

Serie Ordinaria n. 9 - Venerdì 27 febbraio 2026

D.g.r. 23 febbraio 2026 - n. XII/5778
Programma di promozione coordinata dei territori lombardi:
approvazione dei criteri degli interventi

LA GIUNTA REGIONALE

Vista la l.r. 1° ottobre 2015, n. 27 «Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo» in particolare:

- l'articolo 2 comma 1 - lettera a) che promuove lo sviluppo e la valorizzazione della filiera dell'attrattività mediante la cooperazione tra soggetti pubblici e privati;
- art. 7 che attribuisce ai Comuni, anche in forma associata, funzioni di valorizzazione delle proprie attrattive turistiche e di realizzazione di progetti approvati dalla Giunta regionale;

Richiamati:

- la d.g.r. 3 febbraio 2025 n. XII/3872 di approvazione del Piano intermedio della promozione turistica e dell'attrattività;
- la d.g.r. 1° luglio 2025 n. XII/4624 «Proposta di Documento di Economia e Finanza Regionale 2026-2028»;
- la d.g.r. 30 ottobre 2025 n. XII/5236 «Approvazione della proposta di nota di aggiornamento del documento di economia e finanza regionale - NADEF 2026-2028 - Atto da inviare al Consiglio regionale» e la deliberazione consiliare 2 dicembre 2025, n. 1167 «Risoluzione concernente il Documento di Economia e Finanza Regionale comprensivo della nota di aggiornamento - NADEF 2026-2028»;
- la d.g.r. 2 febbraio 2026, n. XII/5704 «Proposta di piano per lo sviluppo del turismo e dell'attrattività, previsto dall'art. 15 della l.r. del 1° ottobre 2015, n. 27 - (atto da trasmettere al Consiglio Regionale)»;
- le d.g.r. 9 dicembre 2024 n. XII/3579, 20 dicembre 2024 n. XII/3705 e 22 settembre 2025 n. XII/5024;

Rilevato che:

- la valorizzazione della Lombardia passa attraverso eventi, itinerari ed esperienze rappresentative delle peculiarità territoriali;
- una programmazione coordinata tra enti locali rafforza l'efficacia delle azioni di marketing territoriale e promozione territoriale;
- il cofinanziamento regionale favorisce l'integrazione tra azioni promozionali regionali e locali;

Considerato che:

- si intende nell'anno 2026 consolidare l'eredità dei Giochi Olimpici e Paralimpici invernali Milano-Cortina 2026 rafforzando l'attrattività turistica esperienziale e la cooperazione tra i territori;
- il coinvolgimento dei Comuni capoluogo e dei partenariati territoriali consente di valorizzare e rendere duraturi i flussi turistici generati dal grande evento olimpico;

Dato atto che il Programma di promozione coordinata dei territori lombardi prevede due linee di intervento complementari:

- «Itinerari ed eventi in Lombardia 2026»;
- «Promozione territoriale»;

Dato atto che:

- «Itinerari ed eventi in Lombardia 2026» sostiene partenariati tra enti pubblici lombardi per la realizzazione di palinsesti di eventi o itinerari turistici, con l'obiettivo di destagionalizzare, decentrare e rendere sostenibili i flussi turistici;
- «Promozione territoriale» mira a rafforzare il ruolo delle città capoluogo quali attrattori turistici dell'intero territorio provinciale;

Dato atto che il Programma di promozione coordinata dei territori lombardi è stato presentato in occasione del Tavolo del turismo del 20 gennaio 2026 e, successivamente, in occasione dell'incontro plenario con gli Assessori al turismo dei capoluoghi lombardi del 3 febbraio 2026 e che, in entrambi i casi, è stato accolto con favore;

Ritenuto di:

- approvare i criteri attuativi della linea «Itinerari ed eventi in Lombardia 2026», di cui all'allegato A parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;
- approvare le modalità e i criteri di assegnazione delle risorse nell'ambito della linea «Promozione territoriale», di cui all'allegato B, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- approvare la scheda di progetto nell'ambito della linea

«Promozione territoriale», di cui all'allegato C, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

- demandare al Dirigente pro tempore della U.O. Sviluppo delle filiere del turismo, del design e della moda l'adozione di tutti gli atti amministrativi e contabili conseguenti nonché l'assolvimento degli obblighi di pubblicazione di cui agli articoli 26 e 27 del d.lgs. 33/2013;

Dato atto che gli oneri finanziari a carico di Regione Lombardia per complessivi 1.900.000,00 euro trovano copertura sull'esercizio finanziario 2026 a valere sul capitolo 10910 «Trasferimenti a soggetti pubblici per la realizzazione di attività e interventi inerenti all'attrattività turistica ed il marketing territoriale», di cui:

- euro 1.500.000 per la linea «Itinerari ed eventi in Lombardia 2026»;
- euro 400.000 per la linea «Promozione territoriale»;

Dato atto che parte delle risorse destinate al Programma di promozione coordinata dei territori lombardi derivano dalla riprogrammazione di risorse stanziata con d.d.u.o. 15 febbraio 2024 - n. 2662, in attuazione dell'iniziativa istituita con d.g.r. del 18 settembre 2023, n. XII/971 e successivamente sospesa;

Ritenuto di:

- prevedere, per la linea «Itinerari ed eventi in Lombardia 2026», la possibilità di incrementare la dotazione finanziaria, qualora si rendessero disponibili ulteriori risorse del bilancio regionale;
- destinare eventuali economie della linea «Promozione territoriale» all'aumento proporzionale del contributo concesso ai Comuni capoluogo che aderiscono all'iniziativa;

Visti gli articoli 26 e 27 del decreto legislativo n. 33 del 14 marzo 2013 che dispongono la pubblicità sul sito istituzionale delle pubbliche amministrazioni dei dati attinenti alla concessione di sovvenzioni, contributi, sussidi e attribuzione di vantaggi economici a persone ed enti pubblici e privati;

Richiamata la Comunicazione della Commissione sulla nozione di aiuto di Stato di cui all'articolo 107, paragrafo 1, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea (2016/C 262/01);

Stabilito che:

- il sostegno allo sviluppo di itinerari ed eventi non rientra nell'ambito di applicazione delle norme UE in tema di aiuti di Stato in quanto attività propria dei soggetti pubblici beneficiari di natura istituzionale e non economica;
- il sostegno ai progetti di promozione territoriale non rientra nell'ambito di applicazione delle norme UE in tema di aiuti di Stato in quanto attività, delegata ai soggetti pubblici beneficiari, di natura istituzionale e non economica;

Dato atto che i Comuni partecipanti dovranno uniformarsi alla brand identity turistica regionale;

Vista la l.r. 7 luglio 2008, n. 20 «Testo unico delle leggi regionali in materia organizzazione e personale», nonché i provvedimenti organizzativi della XII legislatura;

Vista la l.r. 31 marzo 1978, n. 34 e successive modifiche ed integrazioni nonché il Regolamento di contabilità della Giunta regionale;

All'unanimità dei voti espressi nelle forme di legge, per i motivi in premessa;

DELIBERA

1. Di approvare:

- i criteri attuativi della linea «Itinerari ed eventi in Lombardia 2026», di cui all'allegato A parte integrante e sostanziale della presente deliberazione;
- le modalità e i criteri di assegnazione delle risorse nell'ambito della linea «Promozione territoriale», di cui all'allegato B, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- la scheda di progetto nell'ambito della linea «Promozione territoriale», che ciascun Comune capoluogo potrà presentare entro i termini previsti, di cui all'allegato C, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.

2. Di dare atto che gli oneri finanziari a carico di Regione Lombardia per complessivi 1.900.000,00 euro trovano copertura sull'esercizio finanziario 2026 a valere sul capitolo 10910 «Trasferimenti a soggetti pubblici per la realizzazione di attività e interventi inerenti all'attrattività turistica ed il marketing territoriale».

3. Di demandare al Dirigente pro tempore della U.O. Sviluppo delle filiere del turismo, del design e della moda l'adozione di tutti gli atti amministrativi e contabili conseguenti.

4. Di stabilire che il sostegno allo sviluppo di itinerari ed eventi non rientra nell'ambito di applicazione delle norme UE in tema di aiuti di Stato in quanto attività propria dei soggetti pubblici beneficiari di natura istituzionale e non economica.

5. Di stabilire che il sostegno ai progetti di promozione territoriale non rientra nell'ambito di applicazione delle norme UE in tema di aiuti di Stato in quanto attività, delegata ai soggetti pubblici beneficiari, di natura istituzionale e non economica.

6. Di attestare che la spesa oggetto del presente provvedimento rientra nell'ambito di applicazione degli articoli 26 e 27 del d.lgs. n. 33/2013.

7. Di disporre la pubblicazione del presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia (BURL) e sul portale www.regione.lombardia.it.

Il segretario: Riccardo Perini

— • —

ALLEGATO A

DENOMINAZIONE INTERVENTO	ITINERARI ED EVENTI inLOMBARDIA 2026
FINALITÀ E OBIETTIVI	Il Bando sostiene lo sviluppo e la promozione istituzionale, da parte di partenariati di Comuni lombardi, di: – palinsesti di eventi - oppure – itinerari turistici che, capitalizzando l'eredità delle Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026, contribuiscano a destagionalizzare, decentrare e rendere sostenibili i flussi di turisti e viaggiatori.
PRS XII LEGISLATURA	Pilastro 6 Lombardia Protagonista Obiettivo 6.1.3 Valorizzare i territori e i "turismi" di Lombardia.
DOTAZIONE FINANZIARIA	La dotazione finanziaria complessiva della linea è pari a euro 1.500.000,00, salvo ulteriori risorse aggiuntive che si renderanno disponibili.
SOGGETTI BENEFICIARI	Possono presentare domanda in forma aggregata i capifila di partenariati composti da Comuni lombardi. Il partenariato deve essere composto da almeno cinque partner (capofila compreso). I comuni capoluoghi beneficiari della linea "Promozione territoriale" possono aderire alla presente linea presentando interventi e spese differenti.
INTERVENTI AMMISSIBILI	I progetti di sviluppo di palinsesti di eventi devono prevedere i seguenti elementi minimi essenziali: – definizione di un calendario unico di eventi da promuovere in modo coordinato; – valorizzazione del calendario unico di eventi mediante attività di comunicazione; – pubblicazione del calendario degli eventi di promozione turistica sul portale www.in-lombardia.it. I progetti di sviluppo e promozione istituzionale di itinerari turistici devono prevedere le seguenti attività minime essenziali: – realizzazione/promozione di almeno un itinerario turistico, che può essere nuovo oppure il rinnovamento di un percorso già esistente – un'attività di promozione turistica b2c funzionale all'itinerario (obbligatoria); – un'attività di promozione turistica b2b funzionale all'itinerario (di carattere facoltativo, realizzabile in aggiunta alla b2c); – pubblicazione sul portale www.in-lombardia.it. I progetti beneficiari dovranno aderire alla brand identity turistica regionale assicurando il raccordo in fase di attuazione del progetto previa preventiva approvazione del layout dei materiali di comunicazione. Non sono ammessi progetti generatori di entrate.
TIPOLOGIA DI AGEVOLAZIONE E ENTITÀ CONTRIBUTO	L'agevolazione è concessa a ciascun partner a fondo perduto pari al 80% dell'investimento ammesso e fino ad un massimo di euro 10.000,00.

DENOMINAZIONE INTERVENTO	ITINERARI ED EVENTI inLOMBARDIA 2026
DURATA DEI PROGETTI	Le attività devono essere realizzate entro il 31 dicembre 2026.
SPESE AMMISSIBILI	Le spese ammissibili devono essere riconducibili esclusivamente all'acquisizione di servizi, tramite soggetti terzi, funzionali alla realizzazione e promozione dei palinsesti o degli itinerari. Il prospetto delle spese del progetto deve includere obbligatoriamente anche spese di promozione e comunicazione turistica. Tutte le spese sono ammissibili solo se riferite a titoli di spesa e di pagamento emessi successivamente alla data di presentazione della domanda ed entro i termini previsti dal bando. Sono escluse: – spese per investimenti di natura capitale; – spese per il personale; – spese di ordinaria amministrazione del soggetto richiedente.
MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE	La presentazione del progetto, con indicazione del relativo CUP, deve avvenire mediante la piattaforma Bandi e Servizi.
PROCEDURA ISTRUTTORIA	L'assegnazione del contributo avverrà sulla base di una procedura valutativa a sportello, previa istruttoria formale. Il termine per la conclusione del procedimento è stabilito in 60 giorni dalla data di presentazione della domanda.
CRITERI DI VALUTAZIONE	L'istruttoria tecnica dei progetti è condotta secondo i seguenti criteri: – Qualità ed efficacia del progetto – Distintività del progetto – Articolazione – del piano di promozione – Congruità del piano di investimento del progetto. Per la valutazione dei progetti sarà costituito un Nucleo di Valutazione composto da rappresentanti regionali e del sistema regionale da nominare con apposito provvedimento di Regione Lombardia a cura del Responsabile del procedimento. Non è previsto alcun compenso per i membri.
REGIME DI AIUTO	Il sostegno ai progetti di sviluppo e promozione di palinsesti di eventi o di itinerari turistici non rientra nell'ambito di applicazione delle norme UE in tema di aiuti di Stato in quanto attività propria del soggetto pubblico beneficiario di natura istituzionale e non economica.

ALLEGATO B

DENOMINAZIONE INTERVENTO	PROMOZIONE TERRITORIALE
FINALITÀ E OBIETTIVI	L'iniziativa promuove l'attrattività turistica esperienziale dei territori, anche sull'onda della notorietà e della visibilità avuta dal territorio ospitante, lascito dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026. Obiettivi: – valorizzare i territori attraverso le città capoluogo, offrendo esperienze di visita uniche e di alto valore aggiunto; – promuovere un'immagine coordinata, innovativa e internazionale della Lombardia; – valorizzare settori creativi specifici che creano ecosistemi e attraggono talenti e innovazione; – mettere al centro le esperienze, il "saper fare" lombardo, le eccellenze e le occasioni di sviluppo del territorio.
PRS XII LEGISLATURA	Pilastro 6 Lombardia Protagonista Obiettivo 6.1.3 Valorizzare i territori e i "turismi" di Lombardia.
DOTAZIONE FINANZIARIA	La dotazione finanziaria complessiva del progetto è pari a € 400.000,00.
SOGGETTI BENEFICIARI	I beneficiari delle risorse sono i Comuni capoluogo di provincia interessati, in favore dei quali sarà disposta l'assegnazione del contributo, a fronte della candidatura di un progetto di promozione dell'attrattività del territorio, in ottica di marketing territoriale.
INTERVENTI AMMISSIBILI	I progetti di promozione del territorio devono prevedere: – la promozione di un territorio più esteso rispetto a quello del comune capoluogo, che riguardi altri comuni della provincia in cui il comune capoluogo ha sede; – una forte visibilità territoriale e sovra-territoriale; – l'integrazione nel complessivo piano di comunicazione regionale. I progetti beneficiari dovranno aderire alla brand identity turistica regionale, assicurando il raccordo in fase di attuazione del progetto previa preventiva approvazione del layout dei materiali di comunicazione. Un adeguato livello di pubblicità e di visibilità del contributo regionale deve essere previsto anche in eventuali materiali promozionali off line e on line. Il progetto di comunicazione, in ottica di marketing territoriale, può riguardare la promozione del territorio in relazione, a: – Turismo Esperienziale, intesa, a titolo di esempio: a conoscere da vicino il lavoro degli artigiani e le professioni creative, a promuovere "experience pass" tematici o itinerari turistici in occasione di particolari ricorrenze, visite in atelier, botteghe, laboratori "aperti"; – Specifiche campagne tematiche rappresentative del territorio, anche con l'applicazione di un format creativo e finalizzate a consolidare il flusso olimpico.

DENOMINAZIONE INTERVENTO	PROMOZIONE TERRITORIALE
TIPOLOGIA DI AGEVOLAZIONE E ENTITÀ CONTRIBUTO	A ciascun Comune capoluogo sarà riconosciuto un contributo a fondo perduto pari all'80% delle spese di progetto. Il contributo massimo è pari a euro 33.000,00 per ciascun comune capoluogo interessato. Eventuali risorse residuanti sulla dotazione potranno incrementare il valore del contributo massimo, proporzionatamente alle spese di progetto presentate da ciascun comune capoluogo. Il contributo sarà riconosciuto rispetto alle spese di progetto presentate, nel rispetto delle seguenti condizioni: – in qualità di parziale/totale rimborso, per le attività di progetto; – per sole spese di promozione e comunicazione di natura corrente, anche attraverso il trasferimento ad altri enti territoriali, con l'obbligo di conservare la relativa documentazione, in quanto soggetta a controllo successivo.
DURATA DEI PROGETTI	Le attività di progetto devono essere realizzate entro il 31 dicembre 2026. Le attività di controllo da parte dell'ente regionale saranno programmate a partire dal secondo semestre del 2027.
SPESE AMMISSIBILI	Sono riconosciute le sole spese di promozione e comunicazione, classificabili come di natura corrente. Le spese dovranno risultare, al momento dei controlli, effettivamente sostenute e tracciabili. Al termine del progetto ciascun Comune capoluogo provvederà a presentare una relazione finale, corredata da un dettaglio delle spese sostenute, che descriva in particolare i risultati ottenuti con il progetto.
MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE	Ciascun Comune capoluogo di provincia interessato procede, entro i termini stabili da Regione Lombardia, alla presentazione del progetto, con indicazione del relativo CUP, mediante la piattaforma Bandi e Servizi.
ASSEGNAZIONE DELLE RISORSE E VERIFICA PREVENTIVA DI COERENZA	Regione Lombardia, entro 60 giorni dal termine per la presentazione della proposta progettuale, procede con uno o più decreti all'assegnazione e trasferimento delle risorse, previa verifica della coerenza degli interventi proposti con le finalità ed obiettivi, valutati da apposito Nucleo di Valutazione. La verifica di coerenza con le finalità dell'iniziativa si basa sui seguenti criteri: – Qualità e impatto della campagna di promozione; – Innovatività dell'offerta esperienziale promossa; – Eventuale complementarietà con altre campagne di promozione dell'attrattività del territorio; – Impatto territoriale e sostenibilità.
REGIME DI AIUTO	Il sostegno ai progetti di promozione per l'attrattività territoriale non rientra nell'ambito di applicazione delle norme UE in tema di aiuti di Stato in quanto attività, delegata ai soggetti pubblici beneficiari, di natura istituzionale e non economica.

ALLEGATO C

PROGRAMMA DI PROMOZIONE TERRITORIALE		
SCHEDA PROGETTO		
SOGGETTO PROPONENTE	DENOMINAZIONE	
	RAPPRESENTANTE LEGALE	
	INDIRIZZO SEDE LEGALE	
	RECAPITI TELEFONICI	
	E-MAIL	
	PEC	
CUP ASSEGNATO DAL COMUNE AL PROGETTO		
SPESE SOSTENUTE DAL COMUNE PER IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE	Totale e Dettaglio delle spese da sostenere	
CONTO DI TESORERIA PRESSO CUI TRASFERIRE LE RISORSE/IBAN		

TITOLO	
DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO DI PROMOZIONE DELL'ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO	- Descrivere il progetto e come è in grado di promuovere il territorio coinvolto (con elenco dei Comuni su cui insiste il progetto di promozione;) - Cronoprogramma.
QUALITÀ DELLA CAMPAGNA DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO	Contesto territoriale in termini di attrattività (descrivere tipologia di flussi e stagionalità, anche in relazione a fabbisogni rilevati) Strategia: descrivere, a titolo di esempio: - come vengono ampliate e integrate le modalità di fruizione del territorio e delle sue eccellenze; - quali gli elementi di innovatività dell'offerta esperienziale promossa; - possibilità di segnalare, classificare e digitalizzare i percorsi, - come può essere rafforzato il collegamento tra brand regionale, vacanze outdoor e sostenibilità; - eventuali stakeholder economico sociali coinvolti (descrivere quali) - Altro
È COMPLEMENTARE CON ALTRE CAMPAGNE DI PROMOZIONE DELL'ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO	Sì/No
Se sì, inserire elementi a supporto*	Descrivere in particolare come il progetto si presenta strategicamente sinergico con altre iniziative promozionali del territorio

PROGRAMMA DI PROMOZIONE TERRITORIALE	
SCHEDA PROGETTO	
MATERIALI PROMOZIONALI	Dettaglio e motivazione della eventuale realizzazione di materiale promozionale on line e off line: Tempi di realizzazione e diffusione del materiale promozionale: Modalità di diffusione e distribuzione del materiale promozionale: Dove viene diffuso il materiale promozionale:
CANALI, STRUMENTI E IMPATTO ATTESO DELLA PROMOZIONE DEL TERRITORIO	Individuazione dei canali on line e off line prescelti: Individuazione degli strumenti di promozione prescelti: Livello di copertura mediatica (locale, regionale, nazionale, internazionale): Impatto atteso (locale, regionale, nazionale, internazionale):
SERVIZI DI COMUNICAZIONE PER IL PROGETTO DI PROMOZIONE TURISTICA <i>(applicazione e visibilità della brand identity regionale sui vari canali e messaggi, valore e rilevanza della campagna pubblicitaria, collaborazione nella stesura e amplificazione della comunicazione on line e off line)</i>	

Luogo, _____ Data, _____

Firma del proponente
