

Allegato A

Schema di Convenzione di cui all'Articolo 4, comma 1, Punti c) ed e) del Regolamento del Comitato Paritetico per la gestione dell'Intesa avente ad oggetto
“Attuazione della proposta di Programma di progetti strategici – secondo stralcio - 1^ parte – nel territorio della Provincia di Belluno e modifiche alla convenzione stipulata in data 4 agosto 2016, in attuazione della deliberazione del Comitato paritetico n. 13 del 25 luglio 2016, relativamente al primo stralcio dello stesso Programma”

Allegato “C”

SCHEDA “8b/A_VIVERE LE DOLOMITI – ATTUAZIONE DEL PIANO DI MARKETING TERRITORIALE” NELLA NUOVA FORMULAZIONE

IL PRESIDENTE DEL COMITATO PARITETICO
PER LA GESTIONE DELL'INTESA PER
IL FONDO COMUNI DI CONFINE
- On. Roger De Menech -

LA PRESIDENTE
DELLA PROVINCIA DI BELLUNO
- _____ -

A. SCHEDA DI RILEVAZIONE PROGETTO STRATEGICO

8B

A. DENOMINAZIONE DEL PROGETTO STRATEGICO

Vivere le Dolomiti – attuazione piano di marketing territoriale

B. SOGGETTO/I PROPONENTE/I (Art. 7 Linee guida)

Nel caso di associazione tra più soggetti proponenti indicare anche il soggetto Capofila (Colui che di norma assume la responsabilità tecnico/amministrativa e finanziaria del Progetto).

Provincia di Belluno

C. CRITICITÀ CHE HANNO PORTATO ALL'INDIVIDUAZIONE DEL PROGETTO (descrizione sommaria , massimo 500 caratteri)

Il territorio della provincia di Belluno ha una particolare vocazione turistica testimoniata da paesaggi di elevato valore ecologico ed estetico, dalla presenza di numerose strutture e infrastrutture turistiche, dalla valenza del sistema impiantistico di risalita nella parte alta della provincia. I dati dei flussi turistici degli ultimi anni però mettono in evidenza la carenza di presenze turistiche internazionali; le presenze di stranieri, anche se in leggero aumento, si attestano infatti ancora su valori ben al di sotto di quelli di italiani (che segnano comunque un netto calo), palesando una scarsa competitività sui circuiti nazionali e internazionali dell'offerta turistica locale. Sviluppando un progetto di marketing, si andrà a migliorare la qualità e l'orientamento al mercato dei pacchetti turistici territoriali, valorizzando gli specifici vantaggi competitivi locali e, in particolare, le risorse naturali e culturali.

D. AMBITO/I DI INTERVENTO (Art. 2 Linee guida)

Mobilità (interventi e azioni, sia di natura infrastrutturale sia di servizi forniti, che contribuiscano a potenziare e/o migliorare la mobilità delle persone, delle cose e delle informazioni)

Mobilità su strada

Mobilità su ferrovia

Mobilità turistica (piste ciclabili, piste da sci, transfer turistici, ecc)

Mobilità digitale (banda larga, Tv digitale, ecc)

Mobilità delle cose (servizi postali, corrieri, ecc)

Servizi alla persona (interventi e azioni sia di natura infrastrutturale sia di servizi forniti che contribuiscano a potenziare e/o migliorare il benessere psicofisico delle persone e ad accrescerne la loro formazione)

Servizi sia sanitari che sociali per la salute delle persone

Istruzione e formazione

Sviluppo locale (interventi e azioni sia di natura infrastrutturale sia non che concorrono ad uno sviluppo sostenibile del sistema economico presente nelle aree di confine)

Tutela del territorio e delle comunità locali;

xValorizzazione delle risorse naturali, culturali e del turismo sostenibile;

Sistemi agro-alimentari;

Risparmio energetico e filiere di energia rinnovabile;

Artigianato e commercio di prossimità;

Tra i progetti di sviluppo locale rientrano anche:
iniziative di sostegno finanziario finalizzate allo sviluppo e/o al potenziamento del sistema economico locale (compatibili con la normativa sugli aiuti pubblici)

Uno stesso Progetto Integrato può riguardare anche più ambiti di intervento tra quelli sopra elencati

E. TIPOLOGIA INTERVENTO (Art. 5 Linee guida)

Interventi infrastrutturali

x Servizi

Forniture

Altre Attività (Indicare tipologia).....

Uno stesso Progetto Integrato può riguardare anche più tipologie di intervento tra quelle sopra elencate

F. AZIONI PREVISTE (descrizione sommaria , massimo 500 caratteri)

Distinguere le attività secondo le tipologie di intervento di cui al punto E

Azione 1

In attuazione del progetto Vivere le dolomiti – piano di marketing territoriale, di cui alla scheda n. 8A/A approvata con delibera n. 13 del 25 luglio 2016 del Comitato paritetico, il soggetto attuatore Provincia di Belluno ha avviato le procedure per l'appalto del servizio di predisposizione e assistenza in fase di realizzazione, di un piano di marketing territoriale e l'incarico al soggetto che si aggiudicherà il servizio è previsto per fine marzo. A quel punto, entro i sei mesi successivi il piano dovrà essere presentato.

Nel frattempo, in sede di concertazione territoriale dei comuni di confine e di seconda fascia è emersa la necessità di sostenere fin da ora la promozione di alcuni importanti eventi già programmati per gli anni 2017 e 2018 (a titolo di esempio non esaustivo: il Campionato Mondiale di Parapendio del Monte Avena, la 3EPIC delle Tre Cime di Lavaredo, la Granfondo Sportful di Feltre, la Pedalunga di Comelico Superiore, il Giro d'Italia ecc). Trattasi comunque di eventi a grande attrattiva nazionale ed internazionale a livello turistico, sia per le aree direttamente coinvolte sia per l'intero territorio provinciale.

Per tali eventi si prevede quindi di anticipare rispetto al piano di marketing complessivo, alcune azioni promozionali attraverso i grandi mezzi di comunicazione, quali emittenti televisive, riviste specializzate, social media e stampa locale e nazionale.

Azione 2

Attuazione del Piano di marketing territoriale.

Si svilupperanno le attività puntualmente definite dal Piano di marketing territoriale che verrà preventivamente presentato al Comitato Paritetico.

G. ELENCO DELLE PRINCIPALI VOCI DI SPESA E COSTO TOTALE DEL PROGETTO

Fare riferimento per quanto possibile alle azioni di cui al punto F

N.	Descrizione voce di spesa	Costo (Euro)
1	Azioni di promozione grandi eventi – 2017	€ 1.000.000,00
2	Attuazione piano di marketing	€ 4.500.000,00
3	Management e monitoraggio	€ 275.000,00
	COSTO TOTALE DEL PROGETTO	€ 5.775.000,00

H. FONTI DI COPERTURA

RISORSE PROPRIE DEL/I SOGGETTO/I PROPONENETE/I	Euro
CONTRIBUTO DEL FONDO COMUNI DI CONFINE	Euro 5.500.000,00
ALTRE RISORSE PUBBLICHE (SPECIFICARE FONTE)	
Altri enti	Euro 275.000,00
.....	Euro
ALTRE RISORSE PRIVATE (SPECIFICARE FONTE)	
.....	Euro
.....	Euro

I. SOGGETTO/I ATTUATORE/I E MODALITA' DI ATTUAZIONE DEL PROGETTO (Vedasi Organigramma di attuazione Progetti Strategici)

Un medesimo Progetto può avere più modalità di attuazione relative alle sue diverse azioni di cui al punto F.

Provincia di Belluno

Modalità di attuazione: Convenzione (Ramo C), Appalto (Ramo D) ed amministrazione diretta.

J. AMBITO TERRITORIALE

Il Progetto insiste:

Sul territorio di uno o più dei seguenti comuni di confine e/o contigui:

Tutti

Sul territorio dei seguenti comuni non di confine o non contigui:

.....

Allegato: estratto cartografico ambito d'intervento o altro documento progettuale equipollente

COMUNI DI CONFINE E CONTIGUI INTERESSATI:

La concertazione e la definizione del primo stralcio del progetto Sviluppo delle attività economiche, si è conclusa con l'approvazione dell'assemblea dei sindaci dei comuni di confine e dei comuni di seconda fascia il giorno 21 febbraio 2017.

K. ANALISI QUALITATIVA E QUANTITATIVA DEGLI OBIETTIVI DI PROGETTO

Analisi qualitativa (descrizione sommaria degli obiettivi specifici (*outcomes*) che si intendono conseguire , massimo 300 caratteri)

.....

Analisi quantitativa:

Indicatori di realizzazione oggettivamente misurabili
Monitorano l'avanzamento dei risultati/prodotti tangibili (*output*) di Progetto

<i>Descrizione indicatore</i>	<i>U. m.</i>	<i>Fonte</i>	<i>Timing</i>
1. grandi eventi promozionati	numero	Rilevazione ad hoc	semestrale
2. Realizzazione brand unico		Monitoraggio interno	Entro due anni dall'avvio del progetto
3. Eventi sportivi e culturali organizzati	numero	Rilevazione ad hoc	semestrale

Indicatori di beneficio oggettivamente misurabili
Esplicitano il conseguimento o meno degli obiettivi specifici (*outcomes*) di Progetto

<i>Descrizione indicatore</i>	<i>Target di riferimento</i>	<i>Dimensione del cambiamento</i>	<i>Fonte</i>	<i>Timing</i>
1. Arrivi e presenze turistiche nei territori coinvolti	Turisti sul territorio provinciale	<i>Incremento 10% a fine del periodo</i>	<i>Rilevazione ISTAT, analisi osservatorio statistico provinciale</i>	<i>1 anno dall'evento</i>
2. Arrivi e presenze turistiche straniere annuali	Turisti stranieri sul territorio provinciale	<i>Incremento 20% a fine del periodo</i>	<i>Rilevazione ISTAT, analisi osservatorio statistico provinciale</i>	<i>Tre anni dall'avvio del progetto</i>
3. Arrivi e presenze turistiche nei mesi di aprile, maggio, giugno, ottobre,	Turisti in generale	<i>Incremento 10% a fine del periodo</i>	<i>Rilevazione ISTAT, analisi osservatorio statistico</i>	<i>Tre anni dall'avvio del progetto</i>

novembre)

provinciale

L. COMUNI DI CONFINE COINVOLTI NEGLI IMPATTI

tutti

M. COMUNI CONTIGUI COINVOLTI NEGLI IMPATTI

tutti

N. TIMING DI ATTUAZIONE

APPROVAZIONE PIANIFICAZIONE/PROGETTAZIONE PRELIMINARE DELLE ATTIVITA' DI PROGETTO: marzo 2017

APPROVAZIONE PIANIFICAZIONE/PROGETTAZIONE DETTAGLIATA/ESECUTIVA DELLE ATTIVITA' DI PROGETTO: aprile 2017

INIZIO ATTIVITA' DI PROGETTO: maggio 2017

FINE ATTIVITA' DI PROGETTO: dicembre 2022

MONITORAGGIO: giugno 2017-dicembre 2023

Se possibile allegare Cronoprogramma più dettagliato delle varie fasi.

O. ANALISI PRELIMINARE DELLE PROCEDURE / AUTORIZZAZIONI AMBIENTALI O DI ALTRI VINCOLI DI PROGETTO

P. MODALITA' DI GESTIONE (*MANAGEMENT*) E RELATIVI COSTI

Il progetto verrà gestito con un management interno alla Provincia

Q. AIUTI DI STATO

Elencare puntualmente le Norme Europee sugli Aiuti di Stato per le quali si ritiene che il contributo concesso sia legittimo.

R. ULTERIORI ELEMENTI

Nel caso di attività/infrastrutture che si estendano oltre i territori dei comuni di confine o contigui delle Regioni Veneto e Lombardia dovranno essere puntualmente precisati gli elementi di cui all'Art. 5 delle Linee Guida che permettano di giustificare la quota di contributo richiesta al FCC.

La quota parte di fondo richiesto al Fondo Comuni confinanti è proporzionato alla popolazione residente nei comuni di confine e contigui.

S. NOTE

