



# COMUNE DI MARTINSICURO

(Provincia di Teramo)

## COPIA DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

Numero 29 Del 12-03-10

**Oggetto:** PIANO MARKETING TURISTICO. COMPARTECIPAZIONE ALLE SPESE DI REALIZZAZIONE.

L'anno duemiladieci il giorno dodici del mese di marzo alle ore 13:30, nella casa Municipale. Convocata dal Sig. Sindaco, si è riunita la Giunta Comunale, con l'intervento dei Signori:

AVV. ABRAMO DI SALVATORE	Sindaco	P
MARCO BRUNO CAPPELLACCI	Assessore	P
ENZO CARBONI	Assessore	P
PATRIZIA CIUFEGNI	Assessore	P
ABRAMO MICOZZI	Assessore	A
MARCELLO MONTI	Assessore	P
FRANCESCO TOMMOLINI	Assessore	P
ALBERTO TUCCINI	Assessore	P

ne risultano presenti n. 7 e assenti n. 1.

Partecipa con funzioni consultive, referenti, di assistenza e verbalizzazione (art. 97, comma 3, lettera a, del D.Lgs. 18 agosto 2000, n.267) il Segretario Generale Dott.ssa Emilia Piro.

Il Sindaco AVV. ABRAMO DI SALVATORE constatato che gli intervenuti sono in numero legale, dichiara aperta la seduta ed invita i convocati a deliberare sull'oggetto sopraindicato.

Soggetta a controllo	N	Soggetta a ratifica	N
Immediatamente eseguibile	S		

## LA GIUNTA COMUNALE

**Premesso che** la Città di Martinsicuro, località turistico – balneare, allo stato attuale, ai fini di un'accoglienza e promozione turistica, pone in essere iniziative che vengono attuate in maniera disorganica rilevandosi naturalmente insufficienti a perseguire obiettivi di duratura promozione e valorizzazione dell'intero territorio;

**Ravvisata, dunque,** la necessità di dotarsi di un idoneo strumento programmatico che metta a punto strategie di medio – lungo termine mirate e circostanziate senza più margini di approssimazione tese al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo locale e di marketing turistico e territoriale;

**Considerato che** il Comune di Martinsicuro intende, a tal fine, sviluppare e promuovere un sistema integrato di risorse e di attori che cooperino per una corretta attuazione di politiche comuni ed efficaci di marketing territoriale e turistico;

**Vista** la nota inoltrata dall'Associazione Operatori Turistici Martinsicuro – Villa Rosa, pervenuta all'Ente in data 05/03/2010, con prot. n. 6461, a mezzo della quale:

- si comunica di aver preso la decisione, a seguito di varie riunioni tenutesi con i componenti del direttivo, di far approntare ad una società, avente adeguata esperienza e professionalità, un piano marketing a finalità turistica mirato alla valorizzazione, organizzazione e promozione delle risorse di unicità e tipicità del territorio;
- si individuano, analiticamente, gli interventi da effettuare a mezzo della medesima programmazione, riferiti a ciascuna fase attuativa del piano avente una durata di anni 3 (2010/2012);
- si riportano, dettagliatamente, i costi da sostenere per procedere alla realizzazione di detto piano che risultano essere i seguenti:  
ANNO 2010 € 12.000,00 (compreso degli oneri previsti per legge)  
attuazione delle fasi da 1 a 4 con consegna del Piano di lavoro  
ANNO 2011 € 6.000,00 (compreso degli oneri previsti per legge)  
piano attuativo: definizione ed assistenza nella realizzazione degli interventi e delle iniziative da porre in essere.  
ANNO 2012 € 6.000,00 (compreso gli oneri previsti per legge)  
piano attuativo: definizione degli interventi con monitoraggio dei risultati conseguiti.
- si chiede all'Ente una compartecipazione alle spese, nella misura minima di almeno il 40%, dilazionata negli anni 2010-2011-2012, per la realizzazione della medesima programmazione;
- si riconosce al Comune un ruolo fondamentale nell'impostazione e nelle fasi del piano nonché la possibilità di disporre, in qualsiasi maniera, a suo insindacabile giudizio;

C.V.S. tuo 9.600€

**Rilevato che** detto piano non è evidentemente limitato ad eventuali iniziative dell'Associazione Operatori Turistici Martinsicuro – Villa Rosa ma rappresenta anche un idoneo strumento per una programmazione della stessa Amministrazione Comunale;

*Ritenuta meritevole di accoglienza, nella sua interezza, l'istanza inoltrata dalla predetta Associazione;*

*Visti i pareri favorevoli espressi dai rispettivi Responsabili di Area, in ordine alla regolarità tecnica e contabile;*

*Visto il Decreto Legislativo n. 267/'2000 e ss.mm.ii.;*

*Con voto unanime reso nelle forme di legge;*

### **DELIBERA**

*per le motivazioni sopra esposte,*

1. *di aderire all'iniziativa che la locale Associazione Operatori Turistici Martinsicuro – Villa Rosa intende intraprendere in ordine alla redazione di un piano marketing dell'intero territorio, come evidenziato nella nota in premessa meglio individuata ed allegata al presente atto;*
2. *di compartecipare alle spese che la stessa Associazione dovrà sostenere, nella misura del 40%, dilazionata negli anni 2010/2012, come di seguito indicato:*
  - Anno 2010 € 4.800,00*
  - Anno 2011 € 2.400,00*
  - Anno 2012 € 2,400,00*
3. *di erogare tali somme all'Associazione, ad avvenuta consegna degli elaborati, per ciascuno degli anni di riferimento (2010 – 2011 – 2012) ed ad avvenuta esibizione delle relative fatture debitamente quietanzate;*
4. *di stabilire, altresì, che:*
  - quanto disposto è subordinato alla partecipazione attiva dei rappresentanti dell'ente a tutte le riunioni sia di impostazione del lavoro che in tutte le successive fasi di sviluppo dello strumento;*
  - il piano dovrà essere avviato entro e non oltre 30 giorni dalla trasmissione all'Associazione della presente deliberazione e dovrà, puntualmente, rispettare le scadenze di esecuzione in premessa meglio individuate;*
  - gli elaborati redatti dovranno portare la seguente dicitura "Città di Martinsicuro Assessorato al turismo – Associazione Operatori Turistici Martinsicuro – Villa Rosa;*
  - l'Amministrazione Comunale potrà disporre, a lavoro concluso, del "piano marketing" per qualsiasi utilizzo ed a sua insindacabile discrezione;*
5. *di prenotare la spesa di € 4.800,00 sul cap. 2320/10 del bilancio 2010, in fase di predisposizione, e di € 2.400,00 sul medesimo capitolo dei rispettivi bilanci di previsione 2011 e 2012.*

Successivamente,

**LA GIUNTA COMUNALE**

Stante l'urgenza,

**DELIBERA**

Di rendere il presente atto immediatamente eseguibile ai sensi del 4° comma dell'art. 134 del D.Lgs. 267/00

## Art. 49 del D.Lgs. n. 267/2000 – PARERI

PARERE: IN ORDINE ALLA REGOLARITA' CONTAB.

Il Responsabile del servizio interessato  
F.to Dr. Giuseppina Sanseverinati

PARERE: IN ORDINE ALLA REGOLARITA' TECNICA

Il Responsabile del servizio interessato  
F.to CICHETTI GIOVANNA



*2009*

## Martinsicuro 04/03/2010

A seguito di varie riunioni tenutesi con i componenti del Direttivo, l'Associazione Operatori Turistici ha preso atto della sopraggiunta necessità di avvalersi, ormai, di un piano marketing turistico territoriale che metta a punto strategie di medio – lungo termine mirate e circostanziate senza più margini di approssimazione. *perché mai?*

La realizzazione di un piano marketing a finalità turistica mirato alla valorizzazione, organizzazione e promozione delle risorse di unicità e tipicità del territorio diventa indispensabile per coordinare la situazione turistica esistente, per conoscere con certezza le forze e i mezzi su cui poter contare, per far fronte alle esigenze di un turismo sempre più consapevole ed attento.

Si è, quindi, concordato di far approntare all'uopo, ad una società, avente adeguata esperienza e professionalità, una programmazione mirata avente l'obiettivo di valorizzare, organizzare e promuovere le risorse, le peculiarità e le tipicità del territorio di Martinsicuro, attraverso una serie di azioni ed interventi, in termini di analisi, progettazioni, proposte e comunicazioni che forniscano una panoramica esaustiva delle caratteristiche, delle opportunità e delle potenzialità della località.

Il piano della durata di anni 3 (2010 – 2012) propone una serie di interventi riferiti a ciascuna fase attuativa e così sintetizzati:

*giusto uopo' di chi decidevo →*

### - **Fase 1: STUDIO DEL TERRITORIO.**

#### **Intervento 1.1 – analisi statica**

In questa prima fase di studio vengono raccolte informazioni e dati dettagliati strutturati in schede per delineare la “fotografia” del territorio, con elementi riguardanti: ambiente, demografia, istruzione e formazione, occupazione, economia, sistema infrastrutturale, cultura e storia, eventi e manifestazioni, tradizioni e feste popolari, enogastronomia

Inoltre viene svolta un'accurata analisi sul turismo ed, in particolare: caratteristiche e tendenze, segmenti turistici, statistiche di settore, mercati di provenienza, offerta territoriale, associazioni di settore.

L'analisi viene integrata con fonti geografiche, storiche e statistiche.

#### **Intervento 1.2 – analisi dinamica**

Tale analisi è il completamento dello studio del territorio e dell'indagine svolta precedentemente poiché integra la documentazione ed il reperimento di dati con delle indagini sul campo, finalizzate a fornire una “fotografia dinamica” di esso, in cui interagiscono strutture pubbliche e private, persone e servizi.

A tale scopo verranno effettuati:

1. audit agli opinion leader, al fine di ottenere un'immagine “sul campo” ed un riscontro concreto e reale della situazione oggetto di analisi.



**martintour**

L'obiettivo è far emergere la propensione a cooperare per un programma di promozione comune ed opportunamente concertato, in sinergia tra soggetti pubblici e privati.

2. sopralluoghi per formulare primordiali ipotesi di intervento;

3. interviste ai turisti attraverso questionari ad hoc da somministrare presso alberghi e strutture ricettive. La finalità è conoscere la tipologia del turista, la sua composizione familiare, le modalità di prenotazione, la scelta della struttura ricettiva, il criterio di scelta e la motivazione della scelta della destinazione.

### **Intervento 1.3 – valutazione coerenza con analisi di altri strumenti di programmazione**

Tutti gli strumenti di programmazione territoriale locale sono corredati di significative analisi in materia di identificazione dei principali fattori competitivi del territorio. Tale intervento consente di valutare gli esiti delle analisi già svolte e la coerenza con quanto emerso negli interventi 1.1 ed 1.2.

## **Fase 2: IDENTIFICAZIONE ORIENTAMENTO DI SVILUPPO.**

### **Intervento 2.1 – Analisi punti di forza, punti di debolezza, opportunità, criticità.**

La metodologia di indagine si sostanzia in una precisa e puntuale analisi del territorio attraverso cui è possibile evidenziare i punti di forza e di debolezza al fine di far emergere le opportunità e le criticità che derivano dal contesto esterno cui sono esposte le specifiche realtà settoriali.

### **Intervento 2.2 – Valutazione coerenza con analisi strategiche di altri strumenti di programmazione locale**

L'attività consisterà nella ricognizione, analisi e classificazione di quanto già esistente in materia di analisi dei punti di forza e debolezza del territorio. L'obiettivo è organizzare e standardizzare tutte le informazioni.

### **Intervento 2.3 – Definizione scenari di sviluppo**

Il possesso degli esiti sulle analisi consentirà di orientarsi verso proiezioni strategiche di sviluppo del territorio, successivamente discusse e verificate.

## **Fase 3: CONDIVISIONE CON GLI ATTORI DEL TERRITORIO.**

(foru, workshop...)

La comunicazione allargata, il dialogo partecipato e la conversazione sociale, l'ascolto e l'interpretazione positiva dei bisogni individuali e collettivi caratterizzano questa nuova fase di attività. Dai processi di pianificazione che scaturiranno, si cercherà il protagonismo degli attori sociali e portatori d'interesse, inseguendo un livello più elevato di efficacia operativa.

L'intera fase si fonda sul coinvolgimento attivo dei cittadini, ovvero rappresentanti delle istituzioni e della società civile, portatori di interessi diffusi sul territorio e protagonisti della vita sociale della città, attraverso tecniche di animazione territoriale e di interazione costruttiva, ossia metodi che aiutano i partecipanti ad interloquire tra di loro ed a produrre conclusioni interessanti, il tutto seguendo sempre una logica di tipo concertativo.

### **Intervento 3.1 realizzazione workshop**

Derivanti dal rapporto intermedio che identifica gli scenari e le traiettorie da seguire, si realizzeranno due workshop.



**martintour**

Associazione di Promozione Turistica

I workshop saranno condotti da uno specifico team di facilitazione, prevedendo l'elaborazione di visioni future e l'elaborazione di idee.

### **Interventi 3.2 – sensibilizzazione**

Si tratta di educare i bambini ed i ragazzi del territorio a valutare, prendere coscienza e vivere a Martinsicuro come una cittadina turistica, sviluppando così pensieri ed atteggiamenti di accoglienza ed ospitalità.

L'azione di sensibilizzazione verrà effettuata animando un campione di scuole ed, in particolare,:

- le scuole dell'infanzia: si prevede di far realizzare alle scolaresche disegni e citazioni aventi come tema "Martinsicuro cittadella del turismo";

le scuole di primo e secondo grado: si prevede di coinvolgere gli alunni nelle vesti di piccoli intervistatori/giornalisti nell'ambito di due workshop di cui all'intervento 3.1;

## **– Fase 4: REDAZIONE DEL PIANO DI VALORIZZAZIONE E SVILUPPO.**

### **Intervento 4.1- stesura del documento triennale**

In questa fase è prevista la redazione del piano di valorizzazione e sviluppo, derivante dalle analisi precedenti, dalle visioni future e dalle idee progettuali emerse durante le precedenti azioni di interazione costruttiva "condivisione con gli attori del territorio"

Il documento finale permetterà, attraverso un processo strutturato, di definire la pianificazione strategica a medio – lungo termine del territorio comunale.

### **Intervento 4.2 – Convegno di lancio**

E' il primo momento istituzionale di lancio del territorio e del piano. L'evento, localizzato in un sito suggestivo, riunisce soggetti pubblici e privati, tutta la comunità e gli operatori per promuovere lo sviluppo territoriale e turistico di Martinsicuro.

La predisposizione di questo piano marketing turistico, analiticamente descritto comporta una spesa pari ad €. 24.000,00 comprensiva degli oneri previsti per legge, da corrispondere nel triennio 2010-2012, nella maniera che segue:

ANNO 2010 €.12.000,00 (compreso gli oneri previsti per legge)

Attuazione delle fasi da 1 a 4 con consegna del Piano di lavoro.

ANNO 2011 €. 6.000,00 (compreso gli oneri previsti per legge)

Piano attuativo: definizione ed assistenza nella realizzazione degli interventi e delle iniziative da porre in essere.

ANNO 2012 €.6.000,00 (compreso gli oneri previsti per legge)

Piano attuativo: definizione degli interventi con monitoraggio dei risultati conseguiti.

Considerato che l'onere si appalesa rilevante per questa Associazione e rilevato che detto piano non è evidentemente limitato ad eventuali iniziative della nostra Categoria ma rappresenta anche un idoneo strumento per una programmazione della stessa Amministrazione Comunale, si chiede la

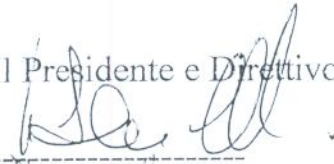

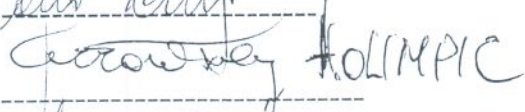
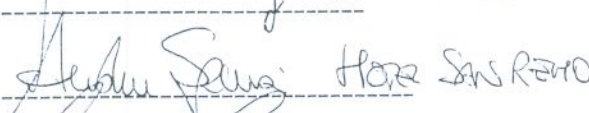


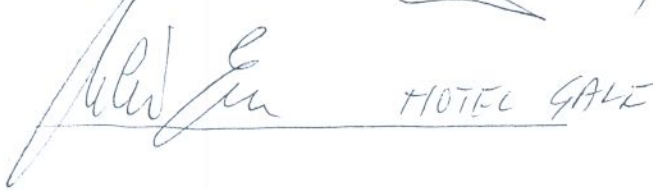
compartecipazione alla spesa nella misura minima di almeno il 40%, dilazionata negli anni 2010 - 2011 e 2012, come sopra indicato.


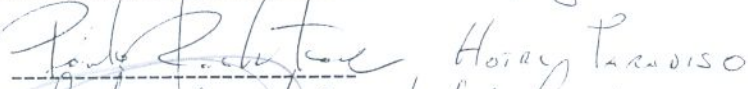


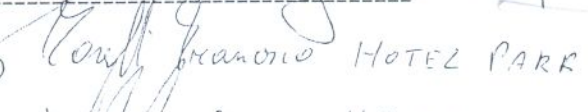
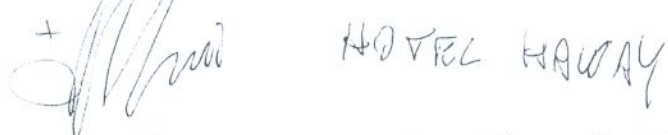


Naturalmente, in caso di adesione, al Comune è, senz'altro, riconosciuto un ruolo fondamentale nell'impostazione e nelle fasi attuative del piano di cui, a lavoro concluso, potrà disporre in qualsiasi maniera a suo insindacabile discrezione.

Distinti saluti

Il Presidente e Direttivo

Associati

  
-----  
  
-----  
 HOLIMPIC  
-----  
 HOTEL SAN RENO  
-----  
 HOTEL LA VILLA  
-----  
 HOTEL HOLIDAY  
-----  
 HOTEL GALE

 Di Notelle France Camping ADRIATICO  
-----  
 Hotel Paradiso  
-----  
 Hotel Pao  
-----  
 Camping Riva Nuova  
-----  
 HOTEL PARK  
-----  
 HOTEL HAWAY  
-----  
 HOTEL FALCO AZZURRO  
-----  
Francesca Lenzi H. BEWEDERE  
-----  
Lucrezia C. H. NEVADA  
-----  
 VILLA CONSORTI

A JCS

Di identificare responsabile del procedimento relativo al presente atto  
Il \ la Sig. CICHETTI GIOVANNA (Capo II della Legge 7 agosto 1990, n. 241).

Letto, approvato e sottoscritto.

Il Presidente  
F.to AVV. ABRAMO DI SALVATORE

Segretario Generale  
F.to Dott.ssa Emilia Piro

Il sottoscritto, visti gli atti d'ufficio;

**ATTESTA**

16 MAR 2010

che la presente deliberazione:

è stata affissa all'Albo Pretorio Comunale il giorno \_\_\_\_\_ per rimanervi quindici  
giorni consecutivi, (Art. 124, comma 1 D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267).

16 MAR 2010

è stata comunicata con elenco n. 7101 in data \_\_\_\_\_ ai  
capigruppo consiliari (Art. 125, D.Lgs. 18 agosto 2000, n. 267);

Martinsicuro, li 16 MAR 2010

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Dott.ssa Emilia Piro

E' copia conforme all'originale.

Martinsicuro, li 16 MAR 2010



IL SEGRETARIO GENERALE  
Dott.ssa Emilia Piro

Il sottoscritto, visti gli atti d'ufficio;

**ATTESTA**

che la presente deliberazione

E' divenuta esecutiva il 12-03-2010;

○ Decorsi 10 giorni dalla pubblicazione (art. 134, comma 3, D.Lgs. 267/2000);

Ha acquistato efficacia, il giorno \_\_\_\_\_, avendo il Consiglio confermato l'atto  
con deliberazione n. \_\_\_\_\_, in data \_\_\_\_\_ (art. 127, comma 2, D.Lgs. 267/2000)

E' stata affissa all'Albo Pretorio comunale, come prescritto dall'art. 124, comma 1°,  
D.Lgs. 267/2000 per quindici giorni consecutivi dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

Martinsicuro, li 16 MAR 2010

IL SEGRETARIO GENERALE  
F.to Dott.ssa Emilia Piro