

## □ Interrogazione n. 403

*presentata in data 10 aprile 2017*

a iniziativa del Consigliere Giorgini

**“Campagna comunicativa di rilancio turistico post-sisma effettuata dalla Regione Marche”.**

a risposta orale urgente

Premesso che:

I recenti eventi sismici iniziati in data 24 agosto hanno interessato diversi comuni della Regione Marche;

A causa dell'azione ridondante dei mass media degli eventi riferiti al terremoto si è avuto un danno d'immagine soprattutto in alcune province della Regione Marche, in particolare Ascoli Piceno, Fermo e Macerata. Infatti, la stampa con la nomina delle aree terremotate, citavano spesso queste province, lasciando intendere ad un lettore poco attento che la totalità di questo territorio fosse stato danneggiato gravemente dal sisma;

Tale danno d'immagine ha provocato un calo notevole e forte della presenza turistica delle suddette province che sicuramente avrà un impatto negativo anche nei prossimi anni;

Tale riduzione comporterà un danno economico alle diverse attività produttive che gravitano intorno al turismo e di conseguenza si avrà un impoverimento economico sulle tre province suddette.

Considerato che:

I vari decreti leggi convertiti in legge ad oggetto “Nuovi interventi urgenti in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici” nel riconoscere tale problematica hanno deliberato e finanziato alcune iniziative utili ed importanti per sopperire a tale danno d'immagine;

La camera di commercio di Monza e Brianza ha valutato i danni economici per il turismo in 170 milioni di euro e circa 8000 posti di lavoro in meno in un anno e su questo ancora la Regione Marche non ha avanzato alcun tipo di piano per il rilancio turistico degno di nota.

L'attività di promozione turistica messa in atto dalla Regione Marche per far fronte al forte crollo turistico, è stata realizzata con Spot pubblicitari nelle trasmissioni televisive RAI, sia su Radiorai che su Rai Uno ed ha comportato un costo a carico del bilancio regionale di circa 690 mila euro drenati dai fondi POR FESR. Tale piano di rilancio promozionale risulta alquanto approssimativo, non pianificato e mirato e addirittura utilizza vecchio materiale di archivio prodotto in un contesto decisamente diverso da quello attuale e realizzato con obiettivi di marketing decisamente diversi rispetto a quelli che servirebbero.

La Giunta regionale ha infatti predisposto attraverso la Delibera n. 20 del 23/01/2017 di impegnare € 346.000,00 destinati dalla Legge 229 del 15/12/2016 “Interventi urgenti per il territorio della Regione Marche in favore delle popolazioni colpite dagli eventi sismici del 2016” per l'acquisizione di spazi pubblicitari sui canali della televisione di stato RAI 1 RAI 2 RAI 3 e RAINNEWS 24, sui canali Radio RAI (RAI 1, RAI 2, RAI 3) e spazi pubblicitari sulla rete Mediaset, Canale 5, durante la trasmissione del concerto di capodanno a Civitanova Marche. Gli spot in questione riguardavano quasi unicamente le località costiere non interessate dagli eventi sismici e sono stati finanziati con fondi da dedicare alle popolazioni colpite dal sisma;

Sono comparsi articoli di giornale (<https://picchionews.it/politica/mail-choc-dell-ufficio-del-turismo-della-regione-marche-visitate-le-bellezze-del-nord-della-regione-lontano-dalle-zone-terremotate>) dove si evince che l'Ufficio Turismo e Commercio della Regione Marche ha inviato la seguente e-mail: "Gentilissimi, come sapete le Marche stanno vivendo, a seguito del sisma di agosto e ottobre, un periodo di sofferenza per le ferite portate alle famiglie, alle case, alle nostre montagne e all'immenso patrimonio culturale della nostra regione. Crediamo tuttavia che il modo migliore per aiutare le Marche sia visitarle e cogliere le occasioni che gli eventi in corso in questo periodo, come le grandi mostre di Osimo, Loreto, Senigallia, Ancona e Urbino e i mercatini natalizi dei borghi storici e città d'arte della provincia di Pesaro-Urbino- tutti i territori lontani dai luoghi del sisma- sanno offrire. Vi alleghiamo pertanto il calendario degli eventi di Natale e vi invitiamo a diffonderlo", sponsorizzando di fatto la parte Nord delle Marche e non la parte Sud dove, ricordiamo, ci sono comuni come Ascoli Piceno, Macerata, Fermo, Civitanova Marche, Porto S. Giorgio, S. Benedetto del Tronto, Tolentino, Fabriano, ecc. che non hanno subito gravi danni dal punto di vista materiale, ma che di fatto stanno subendo i danni più pesanti rispetto la parte nord delle Marche in termini di presenza turistiche;

I soldi stanziati riguardanti il rilancio turistico del territorio colpito dal sisma, dovrebbero essere destinati soprattutto a quelle aree colpite dal terremoto che hanno subito i maggiori danni in termini di immagine per colpa di una comunicazione mediatica improvvisata, imprecisa e poco rispettosa di quei territori.

## INTERROGA

Il Presidente della Giunta Regionale per sapere:

1. Se risulta corrispondere al vero che l'amministrazione regionale ha inviato per mezzo dei propri uffici tale e-mail, chi sono i responsabili di tale decisione e quali sono i motivi che hanno portato ad inviare tale e-mail e se, eventualmente, ritiene di adottare azioni nei loro confronti vista la più completa mancanza di rispetto soprattutto verso quei cittadini e quelle attività produttive che ruotano intorno al turismo e che stanno subendo i danni diretti e indiretti maggiori dovuti dal sisma;
2. Se sono state inviate altre e-mail del genere e se altre sono in programmazione di essere inviate;
3. Come la Regione Marche sta rendendo partecipi le amministrazioni locali delle aree più colpite dal sisma in termini di rilancio turistico a seguito dell'evento sismico;
4. Se, e come sono stati attivati tavoli di lavoro per la definizione di un piano urgente e specifico di rilancio turistico dei territori provinciali maggiormente colpiti da sisma,
5. In virtù di quali analisi specifiche e dettagliate sono state decise le attività di rilancio turistico fino ad ora eseguite, compresi anche gli spazi pubblicitari acquistati sui canali della televisione di stato RAI 1 RAI 2 RAI 3 e RAINews 24, sui canali Radio RAI (RAI 1, RAI 2, RAI 3) e sui canali della rete Mediaset;
6. Se risulta in essere un monitoraggio di tale piano turistico di rilancio e quali risultati sta producendo;
7. Quali eventuali ulteriori misure specifiche e urgenti intende adottare l'Amministrazione regionale affinché venga attuato immediatamente un effettivo rilancio turistico delle aree colpite dal Sisma che di fatto sembrano non aver ricevuto alcun beneficio dalla promozione turistica regionale attuale.