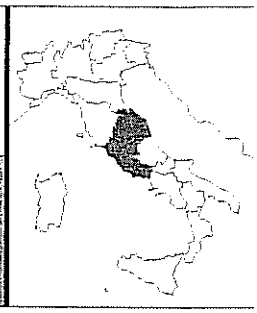
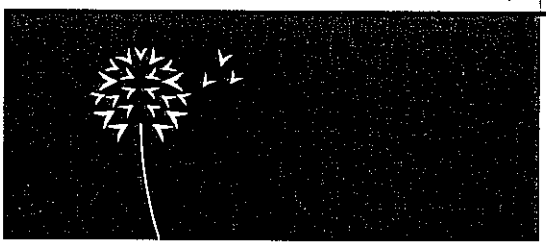
31 Iniziative di Promozione Internazionale



Regione capofila	**Marche**
Regioni partecipanti	**Lazio, Umbria**
Costo complessivo	**€ 5.316.499,73**
Contributo statale	**€ 4.780.419,34**

Contributo statale alle singole Regioni →	**Marche:** € 3.574.664,52
	Lazio: € 562.272,08
	Umbria: € 643.482,74

Un progetto improntato a promuovere e commercializzare il prodotto turistico e che concentra gli interventi su iniziative in grado di comporre un ventaglio di azioni promo-commerciali di qualità, mirate su target strategici e sul posizionamento sui mercati nazionali, ma soprattutto su quelli esteri.
L'obiettivo è quello di attuare e/o potenziare azioni di marketing nelle aree che tradizionalmente generano importanti flussi turistici verso l'Italia, nonché nelle aree emergenti e nei bacini cosiddetti big spender, per ricercare nuove quote di mercato.
Sono in programma, pertanto, la partecipazione a fiere e borse del settore, l'organizzazione di workshop e di iniziative di sales promotion, per coniugare le attività di promo-commercializzazione istituzionale con quelle commerciali degli operatori turistici. Si vanno ad aggiungere una serie di attività nei centri di maggiore affluenza di pubblico e l'utilizzo dei grandi mezzi di comunicazione.

È prevista inoltre l'organizzazione di educational tour con i buyer internazionali, press tour, attività di pubbliche relazioni, realizzazione e partecipazione a trasmissioni televisive e la generale produzione di materiale pubblicitario.
Il progetto è in fase di realizzazione. È stato erogato l'80% del contributo statale per il 2003 ed il 20% della quota 2004.

Annualità → **2003 - 2004 - 2005**