

SOMMARIO

AZIONE	Errore. Il segnalibro non è definito.
FINALITÀ ED OBIETTIVI	Errore. Il segnalibro non è definito.
CONTENUTI TECNICI.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
RISULTATI ATTESI.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
ANALISI AMBIENTALE DEL PROGETTO	Errore. Il segnalibro non è definito.
REQUISITI DI AMMISSIBILITÀ	Errore. Il segnalibro non è definito.
CRONOPROGRAMMA.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
SPESE AMMISSIBILI	Errore. Il segnalibro non è definito.
INDICATORI DI PROGETTO.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
VALORE AGGIUNTO LEADER	Errore. Il segnalibro non è definito.
INDICATORI DI VALORE AGGIUNTO LEADER	Errore. Il segnalibro non è definito.

AZIONE

Ambito tematico

Turismo sostenibile

Tipologia azione

Azione specifica LEADER

Tipologia progetto

Regia Diretta

Codice progetto

19.2.B.15

Importo progetto

105.784,48

Codice azione

19.2.B.15

Descrizione azione

Promozione e Valorizzazione Territoriale

Progetto

Promozione e Valorizzazione Territoriale

Quota pubblica

105.784,48

FINALITÀ ED OBIETTIVI

Si tratta di una riedizione rivisitata della Azione Informazione e Promozione Territoriale (già 19.2.B.7) già attuata e rendicontata dallo stesso GAL PerCorsi S.r.l.. Tale opportunità nasce sulla scorta di economie generatesi a valere sulle Misure dello stesso PdA del GAL. Partendo da questi presupposti, al fine di far conoscere questo territorio e le opportunità che può offrire, incrementandone il potenziale attrattivo, sia in termini di valorizzazione che in termini di servizi alla promozione culturale, diventa sempre più prioritario sviluppare un'attenta e costante strategia di comunicazione e marketing, che punti proprio sulle specificità territoriali che sappiano raccontare le sue emergenze naturali e umane, in una chiave contemporanea di comunicazione.

In analogia con l'Azione, nonché in coerenza con la versione attuale del PdA del GAL, le attività previste dall'azione sono le seguenti:

- Continuare nell'azione di Promozione dei borghi e delle aree montane e rurali, rendendole sempre più visibili ed identificabili, conferendo una più marcata IDENTITA', attraverso la valorizzazione delle sue emergenze storico-culturali-religiose ed enogastronomiche;
- Aumentare la fruizione pubblica del territorio, valorizzandone le eccellenze;
- implementare una progettazione di attività finalizzate alle peculiarità territoriali, uscendo dai soliti "cliché" comunicativi e che sappiano intercettare turismi non di massa;
- rafforzare la complementarietà e/o succedaneità con altri progetti di sviluppo presenti sulla medesima area e/o proposti dallo stesso GAL, anche in coerenza con il Turismo delle Radici ricorrente nell'anno in corso.

La presente scheda del PdA prevede la modalità attuativa "a regia diretta".

FOCUS AREA: Servizi alla popolazione e approccio leader

OBIETTIVO SPECIFICO "Tutelare e valorizzare il patrimonio paesaggistico, storico e naturalistico"

CONTENUTI

Se l'Azione 19.2.B.7 - Informazione e Promozione Territoriale, ha fortemente caratterizzato la sua *mission* nel promuovere eventi fieristici più generalisti, con la presente Azione, il GAL intende svolgere un ruolo di primo piano nel promuovere l'identità del territorio legata a tematismi specifici e intimi rispetto alle stesse vocazionalità territoriali, come cultura, religiosità, paesaggio, ambiente, nonché di rafforzare la sua capacità innovativa legata a principi di resilienza, di coesione, di supporto alle tante individualità civiche proprie dell'area GAL che ancora incontrano difficoltà ad emergere.

A tal fine, con la presente azione, in continuità con il Piano di comunicazione territoriale pluriennale redatto con la precedente azione B.2.7, dal titolo evocativo "Una Terra Laboratorio", che tra gli altri mira ad alimentare un modello per la diffusione di una sensibilità all'ambiente e all'arte, tentando di costruire una coscienza nuova di comunità, attraverso l'implementazione di strumenti innovativi ed il ricorso a specifiche azioni di human design innovation e di societizing, il tentativo che si vuole mettere in campo è proprio una rielaborazione dei linguaggi in un'ottica sistemica, integrata, innovativa e partecipata, sostenendo tematiche di infotainment ed economia collaborativa. In altre parole, se l'azione B.2.7 ha premiato soprattutto gli eventi promozionali, con questa nuova edizione, si premia maggiormente la parte contenutistica, evidenziando ed enfatizzando la produzione di materiale identitario che meglio e più efficacemente rappresenta il territorio.

A tal fine, saranno assicurate le seguenti attività:

- Realizzazione di un Docufilm a carattere identitario del territorio, sapendone valutare alcune specificità: aspetti culturali, paesaggistici, religiosi, etc., rivolto a circuiti filmografici tradizionali (televisioni, network, etc.), rassegne e festival, nonché a identificarsi con le comunità di origine della stessa area GAL PerCorsi radicatesi nelle loro costumanze e tradizioni in realtà extraeuropee;
- Sostegno alla coproduzione di un lungometraggio totalmente ambientato nell'Area GAL, che sappia valorizzarne anche in forma indiretta, paesaggi e ambienti tipici territoriali, con un neo protagonismo degli stessi territori;
- Creazione di una H-FARM, ovvero di una piattaforma digitale che aiuta i giovani a lanciare iniziative innovative e che sappia supportare l'evoluzione comunicativa delle aziende in genere e/o le start up, verso una promozione e/o una comunicazione anche digitale;
- Organizzazione e realizzazione di almeno quattro attività di informazione/comunicazione e seminari (workshop, seminari divulgativi, etc.), su tematiche dedicati: agroalimentari, turistiche, ambientali e della tradizione popolare.

RISULTATI ATTESI

I risultati attesi sono i seguenti:

- Potenziare la visibilità del territorio, mantenendo la sua identità;
- Valorizzazione dell'area Leader e degli elementi caratteristici e specifici che lo differenziano da altri territori e/o mete turistiche e/o aree produttive;
- Potenziamento della conoscenza delle produzioni rurali sul mercato interno e sui mercati esteri;
- Posizionamento del prodotto enogastronomico e turistico presso un target di alta qualità, tale da garantire un adeguato valore aggiunto alle produzioni rurali/mete turistiche dell'area Leader;
- Raggiungimento di nuovi potenziali consumatori/turisti attraverso la promozione culturale (non ultima, la promozione tramite media, web e social media).

FASI DI ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

L'azione si sviluppa in quattro fasi:

Fase 1 - *Individuazione dei tematismi/soggetto d'autore*: il GAL con procedura di evidenza pubblica selezionerà l'argomento ed il soggetto d'autore cui verrà affidata la realizzazione delle attività in coproduzione.

Fase 2 - *Predisposizione dei progetti esecutivi, e degli atti conseguenti*: i fornitori incaricati, con il coordinamento del GAL, preparano gli elaborati definitivi/esecutivi, gli atti necessari a determinare la proprietà delle aree di riferimento, predispongono atti di convenzione da sottoscrivere con soggetti pubblici e di fornitura con soggetti privati, per la piena, efficacia e efficiente realizzazione degli output.

Fase 3 - *Elaborazione/produzione degli output previsti*: i soggetti all'uopo selezionati realizzano quanto ad essi affidato dal GAL, nel rispetto dei progetti/elaborati condivisi, nonché degli accordi, atti e quant'altro sottoscritto.

Fase 4 - *Organizzazione e partecipazione agli eventi divulgativi*: il GAL assicura l'espletamento degli eventi organizzati, ovvero propone, coordina e realizza gli eventi secondo i tematismi definiti.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

Nel merito, si dettaglia come segue:

Fase 1 - *Individuazione dei tematismi/soggetti d'autore*

In questa fase, senza costi a carico della presente azione, il GAL attiva le procedure di evidenza pubblica utili a selezionare:

- Acquisire abstract di proposte progettuali di lungometraggio, da proponenti a cui verrà affidata la realizzazione dell'attività prevista di coproduzione, di seguito dettagliatamente descritta;
- acquisire disponibilità di spazi pubblici idonei e al chiuso disponibili in cui attrezzare l'H-Farm;
- acquisire disponibilità per eventi informativi e divulgativi presso i Comuni di pertinenza del GAL, su tematismi, così come precedentemente individuati;
- selezione dei fornitori.

Fase 2 - *Predisposizione dei progetti esecutivi, e degli atti conseguenti*

Con il coordinamento del GAL, i fornitori incaricati preparano gli elaborati definitivi/esecutivi, gli atti necessari a determinare la proprietà delle aree/beni di intervento, nonché gli accordi/atti di convenzione da sottoscrivere per la piena, efficacia e efficiente realizzazione degli output. Nello specifico, le attività di questa fase sono:

- Acquisire le sceneggiature, il Piano di Lavorazione, eventuali ulteriori accordi con partner di progetto pubblici e/o privati, per n. 1 Docufilm, legato alla figura di San Giustino de Jacobis, nativo di San Fele e tratto dall'opera teatrale dal titolo "L'ultimo degli Uomini" di Rocco Messina da parte della Società di produzione RVM Broadcast, mandatario di produzione esclusivo dell'opera;
- Acquisire le sceneggiature, il Piano di Lavorazione, eventuali ulteriori accordi con partner di progetto pubblici e/o privati, per il sostegno alla coproduzione di n. 1 lungometraggio, interamente ambientato nell'area del GAL PerCorsi;
- Definire accordo GAL - soggetto pubblico, con definizione di un capitolato sulla scorta delle disponibilità di spazi idonei per l'ideazione dell'H-Farm;
- Definizione dei contenuti e dei relatori in relazione alle tematiche individuate, con selezione dei fornitori per il supporto alla realizzazione dei seminari.

Fase 3 - *Elaborazione/produzione degli output previsti*:

- Realizzazione di n. 1 Docufilm, registrato con spettacolo dal vivo su supporto audiovisivo, comprensivo di credits. Proiezione su network televisivo a diffusione extra regionale;
- Realizzazione di n. 1 coproduzione di un lungometraggio, ambientato in uno o più paesi dell'area GAL PerCorsi;
- Realizzazione di n. 1 H – FARM, con allestimento di spazi chiusi pubblici in via permanente;

Fase 4 - *Organizzazione e partecipazione agli eventi divulgativi:*

Realizzazione di n. 4 seminari specializzati divulgativi sui seguenti tematismi: agroalimentare, incoming turistico, tradizione antropologiche popolari e sostenibilità ambientale, in cui saranno rappresentate anche una o più attività del medesimo progetto.

ANALISI AMBIENTALE DEL PROGETTO

L'azione qualora preveda la conservazione e/o valorizzazione di elementi di pregio naturalistico ed ambientale, dovrà essere suffragata da un'esauriva analisi a cura di un tecnico abilitato che attesti la sostenibilità ambientale dell'intervento.

CRONOPROGRAMMA

FASE/Attività	SOGGETTO RESPONSABILE	2020		2021		2022		2023		2024	
		I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem
OPERAZIONI A REGIA DIRETTA											
Fase 1 - <i>Individuazione dei tematismi/soggetto d'autore</i>	Gal									X	
Fase 2 - <i>Predisposizione dei progetti esecutivi, e degli atti conseguenti</i>	Gal									X	X
Fase 3 - <i>Elaborazione/produzione degli output previsti</i>	Gal									X	X
Fase 4 - <i>Organizzazione e partecipazione agli eventi divulgativi</i>	Gal									X	X

SPESE AMMISSIBILI

Tipologia	Voce di spesa	Importo
Investimenti Immateriali	Consulenze esterne	80.000,00
Investimenti Immateriali	Organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, workshop, fiere, etc. strettamente ed esplicitamente finalizzate all'operazione cofinanziata	6.708,59
Investimenti Immateriali	IVA, se sostenuta a titolo definitivo e non recuperabile	19.075,89
TOTALE		105.784,48

INDICATORI DI PROGETTO

TABELLA INDICATORI DI PROGETTO

Tipo indicatore	Indicatore	Unità di misura	Valore previsionale
Prodotto	Numero di soggetti pubblici coinvolti	Numero	4
Prodotto	Numero di progetti di tematizzazione identitaria	Numero	3
Prodotto	Numero di persone sensibilizzate al tema della cittadinanza attiva e responsabile nell'area SLTP	Numero	200
Risultato	Numero di associati/soggetti coinvolti	Numero	1
Risultato	Elementi di pregio valorizzati	Numero	4

VALORE AGGIUNTO LEADER

Il valore aggiunto è riscontrabile nell'attività di potenziamento ed integrazione delle attività già programmate e/o avviate dai futuri beneficiari a sostegno degli elementi di pregio e del patrimonio identitario del territorio SLTP. Favorendone e potenziandone:

- il principio di partecipazione le popolazioni vengono chiamate ad esprimersi consapevolmente sugli ambiti tematici di sviluppo e sulle vocazioni del proprio territorio;
- il principio di partnership le diverse organizzazioni pubbliche e private che compongono la comunità chiamata ad esprimersi devono rispettare prassi collaborative e di scambio al fine di cooperare sinergicamente nella realizzazione della migliore strategia di sviluppo locale per il proprio territorio;
- la progettualità in sostituzione di interventi spot o frammentati con scarsi effetti moltiplicatori di crescita - all'interno della SSL e del piano di azione locale infatti le comunità partecipando e cooperando non devono rinunciare a strutturare dei progetti integrati e multisettoriali capaci di riunire lungo un'unica direttrice di sviluppo l'intero territorio, inteso come un unicum;
- il principio della complementarità dei fondi per finanziare un'idea di sviluppo – il nuovo Leader consegna un interessante elemento di novità introducendo la sovranità del progetto (quando valido) rispetto ai vincoli e alle normative disciplinanti il finanziamento e la spesa; è infatti tutelato l'interesse del beneficiario a realizzare il progetto usufruendo, laddove necessario dell'utilizzo di altri fondi capaci di incrementare l'efficacia del risultato atteso.

INDICATORI DI VALORE AGGIUNTO LEADER

Tipo indicatore	Indicatore	Unità di misura	Valore previsto
Quantitativi	Numero di partecipanti all'azione	Numero	50
Qualitativi	Percezione in seno alla comunità del valore del proprio patrimonio ambientale, naturale, culturale è la capacità di poter incidere direttamente nella conservazione tutela e promozione dello stesso	Scala di valori	Alto
Qualitativi	Percezione da parte dei cittadini dell'efficacia delle iniziative realizzate	Scala di valori	Alta

ALLEGATI

- **Progetto esecutivo**
- **Quadro finanziario complessivo del progetto**
- **Indagine di mercato per congruità dei costi**