

### SCHEDA AZIONE 2.3

PROCEDURA DI ATTUAZIONE	PROGETTO A GESTIONE DIRETTA DEL GAL
Ambito tematico della SSL	2. Turismo sostenibile
Obiettivo della SSL	Rafforzare l'immagine di area a forte naturalità ( <i>wilderness</i> ) e accessibile a tutti con modalità lente e sostenibili (ideale per lo <i>slow tourism</i> ) con il coinvolgimento degli attori locali
Azione	2.3 Marketing territoriale
Descrizione dell'azione	<p><i>Descrizione dell'azione</i></p> <p>L'area di competenza del GAL Open Leader è dotata di una forte eterogeneità interna, ambientale e culturale, che costituisce un'eccezionale potenzialità, ma che fino ad oggi ha rappresentato un ostacolo nella realizzazione di una programmazione e di una comunicazione comprensoriale efficace.</p> <p>Il Canal del Ferro e la Val Canale condividono caratteristiche demografiche molto critiche e una prospettiva di sviluppo che poggia in gran parte sul settore turistico. Il Gemonese ha una minor tradizione turistica e il settore ha tuttora un peso limitato nell'economia, ma ha avviato alcuni progetti molto promettenti.</p> <p>L'azione di marketing territoriale è volta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– fornire ai potenziali ospiti un'offerta capace di soddisfare le loro esigenze in maniera adeguata e con un carattere distintivo rispetto a quella delle altre aree montane;</li> <li>– creare un "linguaggio comune" tra gli operatori al fine di dare maggior sinergia alle azioni attuate in autonomia dai diversi soggetti pubblici e privati;</li> <li>– favorire l'adesione a strategie e progetti complessi di rafforzamento dell'attrattività del territorio, attivando le risorse locali non utilizzate e creando occasioni di lavoro qualificato.</li> </ul> <p><i>Finalità specifica</i></p> <p>Rafforzare l'immagine di area a forte naturalità (<i>wilderness</i>) e accessibile a tutti con modalità lente e sostenibili, ideale per lo <i>slow tourism</i> con il coinvolgimento degli attori locali</p> <p><i>Risultato atteso</i></p> <p>Una comunicazione coordinata e innovativa che offra una visione delle opportunità che il territorio offre ai suoi attori e ai suoi ospiti</p>
Caratteristiche dell'azione	<p>INNOVATIVITÀ (Barrare la casella pertinente)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Azione innovativa <input type="checkbox"/> Azione non innovativa</p> <p><i>Motivazione dell'indicazione</i></p> <p>Azione innovativa perché non realizza un piano di marketing tradizionale, né una mera campagna promozionale, ma una serie coordinata di azioni volte a dare un'immagine forte e coordinata al territorio e che nell'arco di un quinquennio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- favoriranno il sorgere del "linguaggio comune", di una maggior attenzione all'ospitalità e di una strategia condivisa tra gli attori locali;</li> <li>- forniranno agli operatori turistici strumenti per rafforzare l'attrattività della propria offerta;</li> <li>- permetteranno al GAL – soggetto terzo facilitatore del processo– di rafforzare</li> </ul>

	<p>l'approccio dialogico e partenariale tra gli operatori turistici locali e regionali.</p> <p><b>RELAZIONE CON IL RUOLO PARTENARIALE DEL GAL</b></p> <p>Il GAL è il soggetto che può garantire un impegno costante lungo tutto un quinquennio volto a sviluppare una strategia di marketing del territorio rivolta sia agli attori interni, sia ai potenziali ospiti. La presenza nella compagine sociale di associazioni di categoria, di consorzi e di tutte le amministrazioni locali consente al GAL di svolgere un'azione di facilitazione del dialogo, della condivisione di obiettivi e di catalizzatore dell'azione coordinata dei diversi attori rilevanti, interni ed esterni all'area.</p>
Costi ammissibili	<p>Sono previsti costi per:</p> <p><b>1) Realizzazione e diffusione di materiale informativo su diversi supporti mediiali</b></p> <p>Si prevede di realizzare materiale informativo cartaceo, del quale è stata rilevata l'assoluta carenza, e di non andare invece ad implementare ulteriori supporti informatici (app, portali, siti, ecc.) dei quali è stata rilevata una certa abbondanza e polverizzazione.</p> <p>Gli investimenti sono finalizzati a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- realizzare una "guida" con l'indicazione di alcuni itinerari che, sviluppandosi dalla ciclabile, accompagnino alla scoperta dei patrimoni ambientali, culturali, delle tradizioni e dei prodotti tipici che arricchiscono il nostro territorio, al fine di allungare la permanenza del ciclista su quest'area o comunque incentivarlo a "deviare", seppur brevemente, dal percorso principale, ma anche proporre agli altri turisti attività a contatto con il territorio. Tale guida si comporrà di un depliant e di tre mappe, una per il Gemonese, una per il Canal del Ferro e una per la Val Canale;</li> <li>- realizzare un pieghevole per ciascun Comune del nostro territorio, con un format unico e riconoscibile, con l'indicazione di tutti gli elementi di attrattività presenti.</li> </ul> <p><b>2) Produzioni audiovisive e multimediali per la diffusione attraverso canali radiofonici e televisivi</b></p> <p>Come già indicato tra le finalità specifiche dell'intervento di marketing territoriale c'è quella di incentivare la fruizione turistica di questo territorio attraverso azioni di comunicazione. Si prevede a tal fine di attivare una collaborazione con la RAI Sede Regionale Friuli Venezia Giulia per la realizzazione di un filmato / documentario che punti a rafforzare negli attori locali e nei potenziali ospiti l'immagine di area a forte naturalità e accessibilità con modalità lente e sostenibili, ideale per lo slow tourism e per chi è alla continua ricerca di esperienze ed emozioni uniche. Si tratta di partire non dagli oggetti, dai panorami o dalla somma dei monumenti, ma da una visione nuova, dalla promessa di una nuova esperienza emozionale in cui tutti i sensi sono implicati.</p> <p>Per la realizzazione di una specifica attività di progetto si intende puntare su immagini e video/documentari, anche individuando uno o più personaggi/testimonial, che verranno veicolati su web, media e trasmissioni, inerenti al tema del turismo rurale. L'obiettivo sarà quello di mettere in evidenza i valori che meglio identificano il territorio del Gemonese, Canal del Ferro e Val Canale nella sua specificità e unicità e che possono costituire un motivo di attrazione per il turista.</p> <p>La possibilità di cooperare con le professionalità RAI permetterà di disegnare degli scenari interessanti e verosimilmente utili alle politiche volte allo sviluppo locale.</p> <p>Si immagina che la durata del video/documentario possa essere prossima ai 45 minuti e che lo stesso possa essere veicolato attraverso i canali RAI, possibilmente</p>

anche quelli tematici visibili sulla TV digitale. Sarà posto a carico del progetto il costo per la realizzazione di materiale video, la produzione (riprese), postproduzione (montaggio, correzione colore, computer grafica 3D), tutti gli elementi ed effetti di videografica, le musiche, l'utilizzo di specifica attrezzatura tecnica.

**3) Consulenze specialistiche per progettazione e organizzazione di attività di informazione e promozione (testi e network)**

L'elaborazione del materiale informativo dovrà essere preceduta da una forte attività di coinvolgimento degli operatori e dovrà basarsi su un approccio allo stesso tempo semplice e accattivante. Non disponendo al proprio interno di personale idoneo allo svolgimento di tale tipologia di attività si prevede di affidare un incarico esterno di tipo professionale per:

- fornire supporto tecnico per favorire la nascita di un network di imprese interessate a creare uno o più itinerari legati alla ciclabile;
- elaborare i testi del materiale informativo e promozionale;
- definire una strategia di valorizzazione del territorio tramite la partecipazione ad eventi ed il coinvolgimento delle istituzioni del territorio e delle aziende locali.

**4) Consulenze specialistiche per progettazione e organizzazione di attività di informazione e promozione (mappatura)**

L'attrattività di un territorio è data dall'insieme delle condizioni di contesto favorevoli e dalla capacità di organizzare un'offerta che soddisfino le esigenze di coloro che a vario titolo sono o possono essere parte della comunità locale. Proprio sul lato delle condizioni di contesto e dell'offerta una limitazione forte del comprensorio è data dal "congelamento" di alcune risorse disponibili, a partire da quelle fondiarie. Per questo, come attività propedeutica al rafforzamento dell'offerta territoriale, si prevede di affidare un incarico di tipo professionale per la rilevazione/mappatura delle aree di proprietà pubblica/collettiva del territorio di competenza del GAL Open Leader (ex Comunità montana del Gemonese, Canal del Ferro e Val Canale). L'incarico comprende la raccolta e gestione delle informazioni catastali e la loro elaborazione per ottenere prodotti cartografici di facile lettura da parte delle Amministrazioni pubbliche e degli altri attori locali interessati. Nell'incarico è prevista inoltre la presentazione e discussione dei prodotti agli amministratori e al personale e partenariato del GAL e la fornitura delle informazioni base per l'interpretazione e l'utilizzo dei dati da parte degli stessi.

Quadro finanziario

*Quadro finanziario per tipologia di costo ammissibile e per singola attività (fornitura o servizio)*

<b>VOCE DI SPESA</b>	<b>IMPORTO IVA INCLUSA</b>
MATERIALE PROMOZIONALE	40.809,00
VIDEO/DOCUMENTARIO	65.270,00
PRESTAZIONE PROFESSIONALE (TESTI E NETWORK)	23.717,00
PRESTAZIONE PROFESSIONALE (MAPPATURA)	5.204,00
<b>TOTALE</b>	<b>135.000,00</b>

*Congruità della spesa – allegati.*

(Elenco della documentazione acquisita dal GAL in esito a indagine esplorativa o dal GAL prodotta, finalizzata alla valutazione della congruità del costo: preventivi,

	<p>analisi dei prezzi da parte di tecnici qualificati, ecc.).</p> <p><b>1) Realizzazione e diffusione di materiale informativo su diversi supporti medial</b></p> <p>Richiesta di preventivo a tre soggetti (prot. OL 708/16 del 18/10/16): Preventivi pervenuti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. LithoStampa Srl di Pasion di Prato (prot. OL 725/16 del 25/10/16)</li> <li>2. Il Segno di Amaro (prot. OL 732/16 del 25/10/16)</li> <li>3. Grafiche Civaschi Snc di Povoletto (prot. OL 730/16 del 25/10/16)</li> </ol> <p><b>2) Produzioni audiovisive e multimediali per la diffusione attraverso canali radiofonici e televisivi</b></p> <p>Richiesta di preventivo a tre soggetti (prot. OL 709/16 del 19/10/16): Preventivi pervenuti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Videe Spa di Pordenone (prot. OL 729/16 del 25/10/16)</li> <li>2. AlphaVideo Snc di Povoletto (prot. OL 720/16 del 25/10/16)</li> <li>3. 4 Frame di Pordenone (prot. OL 726/16 del 25/10/16)</li> </ol> <p><b>3) Consulenze specialistiche per progettazione e organizzazione di attività di informazione e promozione (testi e network)</b></p> <p>Preventivo della consulente del lavoro Studio Emanuela Buzzi del 25/10/2016 (prot. OL 733/16 del 25/10/16)</p> <p>Nell'oggettiva difficoltà di formulazione della richiesta preventivo, si è ritenuto di procedere stimando in 7/8 mesi l'impegno lavorativo che sarebbe richiesto a un dipendente di secondo livello impegnato a tempo pieno su tale attività. Tale importo sarà posto a base di gara. L'incarico avrà natura di tipo professionale e pertanto senza alcun vincolo di orario ma solo di risultato. Il periodo di svolgimento dell'incarico avrà una durata prevista in circa 18 mesi .</p> <p><b>4) Consulenze specialistiche per progettazione e organizzazione di attività di informazione e promozione (mappatura)</b></p> <p>Richiesta di preventivo a tre soggetti (prot. OL 712/16 del 21/10/16): Preventivi pervenuti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Studio tecnico Monica Gortan di Arta Terme (prot. OL 728/16 del 25/10/16)</li> <li>2. DerMap Srl di Udine (non ha risposto)</li> <li>3. CO.R.EL. Italiana Srl di Udine (prot. OL 718/16 del 24/10/16, nessuna offerta)</li> </ol>										
Modalità attuative	<p>Le procedure per l'acquisizione dei beni o dei servizi, ai sensi del D.Lgs. 50/2016 sono:</p> <table border="1" data-bbox="448 1507 1444 2000"> <thead> <tr> <th data-bbox="448 1507 922 1541">VOCE DI SPESA</th> <th data-bbox="922 1507 1444 1541">PROCEDURE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="448 1541 922 1599">MATERIALE PROMOZIONALE</td> <td data-bbox="922 1541 1444 1599">Procedura aperta su MEPA Criterio: minor prezzo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1599 922 1753">VIDEO/DOCUMENTARIO</td> <td data-bbox="922 1599 1444 1753">Procedura negoziata previa indagine di mercato (art. 36, comma 2, lettera b)) Criterio: offerta economicamente più vantaggiosa</td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1753 922 1877">PRESTAZIONE PROFESSIONALE (MAPPATURA)</td> <td data-bbox="922 1753 1444 1877">Affidamento diretto previo confronto concorrenziale con tre operatori economici (art. 36, comma 2, lettera a)) Criterio: minor prezzo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1877 922 2000">PRESTAZIONE PROFESSIONALE (TESTI E NETWORK)</td> <td data-bbox="922 1877 1444 2000">Procedura negoziata previa indagine di mercato (art. 36, comma 2, lettera b)) Criterio: minor prezzo</td> </tr> </tbody> </table>	VOCE DI SPESA	PROCEDURE	MATERIALE PROMOZIONALE	Procedura aperta su MEPA Criterio: minor prezzo	VIDEO/DOCUMENTARIO	Procedura negoziata previa indagine di mercato (art. 36, comma 2, lettera b)) Criterio: offerta economicamente più vantaggiosa	PRESTAZIONE PROFESSIONALE (MAPPATURA)	Affidamento diretto previo confronto concorrenziale con tre operatori economici (art. 36, comma 2, lettera a)) Criterio: minor prezzo	PRESTAZIONE PROFESSIONALE (TESTI E NETWORK)	Procedura negoziata previa indagine di mercato (art. 36, comma 2, lettera b)) Criterio: minor prezzo
VOCE DI SPESA	PROCEDURE										
MATERIALE PROMOZIONALE	Procedura aperta su MEPA Criterio: minor prezzo										
VIDEO/DOCUMENTARIO	Procedura negoziata previa indagine di mercato (art. 36, comma 2, lettera b)) Criterio: offerta economicamente più vantaggiosa										
PRESTAZIONE PROFESSIONALE (MAPPATURA)	Affidamento diretto previo confronto concorrenziale con tre operatori economici (art. 36, comma 2, lettera a)) Criterio: minor prezzo										
PRESTAZIONE PROFESSIONALE (TESTI E NETWORK)	Procedura negoziata previa indagine di mercato (art. 36, comma 2, lettera b)) Criterio: minor prezzo										
Tempistica	(indicare i tempi di realizzazione, tenendo conto della complessità del progetto)										

	L'azione di marketing ha una durata quinquennale.						
Tipo di sostegno	<p><i>Regime di aiuto.</i> (Indicare il motivo che esclude la natura di aiuto di Stato del sostegno al GAL).</p> <p>Aiuto in conto capitale. Il sostegno è concesso per attività non configurabile come attività di impresa in quanto tutte le iniziative oggetto di finanziamento sono volte a favorire l'incontro tra la domanda che esprimono i residenti e gli ospiti e l'offerta prodotta dalle imprese e dalle istituzioni del territorio e non generano un ritorno economico diretto a favore del GAL</p>						
Intensità contributiva	L'intensità contributiva è pari al 100%, in quanto il GAL non conta con altre fonti di finanziamento per svolgere le iniziative programmate e queste non danno origine a un ritorno economico a favore del GAL.						
Spesa pubblica (euro)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>SPESA PUBBLICA</th> <th>SPESA PRIVATA</th> <th>TOTALE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>135.000,00</td> <td>0,00</td> <td>135.000,00</td> </tr> </tbody> </table>	SPESA PUBBLICA	SPESA PRIVATA	TOTALE	135.000,00	0,00	135.000,00
SPESA PUBBLICA	SPESA PRIVATA	TOTALE					
135.000,00	0,00	135.000,00					
Normativa comunitaria, statale e regionale di riferimento	<p><i>Conformità dell'azione a normative di settore.</i></p> <p>Regolamento (UE) n. 1303/2013 Regolamento (UE) n. 1305/2013 Legge regionale n. 7/2000 D.Lgs. 50/2016</p> <p><i>Regolamento (UE) n. 1305/2013</i> L'azione è riconducibile a: <i>art. 20 paragrafo 1, lettera e)</i></p>						
Grado di realizzabilità	<p>(Descrivere le situazioni o gli elementi che possono favorire od ostacolare la realizzazione dei progetti previsti. In relazione alle difficoltà operative, tecniche, normative, logistiche, indicare le soluzioni per superarle).</p> <p>Gli elementi che possono favorire la realizzazione del progetto sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la collaborazione operativa ed integrata con la PromoTurismo FVG;</li> <li>• l'interesse alla collaborazione manifestato dalla RAI FVG;</li> <li>• la disponibilità del piano di marketing realizzato nell'ambito del PSL 2007-2013;</li> </ul> <p>Gli elementi che possono ostacolare la realizzazione del progetto sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• elevato numero di soggetti da coinvolgere e coordinare</li> <li>• riluttanza degli operatori a impegnarsi in progetti comuni;</li> <li>• complessità della costruzione di dialogo e di consenso tra gli attori rilevanti</li> </ul>						
Cronoprogramma procedurale	<p>Inizio attività: gennaio 2017 Conclusione attività: giugno 2023</p>						