

Verbale n. 7 del 16 luglio 2018



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

**DELIBERAZIONE N. 75 : CONVENZIONE CON BRESCIATOURISM PER LA
REALIZZAZIONE DEL PROGETTO "FARE RETE PER IL TURISMO BUSINESS"**

Il Presidente richiama la deliberazione n. 31 del 13 aprile 2017, con la quale questa Camera di Commercio decise i progetti nazionali di approvare i progetti nazionali "Punto Impresa Digitale 4.0" e "Servizi per l'orientamento al lavoro" ed il progetto regionale "Turismo e attrattività", che assicurano introiti aggiuntivi derivanti dall'aumento del 20% del diritto annuale.

Il Presidente ricorda inoltre che nella seduta della Giunta camerale dello scorso 21 maggio, la Presidente dell'Azienda Speciale Pro Brixia aveva manifestato l'intenzione di sottoporre alla Giunta un progetto al fine di ricomprenderlo nei progetti sopra ricordati. Tale progetto, denominato "Fare Rete per il Turismo Business" è finalizzato a promuovere diverse azioni di web marketing, distribuzione di materiale turistico, sincronizzazione e coordinamento degli eventi con i partners del progetto, promozione enogastronomica e artigianale in occasione degli eventi fieristici nazionali ed internazionali e realizzazione di un Infopoint turistico presso i poli fieristici.

Dal progetto si attende l'esito di promuovere il turismo business verso la provincia bresciana, considerata la presenza di due poli fieristici attrattivi e polifunzionali, collocati in una posizione strategica e con ampia disponibilità di parcheggio. La stessa d.ssa Prandini ricorda inoltre che con deliberazione del Consiglio di Amministrazione n. 9 del 3 febbraio 2017, Pro Brixia ha aderito alla Rete FARE, insieme a Bresciatourism e Centro Fiera del Garda, con lo scopo di valorizzare il sistema produttivo del territorio bresciano, promuovere le offerte turistiche e ricettive del territorio bresciano in connessione con gli eventi, nonché il coordinamento dei calendari dei poli fieristici.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

Nell'ambito di questo progetto, l'attività che Bresciatourism può svolgere in coordinamento e ad integrazione della specifica attività di organizzazione e promozione di eventi fieristici e congressuali, di competenza dei partners della rete FARE, è, in particolare, la seguente:

- sviluppare la promozione turistica del mercato MICE, con educational tour per giornalisti di riviste di settore e con azioni su riviste e siti web nazionali ed esteri per illustrare le opportunità di sviluppo del turismo business in provincia di Brescia;
- partecipare a fiere, workshop ed eventi specialistici dedicati al tema, per acquisire contatti e per progettare successive azioni di valorizzazione del territorio bresciano, non esclusi eductour e workshop specifici;
- creare un'apposita sezione "Turismo d'affari" nel proprio sito www.bresciatourism.it, dove elencare i centri fieristici e congressuali della provincia, inclusi gli hotel che ospitano convegni e offrono i relativi servizi; nella sezione sono indicati il numero di posti/convegnisti, le dotazioni tecniche disponibili, informazioni su location, ospitalità, viabilità e altri, dati;
- integrare i siti web dei partners della rete FARE con quelli dei centri fieristici bresciani;
- incrementare la conoscenza da parte di pubblico e imprese delle opportunità logistiche, infrastrutturali, ambientali e turistiche della provincia di Brescia;
- istituire una sinergia fra Bresciatourism e i centri fiera di Brescia e Montichiari per coordinare la comunicazione sulla promozione degli eventi (fiere, congressi ecc.);
- integrare tale comunicazione con specifiche azioni di web marketing e social advertising, ciascuna rivolta a specifici target e con la traduzione dei contenuti in lingua inglese;
- condividere fra i tre partner i contatti di espositori,



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

- aziende ecc, ai fini dell'invio periodico di una Newsletter periodica;
- inviare una Newsletter sia alle aziende e associazioni professionali bresciane (con indicazioni di natura turistica sui principali eventi: Mille miglia, Festival ecc.) sia alle aziende nazionali ed estere (della mailing list di cui sopra) con informazioni su fiere, congressi e altri eventi, anche di carattere culturale e turistico;
 - sviluppare azioni formative e informative nei confronti delle agenzie viaggi bresciane per la costruzione di pacchetti e prodotti turistici strutturati sul turismo business;
 - porre a disposizione degli operatori bresciani materiale turistico in più lingue e materiale di promozione fieristica e congressuale cartacea e digitale, sia per la distribuzione in occasione delle fiere che si svolgono nella nostra provincia, sia in occasione di partecipazione a fiere, workshop ed altri eventi in Italia o all'estero;
 - organizzare un servizio di accoglienza, informazione turistica ed incoming buyers per gli ospiti esteri in particolari occasioni (ad esempio in occasione dell'arrivo dei partecipanti e della punzonatura delle auto della Mille Miglia, nel padiglione della Fiera di Brescia, oppure durante alcune manifestazioni fieristiche rilevanti per il territorio);
 - attività di web marketing e social marketing per la rete Fare;
 - realizzazione di Infopoint turistici, con o senza presidio presso i poli fieristici, mediante l'allestimento di stand informativi durante tutti gli eventi/fiere, con distribuzione di materiale turistico, fieristico e congressuale, e con la proiezione continua di video promozionali, relativi alle bellezze della Provincia di Brescia;
 - sincronizzazione e coordinamento degli eventi con i



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

partner del progetto;

- promozione enogastronomica e artigianale locale: durante iniziative seminariali, per promuovere presso i poli fieristici il settore enogastronomico ed artigiano, oltre alla promozione turistica, fieristica e congressuale, da organizzare congiuntamente ai Consorzi.

Il progetto si svilupperà per il periodo da settembre 2018 fino a settembre 2020, e prevede un costo complessivo di € 443.000,00 + IVA al 22%. Il progetto sarà realizzato da Bresciatourism che si avvarrà della collaborazione dell'Azienda Speciale Pro Brixia e del Centro Fiera di Montichiari come partner operativi.

La ripartizione dei costi per le annualità di svolgimento del progetto è riassunta nella tabella seguente:

	2018	2019	2020	TOTALE
Bresciatourism	€ 129.000,00	€ 193.000,00	€ 121.000,00	€ 443.000,00 (Iva esclusa)

La rendicontazione sarà presentata da Bresciatourism e con questa periodizzazione:

- per le attività del 2018: a consuntivo ed entro il 14 febbraio del 2019;
- per le attività del 2019, a consuntivo e con la seguente scansione: per il primo semestre 2019 entro il 2 agosto 2019 e per il secondo semestre 2019 entro il 7 febbraio 2020;
- per le attività del 2020, a consuntivo e con la seguente scansione: per il periodo 1 gennaio-31 maggio 2020 entro il 3 luglio 2020 e per il periodo 1 giugno-30 settembre 2020, entro il 13 novembre 2020.



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

E' ammessa la compensazione tra le voci di spesa all'interno del singolo anno e complessivamente sui tre anni.

Il Presidente ravvisa come il progetto in esame, che si allega e che forma parte integrante del presente provvedimento, possa rientrare nell'ambito delle iniziative finanziabili con le risorse aggiuntive derivanti dall'aumento del 20% del diritto annuale e, riscontrate le potenzialità del progetto che può costituire un importante volano di sviluppo del turismo d'affari in una provincia particolarmente dinamica come quella di Brescia, propone di aderire al progetto stipulare con Bresciatourism un'apposita convenzione, prevedendo la somma, per il triennio, di € 443.000,00 + iva al 22% quale integrazione per il contributo consortile a favore di Bresciatourism, così suddiviso:

- a) € 129.000,00, + iva al 22%, stanziati sul conto 330004, linea 4 "Azioni ed interventi per la promozione del territorio", punto 3 "Anno 2018", progetto 3 "Convenzione con Bresciatourism per la promozione del Turismo Business", mediante storno di pari importo dal progetto 1 "Turismo attrattività 2018" dei medesimi conto, linea e punto, che prevede sufficiente disponibilità;
- b) € 193.000,00, + iva al 22%, da prevedere nel bilancio di previsione 2019, attingendo le risorse dal progetto "Turismo e attrattività";
- c) € 121.000,00, + iva al 22%, da prevedere nel bilancio di previsione 2020, attingendo le risorse dal progetto "Turismo e attrattività", qualora fosse prorogato, oppure dalle iniziative promozionali

Interviene il dr Gnutti, che rileva come il contenuto del progetto sia fortemente caratterizzato da elementi di marketing, mentre è carente nella definizione di target ed obiettivi, sia rivolti al turismo straniero che a quello nazionale, presentando quindi connotati di



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

autoreferenzialità. Rileva inoltre che Bresciatourism deve svolgere un ruolo di regia delle strategie del territorio bresciano, con una vision generale di sistema, superando la gestione localistica.

Prandini rileva la natura complementare del progetto, focalizzato sul settore fieristico.

Massoletti evidenzia anche l'assenza di azioni specifiche dedicate al sistema del commercio per il turismo straniero.

Il Presidente propone l'approvazione del progetto come linea di indirizzo, con la riserva di integrare e modificare le singole azioni che lo caratterizzano, anche alla luce di un incontro che si terrà tra la Giunta Camerale ed il nuovo Consiglio di Amministrazione, per concordare strategie ed azioni programmatiche.

LA GIUNTA

sentito quanto riferito in premessa dal Presidente e dal Segretario Generale;

ritenuta rilevante l'iniziativa all'interno del sistema economico locale, e ritenuto opportuno stipulare con Bresciatourism una convenzione al fine di garantire lo svolgimento del progetto "Fare Rete per il Turismo Business", come sopra descritto, integrando il contributo consortile a favore della stessa società;

con voti favorevoli unanimi, espressi nelle forme di legge,

d e l i b e r a



**Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura
Brescia**

Giunta camerale

- a) di approvare in linea di massima la convenzione con Bresciatourism, come allegata e parte integrante del presente provvedimento, dando mandato al Presidente per la sua sottoscrizione, con riserva di integrare e modificare le singole azioni che la caratterizzano nel corso della sua esecuzione;
- b) di stanziare, quale integrazione per il contributo consortile a favore di Bresciatourism, i seguenti importi:
- € 157.380,00 (IVA compresa) da vincolare sul conto 330004, linea 4 "Azioni ed interventi per la promozione del territorio", punto 3 "Anno 2018", progetto 3 "Convenzione con Bresciatourism per la promozione del Turismo Business", mediante storno di pari importo dal progetto 1 "Turismo attrattività 2018" dei medesimi conto, linea e punto, che prevede sufficiente disponibilità;
 - € 235.460,00 (IVA compresa) da prevedere nel bilancio di previsione 2019, attingendo le risorse dal progetto "Turismo e attrattività";
 - € 147.620,00 (IVA compresa) da prevedere nel bilancio di previsione 2020, attingendo le risorse dal progetto "Turismo e attrattività", qualora fosse prorogato, oppure dalle iniziative promozionali.

**IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr Massimo Ziletti)**

**IL PRESIDENTE
(Dr Giuseppe Ambrosi)**

**CONVENZIONE CON BRESCIATOURISM PER LO SVOLGIMENTO DEL PROGETTO
"FARE RETE PER IL TURISMO BUSINESS"**

PREMESSO CHE

- la Camera di Commercio di Brescia (di seguito: Camera) promuove e valorizza le iniziative a sostegno dell'imprenditorialità bresciana nel suo complesso;
- Bresciatourism Società consortile a responsabilità limitata (di seguito: Bresciatourism) promuove tutte le iniziative che contribuiscono allo sviluppo del sistema turistico della provincia di Brescia;
- l'articolo 2 lettera d-bis della legge 580/1993, riformato dal decreto legislativo 219 del 25 novembre 2016, ha assegnato alle Camere di Commercio funzioni relative allo sviluppo e alla promozione del turismo, in collaborazione con enti e organismi competenti;
- l'articolo 18 comma 10 della legge 580/1993, riformato dal decreto legislativo 219 del 25 novembre 2016, prevede che per il finanziamento di programmi e progetti presentati dalle Camere di Commercio, condivisi con le Regioni ed aventi per scopo la promozione dello sviluppo economico e l'organizzazione di servizi alle imprese, il Ministero dello Sviluppo Economico, su richiesta di Unioncamere, può autorizzare l'aumento della misura del diritto annuale fino ad un massimo del venti per cento;
- la legge regionale 1 ottobre 2015, n.27 sulle politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo si prefigge, tra l'altro, l'attivazione di politiche volte allo sviluppo della filiera dell'attrattività come sistema integrato nel quale la cooperazione tra soggetti pubblici e privati permette la costruzione di prodotti e servizi turistici innovativi e di qualità e di nuovi investimenti per il territorio;
- con deliberazione della Giunta Camerale n. 31/2017, questa Camera di Commercio ha deciso di aderire ai progetti nazionali di sistema "Punto Impresa Digitale 4.0" e "Servizi per l'orientamento al lavoro", nonché alla proposta progettuale di massima in tema di turismo, formulata da Regione Lombardia, attivando la procedura, prevista dall'art. 18 c.10 della L. n. 580/93 e s.m.i., relativa alla rideterminazione delle tariffe del diritto annuale, vigenti

per l'anno 2017, per il triennio 2017-2019, ai fini della realizzazione dei progetti di cui sopra;

- Bresciatourism ha elaborato il progetto "Fare Rete per il Turismo Business", unitamente ai partners della rete FARE Pro Brixia e Centro Fiera del Garda, che si prefigge lo scopo di valorizzare il sistema produttivo del territorio bresciano, offrire al territorio location per eventi culturali, di spettacolo, musicali, intercettare la domanda di servizi di ricettività scaturenti dagli eventi organizzati, promuovere le offerte turistiche e ricettive del territorio bresciano in connessione con gli eventi, nonché il coordinamento dei calendari dei poli fieristici di Brixia Forum e di Montichiari;
- il progetto "Fare Rete per il Turismo Business" rientra nel progetto regionale sopra citato e quindi fra le attività finanziabili nell'ambito dei progetti di sistema approvati dal MiSE;

TRA

la Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Brescia, con sede in Brescia via Einaudi, 23 - C.F. n. 80013870177 e P. IVA n. 00859790172, in persona del Presidente dott. Giuseppe Ambrosi,

E

Bresciatourism, società consortile a responsabilità limitata, con sede in Brescia, via Einaudi, 23, P.IVA 02403340983, in persona del Presidente

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

Art. 1

1. Al fine di garantire lo svolgimento delle attività ricomprese nel progetto "Fare Rete per il Turismo Business" come individuato nelle premesse, la Camera di Commercio stanzia, quale integrazione del contributo consortile a favore di Bresciatourism, la somma complessiva di € 540.460,00 (IVA inclusa), così suddivisa:
 - € 157.380,00 (IVA inclusa), per l'anno 2018;
 - € 235.460,00 (IVA inclusa), per il 2019;
 - € 147.620,00 (IVA inclusa), per il 2020.

Art. 2

1. Il periodo di realizzazione delle attività previste dal progetto è compreso dal 1° settembre 2018 al 30 settembre 2020.
2. Il progetto sarà realizzato da Bresciatourism, che si avvarrà della collaborazione ed operatività dei partners di rete Azienda Speciale Pro Brixia e Centro Fiera del Garda.
3. Sono ammissibili le spese sostenute nel periodo sopra indicato e riferibili al progetto in argomento.

Art. 3

1. La rendicontazione dei costi del progetto sarà presentata da Bresciatourism a questa Camera di Commercio, secondo la seguente periodizzazione:
 - per le attività del 2018: a consuntivo ed entro il 14 febbraio del 2019;
 - per le attività del 2019, a consuntivo e con la seguente scansione: per il primo semestre 2019 entro il 2 agosto 2019 e per il secondo semestre 2019 entro il 7 febbraio 2020;
 - per le attività del 2020, a consuntivo e con la seguente scansione: per il periodo 1 gennaio-31 maggio 2020 entro il 3 luglio 2020 e per il periodo 1 giugno-30 settembre 2020, entro il 13 novembre 2020.
2. E' ammessa la compensazione tra le voci all'interno del singolo anno e complessivamente sui tre anni.
3. La liquidazione di ogni singola tranche avverrà entro 30 giorni dalla data di presentazione della rendicontazione e della corrispondente fattura.

Art. 4

1. Tutte le controversie derivanti dalla presente convenzione, comprese quelle relative alla sua validità, interpretazione ed esecuzione, saranno preventivamente oggetto di un tentativo di mediazione secondo le disposizioni contenute nel D. Lgs. 28/2010, presso l'Organismo di Mediazione della Camera di Commercio di Brescia.
2. Le parti convengono che l'autorità giudiziaria competente sia il Foro di Brescia.

Art. 5

1. La presente convenzione è valida per il periodo 1.9.2018 - 31.12.2020 e non è rinnovabile.

Art.6

1. La presente Convenzione è soggetta a registrazione solo in caso d'uso, con spese a carico della parte che intende avvalersene.

Brescia,

Letto, confermato e sottoscritto.

BRESCIATOURISM s.c.r.l.

IL PRESIDENTE

CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA
ARTIGIANATO AGRICOLTURA BRESCIA

IL PRESIDENTE
(dr Giuseppe Ambrosi)

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(Dr Giuseppe Ambrosi)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82
"Codice dell'amministrazione digitale"

Brescia e il turismo d'affari

Il progetto in un tweet

Brescia location ideale per il turismo d'affari: fiere, congressi, convegni e servizi in luoghi di grande fascino

Premessa

La crescita dell'economia italiana, seppure lenta e con irrisolti problemi di varia natura, mostra elementi positivi per il turismo d'affari.

A livello nazionale i risultati illustrati in occasione della Bit 2016 dall'Osservatorio Business Travel, della rivista Turismo d'Affari, indicano come i viaggi d'affari delle imprese italiane, in linea con i trend europei, siano costantemente cresciuti dal 2015 ad oggi, raggiungendo nel 2015 la quota di quasi 32 milioni di viaggi.

La spesa per i viaggi d'affari è stata di circa 20 miliardi di euro, con un incremento rispetto agli anni precedenti che riguarda tutti i segmenti, compreso quello dei viaggi intercontinentali.

Il turismo d'affari cresce del 4,5%; è minore quella media del viaggio per affari (incluso il pernottamento) che si ferma al 2%.

Il MICE (acronimo di Meeting, Incentive, Congress and Exhibitions) è un settore condizionato da più variabili: la congiuntura economica generale, le singole crisi d'impresa, il rallentamento delle economie emergenti (in primis, la Cina), i costi dei voli, quelli del carburante, delle spese organizzative e degli hotels. Nonostante costi in crescita, le valutazioni dei travel manager restano comunque positive e si attende anche per questi anni un ulteriore aumento della spesa media tra il 2,5 e il 4,5 %.

Secondo l'Istat, il sistema produttivo italiano si conferma la tendenza verso una crescente internazionalizzazione: il 61,4% dei principali gruppi multinazionali italiani attivi nell'industria e il 52,6% di quelli dei servizi hanno realizzato o progettato investimenti di controllo all'estero; più contenuta, ma sempre in crescita, è la propensione all'investimento estero dei gruppi multinazionali più piccoli, focalizzati su produzione di beni e servizi e localizzati prevalentemente nell'area europea. Tutti questi elementi portano alla necessità di spostamenti, formazione, incontri, promozione e commercializzazione: aspetti direttamente legati al turismo business.

I viaggi d'affari delle imprese italiane crescono grazie all'analogia crescita del mercato interno e di quello europeo: nel 2015 si sono registrate circa 1 milione di trasferte in più sull'anno precedente, arrivando a 31,8 milioni.

L'analisi per motivazione mostra la propensione ai viaggi individuali per incontrare clienti e fornitori (+ 900mila unità rispetto al 2014), mentre si registrano tassi di crescita inferiori in particolare per le riunioni aziendali e la partecipazione a fiere (+1,4% e +1,3%), che indicano chiare difficoltà. Tale situazione può essere interpretata con la maggiore attenzione che le imprese dedicano al ritorno economico delle singole trasferte, spostando il focus dal contenimento dei costi all'aumento dei ricavi: la partecipazione a incontri organizzati da soggetti esterni all'azienda è più onerosa, ma certo più efficace e meno impegnativa della partecipazione (con risorse umane, tecniche e economiche) ad esempio alle fiere.

Il tema delle fiere merita una riflessione. Le trasferte per visitare o partecipare alle fiere perdono costantemente quota di mercato (-15,5% 2015 su 2014) coerentemente con la fase di maturità che sta attraversando il settore sia in Italia che in Europa. Per il futuro gli operatori fieristici si attendono che la maggior parte dei profitti provenga da accordi con altri operatori, dal riposizionamento di alcune manifestazioni su segmenti specialistici e dalla riconversione delle strutture fieristiche in contenitori per altri eventi. A conferma di quanto sopra, la citata ricerca dell'Osservatorio Business Travel indica i viaggi nel segmento "altro" in crescita rispetto a fiere o workshop.

Seppure non siano disponibili dati statistici riferiti al settore fieristico a livello provinciale, per quanto riguarda le fiere si può concordare con il fatto che il turismo business legato a manifestazione come Exa, Metef e altre specialistiche e di valenza internazionale che si svolgevano a Brescia e a Montichiari abbia determinato contraccolpi sul sistema turistico, alberghiero e dei servizi.

Il venir meno di tali manifestazioni ha contribuito a ridurre gli arrivi e le presenze di espositori e visitatori. Questo calo è stato parzialmente recuperato dallo sviluppo del turismo leisure e culturale, grazie alla forte azione promozionale avviata in questi anni da Bresciatourism e da vari altri soggetti come gli enti locali e i consorzi e associazioni di promozione turistica.

Anche il segmento congressuale sta scontando gli effetti della crisi economica: sia la partecipazione che l'organizzazione di convegni all'estero o in altre sedi esterne all'azienda sono fortemente calati. Oggi i corsi di formazione, i convegni, gli incontri, l'ospitalità di fornitori e della rete commerciale si tengono in azienda o in realtà prossime che presentano un rapporto soddisfacente fra costi e servizi posti a disposizione.

I centri congressi bresciani sono sottodimensionati e/o non attrezzati per competere con i confinanti Convention Bureau di Verona e Milano per quanto concerne spazi, dotazioni informatiche, sinergie (fiera, aeroporto, città, rete di infrastrutture), promo-commercializzazione e più in generale nell'appeal.

Molti singoli hotel della nostra provincia ospitano incontri sino a 150-200 persone, ma non esiste una realtà in grado di organizzare, promuovere e ospitare incontri che richiamino grandi numeri di congressisti e dove siano disponibili dotazioni adeguate: ad esempio, alcuni auditorium di Brescia dispongono del solo salone convegni, adatto ad ospitare grandi numeri di congressisti – anche sino a 500 - ma sono privi di sale e salette riunioni di varia dimensione e di servizi relativi (traduzione simultanea ecc).

La difficoltà che incontrano centri come quelli di Sirmione e Darfo Boario Terme, ad esempio, riassumono tutte le criticità sopra citate:

A fronte di esigenze particolari per fiere e convegni in cui è richiesta una particolare dotazione tecnica, numero di posti per partecipanti e spettatori, parcheggi, logistica e altro, la Fiera di Brescia ha soddisfatto le richieste e ospitato grandi eventi; il caso di una vicina concorrente come la città di Milano, tuttavia, è emblematico. Prima meta turistica italiana con 7,7 milioni di presenze e un giro d'affari di circa 5 miliardi, 4^a destinazione a livello europeo e 14^a città più visitata nel mondo: sono le performances turistiche della città, secondo i dati MasterCard - Global Destination Index 2016 (Rapporto Milano Challenger 2017).

Il turismo business è un settore esternamente importante.

Sempre con riferimento a Milano, secondo una ricerca condotta dal portale Trivago i viaggi d'affari pesano per il 46% sul totale, contro il 49% dei pernottamenti per weekend e il 5% delle vere e proprie vacanze. Il 59% dei turisti arriva in città dall'estero. Uno dei fattori di maggiore attrattività del turismo d'affari e fra i parametri principali per decretarne il successo è la possibilità di ospitare eventi di respiro internazionale: Fiera Milano ha una superficie di 405 mila mq ed è fra le aree espositive più grandi al mondo, dietro solo ai colossi tedeschi, a Las Vegas e Barcellona.

Il turista d'affari cerca anzitutto opportunità di business, imprese, lavoro; ma cerca anche servizi, spazi, infrastrutture tecniche, logistiche e informatiche, oltre a location gradevoli e qualificate. Brescia riassume svariate di queste caratteristiche e può presentarsi in modo nuovo su questo mercato.

La Rete di imprese

Al fine di affrontare alcuni dei problemi sopra citati, nel febbraio 2017 i centri fiera di Brescia e Montichiari e Bresciatourism hanno stipulato un Contratto di Rete che si prefigge i seguenti obiettivi strategici:

- sostenere le imprese nei percorsi di promozione e ricerca di nuovi sbocchi di mercato locale, nazionale ed internazionale;
- valorizzare il sistema produttivo del territorio bresciano;
- offrire al territorio location per eventi culturali, di spettacolo, musicali; intercettare la domanda di servizi di ricettività scaturenti dagli eventi organizzati;
- promuovere le offerte turistiche e ricettive del territorio bresciano in connessione con gli eventi;
- condividere il programma degli eventi organizzati ed ospitati da ciascun soggetto aderente alla rete, al fine di evitare sovrapposizioni per eventi del medesimo settore merceologico, con particolare riguardo agli eventi fieristici del calendario in essere.

Per conseguire i predetti obiettivi, gli aderenti si impegnano a:

- gestire le iniziative ed i progetti comuni fra i soggetti aderenti alla rete;
- gestire progetti innovativi avvalendosi anche di finanziamenti pubblici e privati;
- progettare e realizzare iniziative innovative di informazione, formazione e servizi alle imprese;
- progettare e realizzare iniziative di comunicazione coordinata fra i soggetti;
- interpellare gli aderenti per richiedere eventuali offerte per forniture di beni e servizi atti all'organizzazione ed allo svolgimento di eventi e manifestazioni organizzate e/ o ospitate.

Il progetto di promozione

Con il presente progetto Bresciatourism pone a disposizione dei centri Fiera di Brescia e Montichiari, oltre che dei centri congressuali di diversa dimensione operanti in provincia o presenti negli hotel, la propria specializzazione nella promozione turistica.

Bresciatourism è lo strumento per promuovere le migliori location turistiche, fornire assistenza qualificata, informazioni e servizi ai numerosi turisti business che raggiungono (o sono potenzialmente interessati a raggiungere) la città e la provincia per partecipare a convention, fiere, incontri d'affari, visite a stabilimenti, missioni imprenditoriali.

L'attività che Bresciatourism può svolgere nel presente progetto, in coordinamento e ad integrazione della specifica attività di organizzazione e promozione di eventi fieristici e congressuali (che è di competenza degli altri soggetti-partner) è la seguente.

- Sviluppare la promozione turistica del mercato MICE, con educational tour per giornalisti di riviste di settore e con azioni su riviste e siti web nazionali ed esteri per illustrare le opportunità di sviluppo del turismo business in provincia di Brescia;
- partecipare a fiere, workshop ed eventi specialistici dedicati al tema, per acquisire contatti e per progettare successive azioni di valorizzazione del territorio bresciano, non esclusi eductour e workshop specifici;
- creare un'apposita sezione "Turismo d'affari" nel proprio sito www.bresciatourism.it, dove elencare i centri fieristici e congressuali della provincia, inclusi gli hotel che ospitano convegni e offrono i relativi servizi; nella sezione sono indicati il numero di

- posti/convegnisti, le dotazioni tecniche disponibili, informazioni su location, ospitalità, viabilità e altri, dati;
- integrare il proprio sito con quelli dei centri fieristici bresciani, con scambio di link, indicazioni, riferimenti e collegamenti su eventi, congressi, fiere e altre manifestazioni che si svolgono in città e in provincia;
 - incrementare la conoscenza da parte di pubblico e imprese delle opportunità logistiche, infrastrutturali, ambientali e turistiche della provincia di Brescia;
 - elencare nella stessa sezione del sito bresciatourism.it le agenzie viaggi incoming e le associazioni che offrono servizi per il settore (guide turistiche, accompagnatori ecc.);
 - istituire una sinergia fra Bresciatourism e i centri fiera di Brescia e Montichiari per coordinare la comunicazione sulla promozione degli eventi (fiere, congressi ecc.);
 - integrare tale comunicazione con specifiche azioni di web marketing e social advertising, ciascuna rivolta a specifici target e con la traduzione dei contenuti in lingua inglese;
 - condividere fra i tre partner i contatti di espositori, aziende ecc., ai fini dell'invio periodico di una Newsletter periodica;
 - inviare una Newsletter sia alle aziende e associazioni professionali bresciane (con indicazioni di natura turistica sui principali eventi: Mille miglia, Festival ecc.) sia alle aziende nazionali ed estere (della mailing list di cui sopra) con informazioni su fiere, congressi e altri eventi, anche di carattere culturale e turistico;
 - sviluppare azioni formative e informative nei confronti delle agenzie viaggi bresciane per la costruzione di pacchetti e prodotti turistici strutturati sul turismo business, con soluzioni standard e tailor made per espositori, delegazioni e aziende che vengono a Brescia per 1 o più giorni, con le relative proposte che uniscono l'attività lavorativa al tempo libero per visitare un museo, una cantina o vivere esperienze originali e qualificanti.
 - partecipare a incontri nelle aziende bresciane che si svolgono in occasione di visite, eventi, incontri con fornitori o interlocutori italiani ed esteri per illustrare (direttamente con personale di Bresciatourism o con la messa a disposizione di video e brochure) le caratteristiche del territorio; analoga presenza è garantita in occasione di eventi e congressi organizzati dalla Camera di Commercio e dalle associazioni locali di categoria;
 - porre a disposizione degli operatori bresciani materiale turistico in più lingue e materiale di promozione fieristica e congressuale cartacea e digitale, sia per la distribuzione in occasione delle fiere che si svolgono nella nostra provincia, sia in occasione di partecipazione a fiere, workshop ed altri eventi in Italia o all'estero;
 - tale materiale è posto a disposizione anche di CCIAA, Pro Brixia, Brixia Forum e Fiera del Garda, associazioni di categoria e singole aziende; nei confronti di queste ultime si richiederà il concorso delle rispettive associazioni di categoria per l'informazione su tale opportunità;
 - in particolari occasioni Bresciatourism è disponibile a organizzare un servizio di accoglienza, informazione turistica ed incoming buyers per gli ospiti esteri (ad esempio in occasione dell'arrivo dei partecipanti e della punzonatura delle auto della Mille Miglia, nel padiglione della Fiera di Brescia, oppure durante alcune manifestazioni fieristiche rilevanti per il territorio) secondo le condizioni da concordare;
 - attività di web marketing e social marketing per la rete Fare, attraverso la creazione di pagine web dedicate al "Turismo Business" e "Congressuale", nonché tramite l'attività di Social Media Marketing per i partners attualmente sprovvisti, con il compito di gestione e redazione dei testi destinati alla comunicazione Web su tutti i Social Network, Blog ecc., la cura della comunicazione via social, attraverso storytelling, racconti e live interviews, analisi sulle nuove tendenze e le richieste del pubblico, oltre alle statistiche delle visite ai social, per consolidare e ricercare nuovi mercati e/o clienti, aumentando così anche la visibilità degli Sponsor e Partners;
 - realizzazione di Infopoint turistici, con o senza presidio presso i poli fieristici, mediante l'allestimento di stand informativi durante tutti gli eventi/fiere, con distribuzione di

- materiale turistico, fieristico e congressuale, e con la proiezione continua di video promozionali, relativi alle bellezze della Provincia di Brescia;
- sincronizzazione e coordinamento degli eventi con i partner del progetto, mediante la condivisione ed il confronto di tutti gli eventi nella provincia di Brescia e dei calendari fieristici, promuovendo la sincronizzazione tra EducTours e altre iniziative di Incoming (giornalisti, Tour Operator, autori di guide turistiche o delegazioni business o istituzionale) organizzati da Bresciatourism, e gli eventi già calendarizzati e confermati presso Brixia Forum, Fiera di Montichiari o altre location. Saranno inoltre rese disponibili a Bresciatourism le informazioni necessarie all'elaborazione delle proprie progettualità (informazioni su espositori e, nel caso di manifestazioni nazionali e internazionali, sul pubblico atteso; condivisione di elenchi di partner, contatti e espositori);
 - promozione enogastronomica e artigianale locale: saranno proposte alcune iniziative seminari, per promuovere presso i poli fieristici il settore enogastronomico ed artigiano, oltre alla promozione turistica, fieristica e congressuale, da organizzare congiuntamente ai Consorzi; tali eventi potranno essere dedicati separatamente ad una zona della Provincia con i suoi prodotti tipici oppure all'intera Provincia. Saranno individuate anche modalità di collegamento per facilitare la raggiungibilità dei poli fieristici, soprattutto da parte di gruppi, in sinergia con il trasporto pubblico ed in concomitanza con le iniziative pianificate.

Bresciatourism riceverà dai partners della rete FARE le seguenti informazioni:

- L'organizzazione di fiere e convegni;
- Informazioni sulle attività ed eventi congressuali;
- Indicazioni sulle azioni promo-pubblicitarie;
- Informazioni su espositori e, nel caso di manifestazioni nazionali e internazionali, sul pubblico.

Risultati attesi

- Sviluppo della conoscenza delle caratteristiche del territorio bresciano, delle opportunità per le imprese e promozione dell'offerta e dei servizi collegati al turismo d'affari;
- incremento e destagionalizzazione degli arrivi;
- integrazione funzionale e sinergie fra partners fieristici della rete FARE e la promozione turistica;
- stimolo alla nascita di una nuova offerta in tema di turismo business;
- incremento della conoscenza dei poli fieristici e delle iniziative in esso programmate attraverso le azioni promozionali effettuate da Bresciatourism per il turismo congressuale (campagne promozionali, newsletters ecc..., i social media e web marketing, nonché attraverso brochure cartacee promozionali e materiale digitale da distribuire e pubblicare sui siti dei partner della rete FARE);
- coinvolgimento di tutti i settori produttivi, associazioni di categoria e consorzi della provincia di Brescia, tramite realizzazione seminari, eventi e incoming, e conseguente incremento del numero di espositori, visitatori ed eventi congressuali;
- Incremento delle iniziative promosse nell'ambito dei Centro congressuali del territorio e maggiore sinergia con le iniziative culturali e la promozione del territorio;
- Valorizzazione delle sinergie tra eventi fieristici e attività culturali del territorio, con la possibilità di rendere ogni fiera un'esperienza emozionale che non si concluda con la visita ma prosegua idealmente con percorsi turistico-culturali ed enogastronomici rappresentativi del territorio;

- Incremento dell'attività di incoming con un'offerta più integrata, in grado di beneficiare del valore aggiunto costituito dall'offerta turistica e culturale del territorio.

Tempi di sviluppo del progetto

3 anni: da settembre 2018 a settembre 2020

Bilancio economico

Importo totale del progetto **euro 443.000**

	2018	2019	2020
Implementazione siti, links; creazione Newsletter, gestione, invio mail con eventi e manifestazioni; traduzioni, acquisto foto, attività grafico-editoriale; campagna social	38.000	-	-
Ideazione e stampa di brochure turistiche e di turismo congressuale cartacee e digitali in più lingue; campagna promozionale sui media tradizionali	39.000	20.000	10.000
Attività di formazione sul turismo business; incontri con agenzie viaggi; costruzione di pacchetti e prodotti turistici sul turismo business; assistenza e partecipazione a incontri e meeting di imprese/ass categoria Incoming di buyers esteri per fiere business	20.000	35.000	27.000
Organizzazione di visite guidate di giornalisti nazionali ed esteri; eductour per tour operator; organizzazione workshop / convention	10.000	65.000	20.000
Servizio Social Media Marketing	20.000	45.000	45.000
Allestimento Infopoint (monitor LCD; stand e allestimento; display brochure)	2.000	15.000	6.000
Promozione enogastronomica e artigianale locale mediante seminari/incoming (realizzazione di due eventi in concomitanza con eventi fieristici di rilievo)	-	13.000	13.000
Totale	129.000	193.000	121.000
Totale generale	443.000		

Rendicontazione del progetto

La rendicontazione del progetto sarà predisposta da Bresciatourism periodicamente:

- per le attività del 2018, a consuntivo ed entro il 14 febbraio del 2019;
- per le attività del 2019, a consuntivo - per il primo semestre 2019 entro il 2.8.2019 - e per il secondo semestre 2019 entro il 7.2.2020;
- per le attività del 2020, a consuntivo: per il periodo 1.1.2020 - 31.5.2020, entro il 3.7.2020; e per il periodo 1.6.2020 - 30.9.2020 entro il 13.11.2020.

E' ammessa la compensazione tra le voci all'interno del singolo anno e complessivamente sui tre anni.

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dr Massimo Ziletti)

IL PRESIDENTE
(Dr Giuseppe Ambrosi)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82
"Codice dell'amministrazione digitale"