

LEGGE REGIONALE 16 GENNAIO 2002, N. 2 - ART. 54 COMMA 1

Incentivi alle agenzie di viaggio e turismo per la vendita di pacchetti turistici in Italia e all'estero

FONTI NORMATIVE

L.R. 16/01/2002, n.2

S.S. B.U.R. 18/01/02, n. 1

DPRReg. 26/10/05, n. 0372/Pres.

B.U.R. 9/11/05, n. 45

BENEFICIARI

Le agenzie di viaggio e di turismo con sede operativa nel territorio regionale e rientranti nella definizione comunitaria di micro, piccola e media impresa che vendano pacchetti turistici in Italia e all'estero.

Per pacchetto turistico s'intendono:

i viaggi, le vacanze ed i circuiti «tutto compreso» venduti od offerti in vendita ad un prezzo forfettario, con durata superiore alle ventiquattro ore, ovvero con durata comprendente almeno una notte, e risultanti dalla combinazione di almeno due degli elementi di seguito indicati:

a) trasporto;

b) alloggio;

c) servizi turistici non accessori al trasporto o all'alloggio che costituiscano parte significativa del pacchetto turistico, tra i quali itinerari e visite guidati, escursioni e servizi, ivi compresa la presenza di accompagnatori e guide turistiche e ambientali escursionistiche.

Ai fini dell'ammissibilità dell'iniziativa a contributo, il contratto di vendita del pacchetto turistico deve avere la forma ed il contenuto di cui agli articoli 6 e 7 del decreto legislativo 17 marzo 1995, n. 111 (Attuazione della Direttiva 9/314/CEE concernente i viaggi, le vacanze e i circuiti «tutto compreso»).

INIZIATIVE e SPESE AMMISSIBILI

- Promo-commercializzazione turistica della Regione Friuli Venezia Giulia quali: workshop, sales promotion, allestimenti standistici in altre Regioni italiane e all'estero
- Educational e press tour per operatori della domanda nazionale ed estera da realizzarsi sul territorio regionale
- Realizzazione di cataloghi monografici di vendita del pacchetto turistico integrato, riferendosi esclusivamente alla Regione Friuli Venezia Giulia, nonché creazione di pagine pubblicitarie e allestimenti vetrinistici

- ❑ Partecipazione a fiere turistiche in Italia e all'estero finalizzata all'offerta del prodotto turistico regionale.

Non sono ammissibili le seguenti spese:

- ❑ I.V.A. ed altre imposte
- ❑ Spese relative all'acquisto di beni strumentali
- ❑ Compensi ad amministratori e personale dipendente
- ❑ Ogni spesa non attinente all'iniziativa.

INTENSITÀ E IMPORTO DEL CONTRIBUTO

Gli incentivi sono concessi in conto capitale e nel limite massimo del 50% della spesa prevista e comunque non superiore a 51.646,00 Euro.

REGIME D'AIUTO

I contributi sono concessi secondo la regola *de minimis*, ai sensi del Regolamento (CE) n. 1998/2006.

Ai sensi dell'articolo 2 del regolamento (CE) n. 1998/2006 l'importo complessivo degli aiuti *de minimis* accordato alle imprese non può superare i 200.000,00 euro nell'arco di tre esercizi finanziari.

CUMULABILITA'

Gli incentivi concessi non sono cumulabili con altri incentivi pubblici ottenuti per le stesse iniziative ed aventi ad oggetto le stesse spese, se un tale cumulo dà luogo a un'intensità d'aiuto superiore ai massimali previsti dall'articolo 2, paragrafo 5 del regolamento (CE) n. 1998/2006.

PROCEDURE PER L'OTTENIMENTO DELLE AGEVOLAZIONI

Termini

Le domande di contributo devono essere presentate entro il **31 ottobre** dell'anno precedente a quello nel quale è prevista la realizzazione dell'iniziativa per la quale è richiesto il contributo.

A chi presentare la domanda

Camera di Commercio

Piazza della Borsa 14

34121 Trieste

CRITERI DI PRIORITA'

La valutazione delle domande è effettuata sulla base dei seguenti criteri di priorità:

a) in riferimento all'ambito territoriale:

- 1) iniziative da realizzarsi in un ambito territoriale comprendente più di un Consorzio turistico, società di promozione turistica o società d'area;
- 2) iniziative da realizzarsi nell'ambito territoriale di un unico Consorzio turistico, società di promozione turistica o società d'area;
- 3) iniziative da realizzarsi in Comuni non rientranti nell'ambito di un Consorzio turistico, o società di promozione turistica o società d'area;

b) in riferimento alle azioni di marketing strategico definite dalla Regione:

- 1) iniziative espressamente rivolte alla potenziale clientela estera;
- 2) iniziative rivolte sia all'estero che all'interno;
- 3) iniziative rivolte esclusivamente alla potenziale clientela nazionale;

c) in relazione alla vocazione turistica:

- 1) sarà data priorità alle iniziative di cui alle lettere a) e b) che evidenzino una ricaduta sulle località a minore vocazione turistica.

A parità di posizione in graduatoria, ulteriore priorità viene data alle iniziative frutto di progetti congiunti tra più agenzie di viaggio e turismo ed in caso di ulteriore parità viene preso in considerazione l'ordine cronologico di presentazione delle domande.

Le notizie contenute nella presente scheda hanno carattere puramente informativo e non contengono dettagli necessari per assumere decisioni applicative. Il presente documento non può essere utilizzato a fini commerciali.