

## 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.
CRITERI DI SELEZIONE .....	Errore. Il segnalibro non è definito.
RISCHI E RIMEDI .....	Errore. Il segnalibro non è definito.
CRONOPROGRAMMA .....	Errore. Il segnalibro non è definito.
TIPO DI SOSTEGNO .....	Errore. Il segnalibro non è definito.
SPESE AMMISSIBILI .....	Errore. Il segnalibro non è definito.
DOTAZIONE FINANZIARIA DELL'AZIONE .....	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.7

**Importo progetto****€ 33.318,83****Codice azione**

19.2.B.7

**Descrizione azione**

Informazione e Promozione Territoriale

**Progetto**

Informazione e Promozione Territoriale

**Quota pubblica****€ 33.318,83**

## FINALITÀ ED OBIETTIVI

Partendo da questi presupposti, al fine di far conoscere questo territorio e le opportunità che può offrire, incrementandone quindi il potenziale attrattivo, diventa prioritario

sviluppare un'attenta e dedicata strategia di promozione, comunicazione e marketing, che punti proprio sulle caratteristiche specifiche del territorio Leader:

Le attività previste dall'azione sono le seguenti:

- Sviluppo di un programma di incontri di sensibilizzazione e coinvolgimento degli operatori ed enti locali
- Accompagnamento dei territori nella partecipazione ad eventi regionali, nazionali, internazionali e a fiere/workshop BetoBe;
- Rendere i borghi e le aree montane e rurali visibili ed identificabili, conferendo una IDENTITA' precisa al territorio ed alle sue produzioni.

La scheda del PdA relativa alla presente azione prevede una sua modalità attuativa "a regia diretta".

## CONTENUTI

Il GAL intende svolgere un ruolo di primo piano nel promuovere la distintività del territorio (paesaggio, ambiente, natura, servizi) e della popolazione che lo abita (modi di vivere, tradizioni, ospitalità, agricoltura, mestieri e artigianato, cultura, gastronomia, storia).

A tal fine, con la presente azione intende sviluppare un Piano di comunicazione e marketing territoriale pluriennale, articolato in diverse campagne e azioni da attuare sul

territorio GAL, a livello regionale, nazionale e internazionale; nonché organizzare presenze e delegazioni di rappresentanza per la promozione del territorio in occasioni di eventi

e fiere nazionali, internazionali e regionali. Le campagne di comunicazione e marketing, che il GAL attuerà direttamente, saranno rivolte sia ai potenziali fruitori del territorio che

ai residenti, comunità cittadina e operatori economici locali.

Sono previsti eventi per sensibilizzare gli operatori locali sulle tematiche agro-alimentari, rurali e turistiche. Ovvero:

- Organizzazione e realizzazione di attività di informazione/comunicazione legate alla acquisizione, catalogazione e trasmissione di informazioni e dati di carattere tecnico – economico, normativo, di promozione delle aree rurali, di gestione innovativa aziendale, anche mediante strumenti digitali;
- Workshop tematici, materiale informativo, iniziative di confronto tra realtà, visite guidate in realtà rurali, .attività seminari, incontri, partecipazione a fiere, divulgazione di pacchetti turistici predisposti dai tour operator, ecc.,

## 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 –eno-gastronomico 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 (non ultima, la promozione tramite web e social media)

## FASI DI ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede l'articolazione in tre fasi:

- Organizzazione di incontri con la comunità locale e di campagne di comunicazione per la sensibilizzazione dei pubblici alle tematiche Leader, e alla mission del GAL;
- Organizzazione e partecipazione ad eventi e fiere, di promozione del territorio e della qualità delle produzioni eno-gastronomiche/mete turistiche;
- Comunicazione e diffusione/disseminazione risultati raggiunti/attività GAL (azione trasversale)

## DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

L'azione è strutturata nelle seguenti attività:

- Campagne marketing, seminari, eventi e promozione del territorio e delle produzioni agro-alimentari
- Campagne di comunicazione e promozione dell'immagine del GAL
- Partecipazione ad eventi/fiere nazionali/internazionali e/o regionali
- Comunicazione e diffusione/disseminazione risultati raggiunti/attività GAL (azione trasversale).

## 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'esaustiva analisi a cura di un tecnico abilitato che attesti la sostenibilità ambientale dell'intervento.

## CRONOPROGRAMMA

FASE /Attività	2019	2020	2021	2022	2023
	II Sem				
<b>OPERAZIONI A REGIA DIRETTA</b>					
Campagne marketing, seminari, eventi e promozione del territorio					
Partecipazione ad eventi/fiere nazionali/internazionali e/o regionali					
Comunicazione e diffusione/disseminazione risultati raggiunti/attività GAL (azione trasversale)					

## SPESE AMMISSIBILI

### TABELLA SPESE AMMISSIBILI

Tipologia	Voce spesa	Importo
Investimenti Immateriali	Consulenze esterne	20.000,00
Investimenti Immateriali	Acquisto o noleggio attrezzature	6.000,00
Investimenti Immateriali	Acquisto materiale di consumo	2.000,00
Investimenti Immateriali	IVA, se sostenuta a titolo definitivo e non recuperabile	5.000,00
Investimenti Immateriali	Spese generali per investimenti immateriali	655,38

## INDICATORI DI PROGETTO

### TABELLA INDICATORI DI PROGETTO

Tipo indicatore	Indicatore	Unità di misura	Valore previsionale
Prodotto	Numero di soggetti pubblici coinvolti	n.	30
Prodotto	Numero di campagne/eventi attivate/i	n.	5

Prodotto	Numero di persone sensibilizzate al tema della cittadinanza attiva e responsabile nell'area SLTP	n.	500
Risultato	Numero di associati/soggetti coinvolti	n.	3
Risultato	Numero di iniziative replicate successivamente all'operazione attivata	n.	1
Risultato	Elementi di pregio valorizzati	Non misurabile	Valutazione tecnica dell'impatto in termini di sostenibilità

## 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 complementarietà 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

### TABELLA INDICATORI DI VALORE AGGIUNTO LEADER

Tipo indicatore	Indicatore	Unità di misura	Valore previsionale
Quantitativi	Numero di soggetti aggregati rispetto ad una idea o ad un progetto di valorizzazione	n.	30
Quantitativi	Numero di progetti integrati e complementari messi in campo	n.	4
Quantitativi	Numero di partecipanti all'azione	n.	10
Qualitativi	Percezione in seno alla comunità del valore del proprio patrimonio ambientale, naturale e 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

### TABELLA ALLEGATI

TIPOLOGIA ALLEGATO	NOME DEL FILE
Quadro finanziario complessivo del progetto	654329_misura_19.2.b.7_prospetto_finanziario.doc

## CRITERI DI SELEZIONE

I criteri di selezione da adottare sono i seguenti:

N.ro	PRINCIPIO	CRITERIO	PUNTI	PUNTI MAX	%
1	Numerosità del partenariato privato	Da 1 a 3	1	10	10
		Da 4 a 6	5		
		> di 6	10		
2	Numerosità dei soggetti Pubblici nel partenariato	Da 2 a 5	10	35	35
		Da 6 a 10	25		
		> di 10	35		
3	Pluralità dei servizi offerti	Attività finalizzate e rivolte al settore pubblico	25	55	55
		Attività finalizzate e rivolte al settore agricolo ed agroalimentare	15		
		Attività finalizzate e rivolte al settore turistico	10		
		Attività finalizzate e rivolte al settore artigianale	5		
				<b>100</b>	100%

Punteggio massimo 100. Saranno ammesse le proposte che raggiungono un punteggio minimo pari a 40. In caso di parità di punteggio sarà data precedenza alle proposte progettuali che avranno conseguito il maggior punteggio per il criterio: Numerosità dei soggetti Pubblici nel partenariato.



## RISCHI E RIMEDI

RISCHI	RIMEDI
<b>R1 - Affidamenti relativi ai beneficiari</b>	
Tale rischio è collegato alle procedure di selezione dei beneficiari	Attivazione di procedura ad evidenza pubblica atta a garantire la partecipazione di organizzazioni pubbliche in forma singola e/o associata.
<b>R7 – Selezione beneficiari</b>	
Il sistema per la selezione dei beneficiari non evidenzia rischi specifici, fatto salvo quello collegato a modifiche dei criteri di selezione in corso di programmazione.	Modifica dei criteri solo nei casi in cui sia effettivamente necessaria evitando disparità di trattamento tra i richiedenti. Tali modifiche non verranno mai effettuate in corso di attuazione dei bandi e saranno rese note prima della pubblicazione degli stessi.
<b>R19.2.B.2_1 – Diffusione azione</b>	
Un possibile rischio è individuabile nella scarsa adozione da parte delle imprese e dei cittadini degli strumenti IT resi disponibili a causa della mancata conoscenza dell’iniziativa	Sarà attuata una sistematica azione di comunicazione e promozione dell’iniziativa estesa a tutto il territorio di riferimento della SSLTP
<b>R19.2.B..2_2 – Capacità adozione strumenti IT</b>	
Un possibile ulteriore rischio è individuabile nella scarsa propensione all’uso di strumenti IT da parte delle micro e piccole imprese a causa delle ridotte capacità tecniche possedute	Gli strumenti IT messi a disposizione avranno caratteristiche tali da poter essere facilmente utilizzate dagli utenti finali e sarà, inoltre, fornita adeguata assistenza tecnica in modo da consentire a tutti gli operatori di adottare le IT a supporto delle proprie attività economiche.

## CRONOPROGRAMMA

FASE /Attività	SOGGETTO RESPONSABILE	2019		2020		2021		2022		2023		2024		2025	
		I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem	I Sem	II Sem
Pubblicazione del bando	Gal								X						
Presentazione domanda di sostegno	Gal								X						
Istruttoria domande di sostegno presentate	Gal									X					
Pubblicazione graduatoria provvisoria	Gal									X					
Pubblicazione graduatoria definitiva	Gal									X					
Rilascio provvedimento di concessione e avvio delle attività	Gal									X					
Preparazione delle attività di informazione, formazione, consulenza e assistenza tecnica da erogare in favore dei beneficiari	Gal								X	X					
Chiusura dei lavori	Beneficiario										X		x		x

## TIPO DI SOSTEGNO

I 100% Enti Pubblici anche in forma associata;  
 I 80% Soggetti Privati in associazione con Enti Pubblici;  
 I 50% per Soggetti Privati.

## SPESE AMMISSIBILI

Le presenti spese sono sull'intera Azione e le singoli voci sono considerate spese massime ammissibili.

Tipologia	Voce spesa
Investimenti Immateriali complessivi	Consulenze esterne
Investimenti Immateriali complessivi	Acquisto o noleggio attrezzature
Investimenti Immateriali complessivi	Acquisto materiale di consumo
Investimenti Immateriali complessivi	Organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, work shop, fiere, etc.
Investimenti Immateriali complessivi	Personale
Investimenti Immateriali complessivi	IVA, se sostenuta a titolo definitivo e non recuperabile
Investimenti Immateriali complessivi	Spese generali per investimenti immateriali

## DOTAZIONE FINANZIARIA DELL'AZIONE

Dotazione pubblica Euro 33.318,83.

## INDICATORI DI PROGETTO

**TABELLA INDICATORI DI PROGETTO**

Tipo indicatore	Indicatore	Unità di misura	Valore previsionale
Prodotto	Progetti pervenuti	n.	2
Prodotto	Grado di copertura territoriale	%	40% dei Comuni dell'area GAL di riferimento
Prodotto	Progetti completati	n.	2

## VALORE AGGIUNTO LEADER

L'azione, attraverso il ricorso alle tecnologie IT, si propone di valorizzare il patrimonio economico e sociale del territorio di riferimento della SLTP. In un'economia globale nella quale le economie di scala giocano fattori decisivi nella competizione fra le aziende, si riducono gli spazi per le micro e piccole imprese locali che tuttavia possono utilizzare le tecnologie IT per individuare nicchie di mercato in cui la dimensione esigua e "naturale" diventa un plus per il consumatore finale che sempre di più predilige contesti di filiera corta e di prodotti genuini.

L'azione faciliterà la collaborazione fra imprese animate dal comune intento di espandere il proprio raggio d'azione e proporre ad una più ampia platea di possibili clienti una gamma diversificata di prodotti in grado di evocare un'unica suggestione territoriale. In tale prospettiva la piattaforma IT costituisce un effettivo fattore di stimolo per la crescita complessiva dell'economia locale ed in tal senso deve riguardarsi l'interesse delle pubbliche amministrazioni locali verso tale infrastruttura tecnologica.

Essa si propone di stimolare iniziative di collaborazione tra gli attori locali tentando di superare i limiti anche culturali che frenano questo principio base della economia sostenibile. La prevista piattaforma diverrà pertanto strumento privilegiato per la promozione di tutti le iniziative capaci di incidere sulla dimensione economica e sociale del contesto rurale nel quale vengono realizzati compresi i progetti di diversificazione del reddito aziendale con offerta di servizi alla popolazione, al territorio o ad altri utenti, e le iniziative tese a migliorare la qualità della vita nelle aree rurali.

L'adozione delle IT da parte degli operatori economici locali e dei cittadini stimola la partecipazione attiva degli stessi alla vita economia e sociale della comunità, favorisce l'inclusione e contribuisce al miglioramento della qualità della vita delle popolazioni nelle aree rurali, configurandosi pertanto come autentico valore aggiunto LEADER.

## INDICATORI DI VALORE AGGIUNTO LEADER

### TABELLA INDICATORI DI VALORE AGGIUNTO LEADER

Tipo indicatore	Indicatore	Unità di misura	Valore previsto
Quantitativo	Numero incontri pubblici per presentare l'azione	n.	4
Quantitativo	Numero partecipanti agli incontri pubblici	n.	60
Quantitativo	Percentuale operatori economici interessata dall'azione	%	> 70%
Quantitativo	Percentuale di popolazione interessata dall'azione	%	> 70 %
Quantitativo	Livello di apprezzamento dell'azione da parte della popolazione	Scala di valori	Alta: > 60%