



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Allegato 1 – Formulario di progetto

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE SARDEGNA 2014-2020

TIPO DI INTERVENTO 19.2.1

SOSTEGNO PER L'ESECUZIONE DELLE OPERAZIONI NELL'AMBITO DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE
DI TIPO PARTECIPATIVO

“AZIONI DI SISTEMA”

GAL PROPONENTE

GAL ALTA-GALLURA-GALLURA





Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



1.TITOLO DEL PROGETTO

SLOW_TOUR Gallura – Un’offerta turistica accogliente, responsabile ed ecosostenibile

2. DENOMINAZIONE ABBREVIATA

SLOW_TOUR Gallura

3. SCOPO DEL PROGETTO

Esplicitare le motivazioni alla base dell’azione di sistema e lo scopo ultimo della stessa, in termini di benefici attesi per i gruppi di stakeholders del PdA.

Il territorio interno della Gallura è caratterizzato da una ricchezza del patrimonio naturalistico e produttivo che viene tendenzialmente oscurata dall’attrazione costiera, quella maggiormente valorizzata. Pertanto, le zone interne hanno subito un progressivo spopolamento a causa della mancanza di opportunità, soprattutto per i giovani. Il progressivo invecchiamento della popolazione e la mancanza di ricambio generazionale, costituiscono delle sfide sociali che devono essere affrontate in modo innovativo e partecipativo, attraverso il design di strategie di sviluppo locale che diano nuovi impulsi ad un’economia che subisce delle limitazioni di vario tipo, come ad esempio la mancanza di infrastrutture adeguate. È possibile e necessario invertire questa tendenza, valorizzando le risorse culturali, ambientali, artigianali, storiche ed enogastronomiche che il territorio possiede, attraverso la promozione di nuove e innovative strategie turistiche. In quest’ottica, appare più che mai necessario creare delle sinergie tra i diversi operatori del settore turistico, i quali, agendo in maniera singola e disomogenea, rischiano di non sfruttare un potenziale economico che emerge dalle nuove esigenze del mercato turistico (e.g. turismo sostenibile, turismo esperienziale, slow tourism). Pertanto l’obiettivo del progetto è quello di **sostenere la definizione di un’offerta turistica integrata ma diversificata del territorio della Gallura e del Monte Acuto, fomentando lo sviluppo del territorio, stimolando l’occupazione e la ricollocazione lavorativa nonché l’economia**. Non da ultimo, persiste la necessità di destagionalizzare il fenomeno turistico, tendenzialmente concentrato nei mesi estivi, a favore di una distribuzione più omogenea delle presenze, possibile appunto grazie alla varietà e all’integrazione dell’offerta tramite servizi alternativi e innovativi.

4. COERENZA DELL’AZIONE DI SISTEMA CON LE AZIONI CHIAVE INDIVIDUATE NEL PIANO DI AZIONE (MAX 30 RIGHE)

L’azione di sistema proposta dal GAL deve essere strettamente collegata e funzionale all’attuazione delle azioni chiave previste nel relativo PdA



L'azione di sistema risulta coerente con l'azione chiave in quanto si propone di affrontare i principali elementi identificati dal PdA. In particolare la creazione di una **rete turistica integrata** si configura come lo strumento attraverso il quale rivitalizzare il territorio e fomentare l'economia locale. La **messa a sistema di servizi esistenti**, e **l'integrazione con altrettanti sistemi innovativi**, si propone non solo di migliorare la quantità dell'offerta turistica, ma anche la qualità, andando ad agire di conseguenza anche sulla qualità dell'esperienza del singolo turista e delle comunità ospitanti.

F5 - Favorire un sistema turistico più dinamico, organizzato e collaborativo in cui tutti gli stakeholder possano essere protagonisti del loro territorio. Attraverso questa **messa a sistema** si risponde pertanto al bisogno del territorio di organizzare le parti che lo compongono in maniera fruttuosa e di creare **relazioni stabili** che potenzino le capacità dei singoli soggetti di offrire servizi completi, al fine di aumentare la qualità e la quantità degli stessi;

F8 – Creare pacchetti turistici che rispondano adeguatamente alle esigenze della domanda. La rete avrà l'obiettivo non solo di armonizzare l'offerta ma anche, attraverso gli studi che verranno effettuati, di **mappare l'offerta del territorio** in modo da compararla con la domanda locale, nazionale ed internazionale, nel tentativo di adeguare l'offerta alla domanda.

F10 – Diversificare l'offerta turistica per favorire la destagionalizzazione e avere flussi turistici durante tutto l'arco dell'anno. F11 – Valorizzare il patrimonio materiale e immateriale di tipo culturale, ambientale e naturalistico. La rete, comprendendo tutti gli attori del comparto turistico (risorse culturali e ambientali; prodotti tipici - agroalimentare e artigiano-; servizi turistici; ricettività) permetterà di integrare servizi che prescindano dal binomio sole-mare, puntando alla valorizzazione dei diversi elementi che compongono la bellezza e la peculiarità del territorio, attraverso la **creazione di itinerari turistici e pacchetti turistici** che comprendano esperienze composite e diversificate, permettendo così di valorizzare il territorio materiale e immateriale. Puntare su nuovi tipi di turismo, che vedano i turisti come parte attiva dell'esperienza turistica, permette anche di condividere, e pertanto mantenere in vita, la cultura e la tradizione locale. Inoltre la costituzione di un brand specifico, supportato da campagne di comunicazione mirate, assicurerà di creare nell'immaginario collettivo una visione dell'offerta turistica e del territorio completa, vasta e attraente.

F7 – Intervenire sulla formazione degli operatori. Al fine di poter raggiungere questi obiettivi, gli operatori che verranno direttamente coinvolti all'interno della parte gestionale e operativa della struttura che si verrà a creare, verranno inseriti e guidati in un **percorso formativo**, grazie al quale riceveranno gli strumenti necessari per poter definire delle strategie e dei servizi innovati.



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



5. QUADRO LOGICO DI SINTESI (utilizzare il formato A3 se necessario)

	Obiettivi operativi	Attività previste	Beneficiari locali	Indicatori di realizzazione		Indicatori di risultato		Soggetto esecutore <small>Indicare se l'azione viene svolta tramite il personale del GAL o tramite affidamento a soggetto esterno.</small>	
				Indicatore	Valore target	Indicatore	Valore target		
OBIETTIVO GENERALE Sostenere la definizione di un'offerta turistica integrata ma diversificata del territorio della Gallura e del Monte Acuto, fomentando lo sviluppo del territorio, stimolando l'occupazione e la ricollocazione lavorativa nonché l'economia locale	(1) Contribuire alla sistematizzazione e rafforzamento del comparto turistico potenziando il lavoro di rete tra operatori turistici e della filiera produttiva	1.1 Analisi e inquadramento del territorio e delle caratteristiche dell'offerta	Operatori turistici Enti locali e Autorità Operatori della filiera produttiva Comunità locale Turisti	Categorizzazione degli asset turistici	5	DATABASE e Mappatura dell'offerta	1	Consulenza esterna	
		1.2 Animazione e informazione	Operatori turistici Operatori della filiera produttiva	Conferenza di presentazione	1	n. partecipanti alla Conferenza	150	Personale GAL Servizi esterni	
		1.3 Strutturazione di una Rete operativa tra operatori turistici e della filiera produttiva		n. operatori aderenti alla Rete	100	Disciplinare di utilizzo Rete	1	Personale GAL Consulenza esterna	
		1.4 Formazione degli operatori della Rete		Enti locali e Autorità pubbliche	n. test intermedio di valutazione	1	n. operatori formati	25	Servizi esterni Consulenza esterna
		1.5 Programmazione strategia e attività della Rete		n. incontri operativi per la definizione dell'agenda	4	Agenda biennale di azioni e interventi della Rete	1	Personale GAL	
	(2) Sviluppare e promuovere la Destinazione/Sistema GALLURA	1.6 Definizione di un BRAND UNICO GALLURA	Operatori turistici Enti locali e Autorità Operatori della filiera produttiva Comunità locale	n. incontri operativi per la definizione del brand	3	Approvazione ufficiale del Brand	1	Personale GAL Servizi esterni	
		1.7 Costruzione di itinerari turistici	Turisti	n. incontri operativi per la definizione degli itinerari	10	4	Itinerari turistici	5	Personale GAL Consulenza esterna
		2.1 Campagna promozionale e di comunicazione		Approvazione ufficiale campagna di comunicazione	1	n. materiale promozionale distribuito	15.000	Servizi esterni	
		n. Utenti web social network		20.000	n. download app	10.000			



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



6. DESCRIZIONE DETTAGLIATA DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

Illustrare in modo dettagliato e consequenziale le azioni previste dal progetto e identificate nel quadro logico.

1_Creazione e rafforzamento della rete turistica attraverso la definizione di un sistema integrato di itinerari:

Propedeutica all'intera azione di sistema, **l'analisi ed inquadramento del territorio e delle caratteristiche dell'offerta (1.1)** - attraverso la **categorizzazione degli assets turistici** secondo le diverse tipologie esistenti (risorse culturali e ambientali; prodotti tipici - agroalimentare e artigiano-; servizi turistici; ricettività) - consente di approfondire, in maniera sistemica e univoca per l'intera area (entroterra e costa), la conoscenza dei settori e delle filiere esistenti, distinguendo tra aree già strutturate ed altre più carenti verso cui orientare le possibilità di intervento migliorativo e integrazione tra gli elementi dell'offerta pianificati ed inseriti nella strategia GAL da realizzare attraverso la predisposizione degli interventi a bando pubblico rivolti agli operatori privati e pubblici, orientati alla riqualificazione del patrimonio e al sostegno all'imprenditoria turistica. I risultati dell'analisi sistemica dell'area, ottenuti collezionando dati ed informazioni provenienti da altri contesti operativi limitati ad alcuni settori specifici (e.g. vino, olio, etc.), gli obiettivi e le attività del progetto saranno illustrati durante una **Conferenza di presentazione dell'azione**. Questa rappresenterà il primo passo verso un percorso più intenso di **animazione e informazione (1.2)** finalizzato al coinvolgimento di operatori pubblici e privati che consentirà di avviare la successiva fase di **messa in rete (1.3)** dei vari operatori, dei circuiti e delle iniziative esistenti, pubbliche e private, strutturata attraverso un **percorso partecipativo di rete**, guidato da esperti del settore ed indirizzato ad operatori privati e soggetti pubblici. La rete va intesa come **modello di aggregazione innovativo fra aziende dell'agroalimentare e strutture ricettive** calibrato sui fabbisogni del territorio la cui forma precisa emergerà dallo studio e dal confronto con gli operatori durante il percorso di progettazione partecipata di supporto. E' previsto un ciclo di incontri partecipativi e di discussione finalizzati alla costituzione della rete e del disciplinare di utilizzo. Una volta definita, la nuova struttura, dotata di un corpo gestionale ed uno operativo, sarà seguita da personale qualificato in un **percorso formativo (1.4)** rivolto agli operatori aderenti - selezionati secondo criteri specifici - per qualificare i contenuti e le metodologie d'azione. La struttura si attiverà sotto la guida GAL alla definizione di una prima **agenda di azioni ed interventi** da realizzare nel biennio **(1.5)**. A titolo esemplificativo: creazione di servizi innovativi e promozione di sistemi a supporto del turismo in area rurale per il miglioramento quali/quantitativo dei servizi offerti; interventi a supporto della promozione e vendita di prodotti tipici e locali; etc. Primo compito operativo della rete sarà quello di avviare i lavori per la definizione di un **Brand unico Gallura (1.6)** distintivo per il territorio e la sua offerta. Il Brand accoglie sotto il suo ombrello l'insieme dell'offerta costiera e dell'entroterra strutturando in maniera integrata i diversi servizi e prodotti turistici esistenti, o di recente costituzione in particolare i diversi itinerari turistici (es. olio e vino al vaglio della Misura 19.3.) e soprattutto attivando un percorso di **costruzione di itinerari** relativi agli **assets** emersi nella 1.1 e non ancora fruibili **(1.7)**.

2_Actività di promozione congiunta, compresi i circuiti promozionali e i pacchetti di offerta unica del territorio, da estendere a marketing, export, innovazione e ricerca: La seconda categoria di azione è finalizzata a valorizzare e promuovere il sistema Gallura precedentemente



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



definito. L'obiettivo è quello di dare al territorio una visibilità tale da competere a livello nazionale e internazionale con un'offerta di territori, culture e servizi forte e articolata, in grado di esaltare, in una logica di sistema, le differenze, le tradizioni e i contesti storico-ambientali oltre che promuovere una rete di servizi organizzati secondo criteri e standard qualitativi. A tal proposito, sarà avviata una **campagna di promozione e comunicazione (2.1)** a regia GAL comprendente la **definizione di una grafica identificativa** per il **BRAND Gallura** (design layout e immagine grafica coordinata); Produzione e distribuzione di **materiale promozionale** di tipo tradizionale tra cui brochure, una **guida/cartina dei percorsi/itinerari e dei territori**, una **campagna social e di web marketing**; Produzione di una **segnaletica stradale** dedicata agli itinerari ideati per facilitare il raggiungimento luoghi di rilievo; **spot tv e radio**, e **inserti su riviste specializzate**; realizzazione di un **portale web** come strumento innovativo di promozione e commercializzazione della destinazione-prodotto Gallura, una vetrina sull'offerta comprensiva di una **sezione di e-booking** (ed eventualmente di **e-commerce**) e **app** collegata. L'azione di promozione prevede la **partecipazione a fiere nazionali ed internazionali** (e.g. ITB Berlino)

7. GRADO DI INNOVAZIONE

Illustrare gli elementi innovativi apportati dall'azione di sistema alla strategia locale del PdA.

Il progetto intende combinare elementi di innovazione con gli elementi della tradizione locale, in un'ottica di sostenibilità e rispetto della cultura e tradizioni locali. L'intento di creare una **rete interprofessionale variegata**, che comprenda i diversi elementi cardine di un'offerta turistica integrata, rappresenta un'innovazione rispetto al modello di conduzione attuale dell'intero settore turistico, molto frammentato e con un minimo, se non nullo, grado di collaborazione.

Inoltre, la volontà di migliorare l'offerta attraverso il **design di servizi alternativi**, rappresenta un aggiornamento e un tentativo di ammodernamento dell'offerta locale, attraverso l'affiancamento di servizi turistici accattivanti e innovativi a un modello turistico più standard. Per esempio, puntare sul **turismo esperienziale** significa innovare i vecchi modelli turistici, a vantaggio di un'offerta più completa e che includa la partecipazione attiva del turista nel contesto e nella situazione in cui si trova.

Anche la definizione di una **strategia di comunicazione e marketing** che punti sul creare un **brand unificato** per la zona, la realizzazione di un **portale web** come strumento innovativo di promozione e commercializzazione della destinazione-prodotto Gallura, che funga da vetrina sull'offerta, nonché la creazione di una sezione di **e-booking** (ed eventualmente a **e-commerce**) e **app** collegata, rappresentano delle innovazioni per il territorio, attraverso lo sfruttamento delle nuove tecnologie.



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



8. SOSTENIBILITÀ DELLE ATTIVITÀ NEL TEMPO

Illustrare la sostenibilità economica e organizzativa del progetto, una volta concluso. In che modo i risultati conseguiti possono essere sostenuti nel tempo?

Il progetto intende fornire lo stimolo e gli strumenti necessari per sostenere azioni innovative e avviare collaborazioni intersettoriali che prescindono dalla presenza economica e operativa futura del finanziatore. Gli effetti a medio lungo termine consentiranno di generare redditi che permetteranno agli attori coinvolti di migliorare la loro condizione e l'offerta di servizi integrati.

Infatti, nel medio lungo termine, l'ottenimento di una destagionalizzazione del mercato turistico verrà garantita tramite l'offerta variegata in termini contenutistici e temporali, che permetterà agli operatori coinvolti di aumentare gli introiti in periodi altrimenti stagnanti.

La sostenibilità organizzativa ed economica è garantita dalla stessa organizzazione della rete, che sarà dotata di strutture gestionali e operative. Inoltre, a garanzia ulteriore della sostenibilità economica della presente azione, il GAL si adopererà per il reperimento di ulteriori fondi (e.g. finanziamenti europei a valere su Programmi specifici, quali COSME, e/o fondi provenienti da enti/istituzioni/fondazioni private di altro tipo, etc.) per lo sviluppo, l'approfondimento e la replicabilità dei risultati ottenuti anche dopo la conclusione delle attività qui previste.

Infine, da un punto di vista ambientale la sostenibilità è assicurata dal fatto che progetto non ha un'influenza negativa, piuttosto si propone di gestire le risorse in maniera equa e attenta.

9. CAPACITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI ATTORI LOCALI

Illustrare le modalità attraverso le quali viene assicurata la partecipazione degli attori locali all'azione di sistema.

L'attività di animazione prevista dal progetto è interamente dedicata al coinvolgimento degli attori ed interlocutori privilegiati, pubblici e privati, che andranno a costituire la rete. La realizzazione di una conferenza per la presentazione dell'azione rappresenta il primo punto di incontro e coinvolgimento degli stakeholders. Successivamente, i metodi per il coinvolgimento variano dai tradizionali sistemi di comunicazione, al contatto diretto attraverso la predisposizione di incontri dedicati presso la sede dei GAL ed enti coinvolti durante i quali saranno illustrati gli obiettivi e la strategia dell'azione di sistema, nonché contatti telefonici e via email attingendo alle banche dati disponibili ed una calzante azione di comunicazione e promozione attraverso il web e i social media. Per rafforzare l'azione, il GAL si appoggerà ad altri interlocutori locali strettamente legati al comparto, quali coldiretti, confcommercio, confartigianato, associazioni di categoria del settore turistico etc. In particolare, sarà pubblicata una **manifestazione di interesse** finalizzata all'individuazione degli attori dei diversi settori da coinvolgere nelle varie fasi, soprattutto in relazione al percorso di formazione e alla creazione delle strutture gestionali e operativi, che saranno selezionati sulla base di criteri definibili dopo aver



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



eseguito un'analisi preliminare delle risorse operanti nel territorio.



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



10. PIANO FINANZIARIO

Attività	Costi previsti
1.1 Analisi e inquadramento del territorio e delle caratteristiche dell'offerta	€7.625,00
1.2 Animazione e informazione	€8.000,00
1.3 Strutturazione di una Rete operativa tra operatori turistici e della filiera produttiva	€63.194,60
1.4 Formazione degli operatori della Rete	€25.620,00
1.5 Programmazione strategia e attività della Rete	€2.160,00
1.6 Definizione di un BRAND UNICO GALLURA	€5.210,00
1.7 Costruzione di itinerari turistici	€9.785,00
2.1 Campagna promozionale e di comunicazione	€80.726,16
Coordinamento e gestione	€44.484,00
Spese generali 10%	€12.351,26
TOTALE	€259.156,02



Fondo Europeo Agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



11. CRONOPROGRAMMA

Tempi di realizzazione						
Attività	2018	2019	2020	2021
1.1 Analisi e inquadramento del territorio e delle caratteristiche dell'offerta						
1.2 Animazione e informazione						
1.3 Strutturazione di una Rete operativa tra operatori turistici e della filiera produttiva						
1.4 Formazione degli operatori della Rete						
1.5 Programmazione strategia e attività della Rete						
1.6 Definizione di un BRAND UNICO GALLURA						
1.7 Costruzione di itinerari turistici						
2.1 Campagna promozionale e di comunicazione						
Coordinamento e gestione						