



LINEE STRATEGICHE PER LA PROGRAMMAZIONE TURISTICA LOCALE PER LA PROVINCIA DI FERRARA

Il quadro di riferimento del sistema di programmazione locale

Uno degli obiettivi che ci si era posti per il precedente periodo di programmazione era stato il consolidamento di una “politica di sistema” nella definizione e realizzazione delle iniziative turistiche.

Parlare di “politica di sistema” da parte di un Ente quale la Provincia oggi, è alquanto complesso ed in contro-tendenza con la Legge di riordino ed il patto di stabilità. Entrambe realtà che ingabbiano nella gestione delle risorse e delle funzioni.

Tale situazione rende difficile effettuare una programmazione locale, che sebbene coerente con le esigenze dei territori rappresentati ed in linea con le linee guida regionali di promozione e commercializzazione, sia poi realmente attuabile.

Il lavoro con i Comuni ed i loro tecnici si è mantenuto tuttavia costante, nel tentativo di creare un’identità territoriale che superasse i confini amministrativi, e si ritiene, nonostante le scelte politiche ed amministrative, che in un’ottica prettamente turistica questa sia l’unica strada percorribile e l’unica strada vincente.

La strategia di programmazione deve necessariamente trovare nella *governance* territoriale e nell’integrazione tra strumenti, settori, servizi e risorse umane la perfetta sintesi per lo sviluppo e la competitività del sistema territoriale per il raggiungimento della valorizzazione delle sue risorse, nel senso più ampio del termine.

Le priorità individuate dalla Provincia di Ferrara per la valorizzazione territoriale sono:

- 1) Sostenere **azioni innovative, smart e di sperimentazione** volte a caratterizzare l'accoglienza ed il territorio, a rispondere alle esigenze del fruitore italiano e straniero, convertendo l'informazione in promozione e commercializzazione delle risorse storiche, artistiche, culturali e naturalistiche, superando logiche territoriali, amministrative o di prodotto.
- 2) Favorire il rapporto pubblico e privato, una reale **semplificazione amministrativa** che consenta alla pubblica amministrazione di essere riconosciuta quale partner della realtà imprenditoriale, nella valorizzazione del territorio e nel potenziamento della sua attrattività, consapevoli che entrambe le realtà investono nel raggiungimento dell'Obiettivo Tematico 6 della programmazione regionale.
- 3) **Valorizzazione e razionalizzazione degli spazi e delle strutture nelle aree rurali e periferiche**, al fine di creare poli o punti multi-servizio a sostegno della popolazione locale, dell'economia locale, per la valorizzazione delle risorse territoriali e della filiera produttiva ed agroalimentare, poli d'attrazione culturale, contenitori di cultura e ricchi di attrattività, fruiti ed utilizzati a 360 gradi.
- 4) **Sostegno alla qualificazione e riqualificazione** delle strutture dedicate all'accoglienza, nonché alle risorse umane che rappresentano il primo punto di contatto tra il territorio, la sua ricchezza, ed il mondo esterno. Favorire **l'internazionalizzazione** delle imprese e la creazione delle condizioni per **la crescita di un tessuto imprenditoriale smart**, tecnologicamente avanzato, multilinguista ed in grado di offrire prodotti tailor made.
- 5) Riconoscere nella filiera della valorizzazione delle risorse culturali ed ambientali una delle **eccellenze territoriali**, nelle quali il territorio provinciale dispone di chiari vantaggi competitivi e significative potenzialità di sviluppo imprenditoriale, soprattutto se correlate all'innovazione, all'internazionalizzazione, allo mobilità sostenibile, alla qualificazione dei servizi, ad evidente vantaggio dell'attrattività complessiva del sistema, in piena coerenza con la **smart specialisation strategy**.
- 6) Incentivare la crescita di **nuove imprese**, la **diversificazione** e la **capacità imprenditoriale** del sistema produttivo, rafforzando la **relazione virtuosa delle imprese**, la **costituzione di reti/partenariati**, affinché possano proporsi sul mercato, con qualità e forza attrattiva.
- 7) Sostenere, qualificare, intensificare le **reti di trasporto, i collegamenti territoriali, l'intermodalità**, l'innovazione applicata ai trasporti ed all'accoglienza, riuscendo a sperimentare forme misto pubblico-privato che rendano il territorio in primis accessibile, *conditio sine qua non*, per la valorizzazione di qualsiasi prodotto, anche culturale e turistico.

8) Incentivare la nascita di **industrie culturali e creative** in grado di apportare quel *quid* che permetta l'effettiva valorizzazione delle risorse culturali ed ambientali, nel rispetto dell'identità territoriale, che consentano la creazione di un appeal forte.

1.a Strategia e Linee guida per la valorizzazione e promozione delle risorse territoriali

Le presenti Linee Strategiche si innestano sui precedenti Programmi di Promozione Turistica Locale e sul Programma pluriennale di Promozione e Valorizzazione Turistica e sono scaturite dal confronto con i comuni del territorio.

I principali prodotti turistici della Provincia di Ferrara sono: **le città d'arte, il turismo balneare ed il turismo naturalistico**, che nel corso degli anni si sono consolidati e rappresentano la base fondamentale per le attività di valorizzazione turistica e culturale del territorio provinciale.

L'obiettivo generale che continua a porsi la Provincia di Ferrara è sì quello di consolidare quelle realtà / attrattive turistiche di qualità, favorire la loro innovazione così da mantenere alto il livello di performance, ma soprattutto quella di favorire la creazione di proposte che "uniscano" le diverse opportunità dell'area regionale e delle regioni limitrofe, partendo dalla motivazione base della vacanza ed arricchendola con una varietà di opportunità, personalizzate su misura del turista.

Premesso che in un clima di incertezza legislativa, ove le Province svolgono le funzioni delegate loro dalla Regione Emilia-Romagna, risulta quanto mai difficile definire delle linee strategiche in cui probabilmente le funzioni saranno trasferite alla Destinazione Turistica "Romagna".

Pertanto è chiamata a collaborare per redigere le linee strategiche che saranno base per il Programma di Promozione Turistica Locale, della Destinazione Turistica di recente costituzione.

Alla luce quindi dei risultati e del positivo riscontro che l'attività dei precedenti anni ha riscosso, si ritiene fondamentale proporre una strategia di **COERENZA**, con quanto precedentemente fatto e dichiarato.

COERENTE con ciò che connota il territorio della provincia di Ferrara, le sue eccellenze, peculiarità, modi di fruizione e natura stessa.

La strategia deve andare quindi a rafforzare ed integrare il percorso intrapreso, per cui anche per il 2018.

Tale strategia si innesta sugli obiettivi declinati nei precedenti strumenti di programmazione (1. Conoscere, 2. Riquilificare, 3. Formare e Innovare, 4. Promuovere e Commercializzare, 5.

Animare) ed in precisi “poli tematici” intesi come un mix di destinazioni e prodotti (Fiume Po e Vie d’acqua, Comparto balneare, Slow Tourism, Cultura ed Eventi).

Per il 2018 le azioni che si intendono mettere in campo prevedono:

PROMOZIONE e COMUNICAZIONE a 360°

Le attività di promozione che saranno messe in campo, di concerto con la Regione Emilia-Romagna e APT Servizi, saranno incentrate sulla predisposizione di strumenti cartacei, in primis il **catalogo provinciale**, strumento consolidato ed atteso dagli operatori e dai turisti, in quanto, simile ad una rivista, ricco di immagini, permette di conquistare l’attenzione del grande pubblico e presentare a volo d’uccello la realtà territoriale nella sua interezza, senza trascurare possibili letture tematiche del territorio.

Risultano inoltre necessarie e richieste dai comuni della Provincia, delle pubblicazioni di “zona”, ossia degli approfondimenti specifici per il comparto geografico e la relativa offerta.

L’operato sarà finalizzato a contribuire alla strategia di APT Servizi, proponendo e collaborando per iniziative rivolte ai mercati considerati prioritari dai nostri operatori.

Ci si propone quindi di perseguire questa strategia promozionale anche per il futuro, rafforzando il coinvolgimento degli Enti locali del territorio con un rapporto sempre più stringente di co-marketing, concentrando gli investimenti nella realizzazione di azioni di comunicazione turistica unitarie.

Ruolo centrale è costituito e confermato dal sito turistico www.ferrarainfo.it, inserito all’interno del sistema turistico informativo regionale (SITur), in quanto:

- è la piattaforma multiscreen (web, mobile) della Provincia di Ferrara,
- funge da antenna informativa di tutto il Sistema Turistico Locale,
- attraverso esso i turisti possono trovare informazioni su eventi, cultura, enogastronomia, itinerari, mare,
- nello stesso i cittadini forniscono storie, dati sul territorio in cui vivono,
- valorizza e mette al centro – perno della sua stessa struttura - le località della provincia,
- trasmette alla redazione del portale regionale www.emiliaromagnaturismo.it dati e informazioni utili per la promozione sul web regionale.

Le singole realtà locali, man mano che comprendono la forza e potenza del portale turistico e del ruolo della redazione nell'aggiornamento delle specifiche informazioni, ne ammirano le attività e ne constatano l'importanza strategica .

Un elemento centrale ed essenziale dell'attività di comunicazione, sarà il **web** e tutte le sfaccettature **social** ed **app** innovative: tempestività, elasticità, prontezza nella risposta, capacità di tradurre un messaggio in immagini ed in pochi caratteri, costante connessione sono i requisiti minimi necessari per interessare relazioni, legami e comunicazione nel mondo del web, al quale sempre di più si stanno aprendo le diverse fasce d'età di turisti italiani, nonché ovviamente gli stranieri.

Si lavorerà in concerto con la Regione ed Apt per svolgere la funzione di cassa di risonanza e per favorire inoltre la qualificazione e l'arricchimento dell'attività di e-commerce sul portale regionale.

Si continuerà con l'attività di **comunicazione**, il supporto agli educational che verranno selezionati da Apt.

CONFRONTO CON GLI OPERATORI TURISTICI LOCALI

Qualsiasi strategia di promozione turistica non può prescindere da confronto con e fra gli operatori turistici locali, tale confronto avviene in molteplici modalità:

- il Gruppo Facebook degli operatori turistici della Provincia di Ferrara, è l'evoluzione del Forum del turismo, fortemente partecipato e maggiormente interattivo, è uno spazio di informazione e confronto sul tema di comune interesse per lo sviluppo del turismo nella nostra provincia;
- le “**Lezioni di Territorio**”, il progetto di marketing interno dedicato alla crescita degli operatori turistici, al fine di tradurre la conoscenza e fruizione del territorio in pacchetti, escursioni, proposte commerciali già “confezionate” per il potenziale turista o ospite, la Provincia di Ferrara ritiene che la possibilità di vivere l'emozione dell'essere turista nel proprio territorio sia la chiave necessaria per poter trasmettere amore ed entusiasmo, per saper accogliere, per saper crescere scegliendo come caratterizzarsi e connotarsi;
- la qualificazione dell'offerta, stimolando l'adesione a circuiti di qualità, come ad esempio “**Ospitalità italiana**” o la “tracciabilità” territoriale e l'appartenenza ad un territorio che ha scelto di riconoscersi in un marchio “**Ferrara Terra e Acqua**”; ma anche favorendo e proponendo attraverso appositi **bandi** la qualificazione dell'offerta dei servizi, la qualificazione formativa degli operatori turistici, indirizzando gli interventi in un'ottica di integrazione con le strategie dell'ente;
- favorire il coordinamento con gli operatori turistici in occasione dei **grandi eventi di sistema**;

- svolgere un importante ruolo di coordinamento verso gli operatori turistici per la partecipazione ai bandi di finanziamento settoriale.

INTERVENTI TEMATICI ed INTEGRAZIONE TRA PROGETTI

Il PTPL continuerà ad attuare attività di promozione e le risorse continueranno ad essere indirizzate secondo logiche di area vasta lungo le direttrici:

1) **idrovia e Po,**

2) con l'hub aeroportuale, per cui l'asse **Ferrara- Bologna** che già tanto appeal riscuote in termini turistici e vede già Ferrara città satellite della capoluogo di Regione sotto molti aspetti

3) **area Unesco e Mab-Parco del Delta.**

Verranno perciò valorizzate le azioni che, all'interno di questi contesti, sapranno esprimere la capacità di promuovere prodotti che connettono le aree con grande valenza turistica con altre importanti zone attraverso i temi della destagionalizzazione e della conoscenza del territorio, indicando forme emozionali di vivere il territorio in modo slow in collegamento con fiere specifiche di turismo accessibile e lento.

I Progetti di seguito illustrati perseguono attività ed azioni progettuali a carattere sovracomunale, favorendo un importante lavoro di aggregazione e coordinamento delle esigenze, risorse e peculiarità locali; di contenuto in quanto lavorano su tematismi nuovi o sui quali in passato si è iniziato a lavorare, ma che necessitano, per divenire prodotti turistici a tutti gli effetti di ulteriori sforzi innovativi di progettazione o di utilizzo di nuove forme di collaborazione:

AI Il Cicloturismo ed intermodalità.

Il Cicloturismo è uno dei prodotti turistici attualmente più dinamici, la domanda sta crescendo con numeri importanti e anche l'offerta (prima nel nord Europa e ora anche in Italia) si sta adeguando alle richieste del mercato. Questo segmento, offre l'opportunità di una crescita economica diffusa sul territorio a differenza del turismo tradizionale che spesso concentra nelle destinazioni più blasonate l'indotto più rilevante. Non basta godere del riconoscimento di città delle biciclette per proporsi nel mercato del cicloturismo, occorre immergersi completamente nella cultura di chi pratica questa modalità di turismo per carpirne l'essenza e di conseguenza acquisire la consapevolezza del proprio potenziale, che sarà probabilmente esprimibile a favore di alcuni segmenti della domanda (in questo caso caratterizzata da una forte differenziazione). Da qui deve nascere una strategia che preveda un ruolo e dei compiti precisi per ciascun attore coinvolto. Dalla strategia ai progetti e per questi, tempi e risorse, umane ed economiche.

Restano nodi cruciali, sui quali operare attivando sinergie e collaborazioni con operatori turistici, consorzi, club di prodotto, per colmare alcuni gap:

- qualificare l'offerta lungo l'itinerario,
- consentire e favorire i collegamenti tra le realtà economiche territoriali all'interno di uno raggio di visita del turista in bicicletta,
- favorire e farsi portavoce delle esigenze di qualificazione paesaggistica e dei percorsi, nonché della segnaletica e delle aree di sosta necessarie,
- favorire ed incentivare la commercializzazione,
- favorire il confronto ed il dialogo con i grandi T.O. al fine di poter essere inseriti in un catalogo commerciale specifico
- organizzare e favorire l'organizzazione di eventi, raduni, escursioni che consentano di vivere e fruire dell'itinerario,
- promuovere nel modo adeguato l'itinerario supportando la comunicazione turistica dei singoli operatori, declinandola in un contesto regionale e cercando di utilizzare tutti gli strumenti di promozione esistenti,
- favorire la creazione di "protocolli di affiliazione" di qualità e con forte connotazione commerciale, come ad esempio BikedIn per il turismo in bicicletta, tra le città d'arte ed il Parco del Delta del Po.

Il tema del cicloturismo si interconnette al tema del trasporto su treno e del trasporto lungo le vie navigabili.

Per il trasporto su treno, si ritiene che tale elemento sia cruciale o meglio imprescindibile, ma i confronti fatti non permettono – al momento – di considerarla un'opzione di sviluppo e valorizzazione.

A2 Il turismo nautico e fluviale.

La Provincia di Ferrara ha investito ed investirà, di concerto con la Regione Emilia-Romagna, sul tema dell'**Idrovia**, l'adeguamento della via navigabile alla classe V avrà risvolti che, se valutati adeguatamente, potranno essere cruciali per lo sviluppo turistico, sia per il bike&boat, sempre di maggior appeal a livello europeo, sia per la nautica da diporto e le ovvie ricadute sulle aree portuali, nonché per le escursioni che possono essere effettuate nel territorio – consentendo di ammirarlo a

filo d'acqua - , nonché per le grandi navi da crociera che potranno sbarcare nei singoli porti ed approdi, dando nuova linfa alle aree rurali della provincia.

E' oggi una concreta realtà l'escursionismo nautico soprattutto nel Delta del Po ma anche in rami fluviali che collegano Ferrara e Comacchio ad altri territori limitrofi. In particolare è di grande interesse la stazione Volano-Mesola-Goro su cui già insiste una forte presenza di barche che trasportano turisti nei percorsi della Sacca di Goro e sviluppano temi legati all'ambiente e alla pesca. E' in atto un importante progetto per mettere a sistema l'intera area integrandone le risorse artistico-ambientali-rurali volte all'attivazione di un progetto di vero turismo sostenibile. Navigare in un'area rurale (progetto Gal Delta 2000) è perciò uno degli elementi preminenti per intercettare nuovo flusso turistico unendo le peculiarità di aree territoriali diverse.

In una politica di mobilità ciclabile intermodalità e collegamenti, risultano quanto mai fondamentali i diversi **progetti con i territori circostanti**, si pensi al collegamento Garda-Adriatico, ed ai forti rapporti con la realtà mantovana ed alla necessità di un dialogo maggiore non solo tra enti, ma anche tra operatori appartenenti ad ambiti territoriali/amministrativi diversi, così come con la Provincia di Rovigo, con la Provincia di Ravenna, nonché con i partner di progetto Interbike, nell'ottica di valorizzare l'itinerario di costa Adriabike, nonché al percorso VENTO di collegamento tra Venezia e Torino che sta riscuotendo consensi ed un notevole appeal.

A3 Il turismo family

Considerando la forte attenzione della Regione Emilia-Romagna ed APT Servizi al tema "bambini" con il relativo festival, si sono raccolte le esigenze territoriali per avviare la realizzazione di una linea di azioni promozionali child oriented. Il target di riferimento sono i bambini in età scolare.

In questa prima fase progettuale verranno coinvolti gli operatori turistici specializzati, al fine di selezionare strumenti promozionali, eventuali gadget e proposte di soggiorno.

Anche sul tema "famiglie con bambini" nella declinazioni: mare, città d'arte e outdoor si andranno a favorire protocolli di affiliazione e reti di impresa con gli operatori del territorio e dell'area vasta di riferimento.

Si svolgerà inoltre un'azione informativa specifica rivolta alle guide, per poter accogliere le famiglie con bambini nei modi adeguati sia dal punto di vista della narrazione, della scelta dei termini e quant'altro, conquistando quelli che saranno i turisti di domani.

A4 Archeologia

Nell'ambito dei progetti di co-marketing dell'Unione Città d'Arte la provincia di Ferrara era stata partner del progetto Archeoavventura, capo filato dalla Provincia di Ravenna.

Il 25 marzo scorso è stato inaugurato il Nuovo polo museale di Comacchio, che custodisce oltre 2000 reperti archeologici in esposizione permanente. Sono stati inoltre avviati progetti e sinergie tra le realtà di Comacchio, il Museo Archeologico di Ferrara ed il Museo Archeologico presso la Delizia del Belriguardo. Risulta quindi fondamentale proseguire il progetto di co-marketing, partendo dal materiale raccolto ed andando a strutturare non solo un prodotto turistico d'area vasta, ma a stimolare la creazione di proposte commerciali, in piena integrazione con il tema del "turismo family". Si consideri inoltre che il turismo bike che caratterizza i nostri territori, è costituito da persone che sono prima turisti e poi bikers, per cui fondamentale è rendere affascinante la passeggiata nelle nostre aree rurali, nelle nostre Delizie affiancando al paesaggio unico, un'eccellenza archeologica.

Anche a Ferrara si realizzerà la Romagna Visit-Card, ossia il pass per accedere con agevolazioni di diverso tipo (ingressi gratuiti, sconti o facilitazioni) ad un circuito selezionato di musei, attrazioni, già attivo nelle province di Forlì-Cesena, di Ravenna e di Rimini.

A5 Cineturismo

Alcuni elementi fanno sì che ri-emerga l'attenzione di Ferrara al cineturismo, tema che la Provincia aveva già intercettato con successo.

La pubblicazione realizzata nel 2010 "Provincia di Ferrara - Terra e Cinema" presentava un censimento ed una schedatura dei film, cortometraggi e serial televisive che avevano scelto il territorio della provincia di Ferrara come location: oltre 80 film dal 1910 al 2009.

Inoltre prosegue il progetto della Ferrara Film Commission, con l'intenzione di promuovere il territorio favorendo l'ambientazione di produzioni televisive, cinematografiche, pubblicitarie e per la realizzazione di films, fictions, spot, video clip, documentari, servizi fotografici.

Si sosterrà la predisposizione di materiale turistico *ad hoc* sia di catalogazione, sia di fruizione turistica, si favoriranno educational ed attività stampa correlate a tale temi, si supporterà sia il Centro di Documentazione, sia la Ferrara Film Commission nonché si rafforzerà l'appeal che il mondo del cinema può avere proprio in termini di attrattiva turistica.

A6 Collegamenti ed internalizzazione

Altro tema sul quale la Provincia punta negli anni è la "gestione della mobilità di collegamento" in outgoing ed incoming. Questo tema si è concretizzato con il progetto GET A RIDE, avvicinare Ferrara e Comacchio al "mondo" collegamenti tra l'Aeroporto "G.Marconi" di Bologna e la città di Ferrara tramite navette, incrementando così il livello di internazionalizzazione.

Si sono valorizzate le molteplici possibilità che sono a disposizione per il collegamento da e per l'aeroporto di Bologna (navette, taxi, combinazioni varie autobus/treno/macchina) attraverso il coinvolgimento dell'utenza in generale e di quella turistica in entrata in particolare.

L'impegno dell'Amministrazione, di concerto con gli Enti territoriali preposti, è finalizzato a favorire, incentivare e supportare la crescita di un sistema di collegamento personalizzato a misura del turista, della struttura ricettiva, dell'agenzia di viaggi ed infine del cittadino singolo per favorire sempre più l'utilizzo degli aeroporti internazionali a servizio del sistema turistico "Ferrara Terra e Acqua".Le informazioni sui trasporti sono inserite all'interno di appositi prospetti informativi, prodotti in varie lingue.

GET A RIDE, è quindi una sorta di progetto contenitore, il cui obiettivo è "COLLEGARE", esso può avere una serie di declinazioni e conseguentemente una molteplicità di azioni, che varieranno in base:

- destinazione, sia essa Ferrara o Comacchio
- al mezzo di collegamento: treno, taxi, navetta, servizio noleggio auto
- ai mercati obiettivo, che per l'annualità 2018 – in concerto con la strategia di APT Servizi verranno identificati.

Tale progetto favorirà l'integrazione tra i soggetti pubblici e privati . Verrà inoltre favorita la promozione del servizio di collegamento, potenziati i sistemi di accoglienza nel sistema aeroportuale, al fine di presentare l'offerta regionale di riferimento.

A7 Enogastronomia

La gastronomia ferrarese affonda le proprie radici nel Rinascimento e si deve soprattutto alla presenza in città della corte Estense che considerò Ferrara come luogo d'eccellenza per la ricerca culinaria del tempo affidando le cucine a veri professionisti. La tradizione ferrarese vanta, dunque, specialità di antica tradizione con ricette uniche che delineano con forza uno degli aspetti identitari del territorio.

Al fine di valorizzare al meglio questo aspetto si ritiene di grande importanza la realizzazione di "itinerari del gusto", magari creando sinergie anche con aziende e produttori locali, per conoscere a fondo i prodotti più tipici e peculiari e, conseguentemente, il territorio in cui si sviluppano

mostrando lo stesso connubio esistente tra tradizione, storia, enogastronomia e cultura. Da tenere in considerazione anche la realizzazione di una brochure specifica sulle tipicità locali per favorirne la conoscenza e promuoverne la diffusione.

A 8 Il Patrimonio UNESCO E MAB

Valorizzare le aree che sono state riconosciute Patrimonio Unesco (avvenuta nel 1995 e successivamente nel 1999) e del Mab, con particolare attenzione al sistema delle Delizie, delle fortificazioni e delle zone naturalistiche attraverso azioni mirate on line e off line, capaci d'integrare le vocazioni turistiche e culturali del territorio provinciale.

Si creeranno iniziative, vedansi "Le Lezioni di Territorio" occasione di formazione rivolte agli operatori turistici del territorio per favorire la conoscenza o l'approfondimento del Patrimonio, oltre ad una apposita sezione sul web e la stampa di materiale specifico.

Ambiti d'intervento per i progetti candidati e parametri di valutazione

Sulla base delle linee strategiche sopra descritte, la Destinazione si pone come soggetto collettore ed interlocutore dei Comuni ed Enti Locali, per la redazione del PTPL e la sua attuazione.

I Comuni contribuiscono all'attuazione delle linee strategiche utilizzando, nell'ambito della presente normativa, vari strumenti:

- a) trasmettendo il loro **CONTRIBUTO LOCALE all'attuazione del programma di promozione turistica** locale. Così facendo i Comuni informeranno la Destinazione delle strategie turistiche, delle azioni ed idee progetto che intendono realizzare, e che la Destinazione dovrà declinare nel Progetto di promozione provinciale – Tale documento non rappresenta una richiesta di contributo economico da parte del Comune verso la destinazione, ma un “**contributo di azioni**” che il Comune fornisce alla Destinazione, che ha la responsabilità di creare un programma d'insieme. Tutti i Comuni sono quindi invitati a essere parte attiva e fornire il proprio contributo alla Destinazione Romagna al fine di potersi riconoscere nel progetto complessivo e soprattutto essere parte integrante della sua attuazione;
- b) candidando un progetto specifico relativo ai **Servizi Turistici di base dei Comuni**, con particolare attenzione all'organizzazione e gestione del Uffici di Informazione ed Accoglienza Turistica (di cui nel dettaglio al capitolo a seguire) – Ambito 1.a.
- c) presentando **Iniziative di animazione ed intrattenimento turistico locale** che i Comuni intendono realizzare e che potrebbero essere parte integrante delle iniziative di animazione di carattere provinciale – Ambito 1.b
- d) presentando **Iniziative di promozione turistica di interesse locale** che i Comuni intendono realizzare e che potrebbero essere parte integrante delle iniziative di promozione di carattere provinciale – Ambito 2

5.1 - Ambito 1: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico

Questo ambito comprende sia gli interventi di accoglienza che gli interventi di animazione e intrattenimento turistico. In questo contesto assume una particolare rilevanza il funzionamento dei Servizi di accoglienza ed informazione ai turisti per la comunicazione delle informazioni e per l'offerta dei servizi presenti sul territorio. Rientrano in questo ambito anche eventuali azioni di accertamento e valorizzazione delle professionalità turistiche locali.

1a) Uffici di informazione e accoglienza turistica

E' ventilata da anni una riforma degli Uffici di Informazione Turistica, la presente scheda si riferisce alla situazione attuale e verrà quindi modificata/adequata in base all'evoluzione politico, istituzionale, normativa ed amministrativa.

Nell'ambito dell'attuale contesto normativo e della propria funzione delegata di istruttoria, monitoraggio e controllo dei parametri previsti per il riconoscimento della qualifica di "Ufficio di Informazione Turistica" e di "Ufficio di Informazione e Accoglienza Turistica" ai soggetti interessati, ai sensi della DGR 956/05, la Provincia di Ferrara ha provveduto con varie determinate del Dirigente del Servizio Turismo, ad accertare il possesso degli standard minimi e degli standard di qualità dei servizi di informazione turistica presenti sul territorio provinciale e a tenerne l'elenco aggiornato; si tratta di sei IAT e sette UIT, collocati negli ambiti territoriali dei Comuni di Argenta, Cento, Codigoro, Comacchio, Goro, Ferrara, Mesola.

Priorità d'intervento, in tale assetto normativo anche nel 2018, sarà dunque assicurare a tutti gli uffici IAT e UIT riconosciuti il sostegno all'attuazione della normativa regionale per il **mantenimento degli standard di qualità previsti per i servizi di informazione e accoglienza turistica.**

Inutile ribadire che l'ufficio informazioni costituisce il "biglietto da visita" del territorio ospitante, spesso è il primo "impatto" del turista con la realtà che intende visitare

Il ruolo che svolge lo IAT nell'attuazione delle iniziative promozionali è fondamentale, l'attività di *front office* è il primo momento in cui i turisti vengono accolti e coinvolti nelle emozioni che il territorio può offrire, i locali dovranno sempre più rispondere all'esigenza di coerenza rispetto all'immagine complessiva utilizzata per promuovere il territorio.

Un fattore sul quale si intende continuare ad investire – in quanto strategica è la qualità (anch'essa garantita) della professionalità degli operatori – sulla capacità di risposta il più possibile puntuale, competente, empatica, ovvero in grado di instaurare un dialogo che ottenga la massima soddisfazione del turista. Il dialogo che si dovrà instaurare richiede lo sforzo di adattarsi all'interlocutore, di "tenerlo agganciato" nel dialogo, per conoscerlo e coinvolgerlo nel gioco dei ruoli e nel raccontare la propria esperienza.

La Destinazione turistica solleciterà quindi la partecipazione degli addetti degli uffici informazioni all'iniziativa "Lezioni di territorio" e ad eventuali altre occasioni di **formazione rivolte agli operatori turistici** del territorio provinciale per favorire l'approfondimento di competenze, l'interscambio e il coordinamento tra i diversi servizi.

Per il territorio della Provincia di Ferrara è stato istituito anche un metodo nuovo ed originale di avvicinamento al turista, sono infatti state realizzate 2 I-Bike, ossia veri e propri uffici di informazione turistica in movimento dotati di personale qualificato soltanto che invece di operare all'interno dell'ufficio operano direttamente sul territorio, là dove serve l'informazione. Molte realtà, tra cui Rimini, hanno richiesto di poter realizzare tali postazioni, chiedendone l'uso del brevetto alla Provincia di Ferrara, ed il riconoscimento alla Regione Emilia-Romagna.

Inoltre, un ruolo chiave è gestito dagli Uffici di Informazione Turistica nell'ambito del progetto Speciale relativo **all'accoglienza tramite il portale turistico**. Gli IAT, nell'attuale scenario normativo, sono la Redazione Locale che andrà direttamente ad implementare, arricchire, personalizzare il portale turistico, attraverso la pubblicazione periodica delle newsletter redatte dai diversi comuni/IAT, affinché i vari operatori turistici possano a loro volta metterla a disposizione dei loro clienti, o utilizzarne parti di testo per effettuare attività specifiche di promozione.

Spese ritenute ammissibili:

- spese di personale direttamente addetto al *front-office* e al *back-office* ed alla gestione della *I-Bike*;
- spese di formazione professionale e aggiornamento degli addetti;
- spese di gestione, quali affitto di immobili, riscaldamento locali, pulizie, utenze telefoniche ed elettriche, spese di cancelleria e postali, spese per assistenza sussidi audiovisivi ed informatici;
- spese di ammodernamento ed allestimento per l'esposizione del marchio turistico provinciale nei locali adibiti a IAT/UIT;
- spese relative alla realizzazione e stampa di materiale informativo di accoglienza per il *front office*, coordinate con gli uffici provinciali;
- solo per gli uffici IAT – IAT-R, abbonamenti a uno o più quotidiani contenenti le edizioni locali;
- spese per la sperimentazione di servizi innovativi a servizio del turista ed in raccordo con gli altri Uffici di Informazione Turistica sul territorio regionale;
- spese di personale addetto all'implementazione della comunicazione e promozione turistica attraverso il web e le varie piattaforme locali e regionali.

Spese ritenute non ammissibili:

- spese relative ad acquisto di immobili, attrezzature di servizio, arredi, materiali di consumo (escluse le spese di cancelleria);
- spese di manutenzione dei locali e degli impianti e comunque interventi di ristrutturazione dell'immobile;
- realizzazione e stampa di materiale promozionale generico;
- spese di personale per la partecipazione a manifestazioni fieristiche e promozionali in genere (che devono essere inserite fra le azioni di promozione turistica);
- spese varie non esplicitate non verranno considerate ammissibili.

Ammontare del contributo:

I contributi per progetti relativi al filone delle attività di accoglienza e informazione turistica non potranno essere inferiori al 50% delle risorse assegnate dalla Regione per il finanziamento del PTPL della Destinazione turistica. L'assegnazione del contributo verrà effettuata tenendo conto dei seguenti parametri:

- Attività di informazione: Numero di richieste di informazioni pervenute ed evase nel corso dell'anno solare precedente a quello di presentazione ed eventuale stima rispetto all'anno in corso, *punti da 0 a 30*
- Dati statistici riferiti al movimento turistico nell'area di competenza nel corso dell'anno precedente a quello della presentazione del progetto (presenze turistiche, numero nuovi posti letto o attività ricettive, ecc.), *punti da 0 a 25*
- Miglioramento del servizio rispetto agli standard regionali previsti dalla deliberazione di Giunta Regionale n. 956/2005, *punti da 0 a 25*
- Costo complessivo del progetto e coerenza con la spesa storica consolidata, *punti da 0 a 20*

1b) Iniziative di animazione ed intrattenimento turistico locale

Rientrano in questo ambito le iniziative intraprese dai soggetti beneficiari rivolte alla realizzazione di manifestazioni ed eventi destinate ai turisti o in grado di attirare significativi flussi di pubblico di provenienza almeno regionale.

Negli ultimi anni, a causa della riduzione delle risorse regionali disponibili, la Provincia di Ferrara ha scelto di non erogare alcun contributo alle iniziative candidate in questo ambito, pur riconoscendone il valore per l'offerta turistica dei luoghi di vacanza o visita. In questo modo si è cercato di **non disperdere in tanti rivoli le risorse assegnate al territorio, e portare avanti in pieno raccordo con gli enti locali progetti speciali di sistema.**

Risulta particolarmente strategica la candidatura dei diversi progetti da parte dell'ente locale, in quanto così facendo consente alla Destinazione turistica di svolgere il ruolo di coordinamento, di collegamento e di sintesi tra le diverse proposte, trasformarle in azioni concrete in collaborazione con gli enti locali, nonché integrarle nel progetto complessivo di animazione del territorio ferrarese.

Per l'anno 2018, tenuto conto delle risorse regionali disponibili, in coerenza con le strategie turistiche provinciali, **i contributi eventuali saranno concentrati prioritariamente sulle iniziative di animazione turistica che, coerentemente con la strategia d'area vasta,** abbiano le seguenti caratteristiche:

- **un'effettiva valenza turistica**, ovvero una reale capacità di promuovere e incentivare l'offerta non di una località turistica, ma di un sistema turistico. Tale capacità dovrà essere misurabile in termini di ricaduta sul movimento turistico (arrivi/presenze presso le strutture ricettive), come incremento al numero di presenze, oppure prolungamento dei soggiorni medi oppure destagionalizzazione dei flussi;
- siano iniziative che aggregano uno o più territori, e siano incentrate su uno dei **“poli tematici” prioritari indicati nella strategia provinciale**, che possano **rientrare nell'ambito dei grandi eventi di sistema** di forte valenza di immagine per l'intero contesto territoriale, e che, anche per il 2018, APT Servizi sostiene e promuove e che vadano ad integrare i progetti speciali, di cui sopra;
- **utilizzino le nuove tecnologie e siano di forte richiamo all'identità territoriale**, valorizzino la tipicità e l'originalità delle risorse ambientali e culturali dei luoghi;
- **di co-marketing tra pubblico e privato**, coinvolgendo gli operatori turistici locali nella promozione e nella commercializzazione dell'offerta turistica;

La reale capacità delle iniziative proposte di incidere positivamente sul turismo locale verrà valutata, in sede di presentazione dei progetti, sulla base di una serie di indicatori di performance evidenziati nella modulistica di riferimento.

Oltre a queste valutazioni, la ripartizione delle risorse finanziarie terrà in considerazione anche il peso complessivo di ogni singolo Comune nel movimento turistico provinciale.

Considerando le risorse disponibili:

- qualora uno dei soggetti beneficiari del presente bando presenti, sullo stesso filone di attività, più progetti in forma singola o associata verrà considerato ammissibile un solo progetto, ossia quello che avrà conseguito il punteggio più alto in sede istruttoria;
- qualora uno dei progetti candidati risultasse simile ad un altro progetto di animazione presentato su altri bandi e risorse – sebbene presentati da diverso beneficiario – verranno finanziati nell'ambito in cui hanno maggiori possibilità di finanziamento.

Parametri di valutazione:

- Capacità di produrre presenze turistiche dimostrate presso le strutture ricettive: elaborazione e confronto dei dati statistici con gli anni precedenti, dimostrazione di un aumento degli

arrivi e delle presenze, dimostrazione di una effettiva azione di destagionalizzazione, prolungamento della permanenza media, *punti da 0 a 30*

- Coerenza ed integrazione del progetto con i “poli tematici” prioritari provinciali, gli eventi consolidati a livello regionale, i progetti trasversali realizzati da APT Servizi ed Unioni di Prodotto ed i progetti speciali provinciali, *punti da 0 a 25*
- Attivazione di proposte commerciali ed attività di co-marketing con il sistema di imprese provinciali, identificazione del soggetto responsabile della commercializzazione dei pacchetti turistici, *punti da 0 a 25*
- Utilizzo di nuove tecnologie e strutturazione di una comunicazione coerente con la campagna provinciale e l'identità del territorio, *punti da 0 a 10*
- Costo complessivo del progetto, *punti da 0 a 10*

5.2 - Ambito 2: Iniziative di promozione turistica di interesse locale

In questo ambito di attività rientrano le iniziative che vengono realizzate dai soggetti attuatori per affermare l'immagine di qualità dei servizi e dei prodotti turistici locali presenti nel territorio provinciale.

Questo ambito è riferito ai progetti finalizzati alla comunicazione e valorizzazione dell'immagine dei prodotti turistici locali ai potenziali ospiti del nostro territorio.

Qui più che altrove risulta fondamentale attenersi ad una **strategia di sistema**, realizzando iniziative in grado di descrivere e informare sulle opportunità e risorse di una località come facente parte di una sistema provinciale di offerta più ampio e variegato.

La Destinazione turistica intende perciò anche in quest'ambito rendersi nuovamente disponibile a svolgere il ruolo di collettore e gestire direttamente, in accordo e in collaborazione con i Comuni interessati, progetti speciali di sistema di marketing territoriale perseguendo i seguenti obiettivi:

- **valorizzare e promuovere le risorse turistiche locali in modo integrato** e in un'ottica di sistema,
- **migliorare l'identità e l'immagine turistica** delle località, sia all'interno che all'esterno, individuando elementi di coesione e di identificazione peculiari,
- **creare sinergie nell'attività promozionale**, predisponendo un piano di comunicazione unico provinciale, condiviso con tutti i comuni e gli enti che effettuano concretamente attività di promozione, individuando strumenti ed azioni integrate coerenti con quelli utilizzati a livello provinciale,
- **ottimizzare le risorse umane e finanziarie destinate ai progetti** condividendo mezzi, competenze ed esperienze già presenti all'interno dell'Amministrazione Provinciale o dei soggetti coinvolti nelle iniziative,
- **accrescere la competenza delle amministrazioni locali** con minore esperienza turistica attraverso il lavoro congiunto con la Provincia,
- **favorire un ampio coinvolgimento degli operatori turistici locali sia pubblici che privati** (strutture ricettive, associazioni culturali, pro loco, guide turistiche, ecc,...) nella realizzazione degli strumenti promozionali.

Le competenze e gli strumenti che la destinazione turistica può mettere a disposizione a sostegno delle iniziative promozionali locali sono:

- **l'utilizzo del portale internet www.ferrarainfo.com**, inserito nella redazione SiTur, che la Provincia gestisce, tramite l'ufficio IAT di Ferrara, e che può costituire un valido supporto per diffondere informazioni e amplificare la visibilità delle iniziative locali;

- **il supporto tecnico e consulenza scientifica per la redazione di pubblicazioni** (elaborazione grafica, cartografia, archivio foto, testi, ecc.), per ottenere buona qualità e coerenza con il livello delle pubblicazioni turistiche provinciali.

Tutti i progetti presentati dovranno essere inseriti nel contesto più generale della promozione del sistema turistico provinciale ed utilizzare in modo chiaro ed evidente il **marchio “Ferrara terra e acqua”**, secondo le disposizioni contenute nel Regolamento e nel Manuale d’uso del marchio.

Spese ritenute ammissibili:

- organizzazione di educational per giornalisti, work shop per imprenditori del turismo;
- organizzazione di un archivio fotografico finalizzato alla promozione turistica, che tenga conto, per evitare dispersione di risorse, del materiale fotografico già raccolto dalla Provincia di Ferrara e dotato di liberatoria d’uso a fini promozionali anche da parte della Provincia e di altri soggetti pubblici;
- ideazione e realizzazione di itinerari tematici;
- stampa di nuovo materiale (guide, folder, pubblicazioni, prodotti multimediali, ecc.) finalizzato alla promozione turistica locale se coordinato con la linea grafica della strategia di comunicazione turistica della Provincia e realizzato congiuntamente ad altri ambiti territoriali turisticamente affini e di concerto con l’ufficio di redazione del Servizio Turismo o ristampa di materiale promozionale di carattere sovracomunale se collegato a un piano di distribuzione che dovrà essere presentato in allegato alla domanda;
- sviluppo o implementazione di siti internet turistici e azioni di web marketing, se coordinati con la campagna promozionale dell’ente, i siti web di riferimento, oltre al Sistema Turistico Regionale;
- campagne pubblicitarie su stampa, radio, televisione, affissioni e promo-redazionali di concerto con l’amministrazione provinciale e coerenti con le attività dell’ente;
- azioni di valorizzazione della destinazione turistica attraverso la promozione del marchio “Ferrara Terra e Acqua”;
- azioni di sperimentazione misto pubblico-privato coerenti con i progetti speciali provinciali ivi descritti.

Spese ritenute non ammissibili:

- “spese generali” non specificate e di personale di ruolo se superiori al 10% del costo complessivo previsto per il progetto;
- le iniziative volte alla commercializzazione;
- le iniziative di promozione per le quali venga richiesto il cofinanziamento ai sensi del presente atto, qualora le stesse risultino già ammesse a finanziamento, da parte della Provincia di Ferrara, della Regione Emilia-Romagna, del G.AL., ect, sulla base di altre leggi del settore;
- spese generiche di stampa/ristampa di materiale, qualora non siano specificati: tipologia di materiale, quantitativi, eventuali edizioni in lingua straniera, target di riferimento e canali di distribuzione e non siano coerenti con quanto sopra esplicitato.

I progetti proposti nel 2° ambito, saranno valutati sulla base dei seguenti **parametri** assegnando i relativi punteggi validi per la definizione della graduatoria di merito:

- Dati statistici riferiti al territorio oggetto di promozione nel corso dell’anno precedente a quello della presentazione del progetto (presenze turistiche, numero nuovi posti letto o attività ricettive, ecc.), *Punti da 0 a 30*
- Carattere sovracomunale del progetto, *2 punti per ogni comune coinvolto (max. 10)*
- Grado di individuazione del mercato e del segmento obiettivo e sua integrazione con i mercati di riferimento provinciali e regionali, *punti da 0 a 20*

- Integrazione del progetto con le azioni progettuali realizzate in seno all'amministrazione provinciale ed analisi degli obiettivi specifici del progetto, *punti da 0 a 20*
- Utilizzo di soluzioni innovative, *punti da 0 a 10*
- Costo complessivo del progetto, *punti da 0 a 10*

5.3 Modalità procedurali

Definite le linee guida per lo sviluppo della promozione turistica locale, vengono fornite di seguito tutte le indicazioni riguardo alle modalità procedurali affinché tutti i Comuni interessati possano collaborare alla redazione del Programma Turistico di Promozione Locale 2018, ovvero le indicazioni relative alla presentazione:

- 1) del contributo locale alla redazione del progetto di animazione e promozione turistica provinciale;
- 2) delle domande da parte dei soggetti potenziali beneficiari¹, ai criteri di ammissibilità a contributo e alle procedure per l'erogazione dei finanziamenti.

5.3.1 Presentazione dei contributi locali alla redazione del PTPL

Per la presentazione del contributo locale alla redazione ed attuazione del Programma di animazione e promozione turistica tutti i Comuni sono formalmente invitati a presentare, a prescindere dal possibile contributo economico, il modulo di cui all'**Allegato A** al presente documento: **Contributo locale del Comune di _____ alla redazione ed attuazione del programma di animazione e promozione turistica locale.**

5.3.2 Candidatura dei progetti per i quali si intende richiedere un contributo economico.

In questo caso, occorre presentare la seguente documentazione:

- 1) **domanda di co-finanziamento**, indicante il filone per il quale si presenta la richiesta ed autocertificazione ai sensi della normativa vigente, compilata sulla base del Modello di Richiesta allegato al presente documento.
- 2) **compilazione del form specifico di autovalutazione allegato**, nel dettaglio:
 - all. B - Ambito 1: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico - Uffici di informazione e accoglienza turistica
 - all. C - Ambito 1: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico - Iniziative di animazione ed intrattenimento turistico locale
 - all. D - Ambito 2: Iniziative di promozione turistica di interesse locale

Nel caso di progetti che rappresentino la continuazione o la riproposizione di quelli già co-finanziati nell'anno precedente, si richiede di allegare alla domanda anche la seguente documentazione:

- 3) **attestazione dei risultati conseguiti e delle azioni di verifica attuate** supportata da apposita dettagliata documentazione;

¹ Possono candidare progetti a contributo i soggetti definiti al comma 2 art. 6 della L.R. 4/2016 e succ. mod: "Il programma indica i singoli progetti ammissibili a contributo ed in particolare quelli presentati da Comuni, loro società e organismi operativi, da enti pubblici, nonché quelli presentati da società d'area, Pro loco, Gruppi di azione locale (GAL), Strade dei vini e dei sapori, associazioni di imprese e associazioni del volontariato. Esso può includere progetti di scala sovracomunale presentati, anche congiuntamente, da Comuni, dalle Unioni dei Comuni e società d'area, da enti pubblici, dalle strutture associative provinciali maggiormente rappresentative delle Pro Loco o elaborati, su richiesta dei comuni interessati e delle unioni dei Comuni interessati, dalle Province.

4) **copia del materiale** promozionale e informativo eventualmente prodotto, cartaceo o digitale (pubblicazioni, pieghevoli, locandine, inserzioni, CD, DVD, ecc.).

Successivamente alla realizzazione delle iniziative, **la documentazione di cui ai punti 3) e 4) è richiesta per tutti i progetti in fase di rendicontazione**, insieme al bilancio consuntivo, al fine della liquidazione dei contributi.

5.3.3 Tempistica

La scadenza per la presentazione dei contributi locali e delle richieste di cofinanziamento, è fissata per il giorno 7 settembre 2017.

Le domande, indirizzate al Presidente della Destinazione Turistica Romagna, Andrea Gnassi, dovranno essere inviate a mezzo pec o consegnate a mano presso l'Ufficio Turismo della Provincia di Ferrara – Largo Castello – 44121 Ferrara.

Successivamente a tale scadenza sarà possibile presentare altri progetti che andranno a formare una graduatoria a parte, finanziabile solo in caso di esaurimento della graduatoria principale o di economie eventualmente registrate nel corso dell'anno sui progetti precedentemente ammessi. Si precisa che le idee progettuali non saranno oggetto di valutazione, in quanto hanno una finalità unicamente informativa.

L'Ufficio Turismo della Provincia provvederà quindi con apposita istruttoria ad attribuire un punteggio di valutazione dei progetti presentati, sulla base della documentazione prodotta e dei parametri fissati nel presente documento: verrà quindi formulata una proposta di graduatoria di merito, distinta per ogni ambito di intervento e coerente con le Linee Strategiche.

5.3.4 Erogazione dei finanziamenti

Il finanziamento dei progetti avverrà seguendo l'ordine di graduatoria fino ad esaurimento delle risorse disponibili, eventuali economie saranno utilizzate, scorrendo la graduatoria, a sostegno dei progetti non finanziati, sebbene ammissibili.

La misura effettiva del contributo concesso sarà determinata in funzione dell'entità dei fondi regionali assegnati alla Destinazione turistica per l'anno 2018, del punteggio ottenuto dal progetto e della numerosità dei progetti ammessi in graduatoria.

La percentuale di co-finanziamento dei singoli progetti candidati sarà poi comunicata ai singoli interessati.

In una ottica di continuità con il biennio precedente, verranno mantenute le stesse priorità per ottimizzare l'utilizzo delle risorse finanziarie, sostenendo gli interventi ritenuti essenziali e i servizi turistici indispensabili, in coerenza con gli indirizzi del presente documento di programmazione.

E' data facoltà ai soggetti beneficiari di presentare più di un progetto per ogni ambito di attività.

Non sono ammesse le iniziative che godono di altri contributi regionali o provinciali, come da dichiarazione inserita nel Modello di Richiesta per la presentazione del progetto.

I contributi sono concessi dalla Destinazione Turistica e, successivamente, liquidati ed erogati dalla stessa, a seguito della presentazione da parte degli interessati della regolare documentazione di spesa e di quella occorrente ai sensi della vigente normativa. In particolare i soggetti beneficiari, al fine della liquidazione dei contributi concessi, devono presentare alla Destinazione turistica **entro il 31/01/2019**, pena la revoca del contributo, la seguente documentazione:

- relazione descrittiva delle attività realizzate e sul conseguimento di tutti o di parte dei risultati originariamente previsti,
- consuntivo delle spese effettivamente sostenute dal quale risultino chiaramente la tipologia e l'ammontare delle spese, le entrate a copertura delle stesse, con allegati copia degli atti deliberativi e/o dichiarazione sostitutiva firmata dal legale rappresentate.

In particolare dovranno essere prodotti tutti i materiali realizzati anche grazie al contributo finanziario ottenuto attraverso il PTPL 2018, sul quale dovrà essere apposto il logo della Regione Emilia-Romagna e della Destinazione turistica.

I contributi saranno erogati in proporzione al costo **realmente sostenuto**, rendicontato in sede di consuntivo, e non in base al preventivo dichiarato nella presentazione del progetto, potranno essere ridotti in relazione alle spese effettivamente documentate o revocati, qualora entro i termini sopra detti, non pervengano le documentazioni richieste.

I progetti rendicontati per un costo complessivo inferiore al 70% del costo preventivato potranno essere esclusi dal finanziamento.

In sede di liquidazione dei contributi, la Destinazione Turistica, accertate eventuali irregolarità o significative difformità rispetto ai progetti ammessi, procederà alla riduzione o revoca del contributo e successivo riutilizzo dei fondi.

6. Modulistica

6.1 Contributo locale

Fac simile - lettera di trasmissione del Contributo locale. (Allegato A)

Il sottoscritto
in qualità di *
dello/a.....
(indicare esatta denominazione dell'Ente/Associazione rappresentata)

con sede avian.....
tel.fax.....e-mail

in nome e per conto dei Comuni di **
.....
ed in qualità di Comune capofila,

TRASMETTE

Il proprio Contributo locale alla redazione ed attuazione del Programma di animazione e promozione turistica locale, affinché possa essere espressione delle esigenze del territorio che rappresento e possa trovare risposta in un progetto provinciale complessivo,

A tal fine allega:

- 1) la relazione redatta secondo il modello indicato contenete: la premessa ed i termini di riferimento della strategia turistica comunale, le priorità comunali e l'indicazione e descrizione di progetti ed idee progettuali che il Comune intende realizzare nel 2018

Data.....

Timbro e Firma

* indicare se Sindaco, Assessore, Presidente, legale rappresentante, ecc.; in caso di più soggetti richiedenti congiuntamente dovrà essere indicato il capofila del progetto, destinatario del finanziamento, e la domanda dovrà essere sottoscritta da tutti gli interessati.

* da compilare solo in caso di aggregazioni di più Comuni.

**CONTRIBUTO LOCALE DEL COMUNE DI _____ ALLA REDAZIONE ED
ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA DI ANIMAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA
LOCALE (All.A)**

<p>Premessa <i>(i termini di riferimento, l'origine ed il contesto della strategia, progetto, idea)</i></p>	
<p>Descrizione delle priorità comunali <i>(elencare per punti i temi sui quali il Comune intende operare ai fini della propria valorizzazione turistica)</i></p>	
<p>Descrizione dei progetti o idee progettuali che il Comune intende realizzare nel 2018 <i>(elencare le azioni concrete - <u>non gli eventi</u> – che il Comune andrà a realizzare sui temi dei cicloturismo, intermodalità, ecc...)</i></p>	

6.2 Presentazione di progetti e richiesta contributo

DOMANDA PER IL CO-FINANZIAMENTO DEL PROGETTO RIFERITO A

.....
(specificare l'ambito di intervento)

Il sottoscritto

in qualità di *

dello/a.....

(indicare esatta denominazione dell'Ente/Associazione rappresentata)

con sede avian.....

tel.fax.....e-mail

in nome e per conto dei Comuni di **

.....
ed in qualità di Comune capofila,

RICHIEDE

il co-finanziamento, ai sensi della L.R. 4/2016 e succ. mod. a valere sul **Programma Turistico di Promozione Locale per l'anno 2018** per il progetto denominato:

.....
A tal fine allega:

1) il form specifico per ambito e tipologia di progetto presentato:

- all. B - Ambito 1 a: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico - Uffici di informazione e accoglienza turistica
- all. C - Ambito 1: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico - Iniziative di animazione ed intrattenimento turistico locale
- all. D - Ambito 2: Iniziative di promozione turistica di interesse locale

DICHIARA

- che per il presente progetto non è stata presentata domanda di finanziamento con altre risorse regionali, statali o dell'Unione Europea;
- di essere consapevole di quanto previsto dal DPR 445/2000, in particolare all'art.75 (decadenza dai benefici) e all'art.76 che stabilisce che "chiunque rilasci dichiarazioni mendaci, forma atti falsi o ne fa uso nei casi previsti dal presente testo unico, è punito ai sensi del Codice Penale e delle leggi speciali in materia".

Data.....

Timbro e Firma

Si informa che, ai sensi del Dlgs 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali), ogni dato e riferimento in possesso dell'Amministrazione sarà utilizzato nel rispetto della normativa

* indicare se Sindaco, Assessore, Presidente, legale rappresentante, ecc.; in caso di più soggetti richiedenti congiuntamente dovrà essere indicato il capofila del progetto, destinatario del finanziamento, e la domanda dovrà essere sottoscritta da tutti gli interessati.

* da compilare solo in caso di aggregazioni di più Comuni.

stessa. N.B. ALLEGARE COPIA FOTOSTATICA DI DOCUMENTO DI IDENTITA' VALIDO

6.2.1 Allegato B – Form ambito 1.a

DOMANDA PER IL CO-FINANZIAMENTO DEL PROGETTO _____

Ambito 1: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico

1a) Uffici di informazione e accoglienza turistica

1) Attività di informazione

Si prega di compilare il form allegato

Strumenti	Numero di richieste pervenute anno 2016	Numero richieste pervenute entro giugno 2017	Obiettivo annuale 2018
Telefono			
Posta			
Mail			
Fax			

Strumenti	Frequenza dell'invio	Frequenza della pubblicazione	Temi oggetto della comunicazione
Newsletter			
Flicker			
Facebook			
Strumenti informativi personalizzati (descrivere)			
Altro...			

Informazioni	Elencare
Maggiormente richieste	
Di difficile evasione per mancanza di conoscenze, di dettaglio, ecc..	

2) Dati statistici

	2016
Accessi all'Ufficio Informazioni	
Presenze turistiche	
Nuove strutture ristorative (riportare il numero e l'indicazione: nome, indirizzo, ecc)	

Nuovi servizi turistici erogati (riportare il numero e l'indicazione: nome, indirizzo, ecc)	
Nuovi posti letto	
N. eventi realizzati	
N. presenze per evento	

3) Erogazione del servizio

Standard regionali di base:	Ulteriori dotazioni rispetto agli standard regionali
.....	

Aggiungere righe se necessario

Descrizione degli obiettivi ed interventi di qualificazione che si vorrebbero operare nel 2018.....

4) Aspetti finanziari

Riportare il quadro economico-finanziario:

.....

5) Iniziative innovative

Elenco delle iniziative innovative realizzate	Descrizione della peculiarità ed innovazione dell'iniziativa
.....	

6) Breve relazione (max 1 cartella)

- a) Il dettaglio dell'attività svolta
- b) Lamentele e reclami

6.2.2 Allegato C – Form ambito 1.b

DOMANDA PER IL CO-FINANZIAMENTO DEL PROGETTO _____

Ambito 1: Servizi turistici di base dei Comuni relativi all'accoglienza, animazione e intrattenimento turistico

1b) Iniziative di animazione ed intrattenimento turistico locale

1) **Descrizione del progetto di massima** evidenziando: obiettivi, finalità, partenariati attivati, co-marketing, azioni da realizzare (max 1 cartella)

.....

2) Capacità di produrre presenze turistiche

	Precedenti edizioni	Risultati attesi o programma edizione 2018
Presenze turistiche		
Arrivi turistici		
Permanenza media		
Periodo di svolgimento		
Aree coinvolte		
Altro...		

3) Coerenza ed integrazione

	Coerenza (sì, no)	Integrazione, descrivere modalità
Fiume Po e Vie d'acqua		
Comparto balneare		
Slow Tourism		
Cultura ed Eventi		
Cicloturismo		
Collegamenti ed Intermodalità		
MAB UNESCO –Area Parco		
Idrovia		
Azioni post terremoto		
Azioni realizzate da APT Servizi, dalla Regione Emilia-Romagna, in coerenza con le linee strategiche regionali per il 2018		

3) Integrazione pubblico-privato

	Numero	Ruolo svolto	Eventuale
--	--------	--------------	-----------

			compartecipazione finanziaria (sì/no)
Strutture ricettive			
Settore ristorativo			
Agenzie di viaggio			
Società di Servizi			
Sponsorizzazioni			
Collaborazioni intercomunali			
Proposte commerciali strutturate e veicolazione dei pacchetti turistici			
Altro...			

4) Piano mezzi e coerenza con la campagna provinciale

<i>Si prega di elencare gli strumenti di comunicazione che si andranno a realizzare</i>	n.unità	veicolazione	Modalità di coordinamento con il Centro Unificato di Informazione Provinciale
.....			

5) Aspetti finanziari

Riportare il quadro economico-finanziario:

.....

6.2.3 Allegato D – Form ambito 2

DOMANDA PER IL CO-FINANZIAMENTO DEL PROGETTO _____

Ambito 2: Iniziative di promozione turistica di interesse locale

1) **Descrizione del progetto di massima** evidenziando: obiettivi, finalità, partenariati attivati, azioni da realizzare, elencare i Comuni coinvolti (max 1 cartella)

.....

2) **Dati statistici riferiti al territorio oggetto di promozione**

	Precedente annualità	Risultati attesi
Presenze turistiche		
Arrivi turistici		
Nuove strutture ristorative		
Nuovi servizi turistici erogati		
Nuovi posti letto		
N. eventi realizzati		
N. presenze per evento		

3) Identificazione del mercato ed integrazione con la strategia provinciale

	Descrizione	Azioni messe in campo per target/mercato
Elencare i target di riferimento		
Prodotti turistici proposti		
Elencare i mercati di rif. (Italia ed all'estero)		
	Coerenza (sì, no)	Integrazione (descrivere come e perchè)
Fiume Po e Vie d'acqua		
Comparto balneare		
Slow Tourism		
Cultura ed Eventi		
Cicloturismo		
MAB UNESCO –Area Parco		
Idrovia		
Collegamenti ed Intermodalità		
Azioni post terremoto		

Azioni realizzate da APT Servizi, dalla Regione Emilia-Romagna, in coerenza con le linee strategiche regionali per il 2018		
--	--	--

4) Piano mezzi e coerenza con la campagna provinciale

<i>Si prega di elencare gli strumenti di comunicazione che si andranno a realizzare</i>	n.unità	veicolazione	Modalità di coordinamento con il Centro Unificato di Informazione Provinciale
.....			

5) Soluzioni innovative

<i>Si prega di elencare le soluzioni innovative individuate</i>	Target	Modalità
.....		

6) Aspetti finanziari

Riportare il quadro economico-finanziario:

.....