneggiatura dei film o ne rappresentano in senso lato il contesto urbano e sociale. È perciò estremamente interessante utilizzare l'universo del cinema per rafforzare, o talvolta addirittura creare, l'interesse turistico verso aree e risorse che hanno già un'identità storica o artistica. Talvolta si tratta di luoghi che, nonostante un certo valore artistico o storico, non trovano un'adeguata valorizzazione turistica, soprattutto quando sono collocati lontano dal centro storico. Queste aree, che non fanno parte del centro storico della città, potrebbero conquistare attraverso una promozione turistica centrata sul cinema, un livello di attenzione altrimenti difficile, se non praticamente impossibile da ottenere.

Gli itinerari verranno inseriti nell'offerta turistica complessiva della città attraverso gli strumenti previsti dalle altre tre azioni dello stesso bando: perciò un singolo itinerario turistico-cinematografico potrà essere costruito in automatico e secondo i vincoli e le preferenze del turista attraverso il Pianificatore delle visite della città, o reso disponibile per ogni fine di carattere informativo o promozionale, nel ventaglio delle opportunità con cui opera l'Assistente Virtuale intelligente, che potrà usare queste risorse per arricchire l'esperienza della visita a Roma dei turisti.

Non si deve ragionare, in un mondo come quello dei viaggi e delle vacanze, in termini troppo schematici, per cui ogni itinerario tematico escluda l'altro, ma in termini di ibridazione dei

temi e del blend delle motivazioni. Perciò una singola risorsa che arriva dal mondo del cinema potrà essere utilizzata in un percorso che parta da una differente scala di preferenze, ma che potrebbe essere estremamente funzionale rispetto a un percorso fisico dato. Allo stesso modo un itinerario cinematografico in aree meno famose potrà essere proposto in alternativa ai percorsi più battuti, o più famosi, a persone che potenzialmente potrebbero accogliere il suggerimento.

In questo modo, si potranno sia costruire itinerari completamente dedicati al cinema, sia inserire risorse dell'universo-cinema che siano funzionali all'ottimizzazione di altri percorsi, o perché vi sia una stretta correlazione fisica, o perché vi sia una stretta correlazione semantica; o perché risponda a esigenze potenziali, di cui però il turista non abbia piena conoscenza o consapevolezza.

Lavorando in questo modo, si ottiene: a) un maggiore interesse generale verso la città (il contributo addizionale del cinema alla sua attrattività); b) si può "alleggerire" la pressione turistica sul centro storico, pur restando nello stesso ambito della cultura, sostenendo aree meno frequentate e famose; c) si offrono occasioni per rendere appealing grazie alla presenza delle vestigia del cinema aree periferiche della città generalmente non considerate turistiche o, comunque, meritevoli di attenzione e, di conseguenza, di una visita.

Caratteristiche tecniche dell'iniziativa:

L'attività preliminare dell'azione sarà quella di identificare tutti i luoghi di Roma, o almeno i più importanti, citati o utilizzati nella storia del cinema. Questo "catalogo" sarà la base di riferimento per i progetti creativi di valorizzazione. I luoghi potranno essere inclusi perché sono stati lo scenario fisico di film famosi e/o perché richiamati nei film in quanto luoghi, o in quanto punti di riferimento delle vicende narrate.

La gamma di possibilità non si esaurisce con i film storici dove sono stati protagonisti la città, o suoi ambiti, ma attraversa anche le produzioni più recenti. Alcuni film hanno per oggetto Roma come nucleo narrativo fondamentale; altri film, ugualmente famosi, hanno Roma come protagonista per alcune scene; altri film ancora hanno simulato Roma nel loro impianto scenico e narrativo. Ognuna di queste produzioni ha lasciato una "traccia": in alcuni casi abbiamo fotogrammi diventati celebri con al centro luoghi di Roma; in altri casi abbiamo intere storie ambientate a Roma (e al Vaticano); in altri casi ancora, le storie fanno riferimento a un'area romana specifica, o a un suo "unicum" sociale e culturale. In tutti i modi queste "tracce" possono essere condensate, utilizzate, evocate in termini creativi per ridar loro nuova vita in termini di promozione turistica.

Non ci sono limiti troppo definiti nel loro impiego creativo: una foto può essere "attualizzata"; un brano letterario può essere recitato in un video suggestivo; uno scenario può essere riproposto in maniera virtuale con i riferimenti fisici, affinché possa essere "scoperto" dall'ospite, seguendo il suo interesse o la sua curiosità.

L'iniziativa si condensa nell'ideazione e nella realizzazione di risorse audio-visive che valorizzino i singoli luoghi storici del cinema. Potrà trattarsi di video da utilizzare nelle piattaforme digitali, oltre che nelle attività previste nelle altre tre azioni di promozione della città di questo progetto; di simulazione attraverso la realtà virtuale della presenza del turista nel contesto scenico dei film più famosi; di utilizzo di videoclip dei luoghi iconici in una prospettiva creativa e innovativa. In altri casi si tratta di "restituire" in termini digitali ciò che ancora non lo è, come nel caso dei fondali storici del Teatro dell'Opera di Roma, oggi depositati in un magazzino in Via de' Cerchi, che attraverso la digitalizzazione potrebbero essere rimessi nel circolo dell'informazione turistica internazionale. Fondali che sono fortemente legati al cinema, che talvolta li ha usati e talaltra sono riferimenti iconici di film che hanno avuto le opere liriche come loro contenuto.

Queste tipologie di impiego delle risorse sono alcuni degli esempi di uso creativo delle "tracce" dei riferimenti di Roma del cinema. Sono citate quelle più solitamente utilizzate quando si tratta della valorizzazione turistica dei luoghi del cinema. Le gare per la realizzazione delle iniziative saranno improntate alla creatività, nel senso che saranno proposte le aree, i riferimenti fisici dei film, e sarà messa a gara la capacità dei proponenti di creare il miglior contesto narrativo e audiovisivo per la loro valorizzazione.

Le nuove tecnologie permettono alla creatività di svilupparsi secondo linee prima impossibili, come l'unione di reale e virtuale; di istantanea proiezione di immagini e ricostruzioni del passato accostate al presente; di organizzazione pratica delle visite secondo i vincoli dei mezzi di trasporto, del tempo disponibile e di altri fattori di cui tener conto quando si decide di visitare una città.

Il cinema è già una tecnologia affascinante sin dal suo nascere; adesso le tecniche di

	<p>creazione delle immagini sono diventate sofisticatissime e la trasposizione nel presente di scenari del passato è diventata relativamente facile. La creatività che sarà messa a gara vorrà rappresentare in maniera inedita il modo in cui Roma si è fatta protagonista nella storia del cinema, e come il cinema si è fatto protagonista a Roma. Questo doppio flusso di interesse e di reciproca attenzione dovrà essere tradotto in termini che siano fruibili da chiunque, soprattutto al fine di accrescere le visite in città e di distribuirle meglio.</p> <p>Non c'è solo questo obiettivo, preminente, che si intende raggiungere, ma anche quello, molto importante, di creare un circolo virtuoso basato totalmente sulla creatività, coinvolgendo le imprese che lavorano in questo settore. La produzione di materiali audiovisivi, il loro impiego inedito e coinvolgente, il pensiero tecnologico che vi sta alle spalle porta a pensare che già nel proporre gli obiettivi di rendere Roma più affascinante grazie al cinema, si induce uno stimolo straordinario di creatività per le imprese. Non c'è solo l'obiettivo di dimostrare come Roma abbia contribuito alla crescita della creatività attraverso il cinema, ma di rifare lo stesso percorso creativo, a partire dall'obiettivo di rendere omaggio alla creatività cinematografica della città, con nuove produzioni audiovisive. Si celebra la creatività attraverso la creatività.</p>
Localizzazione dell'Intervento	Roma
Costo stimato totale (Netto IVA)	€ 1.916.393,44
Costo stimato totale (Lordo IVA)	€ 2.338.000,00

C.5 Quadro complessivo delle iniziative progettuali ammissibili e delle tipologie degli interventi inclusi nel Progetto di valorizzazione turistica del sito UNESCO

Iniziative progettuali ammissibili	Intervento	Localizzazione	Costo stimato totale (Netto IVA)	Costo stimato totale (lordo IVA)
TOTALE PROGETTO DI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA			Totale (Somma Costo stimato totale Netto Iva)	Totale (Somma Costo stimato totale Lordo Iva)

Data

_____, li ____ / ____ / ____

Il Proponente

documento sottoscritto digitalmente

INFORMATIVA

Per perfezionare la presentazione del progetto ed avviare il procedimento di valutazione dello stesso, il presente documento dovrà essere:

1. sottoscritto ai sensi del D.Lgs. 7 marzo 2005, n. 82 e ss.mm.ii. con firma digitale certificata e in corso di validità del Proponente delegato;
2. caricato, unitamente a tutti gli allegati in formato digitale, sulla sezione prevista nel portale.

Una volta caricati tutti i documenti, la domanda dovrà essere formalmente inoltrata tramite la procedura elettronica prevista nel portale stesso.

Concluso l'iter di cui sopra, saranno assegnati protocollo elettronico e data di presentazione della domanda, consultabili nell'apposita sezione ad accesso riservato.

Diversamente, nel caso di mancato inoltro della domanda di agevolazione, ovvero di inoltro con modalità non conformi a quelle indicate all'art. 7 dell'Avviso pubblico del 04/03/2022, non sarà possibile valutare il progetto.

Ai sensi della normativa sul diritto di accesso ai documenti amministrativi (L. n. 241/1990; D.P.R. n. 352/1992; L. n. 15/2005) e di quanto previsto dalla L. 4 agosto 2017, n. 124 "Legge annuale per il mercato e la concorrenza", si comunica che il nominativo del responsabile del procedimento sarà visualizzabile, e costantemente aggiornato in caso di eventuali variazioni, nell'area del portale dedicata alla consultazione del progetto.

Invitalia S.p.A.
Agenzia Nazionale per l'Attrazione degli
Investimenti e lo sviluppo di impresa

Con la sottoscrizione del progetto a valere sul Fondo in favore dei Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'Unesco patrimonio mondiale dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città Creative dell'Unesco, il sottoscritto prende atto di quanto indicato nella presente informativa e dichiara altresì – ai sensi del DPR 445 del 28/12/2000 artt. 46 e 47 e consapevole delle sanzioni penali richiamate dal citato Decreto – che tutta la documentazione prodotta ai fini della presentazione della domanda di accesso al Fondo è conforme agli originali in proprio possesso, che si impegna a produrre all'Agenzia dietro richiesta in qualsiasi momento.

Data

Firma digitale del Proponente



Avviso pubblico riguardante l'individuazione di progetti volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO

Schema di Disciplinare regolante i rapporti tra il Ministero del Turismo e il Comune di [•] / e il Comune di [•], Comune Capofila dell'Aggregazione dei Comuni di [•], [•], [•] per l'attuazione del progetto/idea progettuale denominato/a "[•]"
CUP: [•]

COMUNE/ AGGRAGAZIONE DI COMUNI	RAPPRESENTANTE LEGALE COMUNE/ COMUNE CAPOFILA	IMPORTO (€)
[•]	[•]	[•]



PREMESSE

VISTO il decreto-legge 25 maggio 2021, n. 73, recante “*Misure urgenti connesse all'emergenza da COVID-19, per le imprese, il lavoro, i giovani, la salute e i servizi territoriali*”, convertito con modificazioni dalla legge 23 luglio 2021 n. 106;

VISTO l'articolo 7, commi 4 e 6-bis, del citato decreto-legge 25 maggio 2021 n. 73, convertito con modificazioni dalla legge 23 luglio 2021, n. 106 “4. *Per il rilancio della attrattività turistica delle città d'arte, è istituito nello stato di previsione del Ministero del turismo un fondo, con una dotazione di 60 milioni di euro per l'anno 2021, destinato all'erogazione di contributi in favore dei comuni classificati dall'ISTAT a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'Unesco patrimonio mondiale dell'umanità, tenendo conto delle riduzioni di presenze turistiche nell'anno 2020 rispetto al 2019, da destinare ad iniziative di valorizzazione turistica dei centri storici e delle città d'arte. Con decreto del Ministero del turismo, di concerto con il Ministero dell'economia e delle finanze, previa intesa in sede di Conferenza unificata di cui al decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sono stabilite le disposizioni di attuazione del presente comma. Nell'ambito della dotazione finanziaria di cui al presente comma, una quota pari a 10 milioni di euro per l'anno 2021 è destinata in favore della città di Roma capitale della Repubblica*” e “6-bis. *La dotazione del fondo di cui al comma 4 è incrementata di 15 milioni di euro per l'anno 2021. A valere sull'incremento di cui al primo periodo, un importo pari a 5 milioni di euro è destinato all'erogazione di contributi in favore dei comuni italiani che fanno parte della rete delle città creative dell'UNESCO. All'onere derivante dal presente comma, pari a 15 milioni di euro per l'anno 2021, si provvede mediante corrispondente riduzione del fondo di cui all'articolo 1, comma 200, della legge 23 dicembre 2014, n. 190, come rifinanziato dal comma 7 dell'articolo 77 del presente decreto*”;

VISTO il decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze del 12 aprile 2021, n. 49419, concernente lo stato di previsione della spesa del Ministero del Turismo per l'anno finanziario 2021 e per il triennio 2021-2023, registrato alla Corte dei Conti prot. n. 544 del 14 aprile 2021;

VISTO il decreto-legge 1° marzo 2021, n. 22, recante “Disposizioni urgenti in materia di riordino delle attribuzioni dei Ministeri” e, in particolare gli artt. 6 e 7, concernenti l'istituzione del Ministero del Turismo, convertito con modificazioni dalla legge 22 aprile 2021, n. 55;

VISTO il decreto del Ministero del Turismo del 14 aprile 2021, n. 191, con il quale il medesimo Ministero, nelle more della piena operatività dei propri Centri di responsabilità, nonché della conseguente adozione dell'atto di indirizzo e della direttiva annuale per l'attività amministrativa e la gestione per il 2021, ha provveduto ad assegnare temporaneamente al Capo di Gabinetto e al Segretario Generale la gestione di tutte le risorse finanziarie presenti nello stato di previsione della spesa dello stesso Ministero;

VISTO il decreto legislativo del 18 agosto 2000, n. 267, recante “*Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali*” ed in particolare l'articolo 158 riguardante le modalità di rendicontazione dei contributi straordinari;



VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 20 maggio 2021, n. 102, recante *“Regolamento di organizzazione del Ministero del Turismo, degli Uffici di diretta collaborazione e dell’Organismo indipendente di valutazione delle performance”*, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - Serie Generale n. 163 del 9 luglio 2021;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 3 giugno 2021, registrato alla Corte dei Conti al n. 2340 del 16 agosto 2021 con il quale è stato conferito al dott. Francesco Paolo Schiavo l’incarico di funzione dirigenziale di livello generale conferito ai sensi dell’art. 19, commi 4 e 5-bis del decreto legislativo 165/2001;

VISTO il decreto del Direttore Generale della Direzione Generale Turismo del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo in data 30 settembre 2020, prot. n. 40, con il quale, ai sensi dell’articolo 19, comma 6, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165 e successive modificazioni, alla dott.ssa Benedetta Rizzo è stato conferito l’incarico di funzione dirigenziale di livello non generale di direzione del Servizio III – Promozione turistica, nell’ambito della Direzione Generale Turismo;

CONSIDERATO che, per effetto di quanto disposto dall’articolo 7, commi 2, 3 e 4, del citato decreto-legge 1° marzo 2021, n. 22, convertito con modificazioni dalla legge 22 aprile 2021, n. 55, la Direzione Generale Turismo del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo è stata soppressa, la Dott.ssa Benedetta Rizzo è stata inserita nel rispettivo ruolo del Ministero del Turismo e ricopre la funzione di livello non generale di direzione dell’Ufficio I - *Promozione del turismo* della Direzione Generale della valorizzazione e della promozione turistica del Ministero del Turismo medesimo;

VISTA la direttiva generale per l’azione amministrativa e la gestione relativa all’anno 2021, prot. n. 173/21 del 21 ottobre 2021, registrata dall’Ufficio Centrale di Bilancio in data 27 ottobre 2021 prot. n. 667 e dalla Corte dei Conti in data 4 novembre 2021 prot. n. 983, che evidenzia le priorità politiche e i contenuti della programmazione strategica e operativa, assegnando obiettivi strategici a ciascuna delle tre Direzioni Generali in cui è articolato il Ministero del Turismo;

CONSIDERATO che la direttiva sopra citata costituisce legittimo provvedimento volto ad esplicitare l’articolazione dei capitoli di competenza dei Centri di responsabilità del Ministero del Turismo ai fini dell’assegnazione delle risorse e che, sul versante della ripartizione delle risorse, per l’esercizio finanziario 2021, la gestione delle risorse finanziarie attribuite ai capitoli di missioni, programmi e azioni di cui al citato stato di previsione della spesa del Ministero del Turismo approvato con DM 13 aprile 2021 n. 49419 costituisce prerogativa dei dirigenti degli Uffici dirigenziali di livello generale secondo lo schema della tabella C (allegato 2), allegata alla direttiva;

CONSIDERATO che la medesima direttiva sopra citata individua al capitolo 2 tra gli obiettivi strategici, tra l’altro, l’*“adozione delle misure del PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza”*; al capitolo 3.3.1 tra le Linee di attività interne del Segretariato Generale, tra l’altro, l’*“adozione dei provvedimenti applicativi e susseguenti all’attuazione della normativa di istituzione del Ministero del turismo”*, e tra le Linee di attività esterne, tra l’altro, *“in relazione alla micro-area di intervento di II livello - Coordinamento e promozione di iniziative conseguenti a situazioni emergenziali:*



Adozione delle misure organizzative (in termini di gestione e coordinamento delle risorse strumentali e umane) necessarie per lo svolgimento delle attività di sostegno a favore degli operatori del settore turistico”; al capitolo 3.3.4 tra gli obiettivi strategici-programmatici della Direzione Generale della Valorizzazione e della Promozione turistica, tra l’altro, “in relazione alla micro-area di intervento di II livello - Implementazione delle azioni per il turismo a valere sui fondi di sviluppo e coesione e sui fondi comunitari in generale: Predisposizione Piano operativo turismo a valere sulle risorse stralcio FSC 2014-2020”;

CONSIDERATO che lo scopo del fondo di cui all’articolo 7, comma 4, del sopra citato decreto-legge n. 73/2021 è essenzialmente di favorire la ripresa dei flussi turistici, rafforzando e valorizzando la capacità di attrazione, anche a livello internazionale, derivante della presenza di Siti UNESCO nel contesto territoriale dei Comuni beneficiari delle risorse destinate;

VISTO il decreto interministeriale del Ministero del Turismo e del Ministero dell’Economia e delle Finanze del 30 novembre 2021, prot. n. 0002445/2021, recante *“Modalità e condizioni di funzionamento del ‘fondo in favore dei comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica, nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall’Unesco patrimonio mondiale dell’umanità’, di cui all’articolo 7, commi 4 e 6-bis del decreto-legge 25 maggio 2021, n. 73, recante ‘Misure urgenti connesse all’emergenza da COVID-19, per le imprese, il lavoro, i giovani, la salute e i servizi territoriali’, convertito con modifiche nella legge 23 luglio 2021, n. 106”*, registrato presso la Corte dei Conti il 14 dicembre 2021 al n. 1043;

CONSIDERATO che l’individuazione dei Comuni nei quali è ubicato almeno uno dei 58 siti italiani (luglio 2021) iscritti dall’UNESCO nella lista del patrimonio culturale e naturale dell’umanità è stata effettuata con riferimento ai dati pubblicati sul sito web dell’UNESCO, all’indirizzo: whc.unesco.org/en/statesparties/it;

CONSIDERATA la classificazione dell’ISTAT delle categorie turistiche dei Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica (<https://www.istat.it/it/archivio/247191>), nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall’UNESCO come patrimonio mondiale dell’umanità, elenco in Allegato A (come aggiornato sul sito web istituzionale dell’ISTAT) costituisce parte integrante e sostanziale di questa determina;

CONSIDERATA la nota del Dipartimento per gli Affari Regionali e le Autonomie della Presidenza del Consiglio dei Ministri codice sito 4.12/2021/45 di trasmissione dell’atto d’Intesa del 18 novembre 2021, rep. atti n. 192/CU, con cui la Conferenza Unificata Stato-Regioni ha approvato lo schema del citato decreto interministeriale con la raccomandazione che siano ammessi all’erogazione dei contributi tutti i Comuni individuati quali potenziali beneficiari sulla base dell’elenco dei Siti Unesco e *“con la ‘sottolineatura’ che venga riconosciuta la vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica a tutti i Comuni nei cui territori sono ubicati i siti riconosciuti dall’Unesco e/o Comuni inseriti in siti Unesco, con la conseguente valutazione sull’aggiornamento dell’elenco Istat”*;

CONSIDERATO il comma 1 dell’articolo 1 del sopracitato decreto interministeriale n. 0002445/21 che, relativamente alle modalità e alle condizioni di funzionamento del Fondo costituito ex commi 4



e 6-bis dell'articolo 7 del DL n. 73/2021 e ss.mm.ii., precisa che detto Fondo, per l'anno 2021, ammonta complessivamente a 75 milioni di euro;

CONSIDERATO che, conformemente alle previsioni del sopracitato Decreto Interministeriale del 30 novembre 2021, prot. n. 0002445/2021, la dotazione finanziaria del fondo, complessivamente pari a 75 milioni di euro, è così ripartita:

- a. 58,8 milioni di euro a favore dei Comuni classificati dall'ISTAT come "Comuni a vocazione culturale, storica, artistica e paesaggistica", nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio mondiale dell'umanità;
- b. 4,9 milioni di euro a favore dei Comuni italiani che fanno parte della rete delle città creative dell'UNESCO;
- c. 9,8 milioni di euro a favore del Comune di Roma Capitale, destinati a interventi di valorizzazione turistica della città;
- d. 1,5 milioni di euro, finalizzati allo svolgimento delle attività relative all'assistenza ai Comuni, alla verifica delle progettualità proposte, al controllo delle rendicontazioni, al monitoraggio dell'avanzamento delle attività e dei risultati, ad eventuali attività di audit nonché alla realizzazione e alla gestione della piattaforma informatica dedicata alla misura, per le quali, il Ministero del Turismo ha individuato, ai sensi dell'articolo 5 del citato Decreto Interministeriale, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa S.p.A.

ACCERTATA la disponibilità finanziaria sul Cap. 5206 pg1 "*Fondi per contributi a Comuni in cui sono ubicati siti riconosciuti dall'Unesco come patrimonio dell'umanità*" e pg2 "*Quota parte del Fondo per contributi a Comuni appartenenti alla rete delle Città creative Unesco*" - CDR 5 "*Direzione Generale della Valorizzazione e della Promozione del turismo*" dello stato di previsione della spesa del Ministero del Turismo per l'anno finanziario 2021;

VISTO il Decreto Direttoriale del [•], prot. [•], che approva l'"*Avviso pubblico per la individuazione dei progetti da finanziare per il rilancio della attrattività turistica delle città d'arte*" e ne dispone la pubblicazione, individuando quale Responsabile del procedimento la Dott.ssa Benedetta Rizzo;

VISTO l'"*Avviso pubblico per la individuazione dei progetti da finanziare per il rilancio della attrattività turistica delle città d'arte*" pubblicato in data del 28 febbraio 2022, relativo all'individuazione di interventi volti alla valorizzazione dei Comuni a vocazione turistico-culturale nei cui territori sono ubicati siti riconosciuti dall'UNESCO patrimonio dell'umanità e dei Comuni appartenenti alla rete delle città creative dell'UNESCO (di seguito Avviso pubblico);

VISTA la proposta progettuale presentata dal Comune di [•]/dal Comune di [•] in qualità di Capofila dell'aggregazione costituita dai Comuni di seguito elencati: *[elenco dei Comuni costituenti l'Aggregazione]*

VISTO il Decreto Direttoriale del [•], prot. [•], recante l'elenco dei progetti ammessi al contributo del Fondo di cui si è fatta menzione, nel quale è incluso il progetto "[•]" CUP [•];



VISTO l'atto formale di aggregazione *[in caso di Aggregazione di Comuni]*;

VISTE le deleghe formali da parte dei Sindaci dei Comuni aderenti al progetto al Comune Capofila *[se non incluse nell'Atto di Aggregazione]*;

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

Articolo 1

(Recepimento delle premesse e degli allegati [se presenti])

1. Le premesse e gli allegati costituiscono parte integrante e sostanziale del presente disciplinare.

Articolo 2

(Oggetto e finalità)

1. Il presente disciplinare regola i rapporti tra il Ministero del Turismo (di seguito **MiTur**), rappresentato dal Dirigente, dott.ssa Benedetta Rizzo, in qualità Responsabile del procedimento, e il Comune di [•] rappresentato dal Sindaco *pro tempore*, dott./dott.ssa [•] / e il Comune di [•] quale Comune Capofila facente parte dell'Aggregazione dei Comuni di [•] appositamente costituita e rappresentata dal Sindaco *pro tempore*, dott./dott.ssa [•], del medesimo Comune Capofila, in qualità di soggetto Beneficiario (di seguito **Beneficiario**), e disciplina le modalità e le procedure di attuazione del progetto/idea progettuale denominato/a "[•]" presentato/a dal medesimo Comune di [•]/dal medesimo Comune Capofila di [•] ai sensi dell'Avviso pubblico del [•] con lo scopo di favorire la ripresa dei flussi turistici, rafforzando e valorizzando la capacità di attrazione turistica, anche a livello internazionale, derivante della presenza di Siti UNESCO nel contesto territoriale dei Comuni beneficiari delle risorse destinate.

[Fermo restando l'obiettivo generale del Decreto Interministeriale e dell'Avviso pubblico, il presente comma sarà integrato con le specifiche relative al progetto approvato].

Articolo 3

(Ruolo, responsabilità e funzioni delle Parti)

1. Il MiTur verifica la regolare e corretta attuazione del progetto rispetto alla proposta approvata, monitorando gli avanzamenti procedurali, fisici, e finanziari dello stesso ed il conseguimento degli obiettivi previsti, anche attraverso controlli e audit; autorizza, in coerenza con le disponibilità di cassa, i trasferimenti finanziari al Beneficiario; garantisce che il Beneficiario riceva tutte le informazioni pertinenti per l'esecuzione delle funzioni previste e per l'attuazione dei progetti approvati. Il MiTur resta estraneo a qualsivoglia rapporto comunque



nascente tra il Beneficiario e soggetti terzi in relazione all'attuazione del predetto progetto e rimane totalmente esente da responsabilità per eventuali danni riconducibili ad attività direttamente o indirettamente riconducibili allo stesso.

2. Il Beneficiario, si obbliga a svolgere le attività definite nel progetto approvato e a perseguire e realizzare gli obiettivi e le attività ivi indicate nel rispetto delle tempistiche previste, operando in piena autonomia e nel rispetto della normativa vigente, nazionale e comunitaria, e assumendo la completa responsabilità della realizzazione del progetto medesimo.

Articolo 4

(Concessione del contributo e modalità di erogazione)

1. Con la sottoscrizione del presente Disciplinare è formalizzata la concessione al Beneficiario di un contributo a fondo perduto a valere sul Fondo di cui all'articolo 7, commi 4 e 6-bis, del decreto-legge 25 maggio 2021 n. 73, convertito con modificazioni nella legge 23 luglio 2021 n. 106, per un importo complessivo pari a euro [•] (*lettere/00*).
2. L'erogazione del contributo avverrà sul conto corrente di tesoreria [•] indicato dal Beneficiario.
3. L'erogazione del contributo avverrà con le seguenti modalità:
 - a) primo acconto, pari al 40% (quaranta per cento), dell'importo complessivo del contributo concesso di cui al comma 1, e pari a euro [•] ([•]/00) a seguito della pubblicazione del provvedimento di ammissione e sottoscrizione del presente Disciplinare.
 - b) secondo acconto, pari al 40% (quaranta per cento) e pari a euro [•] ([•]/00) al raggiungimento degli obiettivi intermedi di realizzazione delle attività/interventi previsti alla scadenza temporale del 50% dei tempi di realizzazione dell'iniziativa, previa presentazione di una relazione intermedia sullo stato di avanzamento del progetto e della rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate fino alla data di richiesta del secondo acconto;
 - c) saldo, a completa realizzazione degli interventi previsti e avvio della gestione delle attività, previa presentazione di una relazione conclusiva recante la descrizione di quanto realizzato, i dati di avanzamento fisico, finanziario e procedurale e la valorizzazione degli indicatori, oltre che la rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate e la dichiarazione di conclusione del progetto ed entrata in operatività dello stesso.
4. Il Ministero del Turismo si riserva la facoltà di sospendere l'erogazione del secondo acconto e del saldo nei casi in cui le spese effettivamente sostenute e quietanzate per la realizzazione delle attività/interventi previsti ovvero gli impegni assunti dal Beneficiario non fossero congrui rispetto agli obiettivi finali da raggiungere.



5. Tutte le erogazioni sono subordinate all'effettiva disponibilità di cassa delle relative risorse finanziarie di cui al Decreto Interministeriale prot. n. 0002445/21 del 30 novembre 2021 che saranno gradualmente assegnate al pertinente capitolo di spesa del Ministero del Turismo nell'arco del triennio 2022/2024.
6. Il contributo complessivamente erogabile ad ogni Comune proponente/Comune capofila in caso di aggregazione non potrà in ogni caso superare l'importo delle spese effettivamente sostenute e quietanzate nel rispetto delle norme di ammissibilità applicabili, ai fini della realizzazione di ciascun progetto ammesso a contributo.

[Nel caso in cui il Beneficiario chiedo un anticipo per le spese di progettazione, il comma 4. dell'art. 4 è sostituito con il seguente e lo stesso articolo sarà anche integrato come segue]

4. L'erogazione del contributo avverrà con le seguenti modalità:

- a) primo acconto, pari al 40% (quaranta per cento), dell'importo complessivo del contributo concesso di cui all'articolo 4, comma 1, e pari a euro [•] ([•]/00), in due distinte *tranches*:
 - (i) prima *tranche* fino ad un massimo del 10% (dieci per cento), dell'importo complessivo del contributo concedibile per l'idea progetto di cui all'articolo 4, comma 1, a seguito della verifica positiva dell'idea progetto da parte del MiTur, del provvedimento di ammissione al contributo delle spese per la definizione del progetto e della sottoscrizione del presente Disciplinare;
 - (ii) seconda *tranche*, fino a concorrenza del primo acconto, dell'importo complessivo del contributo concedibile per l'idea progetto di cui all'articolo 4, comma 1, a seguito della verifica positiva del progetto presentato in piattaforma telematica, della rendicontazione delle spese effettivamente sostenute per la elaborazione del progetto e del provvedimento di ammissione del progetto;
 - b) secondo acconto, pari al 40% (quaranta per cento) e pari a euro [•] ([•]/00) al raggiungimento degli obiettivi intermedi di realizzazione delle attività/interventi previsti alla scadenza temporale del 50% dei tempi di realizzazione dell'iniziativa, previa presentazione di una relazione intermedia sullo stato di avanzamento del progetto e della rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate fino alla data di richiesta del secondo acconto;
 - c) saldo, a completa realizzazione degli interventi previsti e avvio della gestione delle attività, previa presentazione di una relazione conclusiva recante la descrizione di quanto realizzato, i dati di avanzamento fisico, finanziario e procedurale e la valorizzazione degli indicatori, oltre che la rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate e la dichiarazione di conclusione del progetto ed entrata in operatività dello stesso.
7. In caso di valutazione negativa da parte del MiTur del progetto presentato a seguito dell'erogazione della prima *tranche* di acconto di cui al 1 comma, lettera a), punto (i), il Beneficiario è tenuto alla restituzione della somma ad esso erogata a titolo di anticipazione.



8. Con riferimento al comma 4, lett. a), punto (ii), a fronte di carenze riscontrate nella fase di istruttoria sul progetto presentato, il MiTur si riserva la facoltà di richiedere al Comune proponente/Comune Capofila di integrare/adequare la documentazione relativa alla proposta presentata; tali richieste dovranno essere evase entro i 30 giorni dalla data di ricezione delle stesse. In caso di esito positivo della verifica della documentazione trasmessa, il progetto viene approvato. Nel caso di mancato riscontro alle richieste di integrazione/revisione, si procederà all'esclusione del progetto dal finanziamento e, alla richiesta di restituzione dell'anticipo del contributo eventualmente già erogato per le spese relative alla definizione del progetto.
9. Il Ministero del Turismo si riserva la facoltà di sospendere l'erogazione del secondo acconto e del saldo nei casi in cui le spese effettivamente sostenute e quietanzate per la realizzazione delle attività/interventi previsti ovvero gli impegni assunti dal Beneficiario non fossero congrui rispetto agli obiettivi finali da raggiungere.
10. Tutte le erogazioni sono subordinate all'effettiva disponibilità di cassa delle relative risorse finanziarie di cui al Decreto Interministeriale prot. n. 0002445/21 del 30 novembre 2021 che saranno gradualmente assegnate al pertinente capitolo di spesa del Ministero del Turismo nell'arco del triennio 2022/2024.
11. Il contributo complessivamente erogabile ad ogni Comune proponente/Comune capofila in caso di aggregazione non potrà in ogni caso superare l'importo delle spese effettivamente sostenute e quietanzate nel rispetto delle norme di ammissibilità applicabili, ai fini della realizzazione di ciascun progetto ammesso a contributo.

Articolo 5 *(Obblighi del Beneficiario)*

1. Fermo restando quanto previsto dall'articolo 3, comma 2, del presente Disciplinare e nel rispetto della normativa nazionale e comunitaria di riferimento, il Beneficiario si impegna a:
 - a) eseguire il progetto secondo le modalità e le tempistiche previste nella proposta progettuale ammessa al contributo necessarie al raggiungimento degli obiettivi progettuali, impiegando risorse con adeguate qualifiche professionali tecniche e amministrative;
 - b) garantire la copertura della quota di costo eccedente il massimale del contributo concedibile attraverso risorse proprie ove previsto dal progetto presentato;
 - c) nel caso di richiesta di anticipo fino al 10% del contributo per le spese relative alla definizione del progetto, presentare il progetto sulla piattaforma digitale entro 120 giorni dalla sottoscrizione del presente Disciplinare e rendicontare le relative spese effettivamente sostenute;
 - d) comunicare entro 15 giorni al MiTur ogni eventuale delibera comportante modifiche del referente progettuale;



- e) garantire l'operatività dei progetti per almeno cinque anni dall'avvio in esercizio degli stessi con specifico riferimento ai servizi turistici e agli interventi infrastrutturali anche digitali realizzati;
- f) assicurare la conservazione della documentazione progettuale in fascicoli cartacei o informatici ai fini della tracciabilità delle operazioni per almeno 5 anni dal completamento delle attività progettuali comunicando al MiTur le sedi e gli uffici presso cui è conservata la predetta documentazione al fine di eventuali controlli
- g) adottare le misure necessarie a garantire il rispetto del principio di sana gestione finanziaria;
- h) dare attuazione al progetto nel rispetto delle pertinenti disposizioni comunitarie, nazionali e regionali in materia di contratti pubblici, trasparenza e tracciabilità finanziaria;
- i) adottare un sistema di contabilità separata o adeguata codifica contabile;
- j) promuovere e valorizzare gli interventi finanziati anche mediante il portale nazionale www.italia.it;
- k) garantire che gli strumenti digitali per la valorizzazione e la promozione turistica finanziati a valere sul contributo concesso siano progettati ottemperando alle previsioni delle linee guida di interoperabilità con il portale nazionale www.italia.it, che verranno pubblicate sul sito web del MiTur www.ministeroturismo.gov.it;
- l) presentare una dichiarazione con la quale si impegna a rispettare le prescrizioni in materia di pubblicità e promozione previste dall'Avviso pubblico e dal presente disciplinare d'obbligo;
- m) assicurare la completa e corretta implementazione delle informazioni di monitoraggio finanziario, procedurale e fisico richieste dalla piattaforma informatica nei tempi prescritti e secondo le modalità previste dall'Avviso Pubblico e dal presente disciplinare d'obbligo al successivo articolo 8;
- n) trasmettere al MiTur, con cadenza trimestrale, una relazione sullo stato di avanzamento del progetto, recante una descrizione sintetica di quanto realizzato, i dati di avanzamento fisico, finanziario e procedurale e la valorizzazione degli indicatori, oltre all'elenco delle spese effettivamente sostenute e quietanzate;
- o) svolgere i controlli di gestione e i controlli amministrativo-contabili necessari a una corretta e adeguata rendicontazione delle attività attraverso la piattaforma informatica;
- p) rispettare le modalità di rendicontazione così come specificate al successivo articolo 9 del presente Disciplinare;
- q) assicurare lo svolgimento delle attività di verifiche istruttorie e ispettive da parte del MiTur o soggetto all'uopo incaricato presso il Beneficiario, nelle fasi antecedenti all'avvio delle attività progettuali, in itinere (nel corso dell'attuazione del progetto) ex post (al termine del progetto) e allo svolgimento delle attività di verifica nel caso di mancato raggiungimento degli obiettivi previsti allo scadere di 365 giorni solari dalla data di conclusione e messa in operatività del progetto;
- r) comprovare l'avvenuto conseguimento degli obiettivi progettuali, così come specificato dal successivo articolo 10;
- s) rendicontare regolarmente i cofinanziamenti eventualmente previsti.

[Elenco da integrare e adeguare sulla base delle specifiche del progetto ammesso a contributo]



Articolo 6

(Tempistiche di realizzazione del Progetto)

1. Il progetto ha una durata prevista di mesi [•] che decorrono a far data dalla sottoscrizione del presente disciplinare. In ogni caso, eventuali proroghe, le cui richieste debitamente motivate dovranno essere approvate dal MiTur, non potranno avere una durata totale eccedente il termine perentorio del 30 novembre 2024.
2. Qualora dovessero insorgere casi eccezionali di ritardo nella realizzazione del progetto, il Beneficiario è tenuto a darne immediata comunicazione formale al MiTur, tramite PEC, all'indirizzo [•]. Il MiTur, valutate le circostanze di eccezionalità sottoposte alla propria attenzione, dovrà fornire riscontro, tramite PEC, entro i successivi 10 giorni.

Articolo 7

(spese ammissibili ed eleggibilità della spesa)

1. Sono considerate ammissibili, purché finalizzate all'attuazione degli interventi progettuali, le spese sostenute in osservanza della normativa comunitaria, nazionale e regionale vigente, ivi incluse le spese per l'acquisizione di tutti i pareri, nulla osta o altri atti di assenso comunque denominati, necessari anche ai sensi del D.Lgs. n. 42/2004 in materia di tutela dei beni culturali.
2. Risultano ammissibili le seguenti spese di investimento, effettivamente sostenute dal Beneficiario, purché comprovate da idonea documentazione contabile e debitamente tracciabili:
 - a. spese per l'esecuzione di lavori o per l'acquisto di beni/servizi;
 - b. spese per la realizzazione dei prodotti e/o servizi di marketing turistico e territoriale, compresi gli strumenti di valorizzazione e promozione turistica digitale;
 - c. spese per pubblicazione bandi di gara, salvo quelle rimborsate alla stazione appaltante dall'aggiudicatario;
 - d. spese per l'acquisizione di autorizzazioni, pareri, nulla osta e altri atti di assenso da parte delle amministrazioni competenti;
 - e. imprevisti (se inclusi nel quadro economico) secondo quanto previsto dal comma 1, lett. e) dell'articolo 6 dell'Avviso pubblico;
 - f. allacciamenti, sondaggi e accertamenti tecnici;
 - g. spese per attrezzature, impianti e beni strumentali finalizzati anche all'adeguamento degli standard di sicurezza, di fruibilità da parte dei soggetti disabili;



- h. spese tecniche di progettazione nei casi e secondo le previsioni di cui al successivo comma 2, direzione lavori, coordinamento della sicurezza, incentivi per funzioni tecniche ex articolo 113 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e successive modifiche ed integrazioni;
- i. spese per i collaudi finali;
- j. spese per l'avvio della gestione di attività e servizi;
- k. spese di promozione e comunicazione.

[Da definire sulla base della proposta progettuale presentata e approvata]

- 3. Non sono in nessun caso ammissibili le spese:
 - a. le spese pagate in contanti o tramite compensazione di qualsiasi tipo tra cliente e fornitore;
 - b. le spese relative a lavori in economia;
 - c. le spese per il personale dipendente, fatti salvo gli incentivi ex articolo 113 del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e successive modifiche ed integrazioni;
 - d. le spese conseguenti ad autofatturazione;
 - e. le spese per ammende e penali, per varianti, modifiche e variazioni degli interventi e dei progetti non legittime, non conformi alle previsioni normative e comunque non sottoposte a parere e autorizzazione preventivi del Ministero del Turismo;
 - f. l'imposta sul valore aggiunto (IVA) ove recuperabile.
- 4. L'eventuale utilizzo degli imprevisti, entro i limiti previsti dalla normativa vigente, potrà essere autorizzato solo qualora il Beneficiario abbia richiesto preventivamente l'approvazione da parte del MiTur. La richiesta preventiva di approvazione dovrà necessariamente contenere una relazione tecnica ed illustrativa dell'imprevisto ove siano analiticamente illustrate le spese da affrontare e le cause di imprevedibilità.

Articolo 8 *(Monitoraggio)*

- 1. Il progetto sarà oggetto di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale a cura del Beneficiario.
- 2. Al fine del corretto e costante monitoraggio di cui al primo comma, il Beneficiario dovrà trasmettere, con cadenza trimestrale, tramite la piattaforma informatica, una relazione sullo stato di avanzamento del progetto, recante una descrizione sintetica di quanto realizzato, i dati di avanzamento fisico, finanziario e procedurale e la valorizzazione degli indicatori, oltre all'elenco delle spese effettivamente sostenute e quietanzate.
- 3. La prima relazione dovrà essere inviata entro 3 mesi dalla data di sottoscrizione del presente disciplinare.



4. Il Beneficiario si impegna, altresì, ad evadere tutte le eventuali richieste integrative di informazioni, dati e rapporti tecnici che il MiTur dovesse ritenere necessari in corso d'opera.

Articolo 9 *(Rendicontazione delle spese)*

1. Ai sensi del Decreto Interministeriale n. 2445/21, è fatto obbligo in capo al Beneficiario di presentare per tutta la durata progettuale una relazione tecnica annuale ai sensi dell'articolo 158 del Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n. 267, (TUEL) sull'intero programma svolto annualmente, comprendente il rendiconto dei costi.
2. Fatte salve le prescrizioni del sopra richiamato articolo 158 TUEL, il Beneficiario, ai fini delle erogazioni di cui al comma 4, lettere b) e c), dell'articolo 4 del presente Disciplinare, dovrà trasmettere, oltre alla documentazione attestante le spese effettivamente sostenute e quietanzate relative alla realizzazione del progetto ammesso, una dichiarazione attestante la conformità delle spese sostenute agli obblighi assunti con la sottoscrizione del presente Disciplinare:
 - a. sono state adempiute tutte le prescrizioni di legge, comunitaria nazionale e regionale, ivi comprese quelle in materia fiscale, di contrasto al lavoro non regolare e, in quanto applicabile, in materia di trasparenza dell'azione amministrativa;
 - b. la spesa sostenuta è ammissibile, pertinente e congrua;
 - c. non sono stati ottenuti né richiesti ulteriori rimborsi, contributi ed integrazioni di altri soggetti, pubblici o privati, nazionali, regionali, provinciali o comunitari per le medesime spese richieste a rimborso;
 - d. *aggiungere pertinenti obblighi di cui all'articolo 5*

Tale dichiarazione è da intendersi parte integrante e sostanziale della rendicontazione medesima.

3. Il MiTur si riserva la facoltà di richiedere eventuali integrazioni ovvero documentazione probatoria relativa alla rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate.
4. Ad avvenuto completamento del progetto finanziato, per il riconoscimento del saldo finale e la relativa certificazione, oltre alle attestazioni di cui al comma 2, il Beneficiario dovrà produrre altresì la seguente ulteriore documentazione:
 - a) attestazione di rendicontazione finale dell'intervento;
 - b) attestazione che il completamento delle attività progettuali è avvenuto nel rispetto degli obiettivi progettuali dell'intervento;
 - c) dichiarazione che altre eventuali spese dell'intervento ad esso riconducibili, sostenute nei termini temporali di ammissibilità/eleggibilità, ma non riportate nella rendicontazione finale, non saranno oggetto di ulteriori e successive richieste di contributo.



5. Al raggiungimento degli obiettivi intermedi previsti alla scadenza temporale del 50% dei tempi di realizzazione dell'iniziativa, il Beneficiario dovrà presentare una relazione intermedia sullo stato di avanzamento del progetto e della rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate fino alla data di richiesta del secondo acconto;
6. A conclusione dell'intervento il Beneficiario dovrà presentare una relazione conclusiva recante la descrizione di quanto realizzato, i dati di avanzamento fisico, finanziario e procedurale e la valorizzazione degli indicatori, oltre che la rendicontazione delle spese effettivamente sostenute e quietanzate e la dichiarazione di conclusione del progetto ed entrata in operatività dello stesso.

Articolo 10

(Verifica dei risultati attesi)

1. Il Beneficiario si impegna a presentare al MiTur una relazione trimestrale sul conseguimento dei risultati previsti dal progetto a decorrere dalla data di inizio della fase di operatività del medesimo, dando precipua indicazione sul conseguimento dei KPI previsti, come stabilito dall'articolo 7, commi 5 e 6, dell'Avviso Pubblico.

Articolo 11

(Comunicazione di mancata esecuzione e varianti progettuali)

1. Qualora il Beneficiario ritenga di non dare ulteriore esecuzione al progetto per la realizzazione del quale è stato concesso il contributo di cui all'articolo 4 comma 1, deve dare immediata, formale e motivata comunicazione della rinuncia, tramite PEC, al MiTur, il quale, entro i successivi 10 giorni procederà a formalizzare la revoca - totale o parziale - del contributo con le conseguenze che ne discendono di cui al successivo articolo 16 ovvero, nel solo caso di circostanze oggettive non direttamente imputabili al Beneficiario, a formalizzare l'interruzione di cui al successivo articolo 12.
2. Nel caso in cui il Beneficiario intenda apportare modifiche ovvero variazioni alla proposta progettuale ammessa, dovrà presentare formale domanda al MiTur, allegando la documentazione descrittiva delle modifiche proposte. Il MiTur valuterà l'approvazione di tali modifiche verificandone l'ammissibilità/legittimità rispetto alla normativa comunitaria e nazionale di riferimento, nonché in ragione delle seguenti condizioni:
 - a) la modifica proposta non deve comportare una modifica sostanziale della tipologia/natura dell'intervento o progetto interessato;
 - b) l'intervento e/o il progetto interessato dalla modifica e, per l'effetto, il Progetto finanziato, devono garantire e rispettare le finalità, gli obiettivi, i risultati attesi già valutati ai fini dell'ammissione a finanziamento.



3. Ai fini della valutazione della domanda di modifica, il MiTur potrà richiedere l'invio di documentazione integrativa, che dovrà essere trasmessa dal Beneficiario entro 10 giorni dalla ricezione della relativa richiesta.
4. L'approvazione o il rigetto della domanda di modifica sarà comunicata al Beneficiario entro 20 giorni dalla ricezione della domanda medesima ovvero, ricorrendo le condizioni di cui al precedente comma 3, dalla ricezione della documentazione integrativa.
5. Nel caso di modifiche o variazioni approvate della proposta progettuale ammessa, l'ammissibilità dei relativi costi non potrà avere decorrenza antecedente alla data di ricezione, da parte del Beneficiario, della comunicazione di approvazione da parte del MiTur né, tanto meno, potrà comportare un incremento dei costi rendicontabili in capo al MiTur medesimo.

Articolo 12

(Interruzione del progetto)

1. Nel caso di interruzione del progetto per cause oggettive non direttamente imputabili al Beneficiario, il MiTur dovrà comunque erogare, al medesimo Beneficiario la parte di contributo spettante commisurata ai costi sostenuti e ai risultati raggiunti sino a quel momento.
2. Nel caso di cui al comma 1, qualora l'ammontare dell'erogazione già effettuata dal MiTur superi quanto concretamente spettante al Beneficiario, quest'ultimo dovrà restituire la quota-parte del contributo in eccesso entro il termine di [•] giorni dalla formalizzazione dell'interruzione.

Articolo 13

(Rinuncia nei casi di aggregazioni)

1. Nel caso di rinuncia, per qualsiasi motivo, del Comune Capofila dal suo ruolo di Capofila dell'Aggregazione di Comuni, è fatta salva la possibilità di immediata sostituzione da parte di altro Comune appartenente alla medesima Aggregazione, appositamente individuato. Il nuovo Comune Capofila è tenuto a fornire tempestivamente tutte le informazioni richieste in anagrafica al precedente Capofila.
2. Nel caso di rinuncia al finanziamento da parte di uno dei Comuni aderenti ad una aggregazione, il MiTur valuterà di mantenere inalterato l'importo del finanziamento concesso ove fossero soddisfatte le seguenti condizioni: a) la proposta ammessa sia di particolare rilievo strategico per il territorio; b) tenuto conto degli interventi realizzati e di quelli ancora da realizzare, non vengano alterate la natura e le finalità della proposta ammessa; c) siano confermati l'interesse e l'impegno da parte dei restanti Comuni dell'aggregazione a realizzare comunque il progetto.



Articolo 14 *(Controlli e verifiche)*

1. Il MiTur si riserva la facoltà, con le modalità e secondo le tempistiche che riterrà opportune, di richiedere eventuali integrazioni ovvero documentazione probatoria, nonché di effettuare verifiche e controlli in itinere, anche in loco, sullo svolgimento delle attività/realizzazione degli interventi previsti dalle proposte progettuali ammesse.
2. Il Beneficiario si obbliga a fornire tutte le informazioni e la documentazione necessaria e a prestare la massima collaborazione nelle attività di controllo e di verifica svolta dal MiTur (e/o eventuali soggetti delegati).
3. Il MiTur, compatibilmente con gli obblighi di legge, mantiene la massima riservatezza sulle notizie e sui dati tecnici acquisiti o comunque comunicati dal Beneficiario al fine di tutelare gli interessi del Beneficiario medesimo.
4. I controlli e le verifiche non sollevano, in ogni caso, il Beneficiario dalla piena ed esclusiva responsabilità della regolare e perfetta esecuzione del progetto.

Articolo 15 *(Audit)*

1. Il MiTur, per ciascuna delle attività ammesse a contributo, verifica il raggiungimento degli obiettivi previsti in sede di progettazione e realizzazione decorsi 365 giorni solari dalla data di effettivo completamento degli stessi e di relativo avvio della gestione delle infrastrutture materiali o immateriali e delle attività realizzate.
2. In caso di mancato raggiungimento degli obiettivi, il progetto è sottoposto a procedura di *audit*, a seguito della quale, in caso di valutazione di incongruità o inadeguatezza degli interventi realizzati rispetto a quelli previsti, il MiTur dispone la revoca del contributo concesso.

Articolo 16 *(Revoca e restituzione del contributo)*

1. Nel caso in cui il Beneficiario incorra in gravi violazioni o negligenze in ordine alle condizioni e norme prescritte dal presente Disciplinare, dalle leggi, regolamenti e disposizioni applicabili, il MiTur dispone la revoca del contributo concesso ai sensi del precedente articolo 4.



2. Il MiTur potrà, altresì, procedere alla revoca del contributo nei seguenti casi:
 - a) irregolarità, frodi, indebiti utilizzi delle risorse, conflitti di interesse e doppio finanziamento pubblico degli interventi e/o progetti previsti nel Progetto finanziato;
 - b) mancato raggiungimento, nei tempi assegnati, del cronoprogramma di realizzazione degli obiettivi;
 - c) qualora il Beneficiario non ottemperi alle disposizioni di cui al precedente articolo 5;
 - d) qualora, a seguito di controlli operati ai sensi dell'articolo 14 ovvero di attivazione di procedimenti giudiziari civili, amministrativi o penali, risultino accertate a carico del Beneficiario irregolarità non emendabili o sanabili nell'attuazione di operazioni finanziate;
 - e) qualora per [...] mesi consecutivi il Beneficiario non presenti alcuna domanda di pagamento e non abbia inviato alcuna comunicazione formale in ordine alle motivazioni del mancato avanzamento della spesa;
 - f) qualora la rendicontazione della spesa non sia conforme a quanto previsto dall'articolo 9 del presente Disciplinare;
 - g) qualora si verifichi un cambio di proprietà del bene immobile o dello spazio del patrimonio valorizzato, ovvero una modifica sostanziale che ne alteri la natura, gli obiettivi o le condizioni di attuazione;
 - h) qualora il Beneficiario rinunci espressamente alla realizzazione del progetto;
 - i) in caso di valutazione di incongruità o inadeguatezza degli interventi realizzati rispetto a quelli previsti con conseguente esito negativo della procedura di *audit*.
3. Il MiTur, nel valutare la revoca del contributo, verifica anche l'eventuale rilascio, da parte del Beneficiario, di dichiarazioni, documenti o elaborati non corrispondenti a quanto riscontrato in sede di controlli.
4. Il contributo concesso può essere oggetto anche di revoca parziale, ovvero ridotto in conseguenza della mancata rendicontazione delle spese o dell'inaffidabilità delle spese rendicontate, ancorché sostenute.
5. Il MiTur, verificata la sussistenza delle condizioni per poter procedere alla revoca totale o parziale del contributo concesso, deve darne formale comunicazione, tramite PEC, al Beneficiario. Entro i 20 giorni successivi dalla comunicazione e sempre tramite PEC, il Beneficiario può formulare le proprie osservazioni dando opportuno riscontro rispetto ai rilievi contestati. In assenza di risposta o in caso di inadeguatezza o insufficienza contenutistica della medesima, il MiTur procede alla revoca dei contributi.
6. Il MiTur, in caso di modifiche delle proposte progettuali non tempestivamente comunicate e non approvate, provvede alla decurtazione delle spese correlate a tali modifiche e, nei casi più gravi, dispone la revoca totale del finanziamento concesso, con conseguente recupero degli importi eventualmente già erogati.
7. Il Beneficiario deve fornire tempestivamente ogni informazione in merito a errori od omissioni che possano dar luogo a riduzione o revoca del finanziamento.



8. Nel caso di revoca parziale o totale, il Beneficiario è tenuto a restituire al MiTur le somme da quest'ultimo già erogate con le modalità da quest'ultimo indicate.
9. In caso di revoca del contributo, il presente Disciplinare si intende risolto di diritto, in tutto o in parte, con gli effetti di cui al provvedimento di revoca.

Articolo 17

(Trattamento dei dati personali e tutela della privacy)

1. Il trattamento dei dati raccolti nell'ambito della procedura di cui all'Avviso Pubblico è effettuato in osservanza della normativa vigente in materia di riservatezza (D.Lgs. n. 196/2003 e s.m.i.), nonché ai sensi della disciplina del Regolamento (UE) 2016/679 (G.D.P.R.) e s.m.i.
2. I dati personali saranno trattati esclusivamente ai fini dello svolgimento della procedura di cui al presente Avviso.

Articolo 18

(Controversie e foro competente)

1. Per tutte le eventuali controversie che dovessero derivare dal presente Disciplinare sarà esclusivamente competente il Foro di Roma.

Articolo 19

(Disposizioni finali)

1. Per quanto non espressamente previsto dal presente Disciplinare, si applicano le disposizioni di cui all'Avviso pubblico e la pertinente normativa vigente.
2. Il presente Disciplinare entra in vigore dalla data di sottoscrizione da entrambe le Parti e sarà vigente per tutta la durata della realizzazione del progetto, ferme restando le previsioni rivenienti dal medesimo Disciplinare e dalla normativa di riferimento che impegnano le Parti anche dopo la conclusione dell'intervento.
3. Il presente Disciplinare è formato su supporto digitale in unico originale e sottoscritto con firma digitale da ciascuna delle parti e può essere modificato o integrato solo per concorde volontà delle stesse e in forma scritta.



Roma, gg mese 2022

Per il Ministero del Turismo

Il Dirigente dell'Ufficio I – *Promozione del
Turismo* della Direzione Generale della
valorizzazione e della promozione turistica

(*Dott.ssa Benedetta Rizzo*)

Firmato digitalmente

Per il Comune di [•], Beneficiario

Il Sindaco

(*Nome e cognome*)

Firmato digitalmente

L'On. PRESIDENTE pone ai voti, a norma di legge, la suestesa proposta di deliberazione che risulta approvata all'unanimità.

Infine la Giunta, in considerazione dell'urgenza di provvedere, dichiara all'unanimità immediatamente eseguibile la presente deliberazione a norma di legge.
(O M I S S I S)

IL PRESIDENTE
R. Gualtieri

IL SEGRETARIO GENERALE
P.P. Mileti

REFERTO DI PUBBLICAZIONE

Si attesta che la presente deliberazione è posta in pubblicazione all'Albo Pretorio on line di Roma Capitale dal 26 agosto 2022 e vi rimarrà per quindici giorni consecutivi fino al 9 settembre 2022.

Lì, 25 agosto 2022

SEGRETARIATO GENERALE
Direzione Giunta e Assemblea Capitolina
p. IL DIRETTORE
F.to: G. Viggiano

CERTIFICATO DI ESECUTIVITA'

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva, ai sensi dell'art. 134, comma 3, del T.U.E.L. approvato con Decreto Legislativo 18 agosto 2000, n.267, per decorrenza dei termini di legge, il 5 settembre 2022

Lì, 12 settembre 2022

SEGRETARIATO GENERALE
Direzione Giunta e Assemblea Capitolina
IL DIRETTORE
F.to: A. Gherardi