



Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020

Regolamento (CE) 1303/2013

PSR Regione Emilia-Romagna 2014 – 2020

Piano d’Azione Locale GAL del Ducato

Operazione “Azione B.3.1.b – Promozione e marketing unitario e coordinato dell’Appennino Piacentino e parmense”

Scheda Progetto

“Marketing Territoriale dell’Appennino”

DESTINAZIONE TURISTICA “EMILIA”



1. TITOLO DEL PROGETTO

Marketing Territoriale

2. CONTRIBUTO ALL'OBIETTIVO DELLA STRATEGIA

L'intervento progettuale impatta sulla Focus Area P6B – Stimolare lo sviluppo locale nelle zone rurali. Il progetto rappresenta una delle due fasi in cui è articolata l'Azione Specifica B.2.1 "Gestione in rete di servizi per la ricettività".

La *prima fase* in attuazione è stata realizzata a "regia diretta" dal GAL (sottoazione B.3.1.a), la *seconda fase* relativa al presente intervento è attuata in Convenzione (sottoazione B.3.1.b) ed è strettamente correlata agli esiti della regia diretta sopra citata e della sottoazione B.3.1.c "Promozione e marketing unitario e coordinato dell'Appennino piacentino e parmense".

3. BENEFICIARIO

Il beneficiario del presente intervento è Destinazione Turistica "EMILIA" con sede in Viale Martiri della Libertà, 15 a Parma.

Destinazione T. "Emilia" è stata istituita ai sensi dell'articolo 12 della legge regionale 25 marzo 2016, n. 4 "ORDINAMENTO TURISTICO REGIONALE – SISTEMA ORGANIZZATIVO E POLITICHE DI SOSTEGNO ALLA VALORIZZAZIONE E PROMOCOMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA. ABROGAZIONE DELLA LEGGE REGIONALE 4 MARZO 1998, N. 7 (ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE - INTERVENTI PER LA PROMOZIONE E LA COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA)".

È un ente pubblico strumentale degli enti locali ai sensi dell'articolo 11-ter del decreto legislativo 23 giugno 2011, n. 118 (Disposizioni in materia di armonizzazione dei sistemi contabili e degli schemi di bilancio delle Regioni, degli enti locali e dei loro organismi, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 5 maggio 2009, n. 42) e svolge, in via esclusiva, le funzioni previste dalla legge regionale n. 4 del 2016, e ogni altra funzione in materia turistica conferita dalla Regione o dagli Enti pubblici aderenti. Destinazione Turistica "Emilia" è competente territorialmente per le province di Parma, Piacenza e Reggio Emilia. La DTE è dotata di personalità giuridica e di autonomia amministrativa, organizzativa, finanziaria e contabile. La Destinazione turistica "Emilia", in accordo con la suddetta Legge Regionale, ha la funzione di organizzazione e l'obiettivo strategico principale della Destinazione Emilia è quello di "Promo-commercializzare l'offerta turistica dell'Area Vasta costituita dalle destinazioni incluse nei territori di Parma, Piacenza e Reggio Emilia" (si veda a tal proposito il "PROGRAMMA ANNUALE 2019



DELLE ATTIVITA' TURISTICHE" di Destinazione Turistica Emilia – scaricabile della sezione "Carta d'Identità" del sito www.visitemilia.it, dal quale si evince in particolare che le competenze di comunicazione e promozione territoriale sono giuridicamente affidate dalla Regione Emilia Romagna a Destinazione Turistica "EMILIA").

4. DESCRIZIONE GENERALE DEL PROGETTO

Finalità e obiettivi

Il viaggio di un turista che arriva nel territorio dell'Appennino è organizzato attorno a vari momenti:

- l'attività promozionale ricevuta nel paese d'origine,
- il viaggio per raggiungere la destinazione turistica,
- l'arrivo e la sistemazione nella località,
- la fruizione delle opportunità turistiche,
- il ritorno al luogo di partenza
- la comunicazione sull'esperienza vissuta.

Ciò che accade in ognuno di essi è fondamentale nel giudizio che il turista darà a conclusione della propria esperienza di viaggio, ma nella scelta della destinazione è certamente essenziale l'attività di promozione che ogni "destinazione" è in grado di attivare.

Con la promozione si vanno infatti a stimolare gli interessi del turista, si va a comunicare la suggestione del "viaggio", si concorre cioè a formare l'aspettativa del turista e quindi il "benchmark" sul quale lo stesso misurerà a conclusione della vacanza il proprio livello di soddisfazione.

Una efficace "soddisfazione del cliente" al momento del rientro a casa, produrrà nuovi effetti promozionali rilevanti e legati alla narrazione che il turista farà dell'esperienza vissuta, "positiva o negativa" che sia. Quanto più l'esperienza avrà corrisposto alle aspettative (o sarà in grado di suscitare felici sorprese), tanto più forte e positiva sarà la sua narrazione.

L'azione, il cui contenuto operativo è stato confermato in termini di bisogno del territorio nel corso della redazione del Master Plan Turistico, mira a superare un problema reale dei territori appenninici, e cioè la difficoltà per i turisti e utenti in genere dei nostri territori di avere una percezione dell'Appennino piacentino e parmense che ancora non presenta né una immagine unitaria, né strumenti promozionali unitari e condivisi.

Con la presente azione si vuole impostare un lavoro di organizzazione della promo-comunicazione dell'Appennino, coerente con le politiche del turismo della Regione Emilia-Romagna che hanno affidato a destinazione turistica "Emilia" questo specifico ruolo in un'ottica di superamento della



frammentazione dei “soggetti” e degli “strumenti” oggi esistenti, attraverso un progetto indirizzato alla organizzazione di una strategia comunicativa unitarie e di strumenti promozionali capaci di rappresentare in modo unitario l’Appennino parmense e piacentino.

Obiettivi operativi

Gli obiettivi operativi del progetto sono pertanto i seguenti:

- Sviluppo di una strategia unitaria di marketing territoriale
- Creazione di una immagine unitaria del territorio
- Sviluppo dei contenuti da promuovere coerenti con le vocazioni del territorio
- Supporto alla promozione dei prodotti turistici dell’Appennino.

Ambito Territoriale Interessato

Area LEADER delle province di Parma e Piacenza

Descrizione delle attività

La presente Azione si attua in Convenzione con Destinazione Turistica “Emilia”, destinataria dell’azione in funzione della sua missione e delle sue competenze specifiche in tema di promozione-commercializzazione turistica, ed è finalizzata alla elaborazione e gestione di un piano di marketing coordinato e allo svolgimento di attività indirizzate alla:

- creazione di una immagine identitaria e innovativa del territorio, nel rispetto delle identità di vallata;
- costruzione di un calendario integrato degli eventi che trovano attuazione in Appennino;
- realizzazione di campagne di comunicazione e marketing, innovative e dirette a target specifici indirizzate a “catturare” visitatori/turisti esterni all’area Appenninica.

L’azione rappresenta uno dei contenuti attuativi del Master Plan Turistico e, a partire dalle linee guida di tale documento, è rivolta a sviluppare una efficace attività di marketing territoriale.



Al fine giungere alla ridefinizione delle strategie di valorizzazione turistica dell'Appennino e degli elementi identitari delle numerose vallate che lo caratterizzano, il GAL ha costituito n. 7 tavoli di lavoro territoriali:

- Val Tidone
- Val Trebbia
- Val Nure
- Val d'Arda
- Val Ceno
- Val Taro
- Val Parma-Cedra-Baganza-Termina,

nei quali si sta procedendo alla raccolta di informazioni sulle principali caratteristiche ambientali, culturali, enogastronomiche, sportive, ecc.

L'esito finale di questo lavoro porterà a identificare la "vocazione" principale di ogni vallata e conseguentemente l'assetto organizzativo tecnico operativo di vallata.

Questa attività è in corso d'opera e sta portando alla definizione delle proposte turistiche per ogni vallata sulle quali identificare le azioni di marketing più coerenti, oggetto della presente convenzione - e di seguito elencate - e sarà valorizzato nell'ambito della Rete Locale Appennino che Destinazione Emilia lancerà nel 2020.

Un'azione efficace di marketing, se fortemente collegata con il territorio, richiede un adeguato tempo di realizzazione. Per questo motivo la Convenzione è pluriennale (3 anni), **e prevede la presentazione di una domanda di sostegno da parte di Destinazione Turistica "Emilia" organizzata con tre stralci finanziari annuali.**

Il progetto prevede:

1) ***Azioni di governo dei processi:***

- a) **Costituzione di un gruppo di coordinamento.** L'azione è affidata in convenzione a Destinazione Emilia proprio per le sue competenze tecniche e la sua mission statutaria ma, ai sensi delle DAM (3.1.2), e quindi al fine di "sovrintendere all'attuazione del progetto attraverso un monitoraggio sull'esecuzione finanziaria e fisica", è prevista la costituzione di un gruppo di coordinamento da parte di Destinazione "Emilia". Si ricorda che il GAL del Ducato è membro permanente della Cabina di Regia di Destinazione Turistica "Emilia".



b) Azioni di coinvolgimento degli operatori del territorio. A partire dalla positiva esperienza dei 7 tavoli di lavoro costituiti dal GAL che hanno lavorato a identificare le vocazioni e a fornire i contenuti su cui impostare il lavoro di marketing Destinazione “Emilia” svolgerà con continuità una azione di coinvolgimento degli operatori del territorio.

2) **Attività operative:**

La redazione del piano pluriennale operativo oggetto della domanda di sostegno, sarà curata da Destinazione Turistica Emilia, e riguarderà:

- Produzione di materiale di promo-comunicazione basato su una immagine unitaria e coordinata dell’Appennino e delle singole vallate (Es. Banner, brochure, mappe tematiche, vetrofanie, video promozionali, gadget, ecc.)
- Acquisizione di dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali (maxischermi, installazioni, ecc.)
- Partecipazione a fiere
- Organizzazione di educational
- Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.) pluriennali.

Risultati attesi

A conclusione dell’intervento si disporrà di materiale di promo-comunicazione e di una accresciuta visibilità delle aree appenniniche delle due province. Destinazione Turistica “Emilia” in attuazione del proprio mandato istituzionale, e nel rispetto delle regole di funzionamento dei fondi Leader e del Programma di Sviluppo Rurale dell’Emilia-Romagna 2014-2020, garantirà nel tempo la continuità della promozione.

5. ASPETTI ORGANIZZATIVI

Articolazione degli interventi e Crono – Programma

Programma delle attività in Convenzione con Destinazione Turistica “Emilia”

Come sopra accennato, la programmazione è pluriennale, con avvio nel mese di Settembre 2019 e conclusione nel mese di agosto 2022.



Il progetto prevede n° 1 domande di sostegno con n° 3 stralci finanziari annuali, il primo per il periodo 1/01/2020 – 31/12/2020, il secondo 1/01/2021 – 31/12/2021 e il terzo ed ultimo 1/01/2022 – 30/09/2022:

Data di inizio progetto: 1 Gennaio 2020												
Data di fine progetto: 31 Dicembre 2020												
Budget 1° Anno di attività 195.000,00 €												
Tempi di realizzazione												
Attività	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D
Costituzione di un gruppo tecnico di coordinamento composto da rappresentanti del Gal del Ducato e di Destinazione "Emilia". Lo scopo di questa attività è quella di garantire un ottimale governo e monitoraggio del progetto ai sensi delle DAM	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Azioni di coinvolgimento degli operatori del territorio, attraverso i 7 tavoli di lavoro territoriali avviati dal GAL del Ducato	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Produzione di materiale di promo-comunicazione basato su una immagine unitaria e coordinata (Banner, brochure, video promozionali, gadget, ecc.)					X	X	X	X	X			
Acquisizione di dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali (maxischermi, installazioni, ecc.)					X	X	X					
Partecipazione a fiere					X	X	X	X				
Organizzazione di educational									X	X	X	X
Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.)									X	X	X	

Data di inizio progetto: 01/01/2021												
Data di fine progetto: 31/12/2021												
Budget 2° Anno di attività: 210.000,00 €												
Tempi di realizzazione												
Attività	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D
Costituzione di un gruppo tecnico di coordinamento e monitoraggio composto da rappresentanti del Gal del Ducato e di Destinazione "Emilia".	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Azioni di coinvolgimento degli operatori del territorio, attraverso i 7 tavoli di lavoro territoriali avviati dal GAL del Ducato	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



Produzione di materiale di promo-comunicazione basato su una immagine unitaria e coordinata (Banner, brochure, video promozionali, gadget, ecc.)	X	X	X	X	X	X													
Acquisizione di dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali (maxischermi, installazioni, ecc.)	X	X	X	X															
Partecipazione a fiere	X	X	X			X	X	X	X										
Organizzazione di educational	X	X	X					X	X	X	X								
Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.)	X	X							X	X	X	X							

Data di inizio progetto: 01/01/2022																			
Data di fine progetto: 30/09/2022																			
Budget 3° Anno di attività: 182.770,00 €																			
Tempi di realizzazione																			
	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D							
Attività																			
Continuazione del lavoro del gruppo tecnico di coordinamento e monitoraggio composto da rappresentanti del Gal del Ducato e di Destinazione "Emilia".	X	X	X	X	X	X	X	X	X										
Azioni di coinvolgimento degli operatori del territorio, attraverso i 7 tavoli di lavoro territoriali avviati dal GAL del Ducato	X	X	X	X	X	X	X	X	X										
Produzione di materiale di promo-comunicazione basato su una immagine unitaria e coordinata (Banner, brochure, video promozionali, gadget, ecc.)	X	X	X	X	X														
Acquisizione di dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali (maxischermi, installazioni, ecc.)	X	X	X																
Partecipazione a fiere	X	X	X	X	X	X													
Organizzazione di educational	X	X	X					X	X										
Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.) pluriennali	X	X	X					X	X										

6. ASPETTI FINANZIARI



Piano finanziario del progetto (specificare budget per macrovoci)

Data di inizio progetto: 1/01/2020		
Data di fine progetto: 31/12/2020		
Budget complessivo: 195.000,00 €		
Fasi operative	Attività	Costo totale (Euro)
Coordinamento generale di progetto. Costituzione di un gruppo tecnico di coordinamento e monitoraggio composto da rappresentanti del Gal del Ducato e di Destinazione "Emilia".	Individuazione dei rappresentanti del gruppo di coordinamento scelti fra il personale di Gal del Ducato e di Destinazione "Emilia". Lo scopo di questa attività è quello di garantire un ottimale governo e monitoraggio del progetto	0
Coordinamento amministrativo e finanziario	Consulenza amministrativa e finanziaria di progetto (gestione affidata a qualificato soggetto esterno) a supporto del personale interno	18.000,
Azioni di coinvolgimento degli operatori del territorio	L'idea è quella di utilizzare esperti esterni sui tematismi / ambiti di intervento individuati nel Master Plan: enogastronomia, cultura, sport/benessere, itinerari/sentieristica per migliorare le proposte turistiche delle singole vallate. E' prevista anche l'organizzazione di eventi tematici.	35.000
Produzione di materiale di promo-comunicazione basato su una immagine unitaria e coordinata (Banner, brochure, video promozionali, gadget, ecc.)	Ideazione, elaborazione e produzione del materiale di promo-comunicazione adatto alla promozione unitaria e coordinata dell'Appennino di Parma e Piacenza, secondo quanto indicato dalle strategie di marketing definite nel piano di marketing pluriennale – e per la singola annualità – precedentemente definito, ed in relazione alle esigenze espresse dalle vallate coinvolte nel progetto	46.850
Acquisizione di dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali (maxi schermi, installazioni, ecc)	Identificazione ed acquisto delle dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività di promozione dei territori dell'appennino, anche in raccordo con gli strumenti di comunicazione coordinata utilizzati da Destinazione Emilia	11.900
Partecipazione a fiere	Identificazione, scelta e partecipazione a	10.000



	manifestazioni e/o fiere di settore secondo quanto emerso dalle strategie espresse dal piano di marketing triennale – e della singola annualità – ed in relazione al livello di preparazione delle singole vallate negli ambiti di vocazione dei territori, ovvero nel settore del turismo enogastronomico, del turismo sportivo, del turismo culturale e della fruizione “dolce” del territorio. L’attività troverà stretto raccordo con le strategie di intervento Destinazione “Emilia” per la sua area vasta di intervento	
Organizzazione di educational	Organizzazione di educational tours a carattere esplorativo tramite incarico a consulenti specializzati, con l’obiettivo di testare le proposte turistiche delle vallate e dell’intera area dell’Appennino di Parma e Piacenza. Si utilizzeranno i risultati emersi dai tavoli di vallata, per gli ambiti di vocazione espressi dai territori, ovvero nel settore del turismo enogastronomico, del turismo sportivo, del turismo culturale e della fruizione “dolce” del territorio.	8.000
Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.) pluriennali	Ideazione, elaborazione, e realizzazione di campagne promozionali sui media secondo quanto indicato nel piano di marketing triennale – e per la singola annualità – ed in relazione al livello di preparazione delle singole vallate negli ambiti di vocazione dei territori	65.250
Totale		195.000



Data di inizio progetto: 1/01/2021		
Data di fine progetto: 31/12/2021		
Budget complessivo: 210.000,00 €		
<i>Fasi operative</i>	<i>Attività</i>	<i>Costo totale</i>
Coordinamento generale	Continuazione del lavoro del gruppo tecnico di coordinamento	0
Coordinamento amministrativo e finanziario	Consulenza amministrativa e finanziaria di progetto (gestione affidata a qualificato soggetto esterno) a supporto del personale interno	18.000
Azioni di coinvolgimento e sensibilizzazione degli operatori del territorio	L'idea è quella di utilizzare esperti esterni sui tematismi / ambiti di intervento individuati nel Master Plan: enogastronomia, cultura, sport/benessere, itinerari/sentieristica per migliorare le proposte turistiche delle singole vallate. E' prevista anche l'organizzazione di eventi tematici.	40.000
Produzione di nuovo materiale di promo-comunicazione	Ideazione, elaborazione e produzione del materiale di promo-comunicazione adatto alla promozione unitaria e coordinata dell'Appennino di Parma e Piacenza, secondo quanto indicato dalle strategie di marketing definite nel piano di marketing pluriennale – e per la singola annualità – precedentemente definito, ed in relazione alle esigenze espresse dalle vallate coinvolte nel progetto	17.250
Acquisizione di ulteriori dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali	Identificazione ed acquisto delle dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività di promozione dei territori dell'appennino, anche in raccordo con gli strumenti di comunicazione coordinata utilizzati da Destinazione Emilia	0
Partecipazione a fiere	Identificazione, scelta e partecipazione a manifestazioni e/o fiere di settore secondo quanto emerso dalle strategie espresse dal piano di marketing triennale – e per la singola annualità – ed in relazione al livello di preparazione delle vallate negli ambiti di vocazione dei territori, ovvero nel	10.000



	settore del turismo enogastronomico, del turismo sportivo, del turismo culturale e della fruizione "dolce" del territorio. L'attività troverà stretto raccordo con le strategie di intervento Destinazione "Emilia" per la sua area vasta di intervento	
Organizzazione di educational	Organizzazione di eductour tramite incarico a consulenti specializzati con l'obiettivo di consolidare le proposte turistiche delle vallate e dell'intera area dell'Appennino di Parma e Piacenza. Si utilizzeranno i risultati emersi dai tavoli di vallata organizzati e gestiti dal Gal del Ducato, per gli ambiti di vocazione dei territori, ovvero nel settore del turismo enogastronomico, del turismo sportivo, del turismo culturale e della fruizione "dolce" del territorio.	8.000
Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.)	Ideazione, elaborazione, e realizzazione di campagne promozionali sui media secondo quanto indicato nel piano di marketing triennale – e della singola annualità – ed in relazione al livello di preparazione delle singole vallate negli ambiti di vocazione dei territori	116.750
Totale		210.000

Data di inizio progetto: 1/01/2022		
Data di fine progetto: 30/09/2022		
Budget complessivo: 182.770,00 €		
<i>Fasi operative</i>	<i>Attività</i>	<i>Costo totale</i>
Coordinamento generale	Continuazione del lavoro del gruppo tecnico di coordinamento	0
Coordinamento amministrativo e finanziario	Consulenza amministrativa e finanziaria di progetto (gestione affidata a qualificato soggetto esterno) a supporto del personale interno	15.500
Azioni di coinvolgimento degli operatori del territorio	L'idea è quella di utilizzare esperti esterni sui tematismi / ambiti di intervento individuati nel Master Plan: enogastronomia, cultura,	30.000



	sport/benessere, itinerari/sentieristica per migliorare le proposte turistiche delle singole vallate. È prevista anche l'organizzazione di eventi tematici.	
Produzione di materiale di nuovo materiale di promo-comunicazione	Ideazione, elaborazione e produzione del materiale di promo-comunicazione adatto alla promozione unitaria e coordinata dell'Appennino di Parma e Piacenza, secondo quanto indicato dalle strategie di marketing definite nel piano di marketing pluriennale – e per la singola annualità – precedentemente definito, ed in relazione alle esigenze espresse dalle vallate coinvolte nel progetto	20.270
Acquisizione di ulteriori dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività promozionali	Identificazione ed acquisto delle dotazioni tecnologiche da utilizzare in attività di promozione dei territori dell'appennino, anche in raccordo con gli strumenti di comunicazione coordinata utilizzati da Destinazione Emilia	0
Partecipazione a fiere	Identificazione, scelta e partecipazione a manifestazioni e/o fiere di settore secondo quanto emerso dalle strategie espresse dal piano di marketing triennale – e per la singola annualità – ed in relazione al livello di preparazione delle vallate negli ambiti di vocazione dei territori, ovvero nel settore del turismo enogastronomico, del turismo sportivo, del turismo culturale e della fruizione "dolce" del territorio. L'attività troverà stretto raccordo con le strategie di intervento Destinazione "Emilia" per la sua area vasta di intervento	10.000
Organizzazione di educational	Organizzazione di eductour tramite incarico a consulenti specializzati con l'obiettivo di consolidare le proposte turistiche delle vallate e dell'intera area dell'Appennino di Parma e Piacenza. Si utilizzeranno i risultati emersi dai tavoli di vallata organizzati e gestiti dal Gal del Ducato, per gli ambiti di vocazione dei territori, ovvero nel settore del turismo enogastronomico, del turismo sportivo, del turismo culturale e della fruizione "dolce" del territorio.	8.000
Press tour con giornalisti della stampa specializzata nazionale	Organizzazione di press tour per visitare l'Appennino del Ducato	5.000



ed internazionale		
Realizzazione di campagne di promo-comunicazione (su TV, social media, carta stampata, ecc.)	Ideazione, elaborazione, e realizzazione di campagne promozionali sui media secondo quanto indicato nel piano di marketing triennale – e della singola annualità – ed in relazione al livello di preparazione delle singole vallate negli ambiti di vocazione dei territori	94.000
Totale		182.770



Tipo	Specifiche	numero	Costo Unitario	Costo totale	Note	2020	2021	2022	totale
Coordinamento amministrativo e finanziario: Consulenza amministrativa e finanziaria di progetto a supporto del personale interno - gestione affidata a qualificato soggetto esterno	Si prevedono 206 giornate di lavoro ad un costo giornaliero di Euro 250 a giornata, così distribuite per annualità: 72 giornate nel 2020, 72 giornate nel 2021, 62 giornate nel 2022	206	250,00	51.500,00	Indicazioni economiche di costo basate su progetti già esperiti	18.000,00	18.000,00	15.500,00	51.500,00
Coinvolgimento operatori del territorio: Assegnazione incarico a qualificato soggetto esterno	si prevedono 360 giornate di lavoro al costo Euro 250 a giornata così distribuite per annualità: 120 giornate nel 2020, 140 giornate nel 2021, 100 giornate nel 2022	360	250,00	90.000,00	Indicazioni economiche di costo basate su progetti già esperiti	30.000,00	35.000,00	25.000,00	90.000,00
Organizzazione di eventi tematici	Workshop o seminari o percorsi formativi con esperti del settore turistico (in tema di turismo enogastronomico, turismo culturale, turismo outdoor)	3	5.000,00	15.000,00	Indicazioni economiche di costo basate su progetti già esperiti	5.000,00	5.000,00	5.000,00	15.000,00
Segnaletica stradale	Cartelli stradali: cartellone di Benvenuto installato sulle strade statali o provinciali ad alta percorrenza in ingresso all'area di ciascuna vallata, sia per provenienza da	14	350,00	4.900,00	Indicazioni economiche di costo derivanti da ricerca sulla piattaforma Mepa di Consip, Mercato elettronico della Pubblica amministrazione, luogo virtuale per gli	4.00,00	-	-	4.900,00



	Nord che per provenienza da Sud (2 per vallata)				acquisti in rete della PA e anche da analoghi acquisti effettuati per progetti condotti da Amministrazione Provinciale di Piacenza				
Segnaletica locale	Installazioni di pannelli touch screen presso gli uffici IAT e UIT di vallata	7	1.000,00	7.000,00	Indicazioni economiche di costo derivanti da ricerca sulla piattaforma Mepa di Consip, Mercato elettronico della Pubblica amministrazione, luogo virtuale per gli acquisti in rete della PA	7.000,00	-	-	7.000,00
materiale cartografico	Cartoguida dell'Appennino del Ducato (in formato cartaceo e digitale), contenente indicazioni per l'intero Appennino del Ducato sul lato frontale e specifiche per ciascuna vallata sul retro (nel formato cartaceo realizzata con carta resistente e robusta, materiale spesso e patinato)	21000	1,50	31.500,00	indicazioni di costo derivate da acquisti per analoghi materiali in progetti già realizzati da Destinazione Turistica Emilia	20.000,00		11.500,00	31.500,00
	Cartoguida di vallata (in formato cartaceo e digitale). Nella versione cartacea in formato maneggevole e leggero, tipo cartina a strappo	35000	0,7529	26.350,00	indicazioni di costo derivate da acquisti per analoghi materiali in progetti già realizzati da Destinazione Turistica Emilia	8.850,00	8.730,00	8.770,00	26.350,00



materiale multimediale	Video promozionale dell'Appennino del Ducato. Durata complessiva 3 minuti e mezzo circa scorporabile in pillole / segmenti di 30 secondi per ogni singola vallata	1	18.000,00	18.000,00	indicazioni di costo derivate da acquisti per analoghi materiali in progetti già realizzati da Destinazione Turistica Emilia	18.000,00			18.000,00
gadget	segnalibri, calendari, cofanetti, ecc.	40000	0,21	8.520,00	indicazioni di costo derivate da acquisti per analoghi materiali in progetti già realizzati da Destinazione Turistica Emilia		8.520,00		8.520,00
Fiere nazionali ed internazionali	Es: Bit Milano, TTG Rimini; WTM Londra, IBT Berlino, FITUR Madrid, IFTM Parigi (la partecipazione a fiere s'intende nella formula di eventi collaterali o manifestazioni a tema all'interno della fiera stessa – tipo degustazione guidata, performance musicali e artistiche, workshop, ecc.). Si valuterà l'opportunità di partecipare a fiere sull'outdoor non ancora frequentate da DTE e APT Servizi (per es. Fiera outdoor Stoccarda)	3	10.000,00	30.000,00	Indicazioni di costo derivate da esperienze di promozione analoghe già realizzate da Destinazione Turistica Emilia e da APT Servizi nel corso del 2018 e 2019	10.000,00	10.000,00	10.000,00	30.000,00



Eductour con Tour Operator nazionali ed internazionali (incarico ad agenzia)	Itinerari di visita nell'Appennino di Piacenza (tematici); Itinerari di visita nell'Appennino di Parma (tematici).	3	8.000,00	24.000,00	Indicazioni di costo derivate da esperienze di promozione analoghe già realizzate da Destinazione Turistica Emilia e da APT Servizi nel corso del 2018 e 2019	8.000,00	8.000,00	8.000,00	24.000,00
Press tour con giornalisti della stampa specializzata nazionale ed internazionale (incarico ad agenzia)	Itinerario di visita nell'Appennino del Ducato	1	5.000,00	5.000,00	Indicazioni di costo derivate da esperienze di promozione analoghe già realizzate da Destinazione Turistica Emilia e da APT Servizi nel corso del 2018 e 2019			5.000,00	5.000,00
Pubblicità televisiva	Annunci pubblicitari nella formula di TV banner per singoli importanti eventi tematici	6	8.000,00	48.000,00	Indicazioni di costo derivate da esperienze di promozione analoghe già realizzate da Destinazione Turistica Emilia e da APT Servizi nel corso del 2018 e 2019	16.000,00	16.000,00	16.000,00	48.000,00
Pubblicità radiofonica	Annunci pubblicitari radiofonici per singoli importanti eventi tematici	9	12.000,00	108.000,00	Indicazioni di costo derivate da esperienze di promozione analoghe già realizzate da Destinazione Turistica Emilia e da APT Servizi nel corso del 2018 e 2019	12.000,00	48.000,00	48.000,00	108.000,00



Publicità su testate specializzate	Annunci su testate giornalistiche per itinerari	18	2.500,00	45.000,00	Indicazioni di costo derivate da esperienze di promozione analoghe già realizzate da Destinazione Turistica Emilia e da APT Servizi nel corso del 2018 e 2019	12.250,00	27.750,00	5.000,00	45.000,00
Partecipazione a trasmissioni televisive	Servizi speciali all'interno di (per es.): Linea Verde; Kilimangiaro; Paese che vai; Sereno variabile; ma anche altri format (es. 4 ristoranti) molto seguiti dal pubblico	3	25.000,00	75.000,00	Indicazioni di costo derivate da consultazione Listino Preventivi e prezzi Trasmissioni RAI	25.000,00	25.000,00	25.000,00	75.000,00
				587.770,00		195.000,00	210.000,00	182.770,00	587.770,00



(N.B. Gli importi sono IVA inclusa)

Per determinare la correttezza e la congruità dei costi del progetto per le attività più strettamente promozionali, si è tenuto conto delle attività di promo-comunicazione già avviate da Destinazione Turistica “Emilia”.

Per quanto riguarda i costi di consulenti si è ipotizzato l’utilizzo di un consulente di Categoria I che svolga le attività “amministrativa e finanziaria di progetto” in n. 72 gg al costo unitario di 250,00 €/gg per ogni annualità.

Piano dettagliato del progetto

Le tabelle del piano finanziario contengono il dettaglio delle attività in programma.

7. Metodologia di Attuazione

Il progetto è previsto in modalità Convenzione tra il GAL del Ducato, la Destinazione Turistica “Emilia”, e prevede le seguenti fasi:

- Fase 1: firma della Convenzione
- Fase 2: presentazione di una unica domanda di sostegno relativa all’intero progetto da parte del soggetto convenzionato
- Fase 3: istruttoria domanda e concessione a cura del Gal del Ducato
- Fase 4: avvio attuazione del progetto
- Fase 5: comunicazione integrativa da parte di Destinazione Turistica “Emilia”
- Fase 6: istruttoria delle comunicazioni integrative e approvazione da parte del GAL del Ducato
- Fase 7: attuazione del progetto
- Fase 8: rendicontazione per ogni annualità di competenza da parte di Destinazione Turistica Emilia (i primi due sono pagamenti intermedi e il terzo il pagamento a saldo)



8. Procedure di Monitoraggio e Controllo

Le procedure di monitoraggio e controllo saranno effettuate su tre distinti livelli:

- Rispetto delle normative vigenti e regolare esecuzione degli interventi;
- Amministrativo -finanziaria;
- Realizzazione del progetto e indicatori di risultato specifici.

Rispetto delle normative vigenti e regolare esecuzione degli interventi

Il Responsabile del procedimento del GAL del Ducato effettuerà le attività procedurali e i controlli previsti dalla procedura di AGREA, sia in fase di domanda di sostegno, sia in eventuale fase di variante.

Amministrativo-finanziaria

Il Responsabile Amministrativo del GAL del Ducato, come previsto dalla procedura di AGREA verifica le procedure di affidamento dei servizi, le relative risorse finanziarie.

Realizzazione del progetto e indicatori di risultato specifici

Sarò nominato un referente di progetto, nell'ambito dei dipendenti del GAL del Ducato, che raccoglie tutti i dati e le informazioni del soggetto convenzionato al fine di predisporre il monitoraggio trimestrale. Inoltre il referente verifica la corretta attuazione della convenzione e i risultati specificati e quantificati di seguito nella tabella degli indicatori di progetto.

Indicatori del progetto

Indicatori	Unità di misura	Quantificazione dell'obiettivo
Azioni annuali di produzione di materiale di promozione basato su una immagine unitaria e coordinata	N.	3
Partecipazione a fiere	N.	9
Organizzazione di educational	N.	7
Realizzazione di campagne annuali di promozione	N.	3

9. Copertura Finanziaria



Il progetto è finanziato al 100% dalla Misura 19 del PSR Operazione “Azione A.2.1.b – Gestione di servizi in rete per la ricettività” (IVA inclusa).



10. Scheda di analisi controllabilità requisiti / impegni misure a Investimento

Misura / sottomisura / Tipo di operazione: B.3.1.b – Promozione e marketing unitario e coordinato dell'Appennino Piacentino e parmense

Descrizione requisito / impegno		Descrizione della modalità di controllo prevista	Livello di automatizzabilità del controllo (2)	Soggetto / Struttura che può effettuare il controllo (3)	NOTE
Raggruppamento e definizione del Requisito / Impegno	Dettaglio (1)				
Requisiti di ammissibilità del beneficiario					
Ente Pubblico				GAL	
Requisiti di ammissibilità dell'intervento					
Coerenza con l'azione del PAL		Analisi dei documenti		GAL	
Requisiti connessi ai criteri di selezione					
Requisiti connessi alla definizione della congruità e delle tipologie di spesa					
Preventivi di spesa	Linee Guida del MIPAF	Confronto di 3 preventivi per ogni tipologia di spesa		GAL	
Requisiti connessi alla definizione dei massimali di spesa					
Impegni connessi alla definizione dei tempi di effettuazione dell'intervento (esecuzione opere, rendicontazione, richiesta di pagamento) e dell'eventuale permanenza di vincoli					
Esecuzione		Monitoraggio sviluppo		GAL	



		portale, app e documenti vari			
Rendicontazione e richiesta di pagamento		Analisi portale, app e documenti vari		STACP	
Permanenza vincoli di destinazione		Analisi portale, app e documenti vari		STACP	
Altre categorie di impegni (da definire su proposta dell'estensore della misura, come indicatori di risultato, redditività, sostenibilità)					