

## PROGRAMMA OPERATIVO ATIM - ANNUALITÀ 2025

Con DGR n. 1932 del 16/12/2024 sono stati approvati, ai sensi dell'articolo 7, comma 1 della legge regionale n. 35/2001, nonché della L.R. 13/2004, gli indirizzi per l'elaborazione del Programma operativo annuale di attività dell'ATIM per l'anno 2025.

Il presente Programma, pertanto, deriva direttamente dagli indirizzi suddetti, sia per quanto riguarda le linee di attività, che le risorse previste. In particolare, il Programma presenta due Sezioni, una dedicata alla promozione turistica e l'altra al supporto dei processi di internazionalizzazione.

Si tratta di un piano di promozione e marketing della destinazione Marche, fondato sul brand "Let's Marche", che suggerisce un invito attivo a scoprire la regione, evocando azione, scoperta, partecipazione, comunicando una regione vivace e ricca di esperienze. Le due sezioni sono fortemente interconnesse tra loro anche per presenza di eventi intersettoriali ed integrati, necessari per promuovere la Regione come sistema, a livello nazionale ed internazionale.

Anche la figura di Gianmarco Tamberi, individuato come testimonial, incarna valori analoghi che possono qualificare le Marche come terra 'genuina', dinamica, di talento, che ben rispecchia il concetto di multidimensionalità di una destinazione che offre, a poca distanza, mare, montagne, esperienze, cultura ed enogastronomia.

Una regione dove non si deve scegliere tra esperienze opposte ma, come sottolinea il claim delle campagne di comunicazione già avviate, si può godere di offerte complementari, creando un senso di unicità e completezza.

Su questa 'Brand identity' che ha raggiunto un buon livello di maturazione e riconoscibilità è fondato il piano 2025.

### SEZIONE TURISMO

La sezione dedicata alla promozione turistica si articola in tre aree di intervento, tra loro strettamente collegate.

Particolarmente forte è il focus su interventi mirati alla promozione mediatica di cui alla prima area di intervento "**PIANO DI COMUNICAZIONE**": le campagne pubblicitarie attraverso televisione, radio e press agency suggeriscono un investimento significativo nella comunicazione, fondamentale per aumentare la visibilità del settore turistico. È in questa direzione che viene concentrato il maggiore impegno finanziario, indicando la necessità in questa fase di sostenere il turismo attraverso strumenti di grande impatto nazionale ed internazionale.

La seconda area di intervento "**FIERE, B2B E B2C, ATTIVITÀ DI MATCHING**" è fortemente rivolta agli operatori del turismo, considerati partner privilegiati di azioni di co-marketing. Il piano di partecipazione a fiere del turismo nazionale e internazionale si presenta come fortemente articolato e ricco di opportunità di networking e promozione per la regione Marche, redatto in stretta collaborazione con gli operatori incoming e aperto a ulteriori integrazioni.

La partecipazione a fiere nazionali privilegia gli eventi più importanti del settore come la BIT Milano (febbraio), BMT Napoli (marzo), e il TTG Rimini (ottobre), fiere con un ampio pubblico e molteplici opportunità di networking. La Fiera del cicloturismo Bologna (aprile), è stata individuata anche in considerazione della forte vocazione al turismo outdoor che si riscontra nella nostra regione.

Le fiere internazionali consentono di incontrare professionisti globali del settore, come tour operator, agenzie di viaggio e media internazionali. Tra queste sono previste fiere che offrono una piattaforma ideale per attrarre segmenti di mercato specifici, come il turismo luxury, l'outdoor e il MICE, portando valore aggiunto attraverso contatti di alta qualità. La collaborazione con ENIT per valorizzare la destinazione Italia potenzia l'attrattività della regione, mettendo in evidenza la sua unicità all'interno di un panorama turistico globale.

Per ogni fiera verranno selezionati gli operatori maggiormente interessati e curata una parte di stand istituzionale, prevedendo anche l'uso di materiali promozionali appositamente prodotti (audiovisivi, brochure e gadget...) per rafforzare la presenza del brand regionale e facilitare il contatto diretto con operatori, turisti e media specializzati.

<https://www.regione.marche.it/ATIM>

*ATIM – Agenzia per il turismo e l'internazionalizzazione*

*Sede legale: Via Gentile da Fabriano 9, 60125 Ancona*

*Sede operativa: Largo XXIV Maggio 1, 60123 Ancona*

+ 39.071.9284000



[+ 39.071.9284000](tel:+390719284000)



[atim@emarche.it](mailto:atim@emarche.it)



[atim@atim.regione.marche.it](mailto:atim@atim.regione.marche.it)

Nella terza area di intervento **“EVENTI E PROGETTI SPECIALI, TEMATICI E INTEGRATI”** si prevedono specifiche azioni mirate a promuovere il territorio a livello nazionale e internazionale attraverso eventi, collaborazioni strategiche, progetti di co-marketing e azioni di comunicazione innovative.

Alcuni eventi come Open d'Italia Disabili al Conero Golf Club, rappresentano una continuazione di iniziative già avviate, che possono amplificare la visibilità del brand Marche attraverso il coinvolgimento di target specifici, come sportivi e appassionati di turismo inclusivo. Eventi all'estero e roadshow offrono spazi per far interagire operatori turistici e imprese locali, creando sinergie e opportunità di business, azioni integrate con l'invito a giornalisti, blogger e influencer per esperienze immersive nelle Marche, strategia per aumentare la visibilità della Regione, occasioni per generare contenuti di qualità che raggiungeranno ampie audience, grazie alla forza della comunicazione online.

I tour sono concepiti con forte valenza interdisciplinare, poiché la loro diffusione può arrivare a pubblici internazionali, interessati non solo alle Marche, ma anche al lifestyle, alla gastronomia al turismo dello shopping, in una regione d'eccellenza in campo manifatturiero, e alle esperienze turistiche esclusive.

Le partnership con associazioni di categoria per il turismo da shopping e la valorizzazione dei prodotti tipici attraverso chef locali arricchiscono ulteriormente l'offerta turistica, offrendo un'esperienza enogastronomica unica e integrata con la cultura locale.

La produzione di materiale promozionale mirato, come brochure, mappe e gadget eco-friendly, è essenziale per consolidare l'immagine delle Marche come destinazione turistica di qualità. L'uso di QR code e link a risorse online facilita l'accesso a informazioni aggiornate, mentre la personalizzazione dei gadget (come borse di cotone o agende) rafforza il messaggio di sostenibilità e autenticità. Il materiale promozionale non solo informa, ma diventa anche uno strumento di branding, sempre più importante per creare un legame duraturo con i visitatori.

## SEZIONE INTERNAZIONALIZZAZIONE

La sezione internazionalizzazione prevede le seguenti due aree di intervento.

La prima area di intervento **“EVENTI DI PROMOZIONE INTEGRATA”** è dedicata alla realizzazione di eventi di promozione integrata e di missioni di sistema finalizzati alla valorizzazione del sistema economico produttivo marchigiano anche in collaborazione con ICE, Camera di commercio delle Marche e Camere di commercio italiane all'estero.

In primo luogo si precisa che, in ottica di razionalizzare l'attività di supporto all'internazionalizzazione delle imprese, per l'annualità 2025 le fiere di carattere internazionale saranno svolte dalla Regione Marche in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche (e le sue aziende speciali), con la quale la Regione stipula una convenzione già da diversi anni, avente ad oggetto proprio la realizzazione di fiere collettive in Italia e all'estero. Pertanto, onde evitare di ingenerare confusione presso le aziende e anche su richiesta degli stakeholder del territorio, si è preferito concentrare le attività di Atim del 2025 su eventi integrati diversi dalle fiere e su missioni di sistema/incoming di carattere multisettoriale.

In particolare si prevede di affiancare la Regione per le attività che si dovessero rendere necessarie per l'Expo Osaka 2025, nell'ambito dell'Accordo di collaborazione tra la Regione e il Commissario Generale di Sezione (di cui alle D.G.R. n. 905/2024 e alla D.G.R. n. 1453/2024), con particolare riferimento alla **“Settimana della Regione Marche”** (1 - 7 giugno 2025).

Si prevede, inoltre, di realizzare una sfilata/evento di moda in occasione della Fashion Week di Parigi in stretta connessione con l'Ambasciata d'Italia a Parigi e I.C.E- ITA Agenzia (6 marzo 2025), anche con la previsione di attività di comunicazione del settore moda e di attività di promozione dei prodotti enogastronomici.

In continuità con i due anni precedenti (Parigi nel 2023 e Barcellona nel 2024), si prevede di realizzare un evento di valorizzazione della cucina e dei prodotti agroalimentari italiani di qualità, promossa dalla nostra rete di Ambasciate, Consolati, Istituti Italiani di Cultura e Uffici ICE all'estero. Quella del 2025 sarà la X edizione durante la settimana della Cucina nel Mondo, che generalmente è calendarizzata per il mese di novembre.

Sempre in continuità con il 2024, si prevede di realizzare un workshop con imprese provenienti da Barcellona, come follow up rispetto alla settimana della cucina organizzata a Barcellona nel 2024 e un workshop con imprese e centri di innovazione provenienti dalla Cina, a seguito della missione di sistema realizzata da ATIM nella città di Hangzhou a novembre 2024. Tra le missioni di sistema si prevede inoltre di approfondire i processi di internazionalizzazione delle aziende marchigiane verso l'Arabia Saudita, anche in collaborazione con l'Ambasciata.

La seconda area di intervento "**B2B, INCOMING E ALTRE INIZIATIVE SETTORIALI**" riguarda invece la realizzazione di B2B, workshop, eventi a supporto di specifici settori produttivi, anche in questo caso in collaborazione con ICE, Camera di commercio delle Marche, Camere di commercio italiane all'estero e le Associazioni di categoria. In particolare, si prevede il supporto alle imprese di cui agli ambiti definiti dalla Strategia di specializzazione intelligente 2021-27.

Un ruolo di primo piano viene riconosciuto al settore moda/calzature, per il quale si prevede l'attuazione dell'accordo sottoscritto tra Regione e Assocalzaturifici di cui alla DGR 1953 del 16/12/2024: n. 2 incoming post Micam di influencer/buyer e n. B2B/iniziativa collaterali a Stoccolma, Dusseldorf, Monaco e Istanbul. Ciò a seguito dei riscontri positivi dell'incoming di influencer del Kazakistan e dell'Olanda realizzato da ATIM dopo il Micam di settembre 2024, sempre in collaborazione con Assocalzaturifici.

Per i settori della meccanica e del mobile/arredo si prevede la realizzazione di workshop/B2B dedicati con buyer e operatori internazionali. Per il settore della nautica, anche per il 2025, si conferma la partecipazione al Cannes Yacht Festival (9-14 settembre 2025) e la realizzazione di un press tour dedicato al settore in collaborazione con il cluster marchigiano della nautica.

Si conferma inoltre la realizzazione di una missione di sistema in occasione della CIE China International Import Expo 2025, Shanghai (5-10 novembre 2025), evento plurisettoriale che ha riscontrato un grande interesse delle aziende nel 2024, e che non incluso nel programma condiviso con la Camera di Commercio delle Marche.

Quanto all'agroalimentare, come da richiesta degli stakeholder marchigiani, si prevede la realizzazione di n. 3 incoming di imprese provenienti dalla Francia, dalla Svezia e da Valladolid, fondamentali per la conoscenza delle eccellenze enogastronomiche ma anche delle bellezze paesaggistiche della nostra Regione.

Si conferma, infine, la partecipazione ad Artigiano in Fiera a Milano con un progetto complessivo di presentazione del mondo dell'artigianato, incluso quello artistico, in collaborazione con il Settore regionale ad hoc dedicato, con una progettualità che include anche la promozione della regione nel suo insieme.

ATTIVITA'	POA 2025 - SEZIONE TURISMO	IMPORTO	
Azione 1 - PIANO MEDIA	<b>Pianificazione e attuazione della campagna di comunicazione e promozione su media nazionali e internazionali (Tv, digital/social, carta, infrastrutture di promozione/affissioni)</b>		
	<b>Intervento 1.1 - Coordinamento comunicazione</b>	Press Agency Atim, studi e analisi	€ 50.000,00
	<b>Intervento 1.2 - Televisione e radio</b>	<b>Spot Pubblicitari:</b> Creare e programmare spot emozionali che mostrino la varietà delle Marche (mare, montagna, borghi storici, enogastronomia, cultura) con immagini iconiche ed equilibrio territoriale nella narrazione. Sono previsti passaggi sulle principali emittenti nazionali (elenco non esaustivo): TELEVISIONE (Rai, Mediaset, La7, Sky, Eurosport W.B., Tv 2000) RADIO (Radio Rai, Radio 24, RTL, RDS, Radio Deejay, Radio 105)	€ 2.250.000,00
		<b>Programmi TV e Partnership:</b> Realizzazione di partnership con programmi su reti nazionali e internazionali per veicolare le eccellenze marchigiane	
		<b>TOTALE Televisione e Radio</b>	<b>€ 2.300.000,00</b>
	<b>Intervento 1.3 - Media Digitali e Social Media</b>	<b>Pubblicità Social:</b> Utilizzare Facebook, Instagram e YouTube per la pubblicità, sfruttando video brevi e contenuti visivi di qualità che mettano in risalto panorami e attività uniche. Le campagne possono prevedere reel e storie sponsorizzate	
		<b>Contenuti e SEO:</b> Sviluppare contenuti SEO-friendly sui portali turistici e blog di settore, ottimizzati per parole chiave come "vacanze nelle Marche" o "borghi nelle Marche". Pubblicare articoli, video e interviste che mettano in evidenza storie locali e suggerimenti di viaggio	
		<b>Campagne Google Ads Programmatic Advertising, Data Activation:</b> Investire in campagne su portali turistici, anche targettizzate per località e interessi, al fine di raggiungere potenziali turisti nei momenti di pianificazione delle vacanze. Queste attività saranno realizzate in relazione alle strategie di promozione turistica e ai luoghi di provenienza dei flussi turistici: - progetto data activation per mercato americano - progetto campagna google ads per mercato tedesco (in modo coordinato con il collegamento ferroviario da Monaco di Baviera ad Ancona, con fermate intermedie a Pesaro e Senigallia)	
		<b>TOTALE Media Digitali e Social Media</b>	<b>€ 300.000,00</b>
	<b>Intervento 1.4 - Media Cartacei e Riviste di Viaggio</b>	<b>Pubblicità e redazionali su riviste di settore</b> (es. <i>National Geographic, Traveller, Lonely Planet, Le Guide di Repubblica</i> ) per colpire un target internazionale interessato al turismo culturale e sostenibile	
<b>Inserzioni e redazionali</b> sulla stampa internazionale, nazionale e regionale			
<b>TOTALE Media Cartacei e Riviste di Viaggio</b>		<b>€ 300.000,00</b>	
<b>Intervento 1.5 - Infrastrutture di Promozione e Affissioni</b>	<b>Cartellonistica nelle Grandi Città:</b> Affissioni strategiche in grandi città italiane e capitali europee in luoghi di grande visibilità come aeroporti, stazioni e centri commerciali. Slogan e immagini suggestive che possano attirare l'attenzione: - IGP Dinamica MI, RM e NA - OUT of Home Estero, tra cui Parigi, Berlino, Monaco, Amsterdam, Barcellona, Londra		
	<b>Aeroporti e Stazioni/Treni:</b> Pubblicità sugli schermi e poster in aeroporti italiani ed europei, e all'interno di treni e stazioni, per raggiungere viaggiatori nazionali e internazionali, con particolare riferimento alle città di Roma, Milano, Napoli e Bologna		
	Promozione e valorizzazione del servizio di trasporto ferroviario a fini turistici, con materiale rotabile storico nella tratta ferroviaria Subappennina Italic Fabiano - Pergola		
	<b>TOTALE Infrastrutture di Promozione e Affissioni</b>	<b>€ 600.000,00</b>	
<b>TOTALE PIANO MEDIA</b>		<b>€ 3.500.000,00</b>	
Azione 2 - FIERE, B2B E B2C, ATTIVITÀ DI MATCHING	<b>Attività di matching in contesti come fiere, B2B (business-to-business) e B2C (business-to-consumer), mediante la partecipazione a fiere nazionali e internazionali del turismo</b>		
	<b>Intervento 2.1 - Partecipazione a fiere nazionali del turismo</b>	<b>Partecipazione a fiere nazionali</b> con stand dedicati alla promozione delle Marche, con supporto di materiali audiovisivi, brochure e gadget: Sono fiere di rilievo: BIT Milano (9-11 febbraio 2025), BMT Napoli (13-15 marzo 2025), Fiera del cicloturismo Bologna (4-6 aprile 2025) Italian Bike Festival Misano (5-7 settembre 2025), Salone del Camper Parma (13-21 settembre 2025), TTG Rimini (8-10 ottobre 2025)	<b>€ 800.000,00</b>
	<b>Partecipazione a fiere turistiche internazionali</b> per incontrare direttamente professionisti del settore, tour operator, agenzie di viaggio, media internazionali e potenziali turisti, facilitando la creazione di contatti, partnership e pacchetti di viaggio specifici. Strategica sarà la collaborazione con ENIT che valorizza in ottica di 'destinazione Italia' gli interventi con target estero.  <b>LEISURE</b> VAKANTIEBEURS Utrecht (08-12 gennaio 2025), FITUR Madrid (22-26 gennaio 2025), F.R.E.E Monaco (19-23 febbraio 2025) ITB Berlino (04-06 marzo 2025) SALON MONDIAL DU TOURISME Parigi (13-16 marzo 2025) TRAVEL AND ADVENTURE SHOW Washington (USA) (29-30 marzo 2025) ITB CHINA - Shanghai (27-29 maggio 2025) ADVENTURE ELEVATE NORTH AMERICA Denver (28-30 maggio 2025) IFTM Top Resa - Parigi (23-25 settembre 2025) SALON INTERNATIONAL TOURISM VOYAGE - Montreal (31 ottobre-02 novembre 2025), WTM Londra (04-06 novembre 2025) TT - Varsavia (27-29 novembre 2025)		



ATTIVITA'	POA 2025 - SEZIONE INTERNAZIONALIZZAZIONE		IMPORTO
	<b>Eventi integrati e missioni di sistema finalizzati alla valorizzazione del sistema economico produttivo marchigiano anche in collaborazione con ICE, Camera di commercio delle Marche e Camere di commercio italiane all'estero</b>		
<b>Azione 4 - EVENTI DI PROMOZIONE INTEGRATA</b>	<b>Intervento 4.1 - Expo 2025 Osaka</b>	Affiancamento alle attività che la Regione Marche, nell'ambito dell'Accordo di collaborazione con il Commissario Generale di Sezione (di cui alle D.G.R. n. 905/2024 e alla D.G.R. n. 1453/2024), sarà chiamata ad attuare in Padiglione Italia, nella "Settimana della Regione Marche" ( 1 - 7 giugno 2025)	€ 50.000,00
	<b>Intervento 4.2 - Evento integrato a Parigi</b>	Realizzazione di una sfilata/evento di moda in occasione della Fashion Week in stretta connessione con l'Ambasciata d'Italia a Parigi e I.C.E- ITA Agenzia (6 marzo 2025)	€ 130.000,00
	<b>Intervento 4.3 - Evento integrato durante "La settimana della Cucina Italiana nel Mondo"</b>	Realizzazione di un evento di valorizzazione della cucina e dei prodotti agroalimentari italiani di qualità, promossa dalla nostra rete di Ambasciate, Consolati, Istituti Italiani di Cultura e Uffici ICE all'estero. Quella del 2025 sarà la X edizione (novembre 2025)	€ 50.000,00
	<b>Intervento 4.4 - Workshop /eventi integrati nelle Marche</b>	Missione di sistema in Arabia Saudita (marzo/aprile 2025) Workshop con imprese da Barcellona (maggio 2025) Workshop con imprese e centri di innovazione dalla Cina (periodo da definire)	€ 70.000,00
	<b>TOTALE EVENTI DI PROMOZIONE INTEGRATA</b>		
<b>Azione 5 - B2B, INCOMING E ALTRE INIZIATIVE SETTORIALI</b>	<b>Realizzazione di B2B, workshop, eventi a supporto di specifici settori produttivi anche in collaborazione con ICE, Camera di commercio delle Marche, Camere di commercio italiane all'estero, Associazioni di categoria</b>		
	<b>Intervento 5.1 - Settore nautica</b>	Pianificazione e realizzazione di Cannes Yacht Festival (9-14 settembre 2025) e press tour dedicato al settore della nautica in collaborazione con il cluster marchigiano della nautica (periodo da definire)	€ 90.000,00
		B2B dedicato alla sub-fornitura della nautica in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche (periodo da definire)	
	<b>Intervento 5.2 - Settore calzature/moda</b>	Pianificazione e attuazione, in stretto raccordo e collaborazione anche con Associazionaturifici di: - 2 incoming post Micam di influencer/buyer (maggio/giugno 2025 e settembre 2025) - 3 B2B/iniziativa collaterali settore calzature/pelletteria (Stoccolma - agosto 2025, Dusseldorf agosto 2025, Monaco - febbraio 2026 e Istanbul - ottobre 2025) con la possibilità di allargare all'intero settore moda con EMI	€ 225.000,00
	<b>Intervento 5.3 - Settore meccanica e mobile/arredo</b>	Workshop/B2B dedicato al settore macchine/accessori per calzaturifici (paese da individuare) in collaborazione con le associazioni di categoria	€ 120.000,00
		Workshop/B2B dedicato al settore meccanica (paese da individuare) in collaborazione con ITA-ICE	
	<b>Intervento 5.4 - Settore agro-alimentare</b>	Incoming di imprese francesi realizzato in collaborazione con ITA-ICE (periodo da individuare) Incoming di buyer e operatori del settore agroalimentare dalla Svezia (settembre 2025) Incoming legato all'iniziativa Valladolid realizzata nel 2024 (ottobre 2025)	€ 60.000,00
	<b>Intervento 5.5 - Plurisetoriale</b>	Missione sistema CIIE China International Import Expo 2025, Shanghai (5-10 novembre 2025)	€ 70.000,00
Artigiano in fiera Milano (dicembre 2025)		€ 135.000,00	
<b>TOTALE B2B, INCOMING E ALTRE INIZIATIVE SETTORIALI</b>			<b>€ 700.000,00</b>
<b>TOTALE INTERNAZIONALIZZAZIONE</b>			<b>1.000.000,00 €</b>