

**DIREZIONE REGIONALE**  
**SVILUPPO DEL TURISMO, POLITICHE CULTURALI**

**Principi Guida per la promozione di Progetti di Sviluppo per Destinazione e Prodotti Turistici Regionali e la costituzione e il riconoscimento dei Sistemi Turistici Locali**

Il Componente alla Giunta  
preposto al ramo Turismo  
**Avv. Mauro Di Dalmazio**

Il Direttore Regionale  
**Avv. Gian Luca Caruso**

## RELAZIONE

La Legge quadro sul turismo n. 135/2001 di “Riforma della Legislazione nazionale del turismo”, abrogata dall’art. 3 del D.Lgs. n. 79 del 23/05/2011 recante il “Codice della normativa statale in tema di ordinamento e mercato del turismo”, ha previsto agli artt. 5 e 6 la costituzione e il finanziamento dei cd. “Sistemi Turistici Locali (STL)” e il riconoscimento regionale degli stessi, per rispondere a esigenze di riorganizzazione economica e territoriale e per concorrere allo sviluppo o alla valorizzazione turistica delle risorse locali.

Con L. R. n. 17 del 17 Maggio 2004 la Regione Abruzzo ha recepito nell’Ordinamento regionale i principi contenuti nell’art. 5 della Legge quadro sul turismo n. 135/2001 relativo ai cd. “Sistemi Turistici Locali”, differendo ad un momento successivo l’adozione di linee di indirizzo per una compiuta disciplina della materia.

Nell’anno 2005 sono state adottate, anche alla luce delle modifiche del Titolo V della Costituzione, apposite linee di indirizzo contenenti le modalità e le procedure per il riconoscimento regionale dei STL, con l’obiettivo di internazionalizzare il sistema di offerta regionale attraverso un nuovo modello basato sul principio di aggregazione e integrazione fra le risorse attrattive primarie e non di un territorio (naturali, umane, artificiali, infrastrutturali, ecc.).

Ogni tentativo effettuato ad oggi per la creazione di sistemi turistici locali, non ha però dato alcun risultato, in parte, per le sovrapposizioni e interferenze fra i soggetti pubblici e privati che a vario titolo svolgono attività programmatiche, di sviluppo e promozionalizzazione del settore turismo, in parte, a causa di penalizzanti individualismi e localismi fra coloro che gestiscono i progetti di sviluppo del territorio, in parte, per carenza di un soggetto unico coordinatore di strategie unitarie ed omogenee.

Il fallimento dei Sistemi Turistici Locali, in verità, è imputabile in gran misura alla mancanza di pianificazione di adeguate politiche turistiche di riconversione dell’offerta turistica verso nuove forme organizzative competitive e agli schemi organizzativi finora adottati. I predetti schemi vanno rivisitati attribuendo, nell’ambito di un progetto territoriale/tematico, un ruolo propulsore alla componente privata rispetto a quella pubblica nella realizzazione di strategie e azioni comuni orientate alla costituzione di sistemi turistici locali attraverso una consolidata rete di relazioni tra soggetti operanti sul territorio.

Per i predetti motivi la Regione Abruzzo è stata costretta a un ripensamento che ha condotto alla revisione della disciplina degli strumenti e modalità di sviluppo e gestione dell’offerta turistica con la previsione di figure innovative da attivare nel sistema territoriale come programmato nelle Linee di sviluppo del Turismo 2010-2012, e all’inevitabile revoca delle linee di indirizzo in essere.

Il turismo regionale per decollare ha bisogno di “fare rete” e di creare destinazioni e prodotti turistici integrati, che attraverso **innovative capacità progettuali** e nuove

**visioni sistemiche e trasversali del settore** aggregino uniformemente le diverse attrattive esistenti nel territorio.

La Regione Abruzzo in base alla relativa **programmazione unitaria regionale** nonché all'evoluzione delle esigenze territoriali, ritiene fondamentale dettare **Principi Guida** che disciplinino l'incentivazione dello sviluppo del sistema turistico regionale attraverso proposte progettuali di esperti e qualificate professionalità con specifiche modalità in grado di creare e innovare l'offerta turistica regionale e la costituzione e il riconoscimento dei Sistemi Turistici Locali.

La **“destinazione Abruzzo”** potrà così dotarsi di organismi di sistema con una significativa componente imprenditoriale, che conosca analiticamente lo spazio territoriale in cui agisce, i relativi fattori di attrattiva e che abbia la capacità di creare un'offerta che valorizzi le risorse del medesimo in maniera integrata, implementando processi strutturali e organizzativi tali da attrarre segmenti definiti della domanda per la soddisfazione dei turisti ospitati.

Tali organismi orientati alla valorizzazione della **“destinazione”** e alla costruzione del **“prodotto”** rappresentano l'inevitabile passaggio per la costituzione di un **Sistema Turistico Locale** che si configura come un solido e permanente Partenariato pubblico-privato.

**La sfida** che si vuole lanciare è quella di **stimolare l'imprenditoria locale in modo da trasformarla in protagonista del sistema** attraverso la promozione di progetti di sviluppo turistici per destinazione e prodotti condivisi col territorio e con le istituzioni, onde realizzare:

- *il raccordo intersettoriale regionale;*
- *la competitività turistica nei mercati mediante politiche e strumenti unitari di innovazione e internazionalizzazione;*
- *la migliore accessibilità a tutte le opportunità economiche-finanziarie.*

I Principi Guida sostituiscono integralmente le precedenti linee di indirizzo sui Sistemi Turistici Locali e, in coerenza con l'attuale programmazione unitaria regionale e con gli obiettivi dell'Assessorato, perseguono le seguenti finalità:

- Valorizzare le **vocazioni specifiche** del territorio preservando l'ambiente naturale ed antropico;
- creare e sviluppare **modelli organizzativi di governance territoriale/regionale e progettualità manageriale** indirizzati alla valorizzazione sia delle “destinazioni” che delle “linee di prodotto” turistiche regionali, incentivando le caratterizzazioni e diversificazioni territoriali nel più ampio contesto dell'offerta turistica regionale, identificativa della “marca Abruzzo”;
- razionalizzare le risorse disponibili supportando attività e interventi esclusivamente riconducibili e connessi a **“Progetti di Sviluppo Turistico di Destinazione”** e a **“Progetti di Sviluppo Turistico di Prodotto”**;
- sostenere il ruolo e le attività delle imprese operanti nel settore turistico e nei settori collegati, secondo una **logica di filiera**, con particolare riguardo alle piccole e medie imprese, favorendo tra loro processi di integrazione e aggregazione al fine di accrescerne la competitività;

- favorire la **destagionalizzazione** dei flussi turistici;
- migliorare **l'accessibilità e la fruibilità della destinazione**, delle risorse e servizi nonché la mobilità fra le medesime;
- accrescere **la professionalità degli operatori turistici** e migliorare la cultura dell'ospitalità, la qualità dell'accoglienza e dell'informazione turistica;
- riqualificare le imprese turistiche, attraverso l'adozione di **forme innovative di processo e di prodotto** e la creazione di marchi di qualità;
- realizzare la **"multilevel governance"** secondo il principio europeo di sussidiarietà che la Comunità Europea considera uno strumento imprescindibile per il rilancio della politica turistica, reputando la cooperazione un elemento necessario, non solo a livello locale, ma soprattutto a livello europeo, nazionale, regionale, pubblico e privato.

Tale processo fortemente innovativo può concretizzarsi solo mediante la creazione di un **network** che aggrega ed integri gli interessi e le risorse di una specifica area regionale contraddistinta dall'omogeneità di attrattive materiali e immateriali turistico-culturali, ambientali, sociali, economiche, con lo scopo finale di rendere coerente e armonica l'attività di tutti gli attori pubblici e privati coinvolti nel sistema turistico regionale.

Elemento decisivo indispensabile a favorire un razionale utilizzo delle risorse e delle competenze e professionalità di un territorio è quello **partenariale** che si basa sulla iniziativa e responsabilizzazione di istituzioni, di privati, di forze economiche e sociali di una specifica area omogenea e che costituisce la **metodologia propria della programmazione e della realizzazione di un nuovo sviluppo**.

**Art. 1**  
**(Finalità)**

1. La Regione Abruzzo, per aumentare la competitività del territorio e attivare innovative forme di governance turistica, favorisce processi di aggregazione programmatica, progettuale e operativa tra attori pubblici e privati coinvolti nel sistema regionale, mediante strategie integrate di crescita e consolidamento del settore turistico.
2. Per il perseguimento delle finalità di cui al comma 1, l'Assessorato al Turismo, d'intesa con gli organismi operanti nel territorio regionale, pianifica interventi e attività che valorizzano e diversificano le destinazioni e i prodotti turistici regionali.

**Art. 2**  
**(Destination Management Company)**

1. La Destination Management Company, di seguito denominata DMC, è un'organismo territoriale di elevata professionalità progettuale che elabora e gestisce lo sviluppo turistico riferito ad una o più destinazioni attraverso la partecipazione e il sostegno economico-finanziario degli attori interessati.
2. Essa si costituisce, sotto forma di società consortile senza scopo di lucro, fra operatori pubblici e/o privati attivi nella creazione, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica di destinazione ed opera in coerenza e raccordo con la programmazione di sviluppo del turismo regionale. I soggetti pubblici eventualmente partecipanti alla DMC sono ammessi solo se produttori o erogatori di servizi oppure se parti integranti della produzione di offerta turistica.
3. La DMC è specializzata nella progettazione, realizzazione e gestione di attività, interventi e servizi per turisti, consumatori ed utenti, anche di tipo innovativo, nell'ambito di una specifica destinazione turistica abruzzese.
4. Le DMC ottimizzano l'utilizzo e l'accessibilità di risorse, servizi ricettivi e complementari, consumi delle produzioni locali. Esse attivano e gestiscono servizi alle imprese dell'offerta turistica e ai turisti e piattaforme locali di servizi in connessione con quelle regionali.
5. La DMC, sia che attui un progetto di sviluppo di destinazione turistica, sia che operi come soggetto beneficiario, mandatario, gestore o esecutore per conto della Regione o di altri soggetti terzi, deve possedere adeguata autonomia ed affidabilità economico-finanziaria, professionale e strutturale per garantire una efficace gestione delle operazioni connesse a interventi e servizi per gli operatori e i turisti.
6. La Destination Management Company non ha natura di ente pubblico.

**Art. 3**  
**(Product Management Company)**

1. La Product Management Company, di seguito denominata PMC, è un'organismo regionale di elevata professionalità progettuale che elabora e gestisce lo sviluppo turistico riferito ad uno o più prodotti regionali attraverso la partecipazione e il sostegno economico-finanziario degli attori interessati.
2. Essa si costituisce, sotto forma di società consortile senza scopo di lucro, fra operatori pubblici e/o privati attivi nella creazione, promozione e commercializzazione dell'offerta turistica per linee di prodotto, per temi e contenuti e opera in coerenza e raccordo con la programmazione di sviluppo del turismo regionale. I soggetti pubblici eventualmente partecipanti alla PMC sono ammessi solo se produttori o erogatori di servizi oppure se parti integranti della produzione di offerta turistica.

3. La PMC è specializzata nella progettazione, realizzazione e gestione di attività, interventi e servizi per turisti, consumatori ed utenti, anche di tipo innovativo, nell'ambito di una specifica linea di prodotto turistico.
4. Le PMC ottimizzano l'utilizzo e l'accessibilità di risorse, servizi ricettivi e complementari, consumi delle produzioni locali. Esse attivano e gestiscono servizi alle imprese dell'offerta turistica e ai turisti e piattaforme locali di servizi in connessione con quelle regionali.
5. La PMC, sia che attui un progetto di sviluppo di linea di prodotto turistico, sia che operi come soggetto beneficiario, mandatario, gestore o esecutore per conto della Regione o di altri soggetti terzi, deve possedere adeguata autonomia ed affidabilità economico-finanziaria, professionale e strutturale per garantire una efficace gestione delle operazioni connesse a interventi e servizi per gli operatori e i turisti.
6. La Product Management Company non ha natura di ente pubblico.

#### **Art. 4**

##### **(Avvio Destination Management Company e Product Management Company)**

1. Le DMC e le PMC, in seguito ad avviso pubblico emanato dalla Giunta Regionale – Settore Turismo, si costituiscono e candidano la proposta progettuale di sviluppo per destinazione e/o prodotto.
2. Le Destination Management Company, in linea con la programmazione locale e regionale, elaborano e predispongono progetti di sviluppo per la destinazione di durata almeno triennale.
3. Le Product Management Company, in coerenza con la programmazione regionale e con i prodotti turistici resi fruibili dalle DMC, elaborano e predispongono progetti di sviluppo per la linea di prodotto di relativa competenza di durata almeno triennale.
4. Le DMC e le PMC possono chiedere l'assegnazione di ulteriori risorse finanziarie per attività connesse ad altri progetti esecutivi coerenti con la strategia di sviluppo turistico regionale di durata pluriennale.

#### **Art. 5**

##### **(Finalità dei Progetti di sviluppo)**

1. I Progetti di Sviluppo per destinazione e prodotto predisposti e attuati dalle Destination Management Company e Product Management Company perseguono le seguenti finalità:
  - a) sostenere attività e processi di aggregazione e integrazione fra le imprese turistiche;
  - b) attuare interventi intersettoriali e infrastrutturali necessari alla qualificazione dell'offerta turistica e alla accoglienza e riqualificazione territoriale;
  - c) sostenere la qualificazione delle imprese turistiche incentivando le certificazioni di qualità, ambientali e di club di prodotto, l'innovazione tecnologica, l'adeguamento alla normativa di sicurezza e alle esigenze dei diversamente abili, lo sviluppo di marchi di qualità;
  - d) sviluppare offerte turistiche competitive specializzate per mercati, target e periodi con l'inserimento delle stesse nelle proposte a "marchio territoriali" della destinazione (prodotti DMC) e in quelle per linee di prodotto tematiche o per target;
  - e) avviare e gestire i servizi per le imprese e i turisti, gli utenti e i consumatori attraverso l'attivazione di reti territoriali, tematiche o di obiettivi condivisi dagli operatori della rete onde assolvere a funzioni di informazione turistica, booking, e-commerce, presidio dei social media e migliorare il sistema regionale di informazione e accoglienza al turista.

## **Art. 6**

### **(Requisiti minimi dei progetti di sviluppo delle DMC e delle PMC)**

1. I progetti di sviluppo per destinazione e linee di prodotto turistici regionali candidati dalle DMC e dalle PMC in seguito ad appositi avvisi pubblici emanati dalla Giunta Regionale, devono essere caratterizzati almeno dai seguenti requisiti:
  - a) caratteristiche del proponente in termini di:
    - significatività dei soggetti aggregati : numero dei soggetti pubblici e dei privati consorziati DMC;
    - specializzazione professionale nei servizi ricettivi, complementari e negli altri servizi o prodotti connessi all'offerta turistica che si intende realizzare;
    - precedenti esperienze dirette e indirette;
  - b) sede e caratteristiche delle strutture e attrezzature di cui il proponente dispone per l'attuazione del progetto di sviluppo candidato a finanziamento;
  - c) caratteristiche e professionalità della struttura operativa del proponente: organigramma funzionale e risorse umane disponibili per la realizzazione del progetto di sviluppo.

## **Art. 7**

### **(Sistemi Turistici Locali)**

1. Il Sistema Turistico Locale, di seguito denominato STL, è l'ambito territoriale che comprende una o più destinazioni in favore del quale le Destination Management Company e un numero significativo di soggetti pubblici e di eventuali altri organismi intervengono per lo sviluppo dell'offerta turistica.
2. Esso rappresenta un contesto turistico omogeneo caratterizzato dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali, di prodotti tipici dell'agricoltura, dell'artigianato locale, dell'enogastronomia, di altre attrazioni turistiche e della presenza diffusa di imprese turistiche, singole e associate.
3. Il Sistema Turistico Locale per essere avviato deve essere costituito da almeno:
  - due Destination Management Company (DMC);
  - la metà dei soggetti pubblici presenti all'interno dell'ambito territoriale individuato secondo quanto previsto nel successivo art. 8;
  - l'Ente Provincia competente territorialmente;Sono ammesse eventuali successive adesioni da parte di Product Management Company e di altri soggetti pubblici e/o privati.
4. Il Sistema Turistico Locale svolge attività di raccordo programmatico delle DMC e delle PMC e concorre alla definizione delle linee di sviluppo turistico locale in sinergia e concerto con gli indirizzi regionali. In qualità di referente regionale dell'ambito territoriale di competenza, il STL partecipa ai tavoli della programmazione turistica regionale mediante soggetti appositamente delegati.

## **Art. 8**

### **(Estensione territoriale del Sistema Turistico Locale)**

1. Gli ambiti territoriali dei Sistemi Turistici Locali, oggetto di strategia unitaria di sviluppo regionale, sono individuati con riferimento alle otto aree omogenee dell'Aquila, Chieti, Pescara, Teramo, Lanciano, Sulmona, Vasto e Avezzano identificati dai Documenti di Programmazione Regionale.
2. L'Assessorato al Turismo per garantire una costante coerenza con la programmazione unitaria regionale, con le mutate esigenze territoriali, nonché l'integrazione territoriale-settoriale delle destinazioni e prodotti turistici con i circuiti tematici e reti di eccellenza regionali, interregionali e/o sovraregionali, si riserva la facoltà di variare l'estensione territoriale del STL.

**Art. 9**  
**(Costituzione dei Sistemi Turistici Locali)**

1. Il Sistema Turistico Locale si costituisce mediante intesa sottoscritta dai soggetti promotori nel rispetto della normativa vigente, attraverso la forma organizzativa ritenuta più idonea in base alle peculiari condizioni locali.
2. I soggetti pubblici aderenti a un STL non possono far parte di un altro STL ad eccezione degli Enti territoriali sovracomunali.
3. Elementi essenziali per la costituzione sono:
  - la presentazione di un'idea progettuale che definisca l'ambito territoriale, le relative risorse, i servizi e prodotti turistici, le attività e le specifiche competenze maturate dai Partner in materia di sviluppo turistico territoriale;
  - l'adesione dei soggetti di cui all'art. 7, comma 3 con individuazione del soggetto pubblico capofila che assolve alla funzione di referente dell'ambito territoriale;
  - intesa sottoscritta da tutti i soggetti aderenti nella quale sono specificati la forma aggregativa scelta, i ruoli, le funzioni, le competenze, le responsabilità e le limitazioni dei Partner aderenti e costituenti il STL;
  - Agenda Strategica quinquennale di programmazione e pianificazione turistica dell'ambito territoriale interessato sottoscritta dai soggetti aderenti.

**Art. 10**  
**(Riconoscimento regionale del STL)**

1. Il Sistema Turistico Locale può presentare istanza per l'ottenimento del riconoscimento regionale mediante modulo predisposto dalla Direzione Regionale competente in materia di Turismo.
2. All'istanza formale di riconoscimento del STL da inviare alla Struttura della Direzione Turismo competente in materia, deve essere allegato dossier di candidatura contenente:
  - intesa sottoscritta da tutti i soggetti promotori del Sistema Turistico Locale con indicazione del soggetto pubblico capofila e dei relativi riferimenti;
  - copia del regolamento del STL approvato e sottoscritto da tutti i Partner;
  - Agenda Strategica quinquennale di programmazione e pianificazione turistica dell'ambito territoriale interessato;
  - indicazione delle DMC con relativi riferimenti;
  - indicazione delle PMC e di altri soggetti pubblici e/o privati con relativi riferimenti;
  - indicazione delle modalità organizzative e di funzionamento del STL;
3. La struttura di cui al comma 2 nel corso dell'istruttoria per la valutazione di ammissibilità a riconoscimento regionale del STL richiedente, può esigere chiarimenti ed effettuare integrazioni ai documenti presentati, formulare proposte migliorative ed eseguire eventuali prescrizioni.
4. Conclusa la valutazione nei sessanta giorni successivi alla data di presentazione dell'istanza di riconoscimento, viene inviata relazione conclusiva dei lavori sulla medesima all'Assessore al Turismo, che in caso di accoglimento della domanda, trasmette alla Giunta Regionale la proposta di riconoscimento del Sistema Turistico Locale. Il rigetto dell'istanza di riconoscimento viene comunicata al richiedente.
5. La Giunta regionale riconosce il STL con atto deliberativo e ne dispone la relativa pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione Abruzzo.

**Art. 11**  
**(Revoca riconoscimento STL)**

1. La Giunta Regionale, su proposta dell'Assessore al Turismo, può revocare il riconoscimento concesso al Sistema Turistico Locale per:

- a) perdita dei requisiti costitutivi;
- b) mancato raggiungimento degli obiettivi di programmazione e pianificazione previsti nell'Agenda Strategica;
- c) inattività per un tempo eccedente i 12 mesi;
- d) accertata irregolarità nel funzionamento e nella gestione;
- e) svolgimento di attività difformi da quelle prefigurate.

#### **Art. 12**

##### **(Monitoraggio degli STL, delle DMC e PMC e delle relative attività)**

1. La Direzione competente per il settore Turismo svolge, di iniziativa e con cadenza ciclica, attività di monitoraggio sui Sistemi Turistici Locali, sulle Destination Management Company, sulle Product Management Company e relativi interventi e attività degli stessi nelle modalità che ritiene più opportune.