

Provincia di Piacenza

L.R. N. 7/1998 E SUCC. MOD. – LINEE GUIDA DEL PROGRAMMA
TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE DELL'ANNO 2017.

Luglio 2016

Premessa

Il presente documento illustra le linee guida che indirizzeranno la promozione turistica del territorio piacentino per l'anno 2017 e costituisce lo strumento programmatico per la definizione delle priorità degli interventi e lo sviluppo delle strategie di promozione locale, nonché i criteri con i quali assegnare i contributi nell'ambito del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) 2017.

In considerazione della riforma in corso nel sistema turistico regionale avviata con l'approvazione della L.R. 4/2016, nelle more di istituzione delle Destinazioni Turistiche di Area Vasta di cui all'art. 12, la Provincia di Piacenza, ai sensi dell'art. 16 (Norma transitoria) comma 5, della medesima L.R. 4/2016, dà attuazione al PTPL 2017 con l'approvazione delle Linee guida provinciali 2017 facendo riferimento alla normativa precedente derivante dalla L.R. 7/98.

In considerazione del fatto che la Regione Emilia Romagna non approverà le Linee guida generali per la promozione e la commercializzazione turistica del 2017, come concordato in sede regionale nell'incontro del 10.06.2016 le presenti Linee Guida provinciali faranno riferimento alle Linee Guida regionali relative all'anno 2016.

Le linee di programmazione regionale e provinciale per la formazione del PTPL 2017

Nel riprendere i punti salienti delle Linee guida regionali di riferimento pare opportuno sottolineare:

- la necessità di "pensare" il turismo in modo nuovo, non come un ambito specifico o limitato al solo sistema della ricettività o dei servizi al turista, ma come un settore che si integra con l'insieme delle caratteristiche e delle offerte proposte dai vari comparti produttivi del territorio, "da quello delle produzioni tipiche all'artigianato, dall'offerta culturale ed artistica a quella delle location per eventi, dai servizi alla persona a quelli legati alla mobilità, etc.";
- l'applicazione di una strategia di "brand identity": "Via Emilia – Experience the italian Lifestyle", costituisce una sorta di "fil rouge" che, sviluppandosi dall'asse viario che collega Rimini con Piacenza, coinvolge e unisce tutte le eccellenze dell'Emilia Romagna, proponendo prodotti turistici e iniziative promozionali all'insegna del turismo esperienziale; un brand volto alla valorizzazione di un'unica identità regionale, capace di interpretare le diverse esigenze del turista contemporaneo, basato su un approccio comunicativo che susciti emozioni, fornendo ai diversi segmenti di clientela prodotti a forte contenuto esperienziale;

- l'esigenza, legata a questo nuovo tipo di progetto basato sulle percezioni, di "dare maggior fascino alla comunicazione visiva": partire quindi dal visual, dalle immagini per declinare in un nuovo linguaggio meno descrittivo e più "intensivo"; occorre comunicare in modo nuovo, avendo l'obiettivo di far scaturire quelle emozioni che saranno in grado di far ricordare le informazioni.

Per ciò che concerne i mercati, le Linee guida regionali si focalizzano su due obiettivi: da un lato aumentare la frequenza di ritorno degli ospiti, elevando il livello di fidelizzazione, e dall'altro incrementare il numero dei turisti stranieri sia quelli provenienti dall'area domestica europea, sia da paesi extraeuropei, avendo cura di valutare attentamente le strategie da attivare sui diversi mercati.

Per quanto riguarda i prodotti turistici si sottolinea:

- l'importanza di sostenere prodotti basati su tematiche identificative del nostro territorio, in grado di mettere a valore attività e percorsi di qualità,
- la necessità di valorizzare sia i prodotti che le destinazioni perchè solo in questo modo è possibile stimolare gli interessi e i desideri degli ospiti.

Nel quadro degli obiettivi strategici regionali le Linee guida della Provincia di Piacenza saranno indirizzate al rafforzamento dell'identità territoriale e della promozione del territorio come destinazione turistica di eccellenza.

Il Programma Turistico di Promozione Locale della Provincia di Piacenza si articolerà negli ambiti di attività di seguito descritti.

Si fa presente che saranno oggetto di finanziamento prioritariamente i progetti che faranno riferimento all'Ambito di attività 1 – Servizi turistici di base.

Ambito di attività 1 - Servizi turistici di base (IAT e UIT)

L'informazione e l'accoglienza turistica, l'animazione e l'intrattenimento, rappresentano componenti fondamentale dei servizi turistici di base. Pur nella consapevolezza che l'informazione turistica oggi è veicolata anche da altri canali, con un crescente ruolo del web, gli uffici di informazione turistica svolgono ancora una funzione di fondamentale importanza per l'accoglienza del turista sul territorio: oltre alla cortesia, l'efficienza e l'efficacia nell'erogazione dei servizi, infondono fiducia e predispongono positivamente i viaggiatori verso l'offerta turistica delle nostre destinazioni. La collaborazione dei servizi turistici di base con la Redazione locale in capo alla Provincia di Piacenza per l'implementazione del Sistema Informativo regionale per il Turista consente di garantire un servizio di informazioni costantemente aggiornato sull'offerta complessiva del territorio. Per questo gli uffici devono essere sostenuti, in vista un percorso di riorganizzazione del sistema dell'informazione e accoglienza turistica che sarà affrontato nell'ambito processo di attuazione della nuova legge regionale n. 4/2016 e che sarà finalizzato alla qualificazione e all'innovazione di tali servizi in sintonia con le moderne strategie di promozione turistica del territorio.

Ambito di attività 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

Nella configurazione dello scenario del turismo piacentino le dinamiche dell'offerta e della domanda portano a sottolineare la presenza di un quadro di punti di forza e di opportunità che si articola nei seguenti principali fattori:

- ricca offerta museale;
- integrazione tra cultura e "altro" che il territorio offre (natura, paesaggi, enogastronomia, sport, agricoltura didattica, manifattura di prodotti tipici, ecc.);
- posizionamento strategico rispetto a Milano e all'area lombarda e appeal nei suoi riguardi;
- emergenze storico artistiche diffuse di pregio;
- circuito dei castelli del Ducato di Parma e Piacenza consolidato;
- Strade dei sapori;
- produzione enogastronomica d'eccellenza;
- risorse naturalistiche in grado di soddisfare esigenze diverse;
- possibilità di fruizione sportiva e culturale delle risorse;
- buona qualità della vita.

Tenendo conto di tali fattori che consentono di confezionare prodotti turistici integrati, le proposte progettuali devono continuare a focalizzarsi prioritariamente verso quei temi che negli ultimi anni sono stati maggiormente apprezzati dai turisti e che consentono la competitività in quanto fattori distintivi e di unicità. I prodotti turistici più avanti riportati, non intendono circoscrivere in modo definitivo gli ambiti entro i quali confezionare i progetti di promozione turistica, ma costituiscono suggerimenti ed un possibile *modus operandi* per l'azione futura e per la predisposizione dei progetti medesimi.

Prodotti turistici di riferimento

Il patrimonio artistico e culturale per una proposta a valenza turistica

Trattare del patrimonio culturale avendo il turista quale target di riferimento implica considerare anche un "prima" e un "dopo" rispetto al godimento del bene o all'avvalersi del servizio culturale, che strettamente si connettono con l'aspetto più commerciale dell'offerta, ma che non possono prescindere dal rispetto e dal valore culturale della proposta, sempre avendo come riferimento la qualità sotto ogni punto di vista.

Dunque, considerare i risvolti turistici di un'offerta culturale complessiva per il territorio di Piacenza e della sua provincia significa inserirla a sistema accanto alla predisposizione di strategie volte al medesimo obiettivo di sviluppo turistico del territorio.

In quest'ottica uno strumento di promozione adeguato sembrano poter essere *gli itinerari "trasversali"*:

Gli spunti ed i fili conduttori culturali possono essere molteplici: dai monumenti architettonici (palazzi, castelli, dimore signorili di campagna, oppure pievi e collegiate), alle emergenze geopaleontologiche ecc. con

infinite possibilità di collegamenti per ciò che riguarda sia la storia, che la storia dell'arte, che la storia dell'architettura, ma anche tra la città e la provincia, tra le vocazioni identitarie dell'una e dell'altra. Itinerari che possono essere diversificati, in funzione del pubblico destinatario, prevedendo legami con le altre "anime" dell'offerta turistica piacentina: natura, sport ed enogastronomia.

Produzione enogastronomica e offerta turistica

La produzione gastronomica di un territorio è cultura, "memoria" di una società di cui ricorda tradizioni, costumi e storia ed i prodotti tipici ne sono in tal senso i testimoni. Il tipico è, del resto, qualcosa di unico, una matrice in grado di legittimare il territorio stesso, raccontando i luoghi, comunicandone l'immagine all'esterno e diventando così elemento di richiamo turistico, affiancandosi con non meno valore (anzi, forse oggi maggiore) alle motivazioni legate alla scoperta delle risorse culturali ed ambientali di una destinazione.

La provincia di Piacenza con il suo patrimonio di circa 90 prodotti tradizionali, 18 vini DOC, 5 prodotti DOP può vantare primati numerici e qualitativi a livello europeo, che devono, dunque, diventare convinta e condivisa bandiera del territorio piacentino, così come forte oggetto di comunicazione del medesimo.

Gli itinerari del Gusto locali (Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli Piacentini e Strada del Po e dei Sapori della Bassa Piacentina), avviati da alcuni anni, rappresentano uno spaccato esemplificativo di offerta turistica integrata, che già ha fatto perno su tale aspetto identitario forte e sulla consapevolezza della necessità di "fare sistema" per poter competere sul mercato. Perché i soggetti interessati non sono semplicemente le cantine, i salumifici, i caseifici, bensì tutti quegli operatori e quelle risorse che contribuiscono a formare il prodotto turistico territoriale: gli alberghi, gli agriturismi, le locande, i ristoranti, le enoteche, i castelli, i musei, le attrattive naturalistiche, sportive, gli eventi nel loro complesso.

Vacanza attiva: siti di interesse ambientale e l'Appennino Piacentino grande palestra outdoor

La pratica delle attività sportive è divenuta un elemento importante nelle motivazioni di viaggio del turista moderno, grazie alle sue caratteristiche sia ludiche e ricreative, che salutistiche. Sono, infatti, in continua crescita e trasformazione i flussi turistici che si caratterizzano, in particolare, per la forte motivazione di dedicare un periodo di soggiorno abbinando all'esperienza salutistica e sportiva un rilassante rapporto con il territorio. Gli interessi del target di riferimento, contrariamente a quanto si possa pensare di primo acchito per il turismo sportivo, sono diversificati; il turista sportivo attivo non sempre ha accompagnatori analoghi per caratteristiche ed esigenze, spesso tali accompagnatori sono portatori di interessi complementari che pure rappresentano l'opportunità, o meglio la necessità per essere competitivi sul mercato, di proporre un'offerta integrata.

Ecco allora che anche questa accezione di turismo poggia il suo fondamento, per poter divenire fattore di sviluppo economico ma anche socio-culturale di una destinazione turistica, su di una forte sinergia, un'assidua e costante collaborazione tra tutti gli attori del sistema turistico locale: dalle associazioni sportive

agli enti pubblici e privati, dalle attività ricettive a quelle commerciali e culturali fino a quelle più strettamente legate al turismo.

I progetti di promozione turistica, conformemente alle linee guida regionali, dovranno avere come obiettivo la valorizzazione complessiva del territorio e dovranno attuarsi secondo i seguenti criteri che costituiranno elementi di riferimento per la valutazione degli stessi:

- integrazione delle offerte, in una logica di rete, sia con riferimento alle caratteristiche (emergenze storico-culturali, natura, cultura, prodotti, eventi), che per territorio (sistemi territoriali a valenza sovracomunale);
- integrazione con le tematiche e le azioni di promozione che interessano il territorio provinciale derivante dalle attività in essere o previste da parte degli organismi regionali;
- integrazione di prodotti e di destinazioni turistiche, nell'ottica della promozione del turismo dei luoghi;
- capacità del progetto di favorire il miglioramento strutturale dell'offerta turistica (es. nella direzione strategica della destagionalizzazione) e della sua diversificazione (attenzione ai nuovi turismi).
- integrazione tra la promozione e le iniziative di animazione e di intrattenimento; le manifestazioni organizzate nel territorio di competenza dovranno inserirsi quale elemento di organico rafforzamento delle attrattive strutturali dell'area;
- attenzione alla qualità del prodotto turistico promosso, in termini di corenza delle azioni previste con gli obiettivi, rapporto tra costi e benefici, precisione nell'individuare il mercato di riferimento, modalità di realizzazione, capacità di porre in essere strumenti innovativi;
- cooperazione tra ente pubblico e operatori privati, al fine di accrescere l'integrazione tra le attività di promozione e di commercializzazione turistiche.

QUADRO DI RIFERIMENTO PER LA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI E LA FORMAZIONE DEL PROGRAMMA

Presentazione dei progetti

Ambito di attività 1 – Servizi turistici di base (IAT e UIT)

Rientrano in questo ambito i progetti relativi all'accoglienza, all'animazione e all'intrattenimento al turista con particolare attenzione al funzionamento degli uffici di informazione e accoglienza turistica – IAT – e degli uffici di informazione turistica – UIT.

Destinatari del cofinanziamento sono i Comuni, singolarmente ovvero in aggregazione volontaria e/o nelle forme di aggregazione previste e consentite dalla normativa vigente, le Unioni di Comuni, anche attraverso loro Società e Organismi operativi.

Ambito di attività 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

Rientrano in questo ambito le iniziative di promozione dei prodotti turistici locali e delle iniziative di rilevanza turistica realizzate nell'anno di riferimento.

Destinatari del cofinanziamento sono i Comuni, singolarmente ovvero in aggregazione volontaria e/o nelle forme di aggregazione previste e consentite dalla normativa vigente le Unioni di Comuni, anche attraverso loro società e organismi operativi, Società d'area, Pro Loco, Gruppi di Azione Locale (GAL), Strade dei vini e dei sapori e associazioni di volontariato. Gli interventi possono essere di carattere sovracomunale, presentati anche congiuntamente da Comuni e società d'area, dall'U.N.P.L.I. Provinciale o elaborati, su richiesta dei Comuni interessati, dalla Provincia.

Durata dei progetti

I progetti dovranno svolgersi e concludersi entro il 31/12/2017.

Modalità e termini di presentazione delle domande di contributo

I soggetti interessati dovranno presentare la domanda di contributo al Presidente della Provincia di Piacenza Corso Garibaldi 50 – Piacenza.

La domanda, **a firma del legale rappresentante dell'ente richiedente**, dovrà essere redatta in carta semplice per gli enti pubblici, in bollo (€ 16,00) per gli altri soggetti per cui la normativa non prevede espressa esenzione (Onlus, Associazioni di Volontariato).

In caso di trasmissione della domanda tramite PEC occorrerà indicare, da parte dei soggetti che dovranno assolvere all'obbligo della marca da bollo, il numero identificativo della marca da bollo medesima, dichiarando ai sensi dell'art. del D.P.R. 445/2000, che la marca da bollo è stata annullata per la presentazione della domanda e non sarà utilizzata per qualsiasi altro adempimento che ne richieda l'apposizione.

I soggetti esentati dall'apposizione della marca da bollo dovranno indicare il motivo dell'esenzione.

La domanda dovrà essere presentata o fatta pervenire entro e non oltre il termine del 24 Agosto 2016 con le seguenti modalità:

- mediante **consegna a mano** presso l'Ufficio Protocollo della Provincia di Piacenza (2° piano stanza 229) entro le ore 12,00;
- mediante **invio alla casella di posta elettronica istituzionale certificata della Provincia di Piacenza** all'indirizzo: provpc@cert.provincia.pc.it, sottoscritta con firma digitale;
- mediante **Raccomandata con Avviso di Ricevimento (in tal caso si avvisa che non fa fede il timbro postale, pertanto le domande pervenute oltre la data di scadenza non saranno considerate).**

Indicazione per la presentazione delle domande

Nella domanda dovranno essere indicati la denominazione dell'Ente/soggetto richiedente con relativo codice fiscale e riportare nell'oggetto l'indicazione "Progetto PTPL 2017 - Ambito di attività 1" oppure "Progetto PTPL 2017 – Ambito di attività 2".

Ciascun ente/soggetto potrà presentare un solo progetto per ogni ambito di attività.

Ambito di attività 1 - Servizi turistici di base (IAT e UIT)

La domanda dovrà essere corredata da una breve descrizione delle attività di front office e di back office svolte dall'ufficio riportante le seguenti informazioni:

- Ubicazione dell'ufficio con indirizzo completo, telefono, fax, e-mail
- Periodi e orari di apertura che si intendono adottare per il 2017
- Indicazione del periodo di massima affluenza e dei relativi orari di apertura per l'anno 2017
- Numero di addetti al servizio, anche nel periodo di massima affluenza
- Breve elenco dei principali materiali informativi/promozionali in distribuzione al turista
- Breve elenco dei principali eventi a carattere locale promossi dall'ufficio
- Gli interventi formativi per il personale previsti per l'anno 2017

Il piano finanziario dovrà indicare gli importi presunti per ogni voce di spesa (personale, realizzazione materiali illustrativi, informativi e promozionali cartacei ed elettronici, formazione ed aggiornamento del personale, spese di gestione, promozione di eventi turistici a carattere locale), il budget complessivo delle attività 2017 ed e l'ammontare del contributo richiesto.

Ambito di attività 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale.

I progetti devono avere una chiara connotazione turistica, anche in ragione degli obiettivi da perseguire (es. stagionalizzazione dei flussi, aumento delle presenze turistiche sul territorio, ecc.).

I contributi a favore delle iniziative di promozione turistica verranno concessi nella misura massima del 50% del costo complessivo del progetto.

Nel caso di progetto presentato da più soggetti la domanda deve essere presentata e sottoscritta da parte dell'Ente capofila in nome e per conto degli altri Enti o soggetti che partecipano al progetto, dei quali deve essere allegata la lettera di adesione.

La domanda dovrà contenere i seguenti elementi:

- titolo e descrizione del progetto
- il prodotto/i prodotti turistici di riferimento e l'area territoriale coinvolta
- definizione degli obiettivi e delle strategie
- individuazione dei mercati verso i quali si intende promuovere il progetto (es. mercato interno, regionale, nazionale; nel caso di mercati esteri occorre indicare se si tratta di mercati europei tradizionali – es. Germania, Svizzera, Austria, Francia, Regno Unito, Paesi Scandinavi, ecc. o di mercati lontani)
- target di riferimento
- descrizione delle azioni programmate ed indicazione del budget per ciascuna azione
- chiara indicazione dei materiali da produrre
- tempi di svolgimento
- altri soggetti pubblici e/o privati partecipanti al progetto e modalità della loro partecipazione
- indicazione delle modalità di riscontro dei risultati conseguiti con l'iniziativa promozionale proposta.

Nel caso in cui il progetto sia rivolto a mercati esteri occorre dettagliare accuratamente la azioni che verranno realizzate nei paesi individuati, in quanto tale progetto dovrà essere sottoposto da parte della Provincia alla preventiva autorizzazione di APT Servizi.

Il piano finanziario dovrà indicare gli importi presunti per ogni voce di spesa, l'importo complessivo del progetto ed il contributo richiesto (max 50% dell'importo di progetto). Dovrà inoltre contenere l'impegno a far fronte all'onere non coperto dall'eventuale contributo.

Spese ritenute ammissibili:

- ~ la realizzazione di strumenti di comunicazione: cataloghi, folder, guide, materiale promozionale specifico, prodotti multimediali, pagine e siti web, passaggi radio /TV, inserzioni stampa, pubbliche relazioni e ufficio - stampa, educational tour;
- ~ la partecipazione con proprio stand a fiere di settore e *work shop*
- ~ la realizzazione di azioni di marketing: acquisto e/o creazione di mailing list mirate, azioni di web marketing;
- ~ la realizzazione di eventi funzionali al progetto
- ~ la predisposizione di strumenti di verifica dei risultati
- ~ una quota non eccedente il 10% del costo del totale delle spese previste per la realizzazione del progetto per spese generali relative all'attuazione dell'iniziativa.

Ammissibilità a finanziamento

Saranno ammessi esclusivamente i progetti:

- coerenti con le Linee guida regionali e provinciali;
- pervenuti entro il termine di scadenza prefissato e secondo le modalità indicate nel presente documento.

Nella fase dell'istruttoria la Provincia di Piacenza si riserva di chiedere chiarimenti e/o integrazioni in merito al progetto.

Motivi di non ammissibilità e spese non ammissibili

Non sono ammissibili a finanziamento le iniziative già ammesse a finanziamento regionale sulla base di altre leggi di settore.

Non sono ammissibili per entrambi i filoni le spese relative a interventi di carattere strutturale (quali le spese relative ad acquisti di attrezzature, impianti ristrutturazioni, segnaletica, cartellonistica, arredi, ecc.)

Valutazione dei progetti e formazione delle graduatorie

Al fine di valutare gli interventi ammessi e di attribuire i punteggi per la formazione delle graduatorie, verranno applicati i criteri di seguito riportati.

Ambito di attività 1 - Servizi turistici di base (IAT e UIT)

Le domande dei Comuni relative ai servizi di accoglienza ed informazione turistica saranno valutate con i seguenti parametri di riferimento:

- * **adesione al protocollo d'intesa tra Provincia e Comuni/Unioni di Comuni per la gestione coordinata dei servizi informativi** - punti 5
- * **riconoscimento U.I.T.** - punti 5
- * **riconoscimento I.A.T.** - punti 10
- * **svolgimento di attività informativa, di accoglienza, di animazione e di intrattenimento a una scala territoriale vasta** : U.I.T. - punti da 1 a 5; I.A.T. - punti da 6 a 15

Ambito di attività 2 - Iniziative di promozione turistica di interesse locale

Le domande relative ai progetti di iniziative di promozione turistica di interesse locale saranno valutate sulla base dei seguenti parametri:

- * **Qualità complessiva del progetto** (punti da 1 a 30).

Verrà valutata in relazione a :

- ~ contenuti specifici della progettazione con riferimento al livello di definizione del prodotto/destinazione turistica, al mercato di riferimento, al target, agli obiettivi da raggiungere, agli strumenti utilizzati per perseguire gli obiettivi (con particolare riguardo al grado di innovazione di detti strumenti);
- ~ modalità di realizzazione e strumenti di valutazione dei risultati;
- ~ economicità del progetto, con riferimento ai costi previsti in relazione agli obiettivi.

- * **Coerenza del progetto con le Linee guida del PTPL 2017** (punti da 1 a 30)

Nella valutazione del progetto verrà considerato il grado di coerenza e di integrazione del progetto presentato con riferimento alla programmazione ed alle attività previste a livello regionale e con le Linee guida provinciali per l'anno 2017;

- * **Progetto integrato a valenza sovracomunale** (punti da 1 a 30)

Si valuterà la capacità di promuovere il territorio in una ottica di "rete" sia per quanto attiene la varietà e l'integrazione dei diversi fattori promozionali (cultura, natura, enogastronomia, eventi, sport), sia per quanto attiene l'estensione territoriale, che relativamente all'attivazione di progetti compartecipati da più enti/soggetti;

- * **Funzionalità delle azioni al supporto della promo-commercializzazione degli operatori turistici privati** (punti da 1 a 10).

In relazione ai criteri ed ai punteggi sopra indicati e relativi ai progetti afferenti all'ambito di Attività 2 "Iniziative di promozione turistica di interesse locale" quando gli elementi necessari per la valutazione non fossero adeguatamente dichiarati nella domanda non daranno origine singolarmente e/o complessivamente ad alcun punteggio attribuibile.

Sempre per quanto attiene all'ambito di Attività 2 saranno ammessi alle graduatorie di ammissione ai potenziali finanziamenti i progetti che avranno ottenuto almeno 60 punti sui 100 totali.

CONCESSIONE DEI CONTRIBUTI

La Provincia inserirà nel Quadro degli interventi del Programma Turistico di Promozione Locale 2017 i progetti inerenti ai i servizi d'informazione e accoglienza turistica (IAT e UIT) e le iniziative di promozione turistica ritenuti ammissibili a contributo, secondo una graduatoria di priorità derivante dall'applicazione dei punteggi così come previsti dai parametri di valutazione sopra riportati.

I contributi verranno quantificati e concessi, con apposito atto, successivamente all'assegnazione da parte regionale del budget di finanziamento del PTPL della Provincia di Piacenza per l'anno 2017, garantendo in ogni caso prioritariamente il contributo agli uffici di informazione turistica di cui all'Ambito di Attività 1.

Con il medesimo atto saranno stabilite le modalità procedurali per la gestione e l'erogazione dei contributi in parola.

* * *