

## PROGRAMMA OPERATIVO ANNUALE 2024

Un punto fondamentale è il riconoscimento da parte del turista di un territorio autentico, conservato perfettamente, con una serie di peculiarità culturali, naturalistiche, enogastronomiche che possono assegnargli un ruolo da protagonista.

Il principale punto di debolezza, il fatto che sia stato un territorio chiuso e difficilmente raggiungibile, oggi è un punto di forza evidente: non solo si è salvaguardato l'ambiente e le tradizioni, ma si è sviluppata una filosofia vincente per la qualità della vita e per il benessere che ha proprio il valore di stare bene ed apprezzare tutte le eccellenze che si hanno a disposizione.

Le Marche possono scegliere i turisti e hanno l'occasione di poter indirizzare l'attività promozionale nei confronti di target ben evidenziati che apprezzino particolarmente queste caratteristiche.

In una stagione turistica che non ha brillato su tutto il territorio nazionale, le Marche hanno perso l'1% in termini assoluti segnando un + 8% rispetto ai turisti stranieri, segno che l'attività dell'ATIM ha cominciato a produrre gli effetti voluti.

Si è attivata una conoscenza capillare della destinazione sul mercato domestico e nei mercati stranieri di riferimento: Paesi Dach, Olanda, Francia, Inghilterra, Polonia, Scandinavia, attraverso il brand unico Let's Marche, declinato in inglese, ma visivamente legato a "Le Marche", proprio a sottolineare la pluralità nell'unicità dell'azione promozionale.

L'attività si è concentrata a livello nazionale su Roma per arrivare nel 2024 a Milano ed a Napoli, le altre due città interessate dai voli di continuità.

La percentuale di fondi da utilizzare nel 2024 sarà per il 70% investita su iniziative da realizzarsi sui mercati internazionali e su territorio nazionale e solo il 30% su iniziative di valorizzazione del territorio da tenersi nelle Marche.

La copertura finanziaria è assicurata dagli stanziamenti previsti in proprio favore dal Bilancio regionale per il 2024 unitamente alle somme disponibili residue dalla gestione 2023.

### AZIONI DA SVOLGERE

- ✓ Azione continua di affermazione del brand Let's Marche in tutti i mercati, in tutte le manifestazioni ed eventi, nelle fiere del turismo e dell'internazionalizzazione, amplificando l'effetto già ottenuto nel secondo semestre del 2023.
- ✓ Partecipazione alle principali fiere nazionali ed internazionali del turismo
- ✓ Valorizzazione del ruolo delle Marche per il Grande Giubileo ed i legami con Roma.
- ✓ Attuare il progetto "Turismo delle Radici" con particolare riferimento ad eventi esteri.
- ✓ Campagne di comunicazione ed advertising.

## MERCATI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI

Due Focus: particolare rilievo sarà dato a due mercati estremamente importanti e fondamentali per la crescita economica e turistica della regione: l'Arabia Saudita e gli Stati Uniti, in particolare il Texas.

Verranno organizzate due missioni di sistema, la prima in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia ed il testimonial delle Marche Roberto Mancini, la seconda con la Camera di Commercio Italiana, con la quale durante gli "Stati Generali dell'Internazionalizzazione" è stato firmato un protocollo d'intesa particolarmente favorevole per le aziende marchigiane.

Altri eventi promozionali saranno organizzati a Londra, Parigi, Vienna, Stoccolma, Dubai sia per rafforzare la presenza dei voli verso l'aeroporto di Ancona, sia per porre le migliori condizioni al fine di aumentare rotte e destinazioni, lavorando con gli operatori del settore anche favorendo la nascita di voli charter.

Relativamente al finanziamento di eventi nel territorio regionale verranno finanziati solo quelli che hanno una chiara rilevanza ed un richiamo internazionali, consolidati nel tempo, organizzati da unioni di Comuni, che prevedono campagne di comunicazione e promozione rivolte ai mercati nazionale ed internazionali.

## EVENTI PROMOZIONALI

- ✓ "Casa Marche" a Roma ed a Milano, servirà per promuovere il territorio attraverso l'enogastronomia e la manifattura.
- ✓ Partecipazione come partner al CSIO di Roma, attraverso la fornitura esclusiva dei vini marchigiani al villaggio VIP.
- ✓ Sponsorizzazione di almeno una tappa del tour mondiale dell'Amerigo Vespucci concordando il tutto con Difesa Servizi.
- ✓ MarchediWine, evento di promozione delle cantine marchigiane.
- ✓ MarcheTINGinROME, evento di promozione delle cantine marchigiane a Roma.
- ✓ Eventi sportivi di respiro internazionale da realizzarsi nelle Marche, tra i quali:
  - Open di Golf per disabili al Conero Golf Club
  - Marina Militare Nastro Rosa Tour
  - Gare ciclistiche di valenza internazionale
- ✓ Partecipazioni ad eventi sportivi internazionali fuori dal territorio marchigiano (Internazionali d'Italia di tennis e Olimpiadi Parigi)
- ✓ Realizzare in collaborazione con il Ministero della Cultura la mostra "Dalle Marche a Roma" legami spirituali e materiali attraverso Papi e personaggi illustri.
- ✓ Marche Wedding Experience: campagna promozionale della destinazione Marche come destinazione ideale per i matrimoni.

- ✓ Attività di promozione territoriale per la tratta di ferrovia storica Ancona – Fabriano – Pergola e collaborazione con la Fondazione Ferrovie per ulteriori treni storici da indirizzare verso la Destinazione Marche

## **FIERE DEL TURISMO INTERNAZIONALI ED IN ITALIA**

Riaffermare l'orgoglio di essere una regione protagonista attraverso la partecipazione alle principali fiere del turismo, per testimoniare che la destinazione Marche può competere con quelle più blasonate, investendo nel settore del business, del congressuale e del lusso, accendendo un interesse su luoghi autentici che hanno fatto della qualità della vita e della difesa del bello, un biglietto da visita vincente.

### **FIERE CON ENIT**

1. VAKANTIEBEURS – Utrecht 11 – 14 gennaio 2024
2. FITUR – Madrid 24 – 28 gennaio 2024
3. F.R.E.E. Monaco 14 – 18 febbraio 2024
4. ITB – Berlino 5 – 7 marzo 2024
5. ATM Dubai 6 – 9 maggio 2024
6. FIT – Buenos Aires 28 settembre – 1° ottobre 2024
7. WTM – Londra 5 – 7 novembre 2024

### **FIERE MICE 2024**

8. IMEX - Francoforte 14 – 16 maggio 2024
9. IMEX - America Las Vegas 7 – 8 ottobre 2024
10. IBTM WORLD – Barcellona 19 – 21 novembre 2024

### **FIERE LUSO 2024**

11. ILTM NORTH AMERICA – Baha Mar Bahamas 23 – 26 settembre 2024

### **FIERE NON ORGANIZZATE DA ENIT**

12. TT Varsavia 23 – 25 novembre 2024

### **FIERE IN COLLABORAZIONE CON AUTORITA' PORTUALE DI ANCONA**

13. SEA TRADE CRUISE – Miami 8 – 11 aprile 2024
14. SEA TRADE MED – Malaga 11 – 12 settembre 2024

### **FIERE ITALIA**

15. BIT Milano 4 - 6 febbraio 2024
16. BMT Napoli 14 – 16 marzo 2024

17. Salone del Camper Parma 14 – 22 settembre 2024

18. TTG Rimini 9 – 11 ottobre 2024

19. BMTA Paestum 31 ottobre – 3 novembre 2024

Verranno anche realizzati eventi di animazione dello stand e di degustazioni di prodotti tipici affidati al Firmamento Stellato, con i sei chef stellati delle Marche ed a primarie strutture dell'enogastronomia marchigiana.

## **WORKSHOP**

Verranno organizzati workshop nei mercati internazionali di riferimento nei quali verranno contestualmente organizzate campagne di comunicazione nelle metro, nelle affissioni, negli aeroporti per far conoscere la destinazione Marche.

Francia, Germania, Gran Bretagna, Austria, Scandinavia ed Emirati Arabi saranno i mercati target del 2024:

- ✓ Dubai ATM Special Edition: 6 maggio 2024
- ✓ ITW Stoccolma: 24 settembre 2024
- ✓ ITW Monaco di Baviera: 3 dicembre 2024
- ✓ ACE – Art Cities Exchange Roma: metà novembre 2024

## **ROADSHOW**

Si prevede inoltre la partecipazione ai Roadshow per la promozione delle Marche, previsti nell'ambito del progetto ETC San Marino, i quali si terranno in:

- ✓ Giappone nel mese di giugno (data da definire);
- ✓ Arabia Saudita nel mese di ottobre (data da definire);
- ✓ Stati Uniti (Miami) nel mese di novembre (data da definire).

## **EDUCATIONAL TOUR**

Predisposizione strumenti di supporto ed organizzazione.

## **PRESS TOUR**

Predisposizione strumenti di supporto ed organizzazione.

## ATTIVITA' PROMOZIONALE TURISMO

Promozione brand unico  
Marche: Let's Marche

Identità e valorizzazione  
territoriale

Cabina di regia  
Promozione

Mercati di riferimento  
Paesi DACH + Gran Bretagna  
Polonia  
Francia  
Spagna  
Scandinavia  
Arabia Saudita  
Stati Uniti  
Dubai

TOT. € 8.550.000,00

## AZIONI PROMOZIONALI

€ 1.500.000,00

### Fiere Nazionali ed internazionali

1. VAKANTIEBEURS – Utrecht 11 – 14 gennaio 2024
2. FITUR – Madrid 24 – 28 gennaio 2024
3. F.R.E.E. Monaco 14 – 18 febbraio 2024
4. ITB – Berlino 5 – 7 marzo 2024
5. ATM Dubai 6 – 9 maggio 2024
6. FIT – Buenos Aires 28 settembre – 1° ottobre 2024
7. WTM – Londra 5 – 7 novembre 2024
8. IMEX - Francoforte 14 – 16 maggio 2024
9. IMEX - America Las Vegas 7 – 8 ottobre 2024
10. IBTM WORLD – Barcellona 19 – 21 novembre 2024
11. ILM NORTH AMERICA – Baha Mar Bahamas 23 – 26 settembre 2024
12. TT Varsavia 23 – 25 novembre 2024
13. SEA TRADE CRUISE – Miami 8 – 11 aprile 2024
14. SEA TRADE MED – Malaga 11 – 12 settembre 2024
15. BIT Milano 4 - 6 febbraio 2024
16. BMT Napoli 14 – 16 marzo 2024
17. Salone del Camper Parma 14 – 22 settembre 2024
18. TTG Rimini 9 – 11 ottobre 2024
19. BMTA Paestum 31 ottobre – 3 novembre 2024

€ 2.200.000,00

### Eventi promozionali nazionali ed internazionali

Eventi promozionali esteri e nazionali:

Arabia Saudita  
Stati Uniti  
Paesi DACH  
Scandinavia  
Gran Bretagna  
Francia  
Roma  
Milano  
Dubai

TOT. € 1.000.000,00

Eventi sportivi nazionali di attrazione turistica e promozione degli eventi di eccellenza sul territorio con forte valenza turistica

TOT. € 500.000,00

Attività di promozione territoriale per la tratta di ferrovia storica Ancona – Fabriano – Pergola e collaborazione con la Fondazione Ferrovie per ulteriori treni storici

TOT. € 250.000,00

Stati Generali del Turismo e Stati Generali dell'internazionalizzazione delle Marche

TOT. € 50.000,00

Iniziative promozionali per il Grande Giubileo 2025 e Mostra dalle Marche a Roma

TOT. € 400.000,00

€ 650.000,00

### Azioni Promozionali

Paesi Dach  
Francia  
Scandinavia  
Gran Bretagna  
TOT. € 300.000,00

Azioni di co-marketing con tour operator stranieri  
TOT. € 200.000,00

Marche Wedding Experience  
TOT. € 150.000,00

## AZIONI PROMOZIONALI

€ 2.250.000,00

**Campagne di comunicazione e advertising**

**Campagna testimonial Marche e social Marche**

TOT. € 400.000,00

**Piano Media**

TOT. € 1.450.000,00

**Stampa materiale promozionale e gadget**

TOT. € 200.000,00

**Azioni di digitalizzazione del turismo e azioni di promozione digitale**

TOT. € 200.000,00

€ 1.400.000,00

**Campagne di comunicazione digitale su vettori internazionali**

€ 150.000,00

**Progetto interregionale VIAGGIO ITALIANO – attività di promozione turismo outdoor e digital marketing**

€ 400.000,00

**Campagna di comunicazione e promozione intermodale porto e aeroporto, servizi di accoglienza turistica e pubblicità**

## INTERNAZIONALIZZAZIONE

In ossequio a quanto previsto dall'art. 1 bis della Legge Regionale 30 del 2008, l'ATIM svolge per conto della Regione le attività di cui all'art. 1, con esclusione della lettera g del comma 2; relativamente a queste ultime svolge quelle legate all'aggiornamento e specializzazione degli operatori sulle tematiche connesse alla competitività internazionale dell'impresa.

Le attività, frutto di un confronto con l'Assessorato, si basano sullo storico, sulla collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche e con l'ICE.

L'ATIM sarà impegnata ad assicurare la promozione unitaria delle attività di internazionalizzazione, anche attraverso l'utilizzo del brand unico Let's Marche, coordinando la comunicazione nei mercati internazionali anche attraverso una stretta collaborazione con la Camera di Commercio e l'ICE, fornendo il massimo supporto organizzativo e promozionale.

ATIM continuerà a basare la sua azione sul concetto di contaminazione, attuando forme di promozione unitarie tra turismo e manifattura, promozione enogastronomica e della moda, utilizzando il brand unico Let's Marche nei mercati internazionali con maggiore forza, attivando sempre maggiori ricadute sull'immagine complessiva del territorio e per la conoscenza della destinazione Marche.

Attenzione particolare sarà data alla collaborazione con le Ambasciate d'Italia nei mercati di riferimento e con le sedi estere dell'ICE e dell'ENIT, con il MIPAF nell'azione comune per il supporto alla candidatura della cucina italiana a patrimonio UNESCO.

Continuerà la grande collaborazione con aeroporto e porto, dove ATIM continuerà ad ospitare l'aeroporto nelle principali fiere del settore del turismo, mentre si prevede l'organizzazione, con l'autorità portuale, del Sea Trade Cruise di Miami e del Sea Trade Med di Malaga.

Sarà dato spazio a mercati nuovi quali l'Arabia Saudita, Emirati Arabi e gli Stati Uniti, in particolare il Texas, attraverso missioni di sistema in collaborazione con le Ambasciate d'Italia e le Camere di Commercio Italiane e l'apertura di spazi commerciali ad hoc e di rappresentanza per le imprese marchigiane anche attraverso Temporary Outlet e iniziative promozionali mirate.

Chiaramente si attuerà una grande interconnessione fra turismo, internazionalizzazione, promozione del territorio e delle sue eccellenze.

Vi saranno connessioni con le attività di valorizzazione e promozione realizzate dalla direzione agricoltura nell'ambito delle funzioni ad essa attribuite.

Si pensa di contrarre le fiere al fine di utilizzare le economie finalizzandole all'organizzazione di eventi mirati con la presenza di aziende particolarmente significative e rappresentative dello spirito marchigiano.



## FIERE INTERNAZIONALIZZAZIONE

### SETTORE MODA

1. Seek a Berlino 16 – 17 gennaio 2024
2. Who's Next a Parigi 20 – 22 gennaio 2024
3. Italian Fashion Days in Korea a Seoul 31 gennaio – 2 febbraio 2024\*
4. Chicago Collective a Chicago 3 – 6 febbraio 2024
5. Moda Italia & Shoes from Italy a Tokyo 6 – 8 febbraio 2024\*
6. La Moda Italiana Toronto a Toronto 13 – 14 febbraio 2024\*
7. La Moda Italiana Almaty a Almaty 28 febbraio – 1° marzo 2024\*
8. Premiere Classe a Parigi 1 – 4 marzo 2024\*
9. Tranoi a Parigi 29 febbraio – 3 marzo 2024\*
10. Moda Italia & Shoes from Italy a Tokyo 9 – 11 luglio 2024
11. Italian Fashion Days in Korea a Seoul 16 – 18 luglio 2024
12. Who's Next a Parigi 8 – 10 settembre 2024
13. Premiere Classe a Parigi 27 – 30 settembre 2024
14. Tranoi a Parigi 26 – 29 settembre 2024
15. La Moda Italiana Almaty a Almaty 2 – 5 ottobre 2024

### SETTORE ORAFO

16. Watch & Jewellery a Sharjah 31 gennaio – 4 febbraio 2024
17. Jewellery Arabia a Manama (Bahrain) novembre 2024

### SETTORE LUSO

18. Cannes Yacht Festival 10 – 15 settembre 2024

### SETTORE FOOD

19. Fine#Wine Tourism MarketPlace Valladolid 13 – 14 marzo 2024
20. Seafood Expo Global Barcellona 23 – 25 aprile 2024
21. Summer Fancy Food Show New York 23 – 25 giugno 2024
22. Fiera Conexemar a Vigo 1- 3 ottobre 2024

### SETTORE ARTIGIANATO

23. Artigiano In Fiera Milano 30 novembre - 8 dicembre 2024

Verranno realizzati, inoltre,

- ✓ Un evento durante la settimana della moda di Milano a settembre (evento Moda Marche Fashion Week);

- ✓ un evento all'interno del progetto Sibillini (Progetto Trailrunning Monte Vettore);
- ✓ progetto USA per la promozione di calzature/pelletteria;
- ✓ una serie di eventi che avranno come comun denominatore il benessere in tutte le sue declinazioni;
- ✓ un evento dedicato al settore della nautica di valorizzazione e promozione del cluster con stampa internazionale e stakeholder.

Verrà poi dato risalto alla candidatura della cucina italiana a patrimonio UNESCO in collaborazione con il MASAF e le associazioni di categoria. Verrà garantita la connessione con le attività di valorizzazione e promozione realizzate dalla Direzione Agricoltura nell'ambito delle funzioni ad essa attribuite, compatibili con la strategia dell'ATIM.

Il budget previsto per l'internazionalizzazione è di € 1.000.000.

L'intuizione vincente di un'unica agenzia del turismo e dell'internazionalizzazione, rafforza l'immagine complessiva delle Marche, definendo in modo incontrovertibile il ruolo di un territorio protagonista per storia, tradizioni, prodotti, eccellenze, qualità della vita, benessere.

L'azione promozionale e di valorizzazione del territorio, sotto l'unico brand Let's Marche, sarà indirizzata verso la conquista dei mercati internazionali facendo massa critica e attuando una concreta contaminazione fra tutti i settori e le aziende ottenendo una massiccia comunicazione della destinazione marche.