



ALLEGATO - A

Titolo: MARKETING TERRITORIALE

Tipo di intervento: SRG06: AR_AS01C

Localizzazione: Territorio del GAL L'Altra Romagna

Ambito tematico: Sistemi di offerta socioculturali e turistico-ricreativi locali

Risorse del progetto: € 741.999,86

1

OBIETTIVO SPECIFICO PSP: SO8 Promuovere l'occupazione, la crescita, la parità di genere, inclusa la partecipazione delle donne all'agricoltura, l'inclusione sociale e lo sviluppo locale nelle zone rurali, comprese la bioeconomia circolare e la silvicoltura sostenibile

1. ANALISI DI CONTESTO, FINALITA' ED OBIETTIVI

1.1 Analisi del contesto

Il territorio del GAL L'Altra Romagna ha tutte le caratteristiche per diventare una destinazione importante per il turismo slow, grazie alle sue aree naturali ed ai paesaggi naturali delle foreste. Questo tipo di turismo sta avendo uno sviluppo maggiore in questi ultimi anni anche come conseguenza della pandemia, che ha fatto riscoprire l'importanza dei piccoli borghi e del contatto con la natura.

La SSL ha individuato nel turismo l'ambito prioritario, come elemento di rigenerazione del territorio, per una sua nuova attrattività caratterizzandosi in modo specifico rispetto alla costa, anche in vista della promozione della destagionalizzazione.

Questo intervento prosegue l'obiettivo strategico intrapreso nella programmazione precedente, consapevoli del fatto che le attività promozionali sono efficaci solo se continuative: in questa direzione, si prevede una progettualità almeno triennale volta alla promozione e valorizzazione della vacanza attiva, in modalità "slow" legata a tutta l'offerta del territorio del GAL: riserve e parchi naturali, borghi, luoghi di fede, cammini, tipicità.

Le iniziative si concentreranno su tre macro-obiettivi:

- la promozione del territorio e delle sue potenzialità a livello regionale, nazionale ed internazionale anche per il tramite di partecipazione a fiere e di realizzazione di educational tour;
- la predisposizione di materiali on line ed off line per la valorizzazione delle eccellenze del territorio e delle sue tipicità anche enogastronomiche;
- la realizzazione di iniziative promozionali dedicati ai prodotti tipici e distintivi del territorio.

L'iniziativa realizzata con l'Ente Pubblico di riferimento per la promozione turistica dell'area romagnola, non prevede entrate nette per l'Ente che lo realizza, tantomeno per singoli soggetti destinatari dell'iniziativa (non vi è scopo di lucro).



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



Il presente progetto, dalle linee operative integrate ed articolate, è nato per contribuire a rafforzare e strutturare l'offerta dell'entroterra romagnolo attraverso il turismo e il relativo indotto, da sempre componenti essenziali dell'economia della regione Emilia-Romagna e dei nostri territori.

L'entroterra romagnolo si deve presentare al turista in una veste nuova, aggiornata, coordinata, unitaria, con la realizzazione in Romagna di un percorso, strutturato ed articolato teso a valorizzare quegli ambienti naturali di grande valore, i borghi straordinariamente conservati, dove trovare eccellenze enogastronomiche di valore assoluto. Obiettivo del presente progetto è favorire una valorizzazione ampia, che coinvolga operatori pubblici e privati, alla ricerca di nuove e più integrate attività che, partendo dai settori del turismo e dell'agricoltura, agiscano da volano economico per uno sviluppo razionale ed ecosostenibile del vasto territorio Leader.

1.2 AMBITO TERRITORIALE DEL PROGETTO

Il territorio Leader, con i 25 Comuni che definiscono l'area di intervento del Gal L'Altra Romagna.

I comuni si inseriscono nell'ambito della Destinazione Turistica Romagna, ente pubblico strumentale degli enti locali istituito con Legge regionale 4/2016 che riforma il sistema turistico regionale.

2. DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI ED ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'

Valutazione del precedente progetto e dei suoi esiti

Il progetto "Promozione integrata del territorio – Marketing territoriale" nasce con l'obiettivo di rafforzare e strutturare l'offerta turistica nei territori del GAL L'Altra Romagna, promuovendo un'immagine coerente e autentica del territorio (individuato nel concept **Romagna Autentica**). L'idea alla base dell'iniziativa è quella di valorizzare le peculiarità locali, attraverso un turismo esperienziale che metta al centro cultura, tradizioni, prodotti tipici e paesaggi, dove il turista partecipa attivamente alla costruzione dell'esperienza.

Fin dall'inizio, il progetto ha avuto uno scopo chiaro e articolato: da un lato, accrescere la visibilità delle imprese locali del settore turistico, dall'altro, creare una programmazione strutturata e condivisa tra gli attori del territorio. La promozione non si è limitata alla semplice pubblicità, ma ha puntato sulla costruzione di una vera e propria identità distintiva del territorio del Gal L'Altra Romagna, per differenziarla da altre mete turistiche più standardizzate.

Per raggiungere questi obiettivi, il progetto è stato articolato in **quattro fasi principali**:

1. Mappatura delle Esperienze

In questa prima fase, si è proceduto con un'ampia ricognizione delle esperienze turistiche fruibili nel territorio. Sono state censite **oltre 150 esperienze suddivise per tipologie (enogastronomia, natura, sport, eventi, cultura)**, successivamente raccolte in un catalogo online che è stato integrato nella piattaforma *MakeXP*, già utilizzata da vari attori del territorio.

2. Promozione su Canali Istituzionali

La seconda fase ha previsto la creazione di contenuti per il sito *VisitRomagna.it*, arricchendolo con informazioni sugli eventi, gli itinerari e le esperienze disponibili. Per rendere più efficace la



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



comunicazione, sono stati realizzati **oltre 100 scatti fotografici e un video promozionale**, mirati a raccontare il territorio in modo coinvolgente.

3. Marketing Territoriale e Coinvolgimento degli Stakeholder

Il terzo step è stato dedicato alla promozione e alla formazione degli operatori turistici. Sono stati organizzati **10 incontri formativi**, finalizzati a migliorare la conoscenza degli strumenti di marketing e di comunicazione digitale. Inoltre, sono stati realizzati 2 **press tour con giornalisti, blogger e influencer**, per dare ampia risonanza alle esperienze offerte dalla Romagna.

4. Campagna di Comunicazione e Advertising

L'ultima fase ha visto il lancio di una campagna promozionale su diversi canali:

- **Pubblicità su mezzi pubblici**, con **20 autobus** brandizzati sulle tratte extraurbane di Forlì, Cesena e Ravenna, attivi per **6 mesi (luglio 2024 - gennaio 2025)** e **5 pensiline** nelle città principali dell'Emilia-Romagna in aree strategiche (Forlì, Faenza, Cesena, Ravenna, Cesenatico), attive per **4 mesi**.
- **Campagne radiofoniche**, **327 spot radiofonici** su Rai Radio 1, Rai Radio 2 e Isoradio, distribuiti in **5 settimane tra agosto e settembre 2024**.
- **20 pubblicazioni** su testate come *La Repubblica*, *Il Gazzettino*, *Gazzetta di Modena*, con una copertura stimata di **oltre 2,1 milioni di lettori**.
- **10 uscite redazionali** su riviste turistiche in Baviera e a livello nazionale (*Myheimat* e *Wandermagazin*).
- **Pubblicità online (Programmatic Ads)**, con targeting specifico su utenti interessati al turismo esperienziale: **Italia**: 3,5 milioni di impression con **43.900 click (CTR 1,28%)**, **Germania**: 2,17 milioni di impression con **8.860 click (CTR 0,41%)**.

Un punto di forza della strategia comunicativa è stata l'**attenzione ai mercati internazionali**, in particolare quello tedesco. Attraverso articoli su riviste specializzate (*Myheimat* e *Wandermagazin*), sono stati raggiunti potenziali turisti alla ricerca di destinazioni autentiche e fuori dai circuiti di massa.

Il progetto *Romagna Autentica* ha portato a risultati molto positivi, grazie a un'efficace strategia di marketing territoriale:

- **Ampia visibilità**: La campagna ha ottenuto una copertura elevata, sia a livello nazionale che internazionale, grazie alla diversificazione dei mezzi di comunicazione utilizzati e un'ottima risposta in termini di interazioni digitali.
- **Coinvolgimento del territorio**: Il progetto ha saputo attivare una rete di collaborazione tra operatori turistici, amministrazioni locali e media, creando un ecosistema solido e interconnesso.
- **Coerenza dell'identità territoriale**: La narrazione del territorio è stata curata in ogni dettaglio, enfatizzando le sue unicità e differenziandolo dalle mete turistiche più commerciali.
- **Efficacia della pubblicità online**: La campagna digitale ha superato le aspettative in termini di interazioni e conversioni, dimostrando l'importanza del web nel settore turistico.

Il progetto *Romagna Autentica* ha rappresentato un investimento strategico di grande valore per la promozione dell'entroterra romagnolo. La combinazione di strumenti digitali, eventi, pubblicità tradizionale e il coinvolgimento degli stakeholder ha permesso di **creare un'immagine forte e riconoscibile del territorio**,



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



valorizzandolo attraverso un racconto coerente e coinvolgente. L'uso di strategie di marketing digitale, eventi promozionali e collaborazioni con stakeholder ha garantito un'ampia visibilità e un miglior posizionamento della Romagna come meta turistica autentica. I **risultati numerici** dimostrano il successo della campagna: **oltre 150 esperienze mappate, 3,5 milioni di impression online in Italia, 2,1 milioni di lettori raggiunti con la stampa, 327 spot radiofonici e una presenza costante su autobus e pensiline strategiche.**

Per il futuro, sarà fondamentale consolidare questi risultati, migliorando il monitoraggio degli effetti concreti sul turismo e sviluppando nuove iniziative per destagionalizzare l'offerta. Se adeguatamente sostenuto, il progetto potrà evolversi in un modello di riferimento per la promozione turistica delle aree interne italiane. Gli interventi messi in essere riguardano:

Azione 1. Mantenimento del catalogo di esperienze: promuovere la realizzazione di nuove esperienze e ricondurle al catalogo prodotti secondo una metodologia omogenea

Il territorio dell'Appennino romagnolo è ricco di esperienze pregiate che, grazie anche all'azione di avvio della loro identificazione e valorizzazione ad opera del GAL L'Altra Romagna nella precedente programmazione, meritano di continuare ad essere riscoperte, ampliate e moltiplicate col presente progetto, che sarà comunque l'occasione per valutarne l'esistenza, per aggiornare e mettere a sistema alcune delle diverse iniziative già in essere, di cui segue un breve elenco, indicativo ma non esaustivo:

- Romagna Autentica
- Romagna da Gustare della CCIAA Forlì-Cesena
- Quale futuro per la Montagna - Unione Valle Savio
- I percorsi del Savio - Unione Valle Savio
- Romagna Toscana – associazione
- Visit Romagna – progetti di fil rouge
- APT servizi progetti regionali trasversali
- Emilia Romagna Welcome
- Destination management Company operanti sul territorio

L'attività deve supportare ed individuare le nuove opportunità di mercato, comprendere le caratteristiche, esigenze e aspettative della domanda.

Particolare attenzione verrà posta nella mappatura dei prodotti tipici, artigianali e tradizionali per raggiungere obiettivi di importanza strategica.

La capacità competitiva dell'area sotto il profilo turistico va accresciuta perseguendo diverse direttrici, tra le quali lo sviluppo delle esperienze nell'entroterra attraverso la mappatura di quelle presenti e la sollecitazione di nuove e più attrattive.

Le esperienze sono la chiave per incrementare la capacità attrattiva e il valore percepito del territorio.

Questa azione si prefigge pertanto una valorizzazione territoriale diffusa, con particolare attenzione ai prodotti e alle loro peculiarità, senza arrecare vantaggi alle singole aziende, ma promuovendo lo sviluppo collettivo di una realtà territoriale che ha grosse potenzialità ancora inesprese.



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



Tutte le attività sono pertanto indirizzate inequivocabilmente a beneficio del territorio nella sua interezza, senza vantaggi diretti ai singoli operatori e produttori, che risulteranno comunque avvantaggiati da promozioni collettive, di carattere ampio e territoriale.

In questa linea c'è la generazione di opportunità per nuove professionalità, nuova occupazione e imprenditorialità legata al turismo fra i soggetti della filiera turistica, agricola e dell'indotto collegato.

Le esperienze esistenti o potenzialmente sviluppabili e le relative azioni di promozione ad esse connesse, da sole non bastano per raggiungere i mercati ed i target prefissati. Per massimizzare l'incoming, l'indotto e le potenzialità di queste azioni, occorre strutturare un sistema che consenta ai potenziali fruitori (imprese, turisti, visitatori, in generale tutti gli stakeholders possibili) di individuare con facilità e certezza di acquisto i prodotti che si andranno a valorizzare e promuovere, sulla base di un format di esperienza vendibile in coerenza con i fil rouge (nature, food, wine, culture, castle, beach, empire, motorcycle) promossi da Visit Romagna, già consolidato con la precedente edizione del progetto;

Occorre dunque calendarizzare una serie di esperienze che verranno promosse, diffuse e valorizzate anche attraverso le strutture di incoming del territorio. Questa azione è strategica e cruciale per finalizzare gli investimenti previsti dalle azioni già attuate in edizioni precedenti del progetto e previste per il futuro del presente progetto, prefiggendosi:

- La valorizzazione di eventi di animazione territoriale volti a promuovere experience, attività, prodotti con particolare risalto alle stagionalità, coerentemente con gli obiettivi e gli ambiti strategici della promozione turistica locale, e sulla base di valutazione che verrà effettuata dal soggetto attuatore; in questo ambito dunque saranno prodotti aggiornamento e ristampa dei materiali es. flyer (almeno 20.000), mappe (almeno 15.000), cartoline (almeno 30.000), aggiornamento contenuti editoriali per web e social suddivisi per stagioni (almeno 1).
- Definizione di un calendario annuale attraverso un'immagine coordinata degli eventi già presenti e di maggiore richiamo suddiviso per stagionalità per tutto il territorio del GAL L'Altra Romagna che possano fungere da magneti per le azioni di promozione e su cui il turista possa organizzare la propria visita. Si provvederà dunque alla creazione di un calendario annuale degli eventi più rilevanti del territorio GAL L'Altra Romagna, saranno identificati e selezionati gli eventi chiave con maggiore attrattività turistica, da utilizzare come magneti promozionali e si provvederà alla pubblicazione del calendario in formato digitale e cartaceo. Inoltre ci sarà un aggiornamento del Format di esperienze commercializzabili, accompagnati da Linee Guida ed adeguamenti grafici (revisione e aggiornamento del Format di esperienze turistiche vendibili, ottimizzazione del Format per migliorare la leggibilità e l'attrattività delle proposte, restyling grafico del calendario eventi, aggiornamento del layout del Format di esperienze per renderlo coerente con l'identità visiva del progetto Romagna Autentica, produzione di elementi grafici e template per supportare la diffusione dei contenuti attraverso social media, brochure e portali turistici). Questo comporterà ricerca e selezione di eventi per la realizzazione del calendario annuale e per stagioni cartaceo, aggiornamento Format esperienze sul sito Visit Romagna sulla base delle linee guida condivise nel primo progetto, adeguamento grafico sito web.
- Organizzazione di seminari informativi verso soggetti pubblici e privati promuovendo le linee guida valorizzando lo scambio interno tra domanda ed offerta sulle esperienze mappate.



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



- Realizzazione di contenuti promozionali sugli itinerari esperienziali nel territorio GAL ovvero: realizzazione video itinerari, realizzazione foto itinerari e redazione contenuti testuali e storytelling;
- Agevolare e sviluppare gli elementi legati al Turismo Slow o al turismo all'aria aperta, per i target di turisti di questo settore (camperisti, sportivi, escursionisti, ecc)

La metodologia inclusiva, informativa e di definizione dei criteri di produzione delle esperienze considererà il coinvolgimento di quelle già esistenti (es. I Percorsi del Savio) e di quelle che ad oggi non sono vere e proprie esperienze ma che hanno il potenziale per diventare iniziative di valorizzazione del territorio come per esempio "Cambio Vita" di Rocca San Casciano.

6

Costo stimato per l'azione, come dettagliato al paragrafo 7 Quadro Complessivo Finanziario € 95.000,01

Azione n. 2 – Promozione sui canali istituzionali di Visit Romagna e APT Servizi delle esperienze, degli itinerari e degli eventi integrando anche contenuti di internazionalizzazione dell'offerta "esperienziale" eventualmente già definiti in altri progetti GAL

Per favorire la promozione sui canali istituzionali di Visit Romagna e APT Servizi delle esperienze, degli itinerari e degli eventi oggetto dell'azione 1 è necessario un prodotto che risponda a caratteristiche di replicabilità nel tempo, certezza della fruibilità e regole chiare per la sua valorizzazione, al fine di renderlo in grado di essere promo-commercializzato in Italia e all'estero in maniera efficace ed efficiente.

Occorre dunque rafforzare con le esperienze, gli itinerari esperienziali e gli eventi di cui al paragrafo precedente sui canali di promozione esistenti oggi in Emilia Romagna, nei quali esistono azioni di comunicazione già avviate, targettizzate per utente e tematismo quali: visitromagna.it ed emiliaromagnaturismo.it al fine di restituire in Italia ed all'estero la visione integrata dell'offerta del territorio prodotta incentivando l'incoming turistico.

Le azioni prevederanno lo sviluppo della redazione web e social dedicata e la realizzazione di materiali e contenuti web e social nelle pagine dedicate ai prodotti tematici esperienziali di cui sopra, sulle piattaforme esistenti visitromagna.it e emiliaromagnaturismo.it. Questa implementazione ed aggiornamento dei contenuti su prodotti, esperienze, eventi, itinerari del territorio GAL, su piattaforme istituzionali (per 3 anni) consiste nella creazione di testi descrittivi per la presentazione di prodotti, esperienze, eventi e itinerari, nell'aggiornamento periodico delle pagine web dedicate, elaborazione di post tematici, creazione di grafiche e materiali visual, gestione di campagne social e shooting fotografici per aggiornare le immagini delle esperienze. I costi prevedono i canoni per 3 anni di hosting piattaforma, aggiornamenti piattaforma make xp per esperienze con nuove funzionalità e realizzazione web app, sponsorizzate Meta su profili facebook e instagram Visit Romagna con contenuti Romagna autentica.

Inoltre si prevede la realizzazione ed aggiornamento materiali per il web e i social (video e clip e foto), redazione di contenuti descrittivi e narrativi, creazione di testi ottimizzati per il web e i social media, sviluppo di materiali editoriali per la promozione su portali turistici e media specializzati, shooting fotografico dedicato, realizzazione di video brevi, infografiche e materiali visual (realizzazione materiali cartacei informativi per la valorizzazione del prodotto tipico, es. tovaglette, gadget, ecc. per diffusione sul territorio



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



del GAL) , condivisione attraverso campagne social media mirate, attività di ufficio stampa e pubblicazione su media locali e nazionali.

I nuovi materiali ed i nuovi contenuti saranno messi a disposizione anche delle singole redazioni locali al fine di amplificare la potenza comunicativa.

Sono previsti costi per incaricare una redazione dedicata, in quanto i siti e le piattaforme regionali prevedono un caricamento a cura di operatori addetti, pertanto i contenuti vanno acquisiti dalle realtà locali, selezionati e verificati, e ciò comporta una notevole mole di lavoro. Inoltre si prevede la realizzazione di materiali per il web e i social (video, clip, foto). Il progetto si svilupperà in continuità di linea grafica e di contenuti tematici con quanto già avviato nella precedente programmazione.

7

Costo stimato per l'azione, come dettagliato al paragrafo 7 Quadro Complessivo Finanziario € 65.000,78

Azione n. 3 - Marketing del prodotto tipico del mondo enogastronomico: dalla filiera al prodotto alla sua promo-commercializzazione

AZIONE DI MARKETING INTERNO

Per valorizzare il prodotto tipico, la filiera produttiva, la storia e il territorio in cui nasce e si trasforma, occorre rendere più stringente il legame tra prodotto e consumatore finale. Sul versante dei prodotti sarà stimolata la promozione della filiera corta tra produttori e sistema della ricettività al fine di potenziare l'utilizzo di prodotti di qualità del territorio e il feeling generato verso il turista. Si realizzeranno dapprima specifici incontri su buone pratiche, prodotti innovativi (soprattutto relativamente ai prodotti ottenuti con pratiche ecosostenibili) ponendo l'attenzione ad aspetti etici, sociali ed alla creazione di reti e collaborazioni fra operatori.

Si intende inoltre portare a conoscenza di alberghi, ristoranti, stabilimenti balneari, osterie, ecc, della riviera romagnola le eccellenze dei prodotti del territorio, facilitarne il marketing congiunto interno, non tanto di prodotto ma di metodo di valorizzazione (es. ricetta con prodotto tipico, origine controllata, esperienza di visita alla produzione, ecc.). In tal modo si massimizza la fruizione dei prodotti degli operatori locali (aziende agricole, vitivinicole, artigianato locale, ecc.), coinvolti in azioni di marketing territoriali, affinché coloro che si accostano a questi prodotti possano inserirli nella loro proposta turistica.

Tutto questo con la finalità di promuovere il territorio e favorirne la valorizzazione nella sua integrità, senza arrecare vantaggi ai singoli produttori.

Costo stimato € 48.000

VALORIZZAZIONE PRODOTTI ENOGASTRONOMICI DI ECCELLENZA NELLE MANIFESTAZIONI PIU' LEGATE ALLA CULTURA ROMAGNOLA

Per valorizzare le reti di prodotto che si identifichino maggiormente con il territorio, portatori di messaggi, storie e tradizioni, si intende sviluppare esperienze di degustazione e presentazione dei prodotti all'interno di iniziative locali che rappresentano prioritariamente tradizioni e autenticità di borghi e colline anche con la collaborazione eventualmente di Pro-Loco e di organizzatori di eventi attrattivi nel territorio. A titolo esemplificativo alcuni prodotti quali tartufo, vino o antiche tradizioni e rievocazioni.

Costo stimato € 42.000



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408

PRESS TOUR DEDICATI

Sulla base dei punti di interesse riconducibili al mondo enogastronomico quali i luoghi del gusto si intende valorizzare itinerari del gusto, in collaborazione con le strade dei vini e dei sapori al fine di portare operatori, opinionisti, blogger, giornalisti, ecc. a conoscere i prodotti e farli conoscere a stampa e blogger specializzati: è un progetto di comunicazione per valorizzare il prodotto enogastronomico dell'area Leader, lungo il calendario eventi stagionale.

Costo stimato € 59.999,73

Costo stimato per l'azione, come dettagliato al paragrafo 7 Quadro Complessivo Finanziario € 149.999,73

Azione n. 4 – PROMOZIONE E MARKETING

L'attività di promozione in ottica di macro-aree dell'entroterra romagnolo sarà l'elemento di sostegno all'incoming e alla valorizzazione dei flussi interni dell'area. L'attività attraverso un piano unitario si svilupperà attraverso strumenti on e off line e con il sostegno primario degli IAT e degli operatori stessi nella fase di messa a sistema.

Azione n. 4.1 - sviluppo campagna di comunicazione per prodotto su mezzi TV Locali, radio, web e social, stampa, con focus territori GAL, suddivisi per fil rouge già oggetto di promozione da parte di Visit Romagna (es. Castle focus sui borghi e castelli del territorio GAL, food focus su prodotto enogastronomico, eventi, ecc.), le campagne saranno indirizzate a promuovere sia eventi di eccellenza del territorio che specifici progetti condivisi con enti locali e associazioni di categoria, quali ad esempio calendari di experience. La definizione dei canali di distribuzione sarà definita nel dettaglio solo dopo un'indagine su proposte progettuali che saranno ricevute.

La campagna richiederà quindi anche la realizzazione di contenuti redazionali da veicolare sulle piattaforme identificate con lo sviluppo di una campagna di comunicazione Italia (contenuti per TV locali e radio, realizzazione e messa in onda di spot promozionali, inserzioni e menzioni pubblicitarie su radio locali e nazionali, creazione materiale promozionale cartaceo, brochure, mappe e dépliant informativi, flyer e cartoline tematiche, manifesti e roll-up, espositori, gadget promozionali personalizzati es. shopper, penne, segnalibri).

Un focus particolare sarà dedicato al turismo outdoor e plein air con attenzione alle esperienze di escursionismo, cicloturismo, cammino, e vacanza attiva (sport dell'appennino), anche in collaborazione con le testate giornalistiche principali del settore quali a titolo esemplificativo: Plein air, Touring club, ecc.

I costi previsti per questa azione comprendono l'acquisto di spazi pubblicitari radio, acquisto di roll up, espositori per brochure e materiale cartaceo, cartellonistica informativa 1 per valle (totale 8) e progettazione grafica.

Costo stimato € 145.000,17

Azione n. 4.2 – Predisposizione e stampa di materiale promozionale online - offline e veicolazione



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408

L'obiettivo è di dotare i punti informativi del territorio ed accompagnare le azioni di promozione in Italia ed all'estero. Il mercato turistico potenziale e gli operatori della ricettività potranno cogliere la forza dell'intervento se il set di comunicazione sarà coerente con le aspettative e l'impostazione data al progetto facendoli sentire parte di un ecosistema di comunicazione in cui vengono espressi i valori del territorio attraverso le esperienze ed i prodotti del territorio.

Quest'azione sarà affidata ad agenzia di comunicazione preposta che in base alle esigenze progetterà il miglior strumento una volta sentite le realtà che già si occupano di promozione, in un'ottica sempre più innovativa. Diversi i formati cartacei, dal flyer alla cartolina, dal gadget al manifesto, roll up, ecc. con specifici materiali dedicati al plen air e all'enogastronomia. Particolare attenzione sarà data al calendario di eventi, sarà sviluppato prevalentemente in modalità online sulle piattaforme di promozione turistica che potrà quindi essere aggiornata ed aggiornata, contenendo la proposta di eventi territoriale.

Si intende aggiornare e ristampare materiali con le caratteristiche di trasversalità sia tematica che territoriale che hanno lo scopo di promuovere i prodotti e le iniziative di rilevanza turistica nell'ambito dell'appennino romagnolo (di competenza del GAL), su indicazioni degli enti locali competenti.

I materiali realizzati in relazione alle tematiche saranno divulgati anche nell'ambito degli eventi fieristici nazionali a cui Destinazione Turistica Romagna parteciperà. I costi prevedono progettazione grafica, realizzazione testi, traduzione in lingua, realizzazione shooting fotografico carte di identità per valli e cofanetto, ulteriori materiali divulgativi, compreso di distribuzione su territorio e enti di promozione turistica. Costo stimato € 64.999,77

Azione n. 4.3 – Sviluppo campagna di comunicazione all'estero su destinazioni del territorio Gal

La campagna si svilupperà in particolar modo sui mezzi web e digital tesa a raccontare prodotti ed esperienze del territorio GAL, con focus particolari su prodotto enogastronomico, eventi e prodotto outdoor, attraverso pubiredazionali ed eventuali brevi video promozionali. Si tratta dunque di campagne digitali e web marketing, pubiredazionali e articoli sponsorizzati su portali di turismo internazionali, campagne social media, produzione di video promozionali, realizzazione di immagini e grafiche.

Le campagne saranno definite in base all'analisi del target e dell'oggetto da promuovere, condividendole con gli enti locali e associazioni di categoria. I costi prevedono progettazione grafica e impaginazione del materiale promozionali per la campagna estero, pianificazione e gestione delle campagne digitali, acquisto spazi pubblicitari su programmi advertising e stampa, compreso di pubiredazionali.

Costo stimato € 131.999,12

Costo stimato per l'azione 4, come dettagliato al paragrafo 7 Quadro Complessivo Finanziario è di € 341.999,06

AZIONE n 5 - Accompagnamento / affiancamento al territorio con figura professionale dedicata per il coordinamento e l'esecuzione delle attività progettuali



Per la realizzazione efficace del progetto, è oggi importante la presenza di una figura professionale qualificata che lo accompagni in tutte le sue fasi, interagendo con tutti gli operatori del territorio, sia pubblici che privati, come animatore e facilitatore dei processi e delle progettualità.

Dovrà essere in grado di seguire la realizzazione degli incontri, raccogliere informazioni, divulgare le risultanze progettuali, raccogliere i contenuti esistenti ed aiutare gli operatori del settore a coordinarsi ed interagire con la struttura referente per le varie iniziative di promozione, ecc.

Per svolgere questo, vista la durata triennale del progetto, si prevede un incarico ad un consulente per tutti i 3 anni della durata del progetto, fino ad arrivare ad una normalizzazione delle attività.

Costo stimato per l'azione, come dettagliato al paragrafo 7 Quadro Complessivo Finanziario € 90.000,13

3. MODALITA' DI REALIZZAZIONE

Per facilitare il raggiungimento di un livello di integrazione superiore fra attori pubblici e privati, si opererà in modalità in convenzione (aliquota di contribuzione 100%), previo accordo con Destinazione Turistica Romagna quale Ente che ha fra le sue finalità istituzionali la promozione territoriale e turistica del territorio romagnolo nel suo complesso.

4. BENEFICIARIO

Destinazione Turistica Romagna

Si è individuato Destinazione Turistica Romagna in quanto Ente preposto per la promozione turistica, in quanto svolge 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. È un ente pubblico strumentale degli enti locali ai sensi dell'articolo 11-ter del decreto legislativo 23 giugno 2011, n. 118 ed è stato istituito ai sensi dell'articolo 12 della legge regionale 25 marzo 2016, n. 4.

5. TIPOLOGIA DI SPESE AMMISSIBILI

Per la realizzazione degli obiettivi del presente intervento, si attivano le seguenti voci di spesa:

- organizzazione e partecipazione a fiere ed esposizioni, mercati contadini, sagre, eventi radiofonici e televisivi;
- organizzazione di convegni, seminari divulgativi, incontri informativi, open day e workshop tematici ed eventi vari;
- ideazione, realizzazione e diffusione di campagne promozionali e materiale informativo;
- educazione / sensibilizzazione alla sostenibilità, imprenditorialità e integrazione sociale;
- realizzazione di progetti dimostrativi, visite dimostrative, progetti di ricerca e/o sperimentazione e study tour;



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408

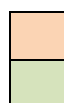
- realizzazione di analisi o piani di sviluppo; analisi di prefattibilità; database; analisi buone prassi; master plan; disciplinari; incontri con operatori o stakeholders per creazioni di network o accordi;
- spese per consulenze e/o onorari di professionisti direttamente impegnati nell'attività.

6. CRONOPROGRAMMA DEL PROGETTO

Le attività verranno svolte nell'arco temporale di 3 anni, a partire da gennaio 2026, tutto il 2026, tutto il 2027 con la conclusione delle iniziative a dicembre 2028.

Sarà possibile richiedere un anticipo dei fondi a realizzazione di un primo Stato di Avanzamento Lavori (SAL) dopo 18 mesi, così come indicato di seguito al paragrafo 7.

2026												2027												2028												
G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	



Durata del progetto

1° SAL dopo 18 Mesi

7. QUADRO COMPLESSIVO FINANZIARIO ED ANALISI DEI COSTI

L'importo totale indicato è previsto **IVA inclusa (Aliquota 22%)**, l'IVA è un costo

Tutti i costi sono stimati in base ad esperienze precedenti per attività analoghe.

AZIONE 1 - Mantenimento catalogo esperienze: promuovere la realizzazione di nuove experience e ricondurle al catalogo prodotti secondo una metodologia omogenea

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, Spot, Immagine Fotografiche e Video, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e multimediali di materiale informativo o promozionale	Valorizzazione delle esperienze all'interno di eventi di animazione territoriale Aggiornamento Piano comunicazione stagionale: Flyer	n	20.000	0,20	22%	0,24	4.880,00	10.000	2.000,00	2.440,00
		Valorizzazione delle esperienze all'interno di eventi di animazione territoriale. Aggiornamento Piano comunicazione stagionale: Mappe	n	15.000	0,30	22%	0,37	5.490,00	7.500	2.250,00	2.745,00
		Valorizzazione delle esperienze all'interno di eventi di animazione territoriale. Aggiornamento Piano comunicazione stagionale: Cartoline	n	30.000	0,12	22%	0,15	4.392,00	15.000	1.800,00	2.196,00
		Valorizzazione delle esperienze all'interno di eventi di animazione territoriale. Aggiornamento Piano comunicazione stagionale: Aggiornamento annuale Web e Social	n	3	7.440,0	22%	9.076,8	27.230,40	1	7.440,00	9.076,80
		Definizione di un calendario annuale, attraverso un'immagine coordinata degli eventi: Creazione di un calendario annuale degli eventi più rilevanti del territorio GAL L'Altra Romagna, Identificazione e	n	3	1.980,0	22%	2.415,6	7.246,80	1	1.980,00	2.415,60

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
		selezione degli eventi chiave con maggiore attrattività turistica, da utilizzare come magneti promozionali, pubblicazione del calendario in formato digitale e cartaceo									
		Aggiornamento del Format di esperienze vendibili, accompagnati da Line Guida.	n	2	1.300,0	22%	1.586,0	3.172,00	1	1.300,00	1.586,00
		Adeguamenti grafici ed aggiornamento Format: Revisione e aggiornamento del Format di esperienze turistiche vendibili, ottimizzazione del Format per migliorare la leggibilità e l'attrattività delle proposte, restyling grafico del calendario eventi, aggiornamento del layout del Format di esperienze, per renderlo coerente con l'identità visiva del progetto Romagna Autentica, produzione di elementi grafici e template per supportare la diffusione dei contenuti attraverso social media, brochure e portali turistici.	gg/uo mo	7	600,00	22%	732,00	5.124,00	3	1.800,00	2.196,00
ORGANIZZAZIONE DI CONVEGNI, SEMINARI DIVULGATIVI, INCONTRI INFORMATIVI, OPEN DAY E WOESHOP TEMATICI ED EVENTI VARI	Affitto sala / spazio evento	Organizzazione Seminari informativi - n. 3 all'anno per 3 anni	gg	9	163,94	22%	200,01	1.800,06	4	655,76	800,03
	Compensi per i relatori / esperti / professionisti per eventi, comprensivi di vitto ed alloggio		gg/u (1 person e)	9	901,64	22%	1.100,0	9.900,01	4	3.606,56	4.400,00
	Spese per ristoro / catering (sono escluse le cene di Gala e di Rappresentanza)		n	9	163,93	22%	199,99	1.799,95	4	655,72	799,98

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di spot e video	Realizzazione di contenuti promozionali sugli itinerari esperienziali sul territorio GAL: Video	n	1	6.555,87	22%	7.998,16	7.998,16	1	3.277,94	3.999,08
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di immagini fotografiche	Realizzazione di contenuti promozionali sugli itinerari esperienziali sul territorio GAL: Shooting fotografico	n	4	1.639,35	22%	2.000,01	8.000,03	2	3.278,70	4.000,01
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, Spot, Immagine Fotografiche e Video, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e multimediali di materiale informativo o promozionale	Realizzazione di contenuti promozionali sugli itinerari esperienziali sul territorio GAL: Redazione contenuti	n	2	3.265,0	22%	3.983,3	7.966,60	1	3.265,00	3.983,30
TOTALE - Azione 1								95.000,01		33.309,68	40.637,80

Azione n. 2 – Promozione sui canali istituzionali di Visit Romagna e APT Servizi delle esperienze, degli itinerari e degli eventi integrando anche contenuti di internazionalizzazione dell’offerta “esperienziale” già definiti in altri progetti GAL

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Acquisto e sviluppo di siti Web e di applicazioni informatiche legate al progetto specifico	Implementazione ed aggiornamento contenuti su prodotti, esperienze, eventi, itinerari del territorio GAL, su piattaforme istituzionali: canoni per 3 anni hosting piattaforma	nr.	3	600,00	22%	732,00	2.196,00	1	600,00	732,00
		Implementazione ed aggiornamento contenuti su prodotti, esperienze, eventi, itinerari del territorio GAL, su piattaforme istituzionali: aggiornamenti piattaforma make xp per esperienze con nuove funzionalità	nr.	3	2.000,00	22%	2.440,00	7.320,00	1	2.000,00	2.440,00
		Implementazione ed aggiornamento contenuti su prodotti, esperienze, eventi, itinerari del territorio GAL, su piattaforme istituzionali: realizzazione web app	nr.	1	25.806,56	22%	31.484,00	31.484,00	-	-	-
	Altre spese collegabili a campagne promozionali	Sponsorizzate Meta su profili Facebook e Instagram Visit Romagna con contenuti Romagna autentica	nr.	20	163,94	22%	200,00	4.000,01	10	1.639,35	2.000,01
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti	Realizzazione ed aggiornamento materiali per il web e i social: Realizzazione reel per social	nr.	8	717,21	22%	875,00	6.999,97	4	2.868,84	3.499,98

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
	cartacei e/o multimediali di spot e video										
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di immagini fotografiche	Realizzazione ed aggiornamento materiali per il web e i social: realizzazione reel per social: Realizzazione shooting fotografici eventi	nr.	3	1.912,57	22%	2.333,34	7.000,01	1	1.912,57	2.333,34
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, Spot, Immagine Fotografiche e Video, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e multimediali di materiale informativo o promozionale	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, Spot, Immagine Fotografiche e Video, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e multimediali di materiale informativo o promozionale: realizzazione materiale promozionale per valorizzazione prodotto tipico	nr.	4.204	1,17	22%	1,43	6.000,79	2.102	2.459,34	3.000,39
TOTALE - Azione 2								65.000,78	-	11.480,10	14.005,72



Azione n. 3 - Marketing del prodotto Tipico del mondo enogastronomico: dalla filiera al prodotto alla sua promo-commercializzazione

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
ORGANIZZAZIONE DI CONVEGNI, SEMINARI DIVULGATIVI, INCONTRI INFORMATIVI, OPEN DAY E WOESHOP TEMATICI ED EVENTI VARI	Affitto sala / spazio evento	Marketing Interno: Organizzazione e realizzazione di Incontri - Eventi n.16	n	16	737,70	22%	900,00	14.400,00	6	4.426,23	5.400,00
	Compensi per i relatori / esperti / professionisti per eventi, comprensivi di vitto ed alloggio		gg/u (1 persone)	16	901,64	22%	1.100,00	17.600,00	6	5.409,84	6.600,00
	Spese per ristoro / catering (sono escluse le cene di Gala e di Rappresentanza)		n	16	819,67	22%	1.000,00	16.000,00	6	4.918,03	6.000,00
ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A FIERE ED ESPOSIZIONI, MERCATI CONTADINI, SAGRE, EVENTI RADIOFONICI E TELEVISIVI	Affitto Stand	Valorizzazione del prodotto enogastronomico (n. 2 eventi di promozione all'anno)	n	6	1.475,41	22%	1.800,00	10.800,00	2	2.950,82	3.600,00
	Servizi (Acqua, luce, pulizie, ecc.) per organizzazione fiera		n	6	409,84	22%	500,00	3.000,00	2	819,67	1.000,00
	Allestimento Stand		n	6	1.229,51	22%	1.500,00	9.000,00	2	2.459,02	3.000,00
	Montaggio e smontaggio dell'area espositiva		n	6	409,84	22%	500,00	3.000,00	2	819,67	1.000,00
	Noleggio attrezzature per manifestazioni		n	6	409,84	22%	500,00	3.000,00	2	819,67	1.000,00
	Pubblicità della manifestazione organizzata dal GAL/beneficiario		n	6	819,67	22%	1.000,00	6.000,00	2	1.639,34	2.000,00



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
EDUCAZIONE/SENSIBILIZZAZIONE ALLA SOSTENIBILITA', IMPRENDITORIALITA' ED INTEGRAZIONE SOCIALE	Acquisto materiali di consumo	Prodotti enogastronomici rappresentativi del territorio per degustazioni in logo	n di eventi	6	983,61	22%	1.200,00	7.200,00	2	1.967,21	2.400,00
ORGANIZZAZIONE DI CONVEGNI, SEMINARI DIVULGATIVI, INCONTRI INFORMATIVI, OPEN DAY E WOEKSHOP TEMATICI ED EVENTI VARI	Compensi per i relatori / esperti / professionisti per eventi, comprensivi di vitto ed alloggio per 10 persone	Press - tour: Costi connessi all'attività dell'evento in presenza organizzato per promuovere e diffondere informazioni sui prodotti, i servizi e le opportunità del territorio del GAL (2 eventi all'anno di 10 persone all'anno per 3 anni)	gg/u	18	1.229,51	22%	1.500,00	27.000,00	8	9.836,07	12.000,00
	Spese per prestazioni professionali di personale di accompagnamento / servizio all'evento		gg	18	409,83	22%	499,99	8.999,87	8	3.278,64	3.999,94
	Noleggio mezzi di trasporto, strumenti didattici ed informatici, macchine ed attrezzature legate alla manifestazione e solo per la durata della stessa		gg	18	327,86	22%	399,99	7.199,81	8	2.622,88	3.199,91
	Spese per ristoro / catering (sono escluse le cene di Gala e di Rappresentanza)		gg	18	765,03	22%	933,34	16.800,06	8	6.120,24	7.466,69
TOTALE - Azione 3								149.999,73	-	48.087,33	58.666,55

Azione n. 4 – PROMOZIONE E MARKETING

Azione n. 4.1 - Sviluppo campagna di comunicazione Italia

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Ideazione, riproduzione ed acquisto di gadget e materiale promozionale personalizzato	Sviluppo campagna di comunicazione Italia: gadget per promozione in Italia, es. lente di ingrandimento per insetti, magliette brandizzate, quadernini, bottigliette olio o lavanda, ecc..	n	3.000	5,46	22%	6,66	19.983,60	1.500	8.190,00	9.991,80
	Acquisto di spazi pubblicitari e pubbl-redazionali su media-stampa-Internet	Sviluppo campagna di comunicazione Italia: acquisto spazi digital e social	n. campagne	3	5.793,20	22%	7.067,70	21.203,11	2	8.689,80	10.601,56
		Sviluppo campagna di comunicazione Italia: Acquisto di spazi pubblicitari radio - almeno 1 campagne per anno	n	5	12.926,60	22%	15.770,45	78.852,26	3	32.316,50	39.426,13
	Acquisto di roll up, espositori banner o altro materiale promozionale	Sviluppo campagna di comunicazione Italia: Acquisto di format composto da n. 2 roll up e n.1 espositore per brochure e materiale cartaceo	n format	10	410,00	22%	500,20	5.002,00	5	2.050,00	2.501,00
	Cartellonistica ed affissioni	Sviluppo campagna di comunicazione Italia: Acquisto ed installazione Cartellonistica informativa 1 per valle	n	8	1.020,00	22%	1.244,40	9.955,20	-	-	-
	Altre spese collegabili a campagne promozionali	Progettazione grafica	gg/uomo	25	328,00	22%	400,16	10.004,00	12	3.936,00	4.801,92



Azione n. 4.2 – Predisposizione e stampa di materiale promozionale online - offline e veicolazione

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di immagini fotografiche	Predisposizione, progettazione e realizzazione delle: Carte di identità per valle	gg/uomo	20	328,00	22%	400,16	8.003,20	10	3.280,00	4.001,60
		Predisposizione, progettazione e realizzazione delle: Cofanetti	gg/uomo	5	328,00	22%	400,16	2.000,80	2	656,00	800,32
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, Spot, Immagine Fotografiche e Video, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e multimediali di materiale informativo o promozionale	Stampa Materiali: Carte di Identità per valle e Cofanetti	n	12.800	2,90	22%	3,54	45.286,40	6.400	18.560,00	22.643,20
		Spedizione e consegna dei materiali realizzati	n spedizioni	50	159,17	22%	194,19	9.709,37	25	3.979,25	4.854,69



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408



Azione n. 4.3 – Sviluppo campagna di comunicazione all'estero su destinazioni del territorio Gal

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di spot e Video	Realizzazione di Video di diversi secondaggi (30" 60" 120"secondi)	n	2	2.200,00	22%	2.684,00	5.368,00	-	-	-
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, traduzione, stampa riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di immagini fotografiche	Realizzazione di servizi fotografici con controfigure estere	n	1	4.146,00	22%	5.058,12	5.058,12	-	-	-
	Progettazione, elaborazione tecnica e grafica, ideazione testi, Spot, Immagine Fotografiche e Video, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e multimediali di materiale informativo o promozionale	Sviluppo campagna di comunicazione all'estero su destinazioni del territorio Gal: Realizzazione dei contenuti per pubbliredazionali inseriti nelle campagne promozionali	gg/uomo	25	328,00	22%	400,16	10.004,00	12	3.936,00	4.801,92
	Acquisto di spazi pubblicitari e pubbl-redazionali su media-stampa-Internet	Sviluppo campagna di comunicazione all'estero su destinazioni del territorio Gal: Acquisto di spazi per campagne Stampa: pubbliredazionali e articoli sponsorizzati su portali di turismo internazionali	n. pagine	10	2.200,00	22%	2.684,00	26.840,00	5	11.000,00	13.420,00



L'Altra Romagna s. cons a r.l. Via Roma, 24 - 47027 Sarsina (FC)

Tel: 0547-698301 – PEC: altraromagna@pec.net - E-mail: info@altraromagna.net - indirizzo web: www.altraromagna.it

P.IVA e C.F. 02223700408

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
		Sviluppo campagna di comunicazione all'estero su destinazioni del territorio Gal: Acquisto di spazi per campagne digitali e web marketing, campagne social media	n. campagne	6	11.575,00	22%	14.121,50	84.729,00	2	23.150,00	28.243,00
Totale azione 4								341.999,06	-	119.743,55	146.087,13

Azione n. 5 – Accompagnamento / affiancamento al territorio con figura professionale dedicata per il coordinamento e l'esecuzione delle attività progetto

									1° SAL		
CATEGORIA DI INTERVENTO	VOCI DI SPESA SPECIFICA	DETTAGLIO VOCI SPESA	Unità di Misura	Quantità	Costo Unitario (netto)	IVA %	Costo Unitario con IVA	Totale	Quantità	Imponibile	Importo
IDEAZIONE, REALIZZAZIONE E DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI E MATERIALE INFORMATIVO	Spese di Consulenza specialistica	Figura professionale qualificata di accompagnamento al progetto per 3 anni	anni	3	23.770,50	22%	29.000,01	87.000,03	1	23.770,50	29.000,01
	Altre spese collegabili a campagne promozionali	Costi di trasferte del Consulente nel territorio in 3 anni	n.	42	58,55	22%	71,42	3.000,10	18	1.053,72	1.285,54
Totale azione 5								90.000,13		24.824,22	30.285,55
TOTALE GENERALE								741.999,72		237.444,88	289.682,75

8. RISULTATI ATTESI DEL PROGETTO

L'attuazione delle varie azioni e attività previste persegue la realizzazione e l'aggiornamento, di un corposo, strutturato ed articolato percorso di marketing territoriale del territorio Leader.

Questo attraverso una serie di azioni che prevede il coinvolgimento e la sensibilizzazione degli operatori e degli attori coinvolti a vario titolo nelle attività di progetto tese, fra l'altro, a:

23

- consolidare una programmazione definita dalla collaborazione tra tutti gli stakeholder del territorio.
- promuovere e valorizzare prodotti e servizi rappresentativi del territorio, in una logica di sviluppo intersettoriale;
- incrementare la presenza turistica mediante un'offerta territoriale, basata sulla creazione e promozione di esperienze e di valori e sapori locali;
- contribuire alla creazione di una visione di "territorio autentico", cioè non omologato né standardizzato, con una identità definita;
- valorizzare le imprese e aumentarne la visibilità

Il progetto contribuisce a risolvere l'impossibilità per i piccoli comuni, soprattutto collinari e montani, di attuare singolarmente una efficace politica turistica, per intercettare la domanda, crescente e in forte sviluppo, di turismo. Ciascun Comune, ciascuna area dei diversi territori porterà all'offerta complessiva dell'entroterra romagnolo proprie caratteristiche e peculiarità, col risultato di itinerari articolati, ricchi di valori disparati e di servizi mirati ed appropriati per il turista.

Lo sviluppo così integrato del turismo, risponderà all'esigenza di una fruizione compatibile con la conservazione dell'ambiente; il conseguente flusso di visitatori, crescente, continuo e diffuso, porterà benefici economici al territorio e stimolerà il miglioramento e l'investimento degli operatori privati, dando vita ad un auspicabile effetto moltiplicatore per lo sviluppo del territorio.

9. MONITORAGGIO

Il monitoraggio delle azioni previste sarà svolto in itinere dai tecnici del GAL, che si rapporterà con eventuali tecnici incaricati di sviluppare le varie azioni, e con gli organismi/enti/associazioni coinvolti.

Il monitoraggio finale, sempre a cura del GAL, produrrà una relazione finale sullo svolgimento delle attività previste, con dati qualitativi e quantitativi.