



PSR 2014-2020 Leader - MISURA 19 – progetto 1/2016

TITOLO DEL PROGETTO:

L' Altra Romagna en plein air:

un territorio per il turismo

itinerante all'aria aperta (camper, caravan e tende)

Approvato dal CdA del GAL L'Altra Romagna in data 19.12.16

L'Altra Romagna s.cons a r.l. - Viale Roma 24 - 47027 Sarsina (FC)
Tel. 0547.698301 fax: 0547.698345 - e-mail: info@altraromagna.net - web: www.altraromagna.it
PEC: altraromagna@pec.net
Codice fiscale e P. IVA 0222370040



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

 Regione Emilia Romagna



RIFERIMENTO DELL'INTERVENTO: OPERAZIONE 19.2.02

AMBITO TEMATICO: Secondario - Turismo Sostenibile

FOCUS AREA: P6B – Stimolare lo sviluppo locale nelle zone rurali

B.2 OBIETTIVO SPECIFICO: 7 Promozione e valorizzazione integrata delle risorse endogene (produttive, ambientali, storiche, culturali, ecc.) coinvolte nei circuiti turistici, tramite la creazione di reti tra operatori turistici e altri attori pubblici privati.

B.2.1. AZIONE SPECIFICA 4: Progetti per la promozione e lo sviluppo delle reti tematiche, sentieristiche, ciclovie, ciclopedonali, sistemi di mobilità lenta che coinvolgano operatori pubblici e privati locali, in grado di favorire aggregazione ed integrazione.

B.2.1. AZIONE SPECIFICA 4 Sotto-azione Specifica 4.2: Interventi specifici gestiti direttamente dal GAL

1. FINALITA' ED OBIETTIVI

Analisi del contesto

Nel 1999, attraverso il Programma Comunitario LEADER II, si realizzò il progetto "L'Altra Romagna/ Plein Air"; questo ha sicuramente contribuito ad aprire il territorio ad una platea del turismo all'aria aperta regionale e nazionale, individuando un articolato itinerario percorso del Turismo Itinerante tra Verucchio nel riminese e Castel del Rio sui colli imolesi, sollecitando e stimolando gli operatori pubblici e privati a considerare anche questo importante flusso turistico.

Questo grande itinerario, scomponibile in decine di sub-itinerari dalle straordinarie e disparate valenze turistiche, va però ora ripreso, rafforzato, aggiornato e mantenuto vivo: le popolazioni locali, i residenti e gli operatori, dovranno pian piano vedere crescere, l'accennato movimento turistico (solo per alcune località già intenso e strutturato), quindi poterne percepire sempre più direttamente benefici, effetti e ricadute.

Con la presente proposta, si delinea un articolato progetto multifase, dalle linee operative diverse ma integrate e coerenti all'obiettivo, che attueranno le azioni (lavorando sulle leve sia dell'*offerta* che della *domanda*) e risponderanno agli effetti attesi di questa idea: rafforzare e strutturare l'offerta dell'entroterra romagnolo verso il turismo itinerante e l'agriturismo, verde e sostenibile, come vero esempio-pilota.

L'entroterra romagnolo si presenterà al turista itinerante in una veste nuova, coordinata, unitaria, con la realizzazione in Romagna di un grande, strutturato ed articolato percorso (attrezzato con punti sosta, aree attrezzate, sensibilizzazione degli operatori agrituristici, ecc.) per il turismo secondo natura ed ecosostenibile: un vasto, variegato e splendido "territorio amico" per chi viaggia, oltre che con l'automobile e la motocicletta, con camper, caravan, tenda e, soprattutto, con gli strumenti del turismo leggero (trekking, bicicletta, canoa, ecc.).



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



Il territorio di riferimento

Attraverso meravigliosi valichi, selle e percorsi di controcrinali, in parte ancora trascurati dai costanti flussi turistici, si collega a sistema l'eccezionale carosello tra le colline e montagne cesenati, forlivesi e faentine, e l'asse storico della via Emilia. Queste le premesse per interpretare un favoloso viaggio-vacanza, ovvero un fine-settimana, legando paesaggi e cultura, arte e tradizioni, enogastronomia, eventi e vita all'aria aperta: tutto ciò con il coinvolgimento di tutti i Comuni interessati della collina e della montagna de *L'Altra Romagna*. Località ricche di disparati valori, ricche di eccellenze enogastronomiche e ambientali, nonché di servizi diffusi (con aree e punti sosta in Comuni, aziende agricole e campeggi) mirati ed appropriati per il turista attento e curioso.

Un itinerario e un territorio vocato per quello che è più di un semplice "turista": un viaggiatore attento, consapevole e motivato, che cerca natura, cultura, libertà, con particolare attenzione alle eccellenze enogastronomiche, anche nella vacanza e nel tempo libero.

Sintesi degli interventi programmati ed i relativi costi previsti.

Azione 1.1 - Censimento dettagliato delle strutture e delle aree di sosta camper presenti nei 25 **Comuni** area Gal e del loro stato. Sensibilizzazione dei Comuni sprovvisti, a realizzare punto sosta o area attrezzata (spese non finanziate dal presente progetto), e fornitura di adeguata segnaletica (azione 1.2).

Azione 1.2 – Individuazione della presenza dei punti sosta presso strutture pubbliche e private, con approntamento di specifica segnaletica stradale turistica coordinata.

Censimento e monitoraggio Azione 1.1 € 4.000,00

Segnaletica Azione 1.2 € 18.000,00

Azione 2.1 - Azioni di rilievo nazionale per la pubblicizzazione e marketing diretto verso i camperisti e il "popolo del plein air",

Azione 2.2 - Azioni di marketing diretto in ambito internazionale: partecipazione a Fiere specializzate verso il turismo sostenibile e itinerante all'aria aperta (ad esempio Parma, Stoccarda, Monaco di Baviera e Lione).

Marketing diretto nazionale Azione 2.1 € 39.000,00

Marketing diretto internazionale Azione 2.2 € 16.000,00

Azione 3.1 - Mobilitazione del territorio GAL L'Altra Romagna per un evento di presentazione e **lancio** dell'iniziativa *Romagna/Plein Air* ai media, alle autorità e al popolo dei camperisti, attraverso l'organizzazione su tutto il territorio Gal, di raduni di camperisti.



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



Azione 3.2 - Si accompagneranno allo sviluppo dell'intervento progettuale l'approntamento di momenti di sensibilizzazione ed orientamento: dedicate agli operatori di Enti o di attori istituzionali del turismo (Comuni, Unioni dei Comuni, IAT, Parco, ecc.) e agli operatori privati, aziende coinvolte nelle azioni e nel circuito e, su particolari argomenti, anche alle popolazioni residenti.

Evento finale Azione 3.1	€ 12.000,00
Sensibilizzazione, orientamento Azione 3.2	€ 3.000,00

1. **AMBITO TERRITORIALE DEL PROGETTO**

- I 25 Comuni che definiscono l'area di intervento del Gal L'Altra Romagna.

2. **DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI ED ARTICOLAZIONE DELLE ATTIVITA'**

Per la pianificazione e realizzazione di tutte le attività di seguito descritte, si prevede la costituzione di un tavolo di coordinamento a regia del GAL, in grado di ~~coordinare~~, condividere e recepire le varie esigenze e aspettative. Inoltre deve essere in grado di ~~che coinvolga~~ coinvolgere le principali realtà territoriali, gli attori pubblici e privati e le principali associazioni di categoria operanti nei settori di intervento. Particolare attenzione sarà posta nel coinvolgimento delle associazioni che rappresentano gli agricoltori, per sottolineare il legame turismo-agricoltura.

Per quanto riguarda gli eventi/fiere si prevede il coinvolgimento di APT, ente preposto e istituzionalmente delegato a queste attività, per un'opera di coordinamento, validazione e razionalizzazione.

Azione n. 1:

Soggetti del plein air/ strutture (coinvolgimento e coordinamento dell'offerta turistica)

Descrizione dettagliata dell'azione:

1.1 - Censimento dettagliato delle strutture e delle aree di sosta camper presenti nei **Comuni** area Gal e del loro stato – Sensibilizzazione dei Comuni sprovvisti, a realizzare punto sosta o area attrezzata, e fornitura di adeguata segnaletica

Il progetto del 1999 del Leader II sviluppò una "fase informativa" e di coinvolgimento di tutte le 29 amministrazioni comunali allora aderenti al Gal L'Altra Romagna: si organizzarono incontri coi Sindaci ed i presidenti delle Comunità Montane sulle potenzialità del nuovo turismo, ed si arrivò ad una individuazione condivisa del parcheggio più idoneo per la sosta dei camper, ed con l'individuazione di alcuni siti in posizione strategica per predisporre aree attrezzate con



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



pozzetto di scarico e fontana. A quasi venti anni di distanza, occorre verificare lo stato dell'arte, e favorire il salto di qualità, monitorando la situazione Comune per Comune.

Occorre oggi stimolare la nascita ed il consolidamento di un circuito di strutture agricole e agrituristiche dell'entroterra per ospitalità di camper, caravan.

Dalle aziende agrituristiche nei Comuni in area Leader, alle aziende agricole che in misura più o meno avanzata vogliono aprirsi al diretto contatto col turista/viaggiatore, una parte dispone già del *servizio di piazzola dell'agricampeggio* (spazio dedicato a camper, caravan e tende), nonchè del *camper-service* (fontana e pozzetto di scarico delle acque reflue).

Sarebbe oltremodo qualificante sul piano della qualità dell'offerta e dell'immagine verso i nuovi flussi turistici, se il grande itinerario proposto potesse stimolare e incoraggiare la diffusione di questi nuovi servizi (che andrebbero ad integrare quelli presenti in parcheggi pubblici di molti Comuni), che sarebbero altresì da stimolo all'operatore privato nel crescere ed agire finalmente anche sull'autopromozione.

Il progetto potrebbe prevedere anche, per le aziende coinvolte, una marchio di riconoscimento (una tabella all'ingresso dell'azienda/fattoria, che riassume anche le varie tipicità dell'offerta di quella struttura) – *es.: adesione a circuiti nazionali*.

Ma, aldilà degli strumenti tecnici, pregio fondamentale di questo intervento, è quello di stimolare la costituzione di una sorta di circuito di qualità di "aziende del territorio" che vogliono ospitare non solo nelle camere (in molti casi per altro non disponibili per l'ospite) ma nella corte e nell'aia della fattoria i veicoli e gli strumenti del turismo itinerante e "leggero": camper, caravan, tende.

Sensibilizzazione e contatto con tutti i campeggi nell'area Leader per ~~adesione~~ aderire allo spirito dell'iniziativa.

Monitoraggio, sensibilizzazione e contatto, verrà altresì effettuata con i gestori dei campeggi nei Comuni dell'area Leader: per verificare con loro l'adesione allo spirito dell'iniziativa, per coinvolgerli nella fase di promo-comunicazione della stessa e della realizzazione dell'evento finale.

Prescrizione A): "chiarire se il monitoraggio si concretizzerà in una scheda per ogni area di sosta o in altro documento" e "in cosa consiste la messa in rete".

Il monitoraggio interesserà tutto il territorio dell'area Leader e si concretizzerà in una relazione finale; la "messa in rete" consiste in una rete di lavoro (network), un raccordo e coordinamento delle strutture interessate al progetto, stimolando il dialogo e lo scambio di informazioni fra pubblico e privato. In questo caso non si parla di messa in rete in senso informatico, ma fisico.

1.2 – Individuazione della presenza dei punti sosta presso strutture pubbliche e private, approntamento di specifica segnaletica stradale - turistica coordinata.



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia-Romagna



I Comuni verranno invitati e sensibilizzati, secondo i diversi casi, a migliorare/riattare aree attrezzate camper pubbliche esistenti, e in quelli sprovvisti, a realizzare aree o punti sosta presso parcheggi pubblici dotati di fontana. Ogni sito verrà dotato/riattato di specifica segnaletica stradale.

La segnaletica realizzata, in accordo con le singole amministrazioni comunali, non conterrà promozioni aziendali ma semplici indicazioni (es.: punto sosta camper, area attrezzata camper, ecc) realizzate in dimensioni e colori previsti dal codice della strada e contenente i loghi obbligatori Leader. Essa sarà posizionata in luoghi da definire con le amministrazioni pubbliche che acquisiranno i cartelli tramite, ad esempio, sottoscrizione di un contratto di comodato gratuito col GAL. Resta inteso che in un'ottica di collaborazione e condivisione, regolato da uno specifico accordo scritto fra le parti, le amministrazioni pubbliche, si faranno garanti del corretto posizionamento sul suolo pubblico, delle acquisizioni di eventuali permessi e concessioni, nonché avere la disponibilità dell'area su cui posizionare i cartelli stessi. Spetterà alle amministrazioni pubbliche provvedere a tutti gli adempimenti burocratici-amministrativi relativi al posizionamento sul territorio.

Prescrizione B): - "indicare numero cartelli, costo unitario e dimensioni" e "cosa si intende per specifica segnaletica stradale"

Al punto 6 della presente scheda è riportato "n. frecce previste circa 28" e "n. tabelle previste circa 28". Costo unitario e dimensioni sono state ipotizzate sulla base di un precedente preventivo, ma saranno naturalmente verificati e modulati con precisione in fase di richiesta di offerta alle ditte fornitrici. Per specifica segnaletica stradale si intende quella prevista dal Codice della Strada, con le relative specifiche, come ad esempio colore marrone per uso turistico.

Come ricorda il verbale NUTEL "il cartello può riportare solo che nel comune sono presenti aree di sosta senza specificare se sono pubbliche o private, se sono a pagamento e gratuite e senza indicare-in caso di strutture private-il nome dell'azienda o il nome del campeggio".

Procedure per la sua attuazione

1.1 - La maggioranza delle amministrazioni comunali ha nuovi sindaci e nuovi assessori, che vanno re-informati ed aggiornati. Occorre valutare la rispondenza e la praticabilità, caso per caso, delle aree di sosta: sia la scelta dei parcheggi pubblici ritenuti idonei, sia la funzionalità, alla luce delle diverse esperienze, delle aree attrezzate costituite nel frattempo. Nonché, naturalmente, focalizzare l'attenzione sui Comuni ancora sprovvisti di questo servizio. Una mappatura necessaria ed urgente, che ricomponga il quadro globale ed attuale, della rete dei "servizi" essenziali che il viaggiatore col camper può trovare sul territorio dell'entroterra romagnolo faentino, forlivese e cesenate.



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



1.2 - Si effettuerà un capillare monitoraggio sulla dotazione e/o carenza di segnaletica in ogni sito comunale, già esistente o da individuare. Si predisporrà la realizzazione di tabelle e frecce per facilitare il turista visitatore all'approccio con l'area di sosta pubblica nel rispettivo Comune

Previsione dei costi dell'azione

Coordinamento e monitoraggio Azione 1.1 € 4.000,00

Analisi dei costi

Il costo indicativo di 4.000,00 € è ottenuto ipotizzando l'impegno di una risorsa dedicata in un'attività non continuativa, per la durata del progetto, con particolare attenzione alle fasi di avvio:

1gg/uomo € 200,00

200 x 20gg = € 4.000,00

Tale cifra è largamente inferiore a quanto riportato dal "manuale delle procedure e spese" del MIPAF (D.M. 7.8.2009) che alla voce "spese ammissibili, esperti di breve periodo" indica in:

Categoria 1- 250E/giorno per esperti con 3-9 anni d'esperienza

Categoria 3 - 450E/giorno per esperti con oltre 15 anni d'esperienza

Segnaletica Azione 1.2 € 18.000,00

Azione n. 2

Soggetti del plein air/ fruitori (coinvolgimento e fidelizzazione della domanda turistica)

Descrizione dettagliata dell'azione

2.1 - Efficaci azioni di rilievo nazionale per la pubblicizzazione e marketing diretto verso i camperisti e il "popolo del plein air".

Coinvolgimento e pubblicizzazione dell'offerta (aree di sosta/attrezzate pubbliche nei Comuni, agricole e dei campeggi) nella promo-comunicazione della *Romagna Plein Air*.

Realizzazione di una guida del territorio a beneficio del turista/viaggiatore sulle motivazioni di viaggio, emergenze turistiche e valori diffusi nei comuni Gal l'Altra Romagna, coi punti di appoggio pubblici e privati al turismo itinerante

* Veicolamento della guida in 90.000 copie circa

* Realizzazione di 10.000 copie (5.000 testo italiano e 5.000 in inglese) per il Gal, a beneficio di una diffusione territoriale e regionale, e presso gli attori del progetto

* Servizi giornalisti di presentazione dell'iniziativa *Romagna/Plein Air*,

* Presentazione dell'iniziativa *Romagna/Plein Air* a Club di appassionati, propedeutica anche alla realizzazione di successo della Fase C

Cardine e veicolo della promo-comunicazione di questo intervento verso il pubblico dei camperisti e degli amanti del turismo all'aria aperta, è la creazione di una carto-guida del



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



territorio ricca di diffuse e puntuali informazioni, fra cui le aziende rurali aderenti al circuito e relativi servizi; la carto-guida riprenderà, naturalmente, a beneficio del turista/viaggiatore, le emergenze ed i valori diffusi nei comuni Gal l'Altra Romagna, e i punti di sosta e di appoggio al turismo itinerante presenti nei Comuni del territorio, riverificati ed aggiornati col presente progetto. L'ambito territoriale del progetto insiste sul territorio corrispondente all'area Gal L'altra Romagna: il cuore dell'entroterra romagnolo, ovvero i 5 Comuni faentini nonché i 20 Comuni dell'entroterra dei territori di Forlì e di Cesena. Si fa presente che gli itinerari configurati in questo "palcoscenico - pilota" nazionale per la fruizione del turismo all'aria aperta, non potranno per ragioni oggettive di "praticabilità e funzionalità turistica" (oltreché di comprensione per il lettore/turista/viaggiatore /fruitore) essere disgiunti /scollegati dall'asse della Via Emilia delimitante l'entroterra collinare romagnolo sul versante nord-orientale. Perciò i Comuni in prossimità della Via Emilia (Forlì, Forlimpopoli, Bertinoro, Cesena, Longiano, Savignano sul Rubicone, ecc.) pur non facendo parte del territorio Gal, saranno citati nella guida e faranno parte dell'itinerario, anche se naturalmente non beneficeranno di cofinanziamenti diretti dal presente progetto.

Prescrizione C): "si ricorda che la guida da distribuire in allegato a rivista (da selezionare con procedura pubblica e in base a criteri qualitativi e di costo) dovrà essere a titolo gratuito ovvero il costo della rivista al pubblico non dovrà comprendere un prezzo in più anche per l'allegato". Perfettamente in linea con quanto previsto dal progetto.

2.2 Azioni di marketing diretto in ambito nazionale e internazionale: partecipazione a ~~almeno~~ ~~tre~~ Fiere specializzate verso il turismo sostenibile e itinerante all'aria aperta (per esempio Stoccarda, Monaco di Baviera, Lione e Parma).

Il Gal L'Altra Romagna, con i soggetti proponenti e protagonisti del presente progetto, presenterà nelle fasi finali del progetto, l'entroterra del cuore della Romagna come palcoscenico ideale e organizzato di strutture e servizi, presso le principali Fiere europee del turismo ecosostenibile ed en plein air : *CMT, Salone di Stoccarda* (mese di gennaio); *F.re.e. Turismo* (ex C-B-R Leisure & Travel) Monaco di Baviera (mese di febbraio); *Fiera Turismo Mahana Lyon* - Lione (mese di marzo). Queste attività saranno coordinate, condivise e organizzate in stretto contatto e collaborazione con APT.

Contatti recentissimi, fra cui l'incontro del 2 marzo '17, con APT Servizi, che da anni si occupa di Fiere estere e Italia confermano che la pianificazione per il 2018 è in elaborazione; probabilmente APT confermerà la storica presenza al CBT di Stoccarda ed al FREE di Monaco di Baviera. Pertanto questa sinergia (riservarci un piccolo spazio promozionale nello stand APT), ci permetterebbe un grande risparmio sui costi fissi, riferiti all'affitto della postazione. In quest'ottica, anche per la presenza al Mahana di Lione, abbiamo la possibilità di ottimizzare i costi con l'aiuto dei partner francesi del vecchio progetto di Cooperazione Romagna Beaujolais,



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

 Regione Emilia Romagna



congiuntamente ad uno specifico interesse di alcuni Comuni del territorio, che grazie al citato progetto hanno instaurato rapporti e scambi strutturati con referenti del territorio di Lione.

Il budget per l'azione 2.2 risulta quindi estremamente prudente, ma plausibile, qualora si confermeranno le sinergie (che in questo momento sono allo studio) di partecipazione congiunta con APT.

Prescrizione D): "specificare costo presunto stand (spazio e allestimento); numero persone da inviare e costo; invio di personale GAL o invio collaboratori; non è spesa ammissibile la spesa per degustazioni". Il costo presunto, come è riportato al punto 6 della presente scheda AZ 2.2, è indicato in forma aggregata, con dettaglio relativo alle azioni da attuare.

Come riportato al punto 2.2 qui sopra, per le fiere e relativi stand si lavorerà di concerto con con APT Servizi, che da anni si occupa di Fiere estere e Italia e che ha in corso la pianificazione per il 2018. L'obiettivo è di ottimizzare i costi: questa sinergia (riservarci un piccolo spazio promozionale nello stand APT), ci permetterebbe un grande risparmio sui costi fissi, riferiti all'affitto della postazione. In corso d'opera saranno quindi specificati i costi presunti dello stand, il n. di persone da inviare fra personale operativo GAL e collaboratori, e si porrà massima attenzione alle spese non ammissibili.

Procedure per la sua attuazione

2.1 – La guida verrà prodotta e diffusa in novantamila copie a livello nazionale, veicolata con un efficace e straordinario intervento di marketing diretto al turista/viaggiatore tramite riviste specializzate e autorevoli relative al turismo itinerante in Italia

Il progetto e i relativi contenuti (aree di sosta presso i Comuni e presso aziende agricole e campeggi) vivranno e saranno rilanciati sul sito, e attraverso la relativa Newsletter. L'iniziativa *Romagna/Plein Air* e i suoi contenuti, saranno anche presentati ai soci di *Club di settore*, propedeutica anche alla realizzazione di successo della Azione 3 Eventi.

Saranno infine realizzate anche 10.000 copie della guida, a beneficio di una diffusione territoriale e regionale, e presso gli attori del progetto: : di queste la metà sarà in lingua inglese, per la promozione internazionale.

Ricapitolando: 90.000 distribuite in allegato a rivista specializzata

10.000 di cui 5.000 in italiano e 5.000 in inglese, distribuzione GAL

Totale realizzate: 100.000

2.2 - La delegazione romagnola nelle Fiere, organizzerà una presenza coordinata tra Gal L'Altra Romagna ed i protagonisti attivi del presente progetto (in accordo e con coordinamento con APT). In ciascuna delle Fiere, avrà luogo una conferenza stampa di presentazione del progetto, nonché l'animazione di uno stand dal quale saranno veicolati al pubblico delle Fiere i



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



materiali promozionali del territorio prodotti dalle azioni del progetto; accompagnati naturalmente dall'assaggio di prodotti tipici e caratteristici della Romagna.

Previsione dei costi dell'azione

Azione 2.1	€	39.000,00
Azione 2.2	€	16.000,00

Congruità dei costi

I costi previsti possono apparire piuttosto contenuti, in rapporto ai grandi numeri di cartoguide realizzate. Infatti, rivolgendosi a una ordinaria tipografia o stamperia, probabilmente non sarebbe possibile spuntare prezzi simili, ma va considerato che una grande casa editrice che già stampa migliaia e migliaia di copie ha modi e strumenti per abbattere i costi fissi in maniera significativa, anche attraverso notevoli economie di scala.

In ogni caso la previsione dei costi dell'azione indicati è frutto di una indagine di mercato svolta recentissimamente, che avvalora, in via previsionale, i prezzi indicati nel progetto.

I testi della guida saranno realizzati mediante collaborazioni già attivate nell'ambito del progetto, supervisionati dal personale del GAL per una formale approvazione. Tale attività non prevede risorse aggiuntive, rispetto a quanto indicato nel budget generale.

Incontro tra domanda e offerta:

Con le azioni 1.1 e 1.2 viene realizzato un articolato e approfondito lavoro di coinvolgimento e coordinamento dell'offerta turistica specifica per chi viaggia in camper verso la Romagna: preparare i Comuni e coinvolgere i privati, a una rappresentazione turistica territoriale integrata e diffusa.

Attraverso le Azione 2.1 e 2.2 – si attuano Azioni nazionali per pubblicizzazione e marketing diretto verso i camperisti e "popolo del plein air", nonché Azioni di marketing diretto in ambito internazionale (partecipazione a Fiere specializzate verso il turismo sostenibile e itinerante all'aria aperta in sinergia con APT Servizi).

La domanda turistica (il popolo dei camperisti) verrà coinvolto e fidelizzato con un efficace intervento di marketing diretto tramite il recapito di una guida in 90.000 copie quale supplemento allegato in una delle riviste più autorevoli del settore turismo camper, guida che rappresenta, ricapitola e dettaglia il sistema di offerta globale della Romagna en plein air (dove sostare, scaricare acque e approvvigionarsi, cosa vedere, cosa fare, cosa acquistare, itinerari nell'altra Romagna, ecc.). I contenuti della guida (aree di sosta presso i Comuni e, presso aziende agricole e campeggi) vivranno e saranno rilanciati sul sito online della rivista, e diffusi anche dalla relativa Newsletter. L'iniziativa Romagna/Plein Air e i suoi contenuti, saranno anche presentati ai soci di Club camperisti di settore. Saranno infine realizzate anche 10.000



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

 Regione Emilia Romagna



copie della guida, a beneficio di una diffusione territoriale, e presso gli attori del progetto; inoltre copie di tale guida in lingua inglese saranno diffuse alle fiere all'estero.

L'azione di marketing diretto si svolgerà anche all'estero, con la presenza di una delegazione del GAL nelle Fiere di settore di Germania e Francia, (in accordo e con coordinamento con APT). In ciascuna delle Fiere, avrà luogo una conferenza stampa di presentazione del progetto, nonché l'animazione di uno stand dal quale saranno veicolati direttamente al pubblico delle Fiere i materiali promozionali del territorio prodotti dalle azioni del progetto; accompagnati naturalmente dall'assaggio di prodotti tipici e caratteristici della Romagna.

Azione n. 3:

Evento finale – pubblicizzazione - momenti di orientamento e formazione

Descrizione dettagliata dell'azione:

3.1 - Mobilitazione del territorio GAL L'Altra Romagna per un evento finale di presentazione e lancio dell'iniziativa *Romagna/Plein Air* ai media italiani, alle autorità e al popolo del plein air, attraverso l'organizzazione di raduni di camperisti nei territori GAL.

"L'Altra Romagna presenterà dal vivo i suoi itinerari", manifestazioni - evento di eco nazionale. L'idea proposta coinvolge l'area GAL L'Altra Romagna, con percorsi organizzati che attraversano i comuni del nostro territorio GAL

Tali manifestazioni-evento aiuteranno a svelare in maniera esemplificativa, efficace e realistica, i valori fruibili del territorio, anche di quelle "zone d'ombra" meno visibili dal punto di vista turistico: turisti in "carne e ossa", dunque, che vedranno i paesi ed i borghi, ne vivranno le atmosfere e le caratteristiche paesaggistiche, della storia e del folklore.

E' la manifestazione-evento che serve anche a presentare la realizzazione delle due Azioni precedentemente citate.

E' così il "lancio" ufficiale, con una iniziativa di eco nazionale, della realizzazione in Romagna di un grande, strutturato ed articolato percorso italiano (attrezzato con punti sosta, aree attrezzate e sensibilizzazione degli operatori agrituristici ed agricoli, campeggi nella collina) per il turismo ecosostenibile. Manifestazione per un selezionato afflusso di turisti motivati, oltre che rappresentativi (es. presidenti e responsabili di Camper Club o Associazioni di campeggiatori), notizia che essi possano poi diffondere, con effetto moltiplicatore, nelle proprie regioni di appartenenza.

La proposizione della manifestazione-evento con itinerari diversi, al fine di dimostrare al turista: la possibilità di scomposizione dell'itinerario globale in decine di sub-itinerari, che possono essere replicati, ed interpretati in diversi weekend, anche nelle basse-stagioni; lo straordinario intreccio che il territorio de L'Altra Romagna offre, facendosi anche guidare dalla fantasia, per comporre percorsi che legano paesaggi e cultura, arte e tradizioni.



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna



Prescrizione E): "indicare chi organizza il raduno: se il GAL o le pro loco; se vi è personale direttamente coinvolto? Si ricorda che non è mai possibile identificare soggetti privati senza aver precedentemente svolto almeno una manifestazione di interesse." Il raduno sarà organizzato dal GAL, che si avvarrà della fattiva e necessaria collaborazione delle Pro loco. Nell'eventualità di coinvolgimento di soggetti privati si procederà secondo le normative vigenti e, se previsto, previo svolgimento delle relative manifestazioni d'interesse.

Procedure per la sua attuazione

Soggetti coinvolti: GAL L'Altra Romagna, le ex-Comunità Montane/Unioni dei Comuni, le principali Pro Loco, le Associazioni di categoria, aziende agrituristiche, campeggi dell'entroterra, e, naturalmente, i sindaci e gli amministratori dei comuni attraversati dagli itinerari

L'organizzazione di un simile evento, è impegnativa e complessa, e richiede il contributo delle **Pro Loco**, oltre che dei Comuni.

Il ruolo delle Pro Loco risulta molto importante; a tal proposito va sottolineato che Il CdA de L'Altra Romagna ha approvato in data 20 febbraio 2017, una convenzione non onerosa con i Comitati provinciali delle Pro loco di Forlì-Cesena e Ravenna finalizzata alla collaborazione nella divulgazione di eventi.

In un'ottica di collaborazione e sinergia reciproca, i referenti del Gal L'Altra Romagna e dei Comitati provinciali delle Pro Loco di Forlì-Cesena e Ravenna si impegnano ad effettuare incontri di confronto sulla corretta procedura della collaborazione, per sviluppare le sinergie sul territorio.

Tali incontri costituiscono opportunità nell'individuazioni di aree ed eventi legati al tema del turismo all'area aperta.

Nei Comuni ove transiteranno visiteranno, con guida, alcune eccellenze importanti e significative; saranno accolti con piccole degustazioni di prodotti locali, e potranno avvalersi, delle possibilità tipiche del turismo pleinair (*bicicletta, camminate, escursioni, ecc.*)

Si realizzeranno tre raduni distinti (anche per stagione), articolati dal venerdì alla domenica, ciascuno per territorio (faentino, forlivese, cesenate), coincidenti con sagre/feste/manifestazioni che possono allietare la presenza dei viaggiatori in camper, che troveranno così paesi e borghi ancor più "in festa", pronti ad accoglierli.

Nei tre raduni si toccheranno i Comuni del territorio Gal L'Altra Romagna ed i camperisti parcheggeranno per le notti in località diverse. Nei comuni ove transiteranno visiteranno, con guida, alcune eccellenze importanti e significative; saranno accolti con piccole degustazioni di prodotti locali, in azienda o dalle autorità locali. Potranno avvalersi, delle possibilità tipiche del turismo pleinair. Per ogni itinerario, si concorderà in alcune località anche cene a tema a prezzo predefinito, oltreché fornire ai camperisti recapiti di trattorie, ristoranti e pizzerie.



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

 Regione Emilia Romagna



Ovvero, concorderà con le pro loco/ass. di protezione civile disponibili, di preparare cene di accoglienza per gli ospiti (a pagamento, con prezzi concordati) in alcuni Comuni.

I programmi specifici di visita saranno elaborati e definiti nel progetto di dettaglio

Gli itinerari toccati e i periodi individuati (con relative manifestazioni), con il programma di massima, sono:

RADUNO A - Cesenate (3° weekend di marzo 2018): Mercato Saraceno – Cantina F.lli Casali - Bagno di Romagna - Alfero - Salumificio del Fumaiolo - Acquapartita - Sarsina (Sagra della Pagnotta)

RADUNO B - Faentino (2° weekend di maggio 2018): Riolo Terme – Frantoio CAB - Brisighella – Castel Rainero Faenza (Sabato : Musica nelle Aie)

RADUNO C – Forlivese (1° weekend di settembre 2018): Predappio (Venerdì in serata: La Tre giorni del Sangiovese) - Rocca Caminate - Meldola (Protezione Civile) - Cusercoli Castello – cantina Poderi dal Nespoli - Castrocaro Terra del Sole (Domenica : Palio di Santa Reparata)

-

3.2 - Azioni di sensibilizzazione, orientamento e formative

Per accompagnare lo sviluppo del presente progetto con l'approntamento di momenti di sensibilizzazione ed orientamento, si prevede di organizzare cicli di incontri seminariali di informazione e sensibilizzazione riservati ai gestori, collaboratori e dipendenti delle aziende aderenti o coinvolte nelle azioni, così come interventi di informazione e sensibilizzazioni sulle dinamiche e problematiche peculiari del turismo itinerante all'aria aperta, per operatori di Enti Beneficiari o di attori istituzionali del turismo (Comuni, ex Comunità Montane, IAT, Parco, operatori, ecc.).

Al fine di disseminare sul territorio una cultura d'approccio col (nuovo) turismo, va percorsa la possibilità di estendere la partecipazione ai seminari, su particolari argomenti, anche alle popolazioni residenti.

Saranno organizzati come momenti di sensibilizzazione ed orientamento tre seminari nei territori, propedeutici e preparatori ad una opportuna conoscenza del presente progetto ad amministratori, operatori del turismo, stakeholders e opinion leader, sulle potenzialità che il turismo itinerante all'aria aperta può rappresentare per portare nell'entroterra romagnolo la domanda turistica di un visitatore attivo, motivato e curioso.

Si realizzeranno così tre incontri (nel faentino, nel forlivese e nel cesenate) di presentazione del progetto e opportuna riflessione turistica, con la presenza del Gal L'Altra Romagna e giornalisti esperti del settore. Negli incontri, aperti anche alla cittadinanza, saranno convocati amministratori dei 25 Comuni coinvolti, operatori e attori istituzionali del turismo territoriale (ex Comunità Montane, IAT, Parco Nazionale e Parchi Naturali, ecc.), gestori, collaboratori e dipendenti delle aziende aderenti o coinvolte nelle azioni (agriturismi, aziende agricole, campeggi, ecc).



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna

Prescrizione F): "il costo deve essere suddiviso per voce di spesa; indicare se si devono affittare locali; se deve intervenire una figura professionale e/o se personale GAL il cui costo deve essere quantificato".

Sono stati previsti 3 seminari per azioni di sensibilizzazione, orientamento e formative; per i tre seminari si prevedono 3.000€, al costo unitario previsto di 1.000€ l'uno, e le voci di spesa previste sono "relatori, affitto spazi, materiali divulgativo", come riportato al punto 6 Azione 3.2 della presente scheda . Il costo del personale GAL si può quantificare in:

direttore 27,83 €/h

progettista 16,84 €/h

amministrativa A 23,69 €/h

amministrativa B 37,17 €/h

e si può prevedere un impegno di poche ore per singola figura per ogni seminario.

Previsione dei costi dell'azione

Azione 3.1 € 12.000,00

Azione 3.2 € 3.000,00

Carto-guida e social

La forza e la particolarità del progetto sta nell'incontro vero e conseguente di effetti tra domanda (camperisti lettori) e offerta (il nostro territorio vocato ai camper, come esplicito nella guida veicolata in 100.000 copie totali).

La forza e la efficacia di quest'azione di marketing diretto (la guida arriva nelle case e nei camper di turisti veri e pronti a partire...) è giocata tutta nell'autorevolezza della rivista che si andrà a individuare, l'elevata capacità di diffusione e la fidelizzazione del lettore-camperista. Va considerata la peculiarità del segmento turistico dei fruitori della vacanza camper: viaggiatore molto motivato, dove lo stesso viaggio/camper è linguaggio, cultura, comportamento; ove, cioè, i consigli di una rivista autorevole del settore sono seguiti, considerati: sono, appunto, fidelizzanti.

Va sottolineato che nel progetto è previsto un affiancamento comunicativo e promozionale online, parallelo alla funzione della guida:

- a) Col rimbalzo delle azioni e iniziative del progetto nelle rubriche del sito della rivista, con le relative newsletter, e sulle pagine Facebook e Instagram del giornale individuato;
- b) Col rimbalzo delle azioni e iniziative del progetto presso le decine di migliaia di aderenti ai Club dei camperisti;
- c) Con una attività promo comunicativa costante da parte della cabina di regia del progetto, che una volta pubblicata e veicolata la guida sul mercato, punterà molto ad una diffusione dell'offerta romagnola per il turismo en plein air, sui social network (FB, Twitter, Instagram) e presso le associazioni di camperisti online;



- d) Con gli strumenti già esistenti e già utilizzati da Altra Romagna, quali il sito, facebook, la APP L'Altra Romagna, instagram, ecc;
- e) Va sottolineato come esista già e sia operativa, l'app Altra Romagna in cui si scopre un nuovo volto dell'Appennino Romagnolo, grazie anche ad accorgimenti tecnici quali la "realtà aumentata". L'App è lo strumento per smartphone e tablet con cui cittadini e turisti possono scoprire il territorio in un modo nuovo e coinvolgente. Gratuita e scaricabile dagli Store Itunes e Google Play. L'App L'Altra Romagna raccoglie attualmente al suo interno 37 Comuni ripartiti sulle Province di Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini, suddivisa in 10 sezioni tematiche (fra cui ITINERARI che racchiude un offerta variegata di percorsi tematici) e contenente oltre 2000 punti d'interesse già censiti in accordo coi comuni del territorio. Ribadita e considerata l'importanza dei social e degli strumenti digitali più innovativi nell'affiancare strumenti classici come una cartoguida, nelle azioni del progetto la promozione con questi strumenti è considerata a costo zero, in quanto utilizza canali e modalità operative già utilizzati e di uso ordinario presso il GAL.

3. MODALITA' DI REALIZZAZIONE

Il progetto verrà attuato a regia diretta dal Gal L'Altra Romagna, con il coinvolgimento di competenze esterne specifiche per le varie tipologie di attività, selezionate tramite le procedure previste dal nostro regolamento interno e dal decreto legislativo n. 50/2016.

Secondo quanto previsto dal nostro Regolamento interno, rev. 00 approvato dall'Assemblea dei Soci del 20/10/2016, e in osservanza del Decreto L. 50/2016 e relative Linee guida Anac n. 4, L'Altra Romagna opererà nei seguenti modi:

- Per affidamenti di forniture e servizi inferiori o uguali a € 5.000,00 il Direttore, Responsabile del procedimento, procederà con affidamento diretto previa indagine di mercato;
- Per affidamenti di forniture e servizi superiori a € 5.000 e inferiori a € 40.000, si procederà tramite un'indagine di mercato comparando almeno tre preventivi di spesa confrontabili, nel rispetto dei principi di economicità e concorrenza e formalizzando i risultati sul documento "Raffronto di preventivi di spesa" a firma del Responsabile del Procedimento. Il Gal individua gli operatori economici tramite un avviso di manifestazione di interesse secondo le regole e le procedure che sono descritte al punto 4.5 del nostro Regolamento interno.

4. TERMINI E SCADENZE

L'iniziativa, a decorrere dall'attivazione degli interventi previsti, si dovrebbe concludere entro il 31.12.2019.



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Regione Emilia Romagna

6. QUADRO COMPLESSIVO FINANZIARIO ED ANALISI DEI COSTI

Previsione complessiva di spesa	Euro 100.000,00
Dettaglio:	
raccolta informazioni e verifiche sul territorio - Azione 1.1 - verifica dell'esistente, aree sosta, attrezzature e segnaletica. Messa in rete strutture pubbliche e private	Euro 4.000,00
Segnaletica - Azione 1.2 <ul style="list-style-type: none"> - produzione, fornitura e messa in opera di specifica segnalazione stradale - n. frecce previste circa 28 - n. tabelle previste circa 28 	Euro 18.000,00
Marketing diretto nazionale - Azione 2.1 <ul style="list-style-type: none"> - Progettazione, redazione, produzione, traduzione guida in quadricromia dimensioni 21x14,5 n. 96 pag. con foto a colori testo bilingue o inglese (almeno su 5.000 copie) - Veicolamento attraverso rivista nazionale del settore con elevata tiratura 90.000 copie - 10.000 copie (5.000 in italiano + 5.000 testo bilingue o inglese) disponibili per il GAL per relativa diffusione territoriale - Servizi giornalistici di presentazione iniziativa, itinerari e territorio - Diffusione via web settoriali di rilevanza nazionale per presentazione iniziativa, itinerari e territorio 	Euro 39.000,00
Marketing diretto internazionale - Azione 2.2 <ul style="list-style-type: none"> - Affitto e gestione stand espositivo - Organizzazione e gestione dello spazio espositivo - Organizzazione e gestione di piccole degustazioni - Spese di trasferta, trasporto materiali, ecc. 	Euro 16.000,00
Evento finale, il Gal presenta dal vivo i suoi itinerari - Azione 3.1 <ul style="list-style-type: none"> - 3 raduni - affitto location, stand - momenti di presentazione e piccole degustazioni - momenti di intrattenimento musicale e artistico - organizzazione conferenza stampa - riprese televisive e relativa diffusione 	Euro 12.000,00
Azioni di sensibilizzazione, orientamento e formative - Azione 3.2 <ul style="list-style-type: none"> - 3 seminari rivolti a operatori del settore pubblico e privato - relatori, affitto spazi, materiale divulgativo 	Euro 3.000,00
Coordinamento GAL	Euro 8.000,00

Ipotesi di copertura del progetto	Contributo Pubblico - GAL 100%	Euro 100.000,00
--	-----------------------------------	------------------------

7.RISULTATI ATTESI

L'attuazione delle varie azioni e attività previste persegue la: realizzazione e aggiornamento, nel cuore della Romagna, di un grande, strutturato ed articolato percorso italiano, attrezzato con aree e punti sosta nei Comuni Leader; sensibilizzazione degli operatori agrituristici e operatori dei campeggi; migliorare e strutturare una offerta organizzata, coordinata e sinergica per il "popolo del plein air", i protagonisti del turismo ed ecosostenibile, viaggiatori dall'aria nuova e alla ricerca di novità, curiosità, cultura, emozioni nella vacanza e nel tempo libero. Il progetto contribuisce a risolvere l'impossibilità per i piccoli comuni, soprattutto collinari e montani, di addivenire singolarmente ad una efficace politica turistica, per intercettare la domanda, crescente e in forte sviluppo, del turismo all'aria aperta. Ciascun Comune, ciascuna area dei diversi territori porterà all'offerta complessiva dell'entroterra romagnolo proprie caratteristiche e peculiarità, col risultato di un itinerario articolato, e scomponibile in decine di sub-itinerari, ricchissimo di gamme di valori disparati e di servizi mirati ed appropriati per il nuovo turista.

Lo sviluppo così integrato del turismo itinerante all'aria aperta, con l'agriturismo, il turismo rurale e verde, 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.

8.MONITORAGGIO

Il monitoraggio delle azioni previste sarà svolto in itinere dal tecnico 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.