

Norme per la promozione del Friuli Venezia Giulia e lo sviluppo del turismo proveniente dalle altre regioni italiane e dall'estero.

Art. 1

(Finalità)

1. La Regione Friuli Venezia Giulia, al fine di aumentare la propria attrattività, persegue la promozione del proprio territorio e la conoscenza della propria collocazione geografica nelle altre regioni italiane e nei mercati esteri.
2. La Regione, con la presente legge, attua gli interventi volti a raggiungere le finalità di cui al comma 1 in sinergia con soggetti privati che operino, anche occasionalmente, nei luoghi oggetto della promozione, anche in cooperazione con le organizzazioni di sostegno ai corregionali residenti all'estero.
3. La Regione utilizza le strutture realizzate per le finalità di cui al comma 1 anche allo scopo di fornire assistenza logistica ai soggetti economici regionali operanti nei territori oggetto degli interventi promozionali.

Art. 2

(Sostegno alla promozione di privati)

1. La Regione contribuisce fino al 30 per cento della spesa sostenuta dai soggetti privati per la diffusione, in aree esterne al territorio regionale e in qualunque forma, del marchio e dei prodotti delle imprese presenti con sedi operative nel territorio del Friuli Venezia Giulia. La contribuzione è consentita, a mero titolo di esempio e senza che il successivo elenco si intenda in alcun modo limitativo alle sole metodologie citate, per la promozione attraverso mass media cartacei, radio-teletrasmissioni, presenza in fiere o manifestazioni, Internet.
2. Il beneficio di cui al comma 1 è condizionato dalla presenza della dicitura "Friuli Venezia Giulia" in abbinamento al marchio o al prodotto promosso e con evidenza complessiva non inferiore agli stessi. Per la promozione effettuata all'estero la denominazione della regione deve essere abbinata alla dicitura "Italia", ancorché tradotta in altre lingue.

3. La percentuale di cui al comma 1 è aumentata, per le sole casistiche di cui al comma 2, secondo periodo, del 10 per cento qualora sia altresì chiaramente evidenziata la collocazione geografica della nostra regione.
4. La percentuale di cui al comma 1 è aumentata del 30 per cento qualora la spesa sostenuta dai privati riguardi esclusivamente le lavorazioni per l'adeguamento di una pubblicità esistente alle previsioni di cui al comma 2.
5. L'accesso al contributo, in caso di insufficienza di fondi, è subordinato al momento di presentazione della richiesta.
6. Il contributo di cui al comma 1 non può superare 100.000 euro annui per singolo soggetto richiedente.
7. Il contributo di cui al presente articolo rientra nel regime "de minimis".
8. Con regolamento regionale, da emanarsi entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, sono definiti i criteri e le modalità per la concessione dei contributi di cui al comma 1.

Art. 3

(Identificazione "Vetrine" del Friuli Venezia Giulia)

1. La Regione organizza la propria presenza attraverso l'organizzazione di "Vetrine" nelle principali città estere con particolare attenzione alle aree in cui il turismo verso l'Italia è significativo.
2. La presenza di cui al comma 1 può essere effettuata anche in città italiane con popolazione non inferiore a 200.000 mila abitanti.
3. Per l'identificazione delle città in cui sono previste le "Vetrine" di cui al comma 1 è considerato elemento preferenziale la presenza di una rappresentanza delle associazioni regionali di residenti all'estero.

Art. 4

(Organizzazione delle "Vetrine" del Friuli Venezia Giulia)

1. Le "Vetrine" della Regione Friuli Venezia Giulia sono locali autonomi di dimensioni limitate e visibilità nelle aree di maggiore passaggio delle città identificate ai sensi dell'articolo 3.

2. Le " Vetrine" possono, altresì, essere aree (" corner") di locali gestiti da altri soggetti, ovvero locali inseriti in centri commerciali di particolare interesse, purché siano facilmente visibili da aree di passaggio e siano dotati di almeno una vetrina personalizzabile.

3. Le "Vetrine" possono, altresì, essere aree libere ("desk") situate in modo continuativo in locali interni o contigui alle principali zone per lo svolgimento di affari di carattere finanziario o borsistico o commerciale.

4. Le "Vetrine" possono avvalersi di strumenti locali di radiotelediffusione al fine di incrementare la conoscenza del servizio, rafforzare le proprie finalità e promuovere la conoscenza della denominazione e della localizzazione della Regione.

5. Nei locali contenenti le "Vetrine" deve essere possibile la vendita di prodotti di provenienza o design o caratterizzazione della regione Friuli Venezia Giulia, ovvero la fornitura di servizi di rinfresco o ristorazione con prodotti di provenienza della regione Friuli Venezia Giulia.

6. Nei locali contenenti le "Vetrine" devono essere presenti aree di limitate dimensioni da adibire temporaneamente a spazi di rappresentanza su richiesta della regione Friuli Venezia Giulia.

7. In alternativa a quanto previsto nei commi 5 o 6 e ai sensi di quanto previsto al comma 3, i "desk" sono punti di informazione per il supporto alle aziende della regione Friuli Venezia Giulia nella loro attività di export.

8. Le "Vetrine" sono acquisite, per le finalità della presente legge, da TurismoFVG che le affida a titolo gratuito a soggetti privati che si impegnano:

a) all'esercizio di almeno una delle attività di cui ai commi 5 e 7;

b) a garantire la presenza della dicitura di cui all'articolo 2, comma 2, nei modi stabiliti dal comma stesso.

9. Le associazioni di corregionali del Friuli Venezia Giulia all'estero possono proporre

soluzioni localizzative relative all'ubicazione delle "Vetrine".

10. Unioncamere del Friuli Venezia Giulia e i soggetti gestori dei quartieri fieristici regionali possono suggerire soluzioni volte alla definizione dei criteri per l'affidamento della gestione degli spazi di cui al comma 8.

11. Per la piena attuazione di quanto previsto al comma 8 e a fini promozionali, la Regione può sostenere, su richiesta dei soggetti gestori, un evento per ogni anno e per ogni "Vetrina", con un contributo massimo di 10.000 euro.

12. Per la piena attuazione di quanto previsto al comma 4 la Regione può sostenere, su richiesta dei soggetti gestori, una emittente radiotelevisiva per ogni "Vetrina", con un contributo massimo annuo di 10.000 euro.

13. Con regolamento regionale, da emanarsi entro novanta giorni dall'entrata in vigore della presente legge, sono definiti i criteri e le modalità per la concessione dei contributi di cui al comma 11.

Art. 5

(Norme finanziarie)

1. Per le finalità previste dal disposto di cui all'articolo 2 è autorizzata la spesa di 30.000 euro per l'anno 2011 a carico dell'unità di bilancio 1.5.1.1033 e del capitolo 9331, con la denominazione "Contributi a soggetti privati per la promozione della Regione".

2. Per le finalità previste:

a) dall'articolo 4, comma 8, è autorizzata la spesa di 50.000 euro per l'anno 2011 a carico dell'unità di bilancio 1.5.2.1033 e del capitolo 9332, con la denominazione <<Finanziamento a "TurismoFVG" per l'acquisizione delle "Vetrine" del Friuli Venezia Giulia>>;

b) dall'articolo 4, comma 11, è autorizzata la spesa di 10.000 euro per l'anno 2011 a carico dell'unità di bilancio 1.5.1.1033 e del capitolo 9333, con la denominazione <<Contributi per eventi di promozione delle "Vetrine" del Friuli Venezia Giulia>>;

c) dall'articolo 4, comma 12, è autorizzata la spesa di 10.000 euro per l'anno 2011 a

carico dell'unità di bilancio 1.5.1.1033 e del capitolo 9334 con la denominazione <<Contributi per la promozione radiotelevisiva delle "Vetrine" del Friuli Venezia Giulia>>.

3. Agli oneri derivanti dalle autorizzazioni di spesa di cui ai commi 1 e 2, previsti in 100.000 euro per l'anno 2011, si provvede mediante prelievo di pari importo dall'unità di bilancio 10.7.1.3470 e dal capitolo 9700, partita 66 dello stato di previsione della spesa del bilancio per gli anni 2011-2013 e del bilancio per l'anno 2011.

Art. 6

(Entrata in vigore)

1. La presente legge entra in vigore il giorno successivo alla sua pubblicazione sul Bollettino Ufficiale della Regione.