



# **Interreg V-A Francia-Italia (ALCOTRA)**

(2014 - 2020)

## **Dossier di candidatura**

Progetti singoli (PITEM/PITER)

Asse prioritario-Priorità di investimento-Obiettivo specifico 3-1-1

III. ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO

(6c) Conservare, proteggere, promuovere e sviluppare il patrimonio naturale e culturale

3.1 PATRIMONIO NATURALE E CULTURALE : incrementare il turismo sostenibile nell'area ALCOTRA

## **OUTDOOR OFF**

PROGETTO SEMPLICE 3 – OFFERTA INTEGRATA OUTDOOR - QUALITÀ

## **Versione presentata**

Programme Alcotra

1, Esplanade François Mitterrand CS 20033 69269 LYON cedex 02 FRANCIA Rhône-Alpes Haute-Savoie

Tel:

Fax:

Email: [alcotra-synergiecte@auvergnerhonealpes.eu](mailto:alcotra-synergiecte@auvergnerhonealpes.eu)

# Sommario

<b>- I - Riepilogo del progetto</b>	<b>1</b>
1. Identificazione del progetto	1
2. Descrizione sintetica del progetto	1
3. Riepilogo del piano finanziario del progetto	2
4. Riepilogo dei partner del progetto	2
5. Contatto con l'animatore territoriale	4
<b>- II - Partner del progetto</b>	<b>5</b>
1. Partner del progetto	5
1.1 <i>Questionario relativo ai partner 1</i>	9
1.2 <i>Questionario relativo ai partner 2</i>	9
2. Piano finanziario del partner	14
2.1 <i>Piano finanziario del partner</i>	14
2.2 <i>Origine del contributo dei partner</i>	15
2.3 <i>Ripartizione del budget del partner per attività / categorie di spesa (CS)</i>	17
<b>- III - Descrizione del progetto</b>	<b>21</b>
1. Contesto di riferimento del progetto	21
1.1 <i>Sfide territoriali comuni : contesto e problematiche di riferimento</i>	21
1.2 <i>Sfide affrontate dal progetto e approccio utilizzato</i>	21
1.3 <i>Necessità della cooperazione transfrontaliera / Valore aggiunto transfrontaliero</i>	22
1.4 <i>Effetto leva</i>	22
2. Obiettivo del progetto	23
2.1 <i>Obiettivi, risultati attesi e principali realizzazioni del progetto</i>	23
2.2 <i>Gruppi destinatari del progetto</i>	27
2.3 <i>Sostenibilità delle realizzazioni e risultati del progetto</i>	28
2.4 <i>Trasferibilità delle realizzazioni del progetto</i>	28
3. Integrazione del progetto nell'ambito di riferimento	29
3.1 <i>Strategie e politiche europee, nazionali e regionali</i>	29
3.2 <i>Sinergie e complementarietà con gli altri progetti</i>	30
3.3 <i>Capitalizzazione</i>	30
4. Principi orizzontali	31
5. Focus sviluppo sostenibile	32
5.1 <i>Zone sensibili relative all'ambiente</i>	32
5.2 <i>Impatti diretti o indiretti sull'ambiente</i>	33
5.3 <i>Tabella degli impatti ambientali</i>	33
5.4 <i>Azioni di comunicazione nell'ambito dell'ambiente</i>	34
6. Piano di lavoro	35
6.1 <i>Piano di lavoro</i>	35
6.2 <i>Piano di lavoro per gruppo di attività</i>	48
6.3 <i>Appalti pubblici</i>	79
6.4 <i>Descrizione della gestione del progetto</i>	79
6.5 <i>Descrizione della comunicazione</i>	79
6.6 <i>Coinvolgimento dei destinatari del progetto</i>	80

---

7. Costi semplificati	82
8. Dettaglio delle entrate generate dal progetto	84
9. Localizzazione delle attività	84
9.1 Localizzazione di tutte le attività situate nell'area del programma	84
9.2 Localizzazione dei partner	85
10. Calendario previsionale	87
<b>- IV - Budget del progetto</b>	<b>91</b>
1. Piano finanziario del progetto (fondo) - Ripartizione per partner	91
2. Budget del progetto - Riepilogo per partner e per categoria di spesa	91
3. Budget del progetto - Riepilogo per partner e per anno	92
4. Budget del progetto - Riepilogo per partner e per attività	93
5. Budget del progetto - Riepilogo per attività e per anno	94
6. Budget del progetto - Riepilogo per attività e per categoria di spesa	95
<b>- V - Allegati del progetto</b>	<b>97</b>
1. Caricamento degli allegati	97
1.1 LISTE DES ANNEXES	97
1.2 Les pièces administratives obligatoires à fournir en annexe sont les suivantes :	97
1.3 Pour chaque partenaire qui implique des sujets délégataires dans la réalisation de ses activités :	97
2. Dichiarazione e firma del capofila	98
3. Allegato 1 - Classificazione dei tipi di partner	99
4. Allegato 2	99

## - I - Riepilogo del progetto

### 1. Identificazione del progetto

Acronimo		OUTDOOR OFF	
Titolo del progetto		PROGETTO SEMPLICE 3 – OFFERTA INTEGRATA OUTDOOR - QUALITÀ	
Nome dell'organismo del capofila		DMO PIEMONTE S.C.R.L.	
N° del progetto		4913	
Durata del progetto	Data di inizio	2019-04-01	Numero di mesi
	Data di fine	2022-03-31	36
Asse prioritario del programma		III. ATTRATTIVITA' DEL TERRITORIO	
Obiettivo specifico del programma		3.1 PATRIMONIO NATURALE E CULTURALE : incrementare il turismo sostenibile nell'area ALCOTRA	
Bando		Bando PITEM fase 3 - Piano approvato a luglio 2018	
Numero di riferimento interno		PITEM8.4	

### 2. Descrizione sintetica del progetto

Il progetto intende dare risoluzione ad alcuni dei bisogni espressi dal territorio Alcotra di riferimento, quali la necessità di incrementare il turismo sostenibile e responsabile sull'area, la valorizzazione dell'offerta presente mediante la sua messa in rete, l'implementazione dell'offerta integrata per arricchire l'esperienza turistica, unitamente al rafforzamento delle competenze degli operatori economici.

L'obiettivo è strutturare, promuovere e commercializzare un'offerta turistica integrata transfrontaliera e transregionale dell'area Alcotra che, attorno al prodotto Outdoor, crei e promuova proposte di tempo libero in cui le altre risorse e peculiarità del territorio si completino e si rafforzino vicendevolmente.

Elemento comune e catalizzatore dell'offerta sarà l'utilizzo di un modello comune di governance, affiancato dalla qualità dell'offerta, che si concretizza nel miglioramento delle competenze degli operatori e del sistema dell'accoglienza, attivando azioni di sviluppo delle competenze e di coinvolgimento diretto degli attori locali, detentori di know how e competenza in materia.

In tal modo saranno definiti dei prodotti tematici integrati promuovibili sul mercato internazionale, grazie all'uso integrato di tecnologie e strumenti innovativi unitamente alla professionalità di intermediari commerciali e T.O. specializzati.

### 3. Riepilogo del piano finanziario del progetto

Cofinanziamento Programma			CONTRIBUTO					BUDGET TOTALE AMMISSIBILE
Fonte cofinanziamento	Importo	Tasso cofinanziamento	Contributo pubblico			Contributo privato	Contributo totale	
			Contributo nazionale	Altri contributi pubblici	Contributo pubblico totale			
FESR	1.340.686,64 €	85.00 %	121.023,37 €	115.568,40 €	236.591,77 €	0,00 €	236.591,77 €	1.577.278,41 €
<b>Totale Fondi UE</b>	<b>1.340.686,64 €</b>	<b>85.00 %</b>	<b>121.023,37 €</b>	<b>115.568,40 €</b>	<b>236.591,77 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>236.591,77 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>
<b>Totale</b>	<b>1.340.686,64 €</b>	<b>85.00 %</b>	<b>121.023,37 €</b>	<b>115.568,40 €</b>	<b>236.591,77 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>236.591,77 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>

### 4. Riepilogo dei partner del progetto

FESR

N° del partner	Nome del partner	Paese	Totale ammissibile	Contributo del fondo		Contropartite		
				Importo del fondo	Percentuale sul totale ammissibile	Totale contropartite	Dettaglio delle contropartite	
							Contropartita pubblica	Contropartita privata
LP1	DMO PIEMONTE S.C.R.L.	ITALIA	427.558,64 €	363.424,84 €	85.00 %	64.133,80 €	64.133,80 €	0,00 €
PP1	Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	FRANCIA	105.780,00 €	89.913,00 €	85.00 %	15.867,00 €	15.867,00 €	0,00 €

PP2	Conseil Départemental de la Savoie	FRANCIA	320.000,00 €	272.000,00 €	85.00 %	48.000,00 €	48.000,00 €	0,00 €
PP3	Regione Autonoma Valle d'Aosta	ITALIA	129.263,77 €	109.874,20 €	85.00 %	19.389,57 €	19.389,57 €	0,00 €
PP4	REGIONE LIGURIA	ITALIA	250.000,00 €	212.500,00 €	85.00 %	37.500,00 €	37.500,00 €	0,00 €
PP5	REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	FRANCIA	63.101,00 €	53.635,85 €	85.00 %	9.465,15 €	9.465,15 €	0,00 €
PP6	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	FRANCIA	281.575,00 €	239.338,75 €	85.00 %	42.236,25 €	42.236,25 €	0,00 €
[it]Sous—total des partenaires de la zone du programme (territoire de l'UE)			1.577.278,41 €	1.340.686,64 €	85.00 %	236.591,77 €	236.591,77 €	0,00 €
[it]Total			1.577.278,41 €	1.340.686,64 €	85.00 %	236.591,77 €	236.591,77 €	0,00 €

## 5. Contatto con l'animatore territoriale

	Contatto con l'animatore territoriale	Data del contatto	Descrizione del contatto
Accompagnamento			

**- II - Partner del progetto****1. Partner del progetto**

N° del partner	Ruolo del partner					
LP1	Capofila					
Nome del partner	DMO PIEMONTE S.C.R.L.					
Abbreviazione dell'organismo del partner						
Codice amministrativo	09693360019					
Indirizzo principale	via bertola 34	10122	torino	Piemonte		
Rappresentante legale		Signora	Mariagrazia	Pellerino	segreteria.direzione@pie monte-turismo.it	+39 011 4326210
Coordinatore di progetto	Direttore	Signora	Luisa	Piazza	luisa.piazza@piemonte-t urismo.it	
Servizio						
Responsabile finanziario						
Coordinate bancarie	Nome della banca					
	Indirizzo					
	N° dell'account					
	Codice banca					
	N° IBAN					
	N° SWIFT					
	Riferimento interno					
	Titolare del conto					
NUTS3	Torino					
Tipologia di partner	Pubblico					
Categoria	Agenzia settoriale					
Beneficiario fuori della zona del programma	No					
N° IVA	09693360019					
Recupera l'IVA ?	Si					
N° del partner	Ruolo del partner					
PP1	Partner					
Nome del partner	Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza					
Abbreviazione dell'organismo del partner	CD 04					



Codice amministrativo	22040001400019					
Indirizzo principale	13, rue du Docteur Romieu	04000	Digne les Bains	Provence-Alpes-Côte d'Azur		
Rappresentante legale	Président	Signore	René	MASSETTE	president@le04.fr	0492300400
Coordinatore di progetto	Chef de service	Signora	ANNE	RINJONNEAU	anne.rinjonneau@le04.fr	0492300877
Servizio						
Responsabile finanziario	Responsable administratif et financier	Signora	Sylviane	UGO	sylviane.ugo@le04.fr	04.92.30.08.30
NUTS3	Alpes-de-Haute-Provence					
Tipologia di partner	Pubblico					
Categoria	Ente pubblico locale					
Beneficiario fuori della zona del programma	No					
N° IVA						
Recupera l'IVA ?	Parzialmente	Solo sulle spese di investimenti				
<b>N° del partner</b>	<b>Ruolo del partner</b>					
PP2	Partner					
Nome del partner	Conseil Départemental de la Savoie					
Abbreviazione dell'organismo del partner	CD 73					
Codice amministrativo	22730001900014					
Indirizzo principale	Hôtel du Département – CS 31802	73018	Chambéry	Rhône-Alpes		
Rappresentante legale	Président	Signore	Hervé	GAYMARD	herve.gaymard@savoie.fr	04 79 96 73 00
Coordinatore di progetto		Signora	Céline	Fillol	celine.fillol@savoie.fr	00330479968809
Servizio						
Responsabile finanziario						
NUTS3	Savoie					
Tipologia di partner	Pubblico					
Categoria	Ente pubblico locale					
Beneficiario fuori della zona del programma	No					
N° IVA						
Recupera l'IVA ?	Parzialmente	--				
<b>N° del partner</b>	<b>Ruolo del partner</b>					
PP3	Partner					

Nome del partner	Regione Autonoma Valle d'Aosta					
Abbreviazione dell'organismo del partner	RAVA					
Codice amministrativo	80002270074					
Indirizzo principale	Località Autoporto n. 32	11020	Pollein (Aosta)	Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste		
Rappresentante legale	Assesseur chargé au Tourisme, Sports, Commerce et Transports	Signore	Claudio	RESTANO	ass-turismo@regione.vda.it	39 0165 527623
Coordinatore di progetto	Directeur	Signore	Remo	CHUC	r.chuc@regione.vda.it	+39 0165 527623
Servizio				'PROMOZIONE E PROGETTI EUROPEI PER LO SVILUPPO DEL SETTORE TURISTICO'		
Responsabile finanziario						
NUTS3	Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste					
Tipologia di partner	Pubblico					
Categoria	Ente pubblico regionale					
Beneficiario fuori della zona del programma	No					
N° IVA						
Recupera l'IVA ?	No					
<b>N° del partner</b>	<b>Ruolo del partner</b>					
PP4	Partner					
Nome del partner	REGIONE LIGURIA					
Abbreviazione dell'organismo del partner	REGIONE LIGURIA					
Codice amministrativo	00849050109					
Indirizzo principale	fieschi 15	165121	genova	Liguria		
Rappresentante legale		Signore	Giovanni	TOTI	protocollo@pec.regione.liguria.it	
Coordinatore di progetto	Dirigente	Signore	Michele	PAGANI	michele.pagani@regione.liguria.it	+39 0105485633
Servizio				Settore Politiche turistiche		
Responsabile finanziario		Signora	Roberta	Vitaioli	roberta.vitaioli@regione.liguria.it	
NUTS3	Genova					
Tipologia di partner	Pubblico					
Categoria	Ente pubblico regionale					
Beneficiario fuori della zona del programma	No					

N° IVA	00849050109					
Recupera l'IVA ?	No					
<b>N° del partner</b>	<b>Ruolo del partner</b>					
PP5	Partner					
Nome del partner	REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR					
Abbreviazione dell'organismo del partner	PACA					
Codice amministrativo	23130002100012					
Indirizzo principale	27, place Jules Guesde	13002	Marseille	Provence-Alpes-Côte d'Azur		
Rappresentante legale	Président	Signore	Renaud	MUSELIER	contact@info-regionpaca.fr	
Coordinatore di progetto		Signore	Laurent	Greffeuille	lgreffeuille@maregionsud.fr	0033491575461
Servizio						
Responsabile finanziario						
NUTS3	Alpes-Maritimes					
Tipologia di partner	Pubblico					
Categoria	Ente pubblico regionale					
Beneficiario fuori della zona del programma	No					
N° IVA						
Recupera l'IVA ?	No					
<b>N° del partner</b>	<b>Ruolo del partner</b>					
PP6	Partner					
Nome del partner	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME					
Abbreviazione dell'organismo del partner						
Codice amministrativo	82443386600012					
Indirizzo principale	8 rue Paul Montrochet	69002	Lyon	Rhône-Alpes		
Rappresentante legale	Président	Signore	Nicolas	DARAGON	n.daragon@auvergnerhonealpes-tourisme.com	
Coordinatore di progetto	Chef de Projets	Signore	THOMAS	DUCLOUTRIER	t.ducloutrier@auvergnerhonealpes-tourisme.com	0473294940
Servizio	Coopération et Projets Européens					
Responsabile finanziario	Directeur	Signore	Raphaël	BAUTISTA	r.bautista@auvergnerhonealpes-tourisme.com	0473294940
NUTS3	Savoie					

Tipologia di partner	Pubblico	
Categoria	Agenzia settoriale	
Beneficiario fuori della zona del programma	No	
N° IVA		
Recupera l'IVA ?	Si	

### 1.1 Questionario relativo ai partner 1

	Partita IVA / Codice fiscale	Dimensione dell'organismo (dipendenti)	Fatturato dell'organismo
DMO PIEMONTE S.C.R.L.	09693360019		
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	22040001400019		
Conseil Départemental de la Savoie	22730001900014		
Regione Autonoma Valle d'Aosta	80002270074		
REGIONE LIGURIA	00849050109		
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	23130002100012		
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	82443386600012		

### 1.2 Questionario relativo ai partner 2

	L'organismo fa parte di un gruppo? In caso di risposta positiva indicare la dimensione del gruppo (numero di dipendenti), il fatturato e la quota di partecipazione nel capitale.	Quali sono le competenze tematiche e le esperienze dell'ente che ritiene pertinenti per il progetto?	Per l'ente, quali sono i vantaggi a partecipare al progetto?

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	NO	<p>Competenze statutarie di DMO Piemonte Scrl riguardano “la produzione e la fornitura di servizi di interesse generale nell’ambito strategico della valorizzazione delle risorse turistiche e dei prodotti agroalimentari del territorio regionale, anche in connessione con gli aspetti culturali, paesistici, ambientali, artigianali, agricoli e fieristici a supporto di tutti i soggetti coinvolti nel settore, sia pubblici che privati”. Le competenze tematiche possedute derivano da un vasto patrimonio di informazioni acquisito nel tempo, in particolare da una profonda conoscenza del sistema turistico piemontese, secondo strategie attuate e condivise con gli stakeholder locali, quali, in primis, Regione Piemonte, (che detiene la titolarità esclusiva in materia di turismo), ed in stretto rapporto con il sistema territoriale e nazionale.</p> <p>Sotto il profilo dell’esperienza, DMO Piemonte Scrl ha preso parte, in qualità di prestatore di servizi, a diversi progetti di cooperazione interregionale e territoriale negli ambiti Italia-Svizzera e Italia-Francia, tutti inerenti tematiche turistiche, orientate a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-valorizzare e gestire le risorse ambientali e paesaggistiche secondo modalità ecosostenibili;</li> <li>-sostenere lo sviluppo del prodotto turistico e migliorare l’offerta dell’area transfrontaliera caratterizzata da produzioni manifatturiere di eccellenza.</li> </ul> <p>L’esperienza acquisita in questi anni rende, dunque, l’ente competente al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi di progetto.</p>	<p>Con l’attuazione del progetto, DMO PIEMONTE SCRL potrà consolidare la collaborazione con altri enti a livello transfrontaliero, capitalizzando i risultati conseguiti con la collaborazione a precedenti progetti Alcotra attuati con la Regione Piemonte.</p> <p>La collaborazione con alcuni enti italiani e francesi consentirà di affrontare congiuntamente tematiche comuni connesse al turismo Outdoor mediante l’utilizzo di nuove metodologie e strumenti comuni ed innovativi, avvalendosi di partner progettuali che vantano una comprovata esperienza in tali ambiti.</p> <p>L’ente avrà così la possibilità di definire la struttura di un nuovo prodotto turistico organico la cui valenza verrà mantenuta anche al termine del progetto, garantendo il continuo incremento dell’attrattività del territorio.</p> <p>Le azioni di miglioramento delle competenze degli operatori locali e di sensibilizzazione verso la creazione di sinergie gestionali ed operative tra questi, costituisce un importante elemento per lo sviluppo del settore, avviando dinamiche vivaci e ulteriormente implementabili in futuro.</p> <p>Inoltre DMO PIEMONTE SCRL potrà beneficiare di importanti attività comuni di diffusione dei risultati, consentendo l’incremento della visibilità del territorio, in ragione della più ampia offerta che il territorio transfrontaliero è in grado di proporre rispetto alla sola destinazione italiana e grazie alla più ampia divulgazione delle informazioni.</p>
-----------------------	----	---	--

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	NO	<p>Sotto il profilo tematico, la legge francese ha conferito ai Dipartimenti le competenze in materia di turismo, sport e natura, così come la gestione delle aree naturali sensibili, pertanto l'organismo partner presenta le competenze necessarie a partecipare al progetto.</p> <p>Per quanto attiene le esperienze precedenti, il Dipartimento ha preso parte a diverse iniziative – sia in qualità di capofila che di partner di progetto – soprattutto nell'ambito della cooperazione interregionale, dedicati a tematiche connesse al turismo, ed in particolare alla fruizione ecosostenibile del territorio, alla promozione e valorizzazione dei siti geologici e delle aree naturali sensibili.</p>	<p>I vantaggi per l'ente a partecipare al progetto sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- migliorare la sua offerta Outdoor e le competenze degli operatori economici;</li> <li>- sviluppare nuovo materiale di comunicazione e di promozione;</li> <li>- ampliare la conoscenza dell'offerta;</li> <li>- promuovere lo scambio e trasferimento di know-how tra i partner italiani e francesi;</li> <li>- attuare la realizzazione di nuovi percorsi transfrontalieri su scala europea.</li> </ul>
Conseil Départemental de la Savoie	NO	<p>In quanto autorità territoriale dipartimentale, il dipartimento della Savoia beneficia dell'esperienza turistica. Ha una politica di sviluppo turistico basata sul piano del turismo dipartimentale, aggiornato nel 2013. Le competenze del Consiglio Dipartimentale riguardano le seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- azione sociale per famiglie, anziani, persone con disabilità e persone in difficoltà</li> <li>- la gestione delle strade dipartimentali</li> <li>- trasporto scolastico per bambini disabili</li> <li>- istruzione, compresa la manutenzione degli istituti, il reclutamento di personale tecnico e la gestione dei pasti scolastici</li> <li>- cultura con archivi dipartimentali, biblioteche e alcuni monumenti come castelli o musei</li> <li>- sviluppo locale con assistenza alle comunità (comuni e comunità di comuni)</li> <li>- alloggi, compresa la gestione del Fonds Solidarité Logement (FSL).</li> </ul> <p>Oltre a queste competenze obbligatorie, il Consiglio provinciale ha deciso di attuare politiche per favorire lo sviluppo del dipartimento, in particolare nei settori dell'istruzione superiore, della formazione, dell'ambiente, dello sviluppo sostenibile, della politica montana, del turismo e dello sport.</p>	<p>Partecipando al progetto, il Dipartimento della Savoia avvia un approccio sperimentale e innovativo sul tema dell'aumento delle competenze degli operatori. Questa azione è strategica per lo sviluppo del turismo sul territorio.</p> <p>Il Dipartimento rafforzerà inoltre la sua esperienza nella cooperazione transfrontaliera collaborando con attori valdostani, piemontesi e liguri. Con questo progetto, il Dipartimento si posiziona anche come territorio intermedio per tradurre le ambizioni nazionali e regionali con azioni concrete sui territori (compresi quelli che portano alla professionalizzazione degli attori). In questo senso, la concertazione tra gli attori e multilivello unitamente alla stessa messa in rete sono un altro punto di forza di questo progetto.</p>

Regione Autonoma Valle d'Aosta	NO	<p>La Regione autonoma Valle d'Aosta ha partecipato nella programmazione 2007-13 a diversi progetti sui temi del turismo Outdoor e della fruizione sostenibile. Le competenze interne che l'ente mette a disposizione riguardano pertanto soggetti che sono portatori di esperienze progettuali avviate nel campo della cooperazione transfrontaliera e transnazionale, così come competenze territoriali e tecnico-amministrative pertinenti al tema dell'Obiettivo di progetto.</p>	<p>I vantaggi derivanti dalla partecipazione al progetto si concretizzano, per la Regione Valle d'Aosta nella possibilità di consolidare i rapporti di collaborazione con enti competenti in materia turistica del territorio nazionale e transfrontaliero. L'attuazione del progetto si configura come occasione per capitalizzare i risultati ottenuti nella passata programmazione e per implementarne le ricadute sul territorio. L'ampiezza del territorio di progetto consentirà, infine, all'ente di incrementare l'attrattività del territorio, grazie alla definizione di un prodotto turistico outdoor estremamente variegato e grazie alla possibilità di attuare azioni di promozione e comunicazione che potranno giovare di una maggiore risonanza rispetto all'attuazione di singole iniziative locali.</p>
--------------------------------	----	---	--

REGIONE LIGURIA	NO	<p>Regione Liguria ha maturato esperienza sulla cooperazione e sul tema stesso del turismo outdoor, attraverso l'attuazione di progetti co-finanziati dal MIBACT (la legge 296/2006 all'art. 1 comma 1228 prevede la possibilità di cofinanziamento statale di progetti in grado di determinare uno sviluppo del settore del turismo ed il suo posizionamento competitivo quale fattore produttivo di interesse nazionale).</p> <p>Tra questi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Progetto di eccellenza "Turismo Attivo", con l'obiettivo di creare una rete outdoor mediante l'individuazione e la messa a sistema dei percorsi cicloturistici, MTB ed escursionistici esistenti o di integrazione fra quelli esistenti, creando club di prodotto specifici che rendano riconoscibile l'offerta Liguria, nell'ambito del filone del turismo esperienziale, dando continuità e completezza ai precedenti progetti interregionali finanziati con la L. 296/2006. E' stato anche ideato un nuovo percorso costiero di valenza regionale denominato "Sentiero Liguria" che si snoda da Luni a Ventimiglia collegandosi, ad est, con la Francigena e, ad ovest, con le Grandes Randonnées francesi.</li> <li>- Progetto di eccellenza "Turismo Green &amp; Blu – Esperienze di cammini e percorsi ciclabili" per la promozione degli itinerari esperienziali legati al turismo all'aria aperta. Il progetto mira alla valorizzazione di prodotti turistici che garantiscano la fruizione eco-turistica, attraverso il ricorso alla mobilità dolce e l'accesso alle tipicità del territorio.</li> </ul>	<p>L'interesse di Regione Liguria a prendere parte al presente progetto ricade, per tema e finalità, tra i compiti istituzionali dell'ente stesso e rientra chiaramente tra le proprie linee programmatiche.</p> <p>In effetti, l'ente è stato promotore di numerosi progetti turistici orientati alla valorizzazione e alla promozione della fruizione sostenibile del territorio, sostenendo la viabilità ciclabile ed escursionistica, come indicato espressamente nel nuovo Piano del Turismo 2020, nel quale particolare priorità di sviluppo rivestono prodotti specifici quali il "trekking" ed il "bike".</p> <p>Con la presente iniziativa, nell'ambito di un ulteriore progetto di cooperazione interregionale, quindi mediante una azione di sistema transfrontaliero, intende porre le basi per una progressiva costituzione di un indotto produttivo vacanziero sostenibile, a basso impatto ambientale, coinvolgendo, in questo caso, tutti gli operatori attivi nella filiera turistica.</p>
REGION PROVENCE ALPES COTES D AZUR	NO	<p>Nell'ambito delle sue missioni, il Servizio Attractivité et tourisme della Regione PACA, sostiene la Camera di Commercio e dell'Industria PACA e di fatto le sue unità territoriali per implementare il marchio di qualità nazionale del turismo e la professionalizzazione degli attori del settore turistico, comprese le attività Outdoor, basandosi su entrambe le soluzioni, sia online (autodiagnosi), che programmi di accompagnamento specifici.</p>	<p>Le azioni previste in questo progetto permetteranno di sviluppare e testare nuove azioni che possono essere riutilizzate a medio e lungo termine nel territorio di Alcotra e replicate in altri territori.</p>



AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	NO	<p>Nell'ambito delle sue missioni e al di là della promozione turistica, l'Auvergne – Rhone Alpes Tourisme ha sviluppato una forte competenza nei settori del turismo sostenibile e delle attività en plein air, nonché nell'analisi dell'economia del turismo e nella professionalizzazione degli attori coinvolti nel settore, senza dimenticare l'attuazione e la gestione di strumenti condivisi per la gestione dei dati.</p>	<p>Le azioni previste in questo progetto permetteranno di sviluppare e testare nuove metodologie che possono essere riutilizzate a medio e lungo termine sull'area di competenza del Programma Alcotra oltre che replicate in altri contesti, quali ad esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Una metodologia di accompagnamento per l'incremento delle competenze degli operatori che agiscono nell'ambito dell'Outdoor relativamente all'uso degli strumenti digitali</li> <li>- Un metodo di indirizzo per aumentare le competenze dei professionisti sulle tecnologie innovative per la fruizione immersiva e interattiva</li> <li>- Una azione di indirizzo e supporto per affiancare i professionisti dell'Outdoor verso procedure di qualità</li> </ul>
----------------------------------	----	--	---

## 2. Piano finanziario del partner

### 2.1 Piano finanziario del partner

DMO PIEMONTE S.C.R.L.

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	
363.424,84 €	85.00 %	64.133,80 €	0,00 €	0,00 €	64.133,80 €	427.558,64 €

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	
89.913,00 €	85.00 %	15.867,00 €	0,00 €	0,00 €	15.867,00 €	105.780,00 €

Conseil Départemental de la Savoie

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	

272.000,00 €	85.00 %	48.000,00 €	0,00 €	0,00 €	48.000,00 €	320.000,00 €
--------------	---------	-------------	--------	--------	-------------	--------------

Regione Autonoma Valle d'Aosta

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	
109.874,20 €	85.00 %	19.389,57 €	0,00 €	0,00 €	19.389,57 €	129.263,77 €

REGIONE LIGURIA

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	
212.500,00 €	85.00 %	37.500,00 €	0,00 €	0,00 €	37.500,00 €	250.000,00 €

REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	
53.635,85 €	85.00 %	9.465,15 €	0,00 €	0,00 €	9.465,15 €	63.101,00 €

AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME

Cofinanziamento		Totale contropartite				Totale ammissibile del partner
Importo programmato del FESR	Percentuale del cofinanziamento del fondo	Contropartita pubblica	Contropartita privata	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	
239.338,75 €	85.00 %	42.236,25 €	0,00 €	0,00 €	42.236,25 €	281.575,00 €

## 2.2 Origine del contributo dei partner

DMO PIEMONTE S.C.R.L.

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento

Finanziamento pubblico nazionale apportato dal Fondo di Rotazione, ai sensi della Delibera CIPE n. 10 del 28 gennaio 2015	Pubblico	15.00 %	64.133,80 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>64.133,80 €</b>	

## Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Pubblico	15.00 %	15.867,00 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>15.867,00 €</b>	

## Conseil Départemental de la Savoie

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento
Conseil Départemental de la Savoie	Pubblico	15.00 %	48.000,00 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>48.000,00 €</b>	

## Regione Autonoma Valle d'Aosta

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento
Finanziamento pubblico nazionale apportato dal Fondo di Rotazione, ai sensi della Delibera CIPE n. 10 del 28 gennaio 2015	Pubblico	15.00 %	19.389,57 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>19.389,57 €</b>	

## REGIONE LIGURIA

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento
Finanziamento pubblico nazionale apportato dal Fondo di Rotazione, ai sensi della Delibera CIPE n. 10 del 28 gennaio 2015	Pubblico	15.00 %	37.500,00 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>37.500,00 €</b>	

## REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	Pubblico	15.00 %	9.465,15 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>9.465,15 €</b>	

## AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME

Nome del cofinanziatore	Tipologia di contropartita	Quota della contropartita sul totale ammissibile	Importo	Commento
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	Pubblico	15.00 %	42.236,25 €	
<b>Totale</b>		<b>15.00 %</b>	<b>42.236,25 €</b>	

## 2.3 Ripartizione del budget del partner per attività / categorie di spesa (CS)

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	2 COMUNICAZIONE	3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	Totale
Spese di personale	3.007,64 €	6.200,00 €	5.200,00 €	23.400,00 €	31.700,00 €	69.507,64 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	1.200,00 €	1.800,00 €	3.000,00 €	4.425,00 €	10.425,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	2.640,00 €	200,00 €	6.730,00 €	3.110,00 €	12.680,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	18.056,00 €	31.000,00 €	6.000,00 €	137.200,00 €	142.690,00 €	334.946,00 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>21.063,64 €</b>	<b>41.040,00 €</b>	<b>13.200,00 €</b>	<b>170.330,00 €</b>	<b>181.925,00 €</b>	<b>427.558,64 €</b>

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	2 COMUNICAZIONE	3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	Totale
Spese di personale	0,00 €	5.050,00 €	2.020,00 €	3.950,00 €	6.590,00 €	17.610,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	120,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	120,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	0,00 €	4.000,00 €	0,00 €	15.800,00 €	68.250,00 €	88.050,00 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>0,00 €</b>	<b>9.170,00 €</b>	<b>2.020,00 €</b>	<b>19.750,00 €</b>	<b>74.840,00 €</b>	<b>105.780,00 €</b>
Conseil Départemental de la Savoie	0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	2 COMUNICAZIONE	3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	Totale
Spese di personale	0,00 €	35.930,00 €	13.300,00 €	66.500,00 €	0,00 €	115.730,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	5.389,50 €	1.995,00 €	9.975,00 €	0,00 €	17.359,50 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	1.200,00 €	2.000,00 €	8.710,50 €	0,00 €	11.910,50 €
Costi per consulenze e servizi esterni	0,00 €	5.000,00 €	40.000,00 €	130.000,00 €	0,00 €	175.000,00 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>0,00 €</b>	<b>47.519,50 €</b>	<b>57.295,00 €</b>	<b>215.185,50 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>320.000,00 €</b>

Regione Autonoma Valle d'Aosta	0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	2 COMUNICAZIONE	3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	Totale
Spese di personale	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	8.625,00 €	0,00 €	1.000,00 €	500,00 €	10.125,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	0,00 €	12.263,77 €	10.000,00 €	39.000,00 €	57.875,00 €	119.138,77 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>0,00 €</b>	<b>20.888,77 €</b>	<b>10.000,00 €</b>	<b>40.000,00 €</b>	<b>58.375,00 €</b>	<b>129.263,77 €</b>
REGIONE LIGURIA	0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	2 COMUNICAZIONE	3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	Totale
Spese di personale	0,00 €	19.000,00 €	7.500,00 €	33.500,00 €	0,00 €	60.000,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	2.400,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	2.400,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	8.400,00 €	1.300,00 €	7.200,00 €	3.800,00 €	20.700,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	0,00 €	29.000,00 €	5.800,00 €	50.000,00 €	82.100,00 €	166.900,00 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>0,00 €</b>	<b>58.800,00 €</b>	<b>14.600,00 €</b>	<b>90.700,00 €</b>	<b>85.900,00 €</b>	<b>250.000,00 €</b>

<b>REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR</b>	<b>0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO</b>	<b>1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO</b>	<b>2 COMUNICAZIONE</b>	<b>3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA</b>	<b>4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO</b>	<b>Totale</b>
Spese di personale	440,00 €	15.185,00 €	3.450,00 €	10.362,00 €	0,00 €	29.437,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	1.646,00 €	472,50 €	1.857,50 €	0,00 €	3.976,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	6.776,00 €	452,00 €	500,00 €	0,00 €	7.728,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	0,00 €	2.625,00 €	0,00 €	19.335,00 €	0,00 €	21.960,00 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>440,00 €</b>	<b>26.232,00 €</b>	<b>4.374,50 €</b>	<b>32.054,50 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>63.101,00 €</b>
<b>AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME</b>	<b>0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO</b>	<b>1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO</b>	<b>2 COMUNICAZIONE</b>	<b>3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA</b>	<b>4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO</b>	<b>Totale</b>
Spese di personale	0,00 €	31.100,00 €	2.750,00 €	37.150,00 €	18.000,00 €	89.000,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	4.665,00 €	412,50 €	5.572,50 €	2.700,00 €	13.350,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	9.900,00 €	1.100,00 €	7.500,00 €	0,00 €	18.500,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	0,00 €	6.500,00 €	0,00 €	76.725,00 €	77.500,00 €	160.725,00 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Entrate	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>0,00 €</b>	<b>52.165,00 €</b>	<b>4.262,50 €</b>	<b>126.947,50 €</b>	<b>98.200,00 €</b>	<b>281.575,00 €</b>

## **- III - Descrizione del progetto**

### **1. Contesto di riferimento del progetto**

#### **1.1 Sfide territoriali comuni : contesto e problematiche di riferimento**

Il contesto territoriale del Progetto coinvolge, per quanto riguarda la parte francese, l'area mediterranea delle Alpi occidentali interessata dalle regioni Provenza del Sud-Alpi-Costa Azzurra e Auvergne-Rhône-Alpes, dai Dipartimenti Alpes de Haute Provence e Savoia. Per quanto riguarda l'Italia, il territorio interessato è rappresentato dalla Regione autonoma Valle d'Aosta, Piemonte e Liguria. Questa estesa zona si sviluppa dalle Alpi fino alla costa ligure e alla costa francese.

Questo territorio transfrontaliero è caratterizzato dalla presenza di poli turistici outdoor ben sviluppati, (presentando due importanti poli attrattori come il Monte Bianco e la Costa Azzurra), una posizione evidentemente strategica, la contiguità geografica territoriale ed infrastrutturale di collegamento, la presenza di un suggestivo e diversificato patrimonio naturalistico, culturale ed ambientale, una offerta Outdoor ricca e diversificata, omogeneamente diffusa e praticabile anche nelle basse stagioni.

Tra le altre criticità, la necessità di migliorare la qualità dei servizi presenti, poco organizzati e lasciati in mano all'iniziativa dei singoli; la scarsa preparazione degli operatori turistici nei confronti di una utenza internazionale; la mancanza di una comunicazione condivisa e di sistema; la scarsa integrazione del comparto turistico con gli altri settori produttivi (agricoltura, artigianato); la carenza di organizzazione per quanto attiene l'offerta Outdoor.

#### **1.2 Sfide affrontate dal progetto e approccio utilizzato**

Il presente Progetto, nell'ambito della strategia operativa del PITEM, intende dar vita ad un mercato turistico internazionale per l'Outdoor nell'area transfrontaliera di sviluppo del Programma. I diversi partner coinvolti e gli attori istituzionali implicati nella realizzazione dell'iniziativa consentono di operare in una prospettiva di medio e lungo termine, di attivare strategie di indirizzo e di sviluppo a livello regionale durature e sostenibili.

Il percorso strategico ed operativo che si intende affrontare promuoverà certamente un approccio sostenibile, favorendo una fruizione responsabile ed ecocompatibile del patrimonio locale sostenendo la mobilità a basso o nullo impatto, mediante la promozione di itinerari escursionistici e ciclabili.

Ogni intervento sarà inoltre volto a generare ricadute di tipo economico e sociale sul territorio, qualificando l'offerta turistica, migliorando le competenze degli operatori, creando nuove occasioni di visita al territorio, prolungando la stagione turistica, garantendo pertanto nuove opportunità in termini di reddito e di occupazione, sostenendo le aree marginali e soprattutto le zone dell'entroterra della Liguria e del Dipartimento Alpi dell'Alta Provenza.

L'iniziativa punterà evidentemente su di un approccio di rete, valorizzando e mettendo a sistema le potenzialità presenti sull'area, stimolando una metodologia comune e condivisa per qualificare la gestione e la promozione del sistema dell'offerta turistica, da attuarsi in forma innovativa, non solo sotto il profilo dell'approccio utilizzato, ma anche sotto il profilo degli strumenti e delle tecnologie impiegate per la sua diffusione.



### 1.3 Necessità della cooperazione transfrontaliera / Valore aggiunto transfrontaliero

Il progetto si sviluppa in ambito transfrontaliero instaurando sinergie tra le esperienze e le competenze dei diversi partner, dando luogo ad una strategia di azione condivisa attuando l'efficacia e la trasferibilità di un insieme complementare di azioni. Questo intervento è infatti il frutto di un lavoro partenariale finalizzato a valorizzare offerte turistiche integrate, con un innovativo approccio unitario, che insiste su realtà territoriali inserite in contesti analoghi che condividono problematiche ed esigenze comuni, superando le logiche locali che in passato hanno caratterizzato i modelli di sviluppo del territorio coinvolto. I diversi partner sono portatori di importanti esperienze progettuali soprattutto realizzate nell'ambito della cooperazione interregionale, in grado di garantire l'aumento dell'efficacia dell'operazione – in stretta connessione con gli altri progetti promossi dal PITEM - e di rafforzare la sostenibilità di politiche di livello transnazionale, contribuendo allo sviluppo di reti di fruizione turistica ben più ampie.

Il progetto, con la strutturazione di un mercato turistico internazionale per l'Outdoor, potrà configurarsi anche come una buona pratica transfrontaliera di riferimento sul tema della promozione e organizzazione del prodotto turistico, sviluppandosi su contesti estremamente affini dando luogo ad un unicum di interventi integrati e sviluppati territorialmente sui due versanti. L'iniziativa promuove lo sviluppo dell'offerta sui rispettivi territori dei partner di progetto sulla base di principi e approcci comuni, definendo un manuale d'uso condiviso sul miglioramento delle competenze degli operatori locali del settore, modelli di gestione integrati e offerte turistiche complementari, promuovibili mediante un piano di marketing condiviso, estendendo quindi il grado di conoscenza ed esperienza dei vari soggetti implicati in materia di sviluppo e valorizzazione turistica.

### 1.4 Effetto leva

I partner del progetto intendono dare attuazione alle attività pianificate in modo da massimizzare le risorse a propria disposizione. L'impegno economico destinato a ciascuna azione è stato commisurato in maniera congrua e deriva da una puntuale valutazione dei costi strettamente necessari alla realizzazione delle singole attività.

Esso permetterà di raggiungere gli obiettivi fissati nei tempi stabiliti e di generare significative ricadute economiche e sociali sull'intero territorio coinvolto.

L'economicità delle attività sarà rigorosamente regolata dalla procedura di affidamento delle prestazioni. I bandi di selezione dei fornitori esterni ampiamente diffusi su entrambi i lati del confine permetteranno confronti e ottimizzazione dei costi.

L'efficienza (il rapporto ottimale tra efficacia e costi) è assicurata da un gruppo di lavoro comune ai partner (COTEC), che sarà dotato di strumenti di monitoraggio delle spese per voce di costo.

In termini di efficacia, l'impegno di risorse economiche ed umane dedicate alla realizzazione delle attività, unitamente alla corretta esecuzione delle azioni (nel rispetto del cronoprogramma delineato e delle modalità di governance definite, sia a livello di progetto singolo che di PITEM) garantirà la capacità dei partner di raggiungere tutti gli obiettivi prefissati.

Questo sarà anche garantito dall'attività di coordinamento, (sia a livello di PCC che di progetti singoli), assicurando la messa in opera di strumenti appropriati, atti a garantire le condizioni necessarie affinché il processo di monitoraggio si applichi alle azioni da intraprendere, ai risultati attesi ed al rispetto del budget dedicato. Tale metodo è ad esempio applicato alle azioni di comunicazione che prevedono un forte coordinamento effettuato dal PCC: i progetti singoli utilizzeranno il piano di comunicazione ideato nel PCC e validato da tutti i partner del PITEM nell'ambito del COPIL.

## 2. Obiettivo del progetto

### 2.1 Obiettivi, risultati attesi e principali realizzazioni del progetto

<b>Obiettivo generale del progetto</b>
<p>L'obiettivo generale che il presente progetto intende perseguire è quello di SVILUPPARE, ORGANIZZARE E PROMUOVERE UN PRODOTTO TURISTICO INTEGRATO TRANSFRONTALIERO E TRANSREGIONALE DEDICATO ALL'OFFERTA OUTDOOR. Questo progetto identifica chiaramente e dà ferma attuazione all'obiettivo strategico individuato a livello del PITEM MITO, che ha l'ambizione di creare un mercato turistico internazionale per l'Outdoor nello spazio Alcotra.</p> <p>Il progetto intende mettere a sistema le potenzialità espresse dal territorio transfrontaliero, mediante l'impiego delle competenze e delle conoscenze maturate dai diversi partner, per rafforzare questa specifica filiera turistica, attivando un approccio di rete e impiegando nuove metodologie di gestione condivisa dell'offerta, oltre che di promozione e soprattutto di commercializzazione condivisa e innovativa, anche sul piano degli strumenti utilizzati e delle tecnologie impiegate.</p>
<b>Risultato</b>
<p>l Incremento della soddisfazione dei turisti : L'attuazione delle iniziative previste è finalizzata al raggiungimento dei seguenti risultati, relazionati agli obiettivi specifici individuati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-☐ Creazione di un sistema di governance transfrontaliera efficace e sostenibile orientato alla valorizzazione del prodotto turistico Outdoor, adottando una nuova metodologia partecipata</li> <li>-☐ Qualificazione del sistema dell'accoglienza, l'efficienza dei servizi e il rafforzamento delle competenze degli operatori turistici, stimolando la loro partecipazione attiva, per sviluppare un'offerta più competitiva ed attrattiva, basata su standard qualitativi comuni</li> <li>-☐ Incremento della penetrazione del mercato turistico internazionale e migliore posizionamento del prodotto Outdoor mediante l'attuazione di una strategia condivisa e grazie ad un nuovo approccio fortemente targettizzato</li> <li>-☐ Aumento della soddisfazione del turista in visita grazie alla proposta di nuove offerte integrate diversificate ed esperienziali, fornendo un modello di accoglienza qualificato, mirato alla pratica di attività all'aria aperta (per favorire la fruizione del contesto ambientale e paesaggistico del territorio) da integrarsi alla fruizione delle altre eccellenze presenti (culturali, gastronomiche, sportive,...)</li> <li>-☐ Promuovere, sia sul web che mediante l'uso di strumenti tradizionali, con ampio coinvolgimento di operatori del settore (media, intermediari commerciali, nazionali e internazionali) l'offerta transfrontaliera e dell'area Alcotra.</li> </ul>

Obiettivo del progetto	Indicatore di risultato
3.1 PATRIMONIO NATURALE E CULTURALE : incrementare il turismo sostenibile nell'area ALCOTRA	Soddisfazione dei turisti

Titolo dell'obiettivo specifico	Descrizione	Obiettivo di comunicazione	Strumenti di comunicazione – Approccio/Tattica
Sviluppo e organizzazione dell'offerta turistica Outdoor	L'iniziativa intende sviluppare e organizzare l'offerta turistica Outdoor del territorio transfrontaliero al fine di proporre al turista un'offerta diversificata di attività e di soggiorno, caratterizzata da standard qualitativi comuni ed integrata con gli altri comparti locali e le eccellenze presenti. Il progetto è volto alla definizione di un prodotto fruibile all'aria aperta - che sappia valorizzare le risorse ambientali, naturalistiche, paesaggistiche del territorio, mediante una fruizione attiva/sportiva delle stesse - ed all'integrazione di questo tipo di offerta con le specificità del territorio, in un'ottica di sistema, al fine di rendere la proposta più strutturata e appetibile e di massimizzare le ricadute economiche.	Coinvolgere mediante modalità di partecipazione attiva e diretta nella ideazione e strutturazione del prodotto turistico Outdoor transfrontaliero tutti gli attori territoriali che possono contribuire alla sua definizione, prestando particolare attenzione agli operatori economici che operano nel comparto turistico dell'informazione, accoglienza, accompagnamento e ristorazione, per dare concretezza e sostenibilità economica al progetto.	Gli strumenti adottati per raggiungere e coinvolgere gli attori locali nella definizione del nuovo prodotto sono: piattaforma web, eventi informativi sul territorio, newsletter, social media, ...

Qualificazione e implementazione delle competenze degli operatori turistici	Il progetto si pone quale obiettivo specifico la qualificazione e l'implementazione delle competenze degli operatori turistici al fine di migliorare la qualità dell'accoglienza e l'immagine dell'offerta presente e proponibile sul mercato, mediante azioni partecipate. Il miglioramento delle competenze dovrà riguardare soprattutto gli elementi di qualità dell'offerta e dovrà promuovere la conoscenza del prodotto turistico strutturato, delle nuove offerte/prodotti, dell'evoluzione dell'offerta Outdoor e degli standard richiesti dal mercato attuale, al fine di creare le basi per nuove opportunità imprenditoriali e di sviluppo e qualificazione del prodotto.	Uno degli output del presente progetto sarà il manuale d'uso, relativo alle modalità di miglioramento delle competenze degli attori del comparto turistico Outdoor transfrontaliero, frutto delle attività di coinvolgimento che saranno attuate nell'ambito del WP3 (seminari, attività di sensibilizzazione e di accompagnamento, ecc.). Tale strumento è atto a sistematizzare i contenuti, condividerli e diffonderli, anche presso altri soggetti interessati o presso altri territori limitrofi.	Gli strumenti adottati per raggiungere e coinvolgere gli operatori del settore che operano nel comparto turistico sono: piattaforma web, newsletter, seminari, eventi informativi territoriali, social media, incontri e tavoli di lavoro.
Promozione e comunicazione dell'offerta turistica Outdoor	Obiettivo specifico del progetto è quello di diffondere la conoscenza dell'offerta Outdoor del territorio transfrontaliero nell'ambito del mercato turistico internazionale di riferimento, accrescendone la visibilità e intercettando differenti tipologie di target. L'iniziativa progettuale intende a tal fine attivare una campagna di comunicazione e di marketing a livello internazionale, mediante una pluralità di azioni promozionali integrate rivolte a target diversificati: intermediari commerciali, media di settore, grande pubblico, turisti.	Intercettare nuovi utenti, interessati all'offerta Outdoor, in paesi target nei quali operare azioni di promozione e commercializzazione, quali: Italia, Francia, paesi del nord Europa, Germania, Svizzera, Benelux, Austria, Gran Bretagna, al fine di aumentare la frequentazione turistica dell'area Alcotra, incrementarne la visibilità sul mercato turistico internazionale e renderlo più attrattivo.	Gli strumenti che verranno adottati per raggiungere e coinvolgere i consumatori finali, ossia i turisti, sono: campagne promozionali on line mediante l'uso dei social media, produzione di materiale promozionale, attività divulgativa mediante il coinvolgimento della stampa di settore (riviste specializzate, blogger, video maker,...). Per la commercializzazione dell'offerta ampio coinvolgimento sarà destinato agli intermediari commerciali di settore, che operano a livello internazionale e soprattutto nei paesi che si intendono penetrare, mediante educational tour, attività di networking, partecipazione a fiere e saloni,...

Indicatore di output del programma	Valore target dell'indicatore di output del programma	Quantificazioni e delle realizzazioni del progetto	Numero delle realizzazioni principali del progetto (legame con il gruppo di attività)	Realizzazione principale del progetto
Numero di aree, siti, itinerari recuperati e/o valorizzati	1	1	Gruppo di attività4-1	Offerta turistica qualificata

## 2.2 Gruppi destinatari del progetto

	Gruppi destinatari / Target	Si è stato scelto "Altro" specificare	Indicare con precisione i gruppi destinatari (es. scuole elementari bilingue, esperti ambientali, ecc)	Valore obiettivo. Indicare la dimensione del target
1	Grande pubblico		Popolazione, locale e non, raggiunta dalle campagne di informazione e di sensibilizzazione attuate dal progetto (attraverso web, newsletter, eventi informativi, campagne di comunicazione sui social network, materiale promozionale prodotto). Valore obiettivo in percentuale di incremento di persone raggiunte.	30%
2	Turisti		Turisti, di provenienza locale, nazionale e internazionale, interessati al nuovo prodotto Outdoor realizzato, intercettati dalle azioni promozionali realizzate. Sono loro infatti i potenziali beneficiari e consumatori delle offerte strutturate e commercializzate grazie all'attuazione del presente progetto. Valore obiettivo in percentuale di incremento del numero di presenze all'anno.	15%
3	Amministrazioni e enti pubblici		I partner di progetto; i Comuni e loro aggregazioni che potrebbero essere coinvolte nel processo di costruzione della governance transfrontaliera e beneficiare della gestione associata dell'informazione turistica relativa alle iniziative promosse e commercializzate sul territorio. Valore obiettivo in numero di Enti.	50

4	Imprese		Le imprese che operano nel comparto turistico (trasporto, ristorazione, pernottamento...) saranno ampiamente coinvolte tramite un approccio partecipativo. Queste attività imprenditoriali trarranno benefici dal maggior afflusso di visitatori, dall'aumento della loro permanenza, in termini di visibilità, reddito e occupazione. Valore obiettivo in numero di imprese.	200
5	Tecnici / Professionisti di settore		I tecnici del comparto turistico sono ampiamente coinvolti dal presente progetto, sia nella strutturazione del prodotto (i responsabili di informazione, accompagnamento e accoglienza) così come nella commercializzazione dell'offerta (gli intermediari commerciali, T.O., Agenzie di viaggio, ...) Valore obiettivo in numero di soggetti coinvolti.	200

### 2.3 Sostenibilità delle realizzazioni e risultati del progetto

La sostenibilità delle realizzazioni e dei risultati è assicurata grazie a puntuali scelte di governance e relativamente alle caratteristiche degli strumenti e degli approcci di sistema che si intendono definire e applicare alle aree di interesse.

La strutturazione di un'offerta integrata transfrontaliera e transregionale relativa al prodotto Outdoor prevede il consolidamento e la costruzione di relazioni stabili tra gli attori del territorio: da tali relazioni deriva l'ossatura del prodotto, che si manterrà nel tempo grazie al ruolo dei diversi enti coinvolti, implicati direttamente per missione istituzionale in azioni di indirizzo, sviluppo, promozione, formazione del comparto turistico.

Allo stesso modo, i risultati conseguiti, opportunamente sistematizzati in un manuale d'uso e linee di indirizzo, volti a definire un modello organizzativo di governance del prodotto turistico, potranno essere divulgati e replicati in altri contesti territoriali. L'ampio uso dei social network così come la diffusione di offerte turistiche sul mercato internazionale, garantiranno, inoltre, la possibilità di proseguire ed implementare successive azioni di integrazione e implementazione del progetto, apportando eventuali correttivi o perfezionamenti, sia da parte dei partner di progetto, che degli stakeholders ed operatori coinvolti. La possibilità di sviluppo futuro del prodotto arricchendo l'offerta con ulteriori elementi, valorizzando sinergie con altre realizzazioni e la sua trasferibilità, ne confermano non solo la solidità e sostenibilità, ma anche le potenzialità di ulteriore rafforzamento/implementazione.

### 2.4 Trasferibilità delle realizzazioni del progetto

Il progetto si propone come modello di gestione territoriale e di promozione del turismo Outdoor transfrontaliero e transregionale con risultati e obiettivi facilmente trasferibili in quanto coerenti, integrati e adattabili alle esigenze delle aree di

cooperazione previste dal programma Alcotra.

Le caratteristiche innovative dell'approccio adottato della presente idea progettuale (Prodotto Outdoor come elemento di caratterizzazione dell'offerta territoriale, realizzazione di una operazione di promo-commercializzazione integrata e condivisa basata su tecnologie innovative e accuratamente studiata sulle esigenze specifiche di target differenziati) pongono le basi anche per una sua estensione anche al di fuori dell'area di Programma, con riferimento all'arco delle Alpi occidentali nel suo complesso.

Un prerequisito è sicuramente costituito dall'informazione e dal coinvolgimento degli operatori e degli attori in un contesto territoriale più vasto. Tuttavia, tale aspetto è ampiamente affrontato già nel presente progetto, in quanto ritenuto un elemento importante per la riuscita dello stesso, sotto due differenti punti di vista. In primo luogo, l'esigenza di far conoscere le offerte turistiche integrate transfrontaliere e transregionali, per cui, oltre a strumenti di comunicazione tradizionali, è prevista la realizzazione di educational tour, press tour, attività di networking, ecc. dedicati a operatori specializzati del settore. In secondo luogo la trasferibilità dei risultati è rilevante per garantire la crescita del numero di operatori economici coinvolti nell'iniziativa; a tal fine si ritiene significativo il contributo che potranno dare le attività di design partecipato, nonché le azioni di disseminazione realizzati in sinergia col PCC del Pitem.

Infine diversi saranno gli output di progetto promuovibili come strumenti operativi di lavoro trasferibili, come la piattaforma web, il manuale d'uso e il piano marketing.

### **3. Integrazione del progetto nell'ambito di riferimento**

#### **3.1 Strategie e politiche europee, nazionali e regionali**

Il Progetto singolo 3 OFFERTA INTEGRATA OUTDOOR – QUALITÀ contribuisce a sostenere l'attuazione di politiche territoriali europee e nazionali, coerentemente con i seguenti programmi, perseguendo l'obiettivo di realizzare una governance a livello transfrontaliero sul turismo outdoor, inserendosi negli obiettivi nazionali e comunitari volti alla promozione del turismo sostenibile e responsabile.

- Politica dell'Unione Europea: sostenere il turismo al fine di mantenere la posizione di prima destinazione turistica e di massimizzare il contributo del settore alla crescita e all'occupazione;
- Strategia EUSALP: promuovere un'economia sostenibile e la prosperità sociale per le Regioni Alpine;
- Strategia Europa 2020 (crescita intelligente, sostenibile e inclusiva) attraverso l'integrazione tra aree economicamente forti e aree deboli e lo sviluppo di azioni di sostegno a favore dell'imprenditorialità transfrontaliera;
- Programmi Operativi Regionali di Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta che, nel quadro degli obiettivi UE, orientano le risorse disponibili per il sostegno alle dinamiche di innovazione, allo sviluppo di filiere verdi, al turismo sostenibile, ed in particolare a favorire la mobilità ciclistica e le reti escursionistiche;
- I Documenti strategici e programmatici delle Regioni coinvolte: CONTRAT DE PLAN ETAT REGION PACA 2015-20 (tra le priorità: «Consolider l'économie de la connaissance et les filières stratégiques Industries culturelles – Tourisme»); PIANO PAESAGGISTICO REGIONE PIEMONTE (“Tutela complessiva dell'elevata integrità del paesaggio”); programmazione turistica della Regione Piemonte (L.R. 4/2000 e PSR 2014/20, che puntano sull'eco-turismo e sulla fruizione sostenibile delle risorse ambientali); Piano del turismo 2020 della Regione Liguria e Piano dipartimentale del turismo della Savoia.



### 3.2 Sinergie e complementarità con gli altri progetti

Il progetto presenta evidenti complementarità con le seguenti progettualità, in corso o recentemente realizzate:

- □ Alcotra IT-Fr 2007-13
  - o □ “STRATTOUR”, teso a sviluppare una visione condivisa e strategica dell’osservazione turistica.
- □ Alcotra Italia – Francia 2014-20
  - o □ “EduMob”, a sostegno della mobilità sostenibile, per promuovere la realizzazione di percorsi sicuri di mobilità dolce.
  - o □ “Natura e cultura per tutti”, teso al miglioramento dell’attrattività e l’ampliamento della fruizione turistico-culturale in modo sostenibile e inclusivo in un’area porta d’ingresso per le “Alpi del Mediterraneo”.
  - o □ Piter “GraiesLab”, volto a rendere attrattive sotto il profilo turistico le aree marginali e rurali.
  - o □ “L’Aventure géologique”, con l’obiettivo di sviluppare il geoturismo in modo sostenibile nell’area transfrontaliera per diversificare l’offerta e farne motore di sviluppo.
- □ Interreg IV C 2008-10
  - o □ “ICER”, dedicato allo sviluppo turistico sostenibile.
  - o □ “B2N”, volto a conciliare il rispetto per l’ambiente con l’economia e il comparto turistico.
  - o □ “CesR”, teso a incoraggiare i posti di lavoro nelle aree rurali con lo sviluppo dei servizi turistici.
- □ Interreg IV 2007-2013 PIT “Nuovo territorio di scoperta” volto a sviluppare un’offerta turistica integrata tra cultura, attività outdoor, prodotti tipici del territorio nelle aree della Provincia di Cuneo e del Dipartimento delle Alpi dell’Alta Provenza;
- □ Interreg Europe 2016-21, “Destination SMEs”, volto incentivare le politiche dedicate alla creazione di destinazioni turistiche, con lo scopo di incrementare la competitività delle PMI del settore.
- □ Interreg Europe 2018-23, “Digitourism”, per stimolare utilizzi innovativi della realtà digitale (virtuale, aumentata..) nel comparto del turismo.
- □ FESR 2014-20, “Bassa Via della Valle d’Aosta”, finalizzato ad uno sviluppo sostenibile delle località di media e bassa quota, in una logica di delocalizzazione e di destagionalizzazione dei flussi.

### 3.3 Capitalizzazione

Uno degli obiettivi operativi che si pone il presente progetto è proprio quello di capitalizzare le conoscenze, le competenze e le esperienze acquisite dai partner di progetto, così come quelle presenti sul territorio transfrontaliero di interesse e detenute dagli attori locali, organizzandole, mettendole in rete e valorizzandole, superandone la loro dimensione locale.

L’approccio adottato è quello di rete ed integrato, che intende operare per mettere a sistema le potenzialità espresse dall’area, le competenze degli operatori economici e il know how degli stakeholder locali, unitamente agli strumenti tecnici già esistenti ed utilizzati così come le offerte in essere per rafforzare la filiera turistica mediante nuove metodologie di gestione comune dell’offerta e nuove modalità condivise di promozione e commercializzazione da attuarsi in forma integrata e innovativa anche sul piano delle tecnologie e dei canali impiegati. Il prodotto Outdoor, cuore dell’iniziativa, sarà opportunamente integrato con le risorse, i servizi, le offerte e le eccellenze che già contraddistinguono il territorio, in un’ottica di promozione di sistema.

L’attività di strutturazione dell’offerta integrata qualitativamente comune e del miglioramento delle competenze degli operatori di settore ha l’obiettivo di creare una rete transfrontaliera di condivisione e capitalizzazione delle esperienze e dei servizi generati che possa essere di base per lo sviluppo di offerte turistiche che si promuoveranno anche oltre la chiusura di

questo progetto. La creazione di un modello organizzativo garantirà inoltre il suo utilizzo anche in altre aree territoriali, al di fuori dell'area Alcotra.

#### 4. Principi orizzontali

	Tipologia di contributo	Descrizione del contributo
Sviluppo sostenibile	effetti positivi	<p>Il progetto intende generare un impatto positivo sul contesto transfrontaliero puntando, in primis, alla strutturazione di un'offerta outdoor integrata e promuovendo, al contempo, l'adozione di comportamenti virtuosi in tema di sostenibilità ambientale.</p> <p>Nell'ambito del coordinamento, pur garantendo continuità nei contatti e nei numerosi tavoli di lavoro, si intendono limitare le trasferte (e conseguentemente l'impatto delle emissioni sulle strade) organizzando più tavoli di lavoro contestuali, assicurando comunicazioni costanti mediante contatti telefonici, mailing, newsletter e social network.</p> <p>La creazione e l'utilizzo condiviso della piattaforma online prevista dal PCC facilita la comunicazione e la gestione delle informazioni, consentendo contatti ed aggiornamenti in tempo reale tra i vari soggetti coinvolti, ai quali, mediante accessi riservati e differenziati, consente di raccogliere e sistematizzare i documenti prodotti, in itinere ed a consuntivo, gestire la documentazione amministrativa e finanziaria, fungere da sito web e vetrina di presentazione del progetto. Tale strumento riduce chiaramente la produzione di materiale cartaceo e la veicolazione sul territorio dello stesso, alla luce anche dell'esteso partenariato e dell'ampia area geografica interessata.</p> <p>Nell'ambito della diffusione dei risultati, sarà privilegiato l'uso dei social media, dei portali web dei diversi partner e delle campagne di promozione digitali.</p>

Pari opportunità e non discriminazione	effetti neutri	<p>Il progetto non incide specificatamente sul tema delle pari opportunità e pertanto le risultanze in merito sono indirette.</p> <p>Tuttavia, nel corso della realizzazione della presente iniziativa progettuale, i partner intendono garantire il pieno rispetto delle pari opportunità e la non discriminazione.</p> <p>Nel concreto, una delle azioni da attuarsi, consisterà nella selezione trasparente dei soggetti esterni che andranno a collaborare nell'ambito delle attività di progetto con ciascun partner, garantendo la piena parità di trattamento, priva di disparità legate al genere, alla nazionalità, alla razza, all'età o agli handicap fisici.</p> <p>Le strategie di comunicazione e di disseminazione dei risultati che si andranno a definire, si rivolgeranno ad un pubblico ampio (costituito da persone di tutte le età, provenienti da un bacino transfrontaliero, di uomini e donne) e saranno pianificate proprio allo scopo di raggiungere e coinvolgere ciascun utente, assicurando una diffusione capillare, senza discriminazioni sociali o di altra natura.</p>
Pari opportunità tra uomini e donne	effetti neutri	<p>Le pari opportunità sono un principio fondamentale ed ineludibile nella gestione delle risorse umane nelle pubbliche amministrazioni. Il presupposto per l'attuazione di una politica di promozione delle pari opportunità è rappresentato dall'eliminazione delle discriminazioni esistenti e da un'attività di prevenzione contro il loro verificarsi. Le amministrazioni sono tenute infatti a garantire e ad esigere l'osservanza delle norme che vietano qualsiasi forma di discriminazione diretta o indiretta in riferimento ad ogni fase ed aspetto della vita lavorativa.</p> <p>In analogia con il normale funzionamento delle attività ordinarie dei partner, anche in occasione dell'attuazione del presente progetto, i soggetti coinvolti avranno cura di garantire l'uguaglianza tra uomini e donne.</p> <p>Le misure che si intendono adottare riguardano, in primis, la selezione dei soggetti esterni che presteranno il loro servizio per la realizzazione di singole azioni di progetto o di porzioni delle stesse: la selezione verrà infatti eseguita in modo da garantire le pari opportunità di genere.</p> <p>Inoltre, anche nel coinvolgimento dei target finali destinatari del progetto (operatori turistici, economici, media, turisti, ...), i partner garantiscono un equo coinvolgimento di uomini e donne, in un'ottica di valorizzazione delle competenze e delle caratteristiche di ciascuno, ovviamente non legate a componenti di genere.</p>

## 5. Focus sviluppo sostenibile

### 5.1 Zone sensibili relative all'ambiente

Domanda	Si	NO	N/A
Per i progetti che propongono tematiche ambientali o che riguardano l'ambiente in modo marginale, indicare se il progetto è localizzato o riguarda, direttamente o indirettamente, zone sensibili (per es. siti Natura 2000, riserve naturali, parchi, ecc).	X		

#### In caso di risposta positiva elencare le zone interessate.

Tra le aree sensibili del territorio francese si segnalano: i Parchi Nazionali degli Écrins e del Mercantour, i Parchi Naturali Regionali del Queyras, del Verdon e delle Préalpes d'Azur, la Riserva Naturale Regionale delle gole di Daluis, la Riserva Naturale Nazionale Geologica dell'Alta Provenza, l'UNESCO GEOPARC de Haute-Provence, il sito di Boscodon-Morgon, i siti Natura 2000 (Plateau de Valensole, Montagne de Val Haut – Clues de Barles – Clues de Verdaches, Dormillouse – Laverq, Tour des Sagnes – Vallon des Terres Pleines – Oronaye), gli Spazi Naturali Sensibili (Adoux de la Bléone, Forêt de Demontzey, Vallon et lac de L'Oronaye).

Nel territorio della Regione Provence-Alpes-Côte d'Azur, in particolare, sono presenti 8 Parchi Naturali Regionali, 4 Parchi Nazionali, 11 Riserve Naturali Nazionali, 6 Riserve Naturali Regionali, 4 Riserve della Biosfera.

Sul versante italiano, si segnala per la Regione Valle d'Aosta una rete di aree naturali protette comprendente 30 siti (25 Zone Speciali di Conservazione - ZSC, 2 Zone di Protezione Speciale - ZPS, 2 Zone Speciali di Conservazione e Zone di Protezione Speciale - ZSC/ZPS, 1 Sito di Importanza Comunitaria e Zona di Protezione Speciale - SIC/ZPS) che coprono circa il 30% del territorio regionale.

Il territorio ligure conta un'ampia rete di Aree Speciali di Conservazione e di Protezione Speciale; l'area della Provincia di Imperia, in particolare, vede la presenza di 24 Siti di Importanza Comunitaria terrestri, 6 Siti di Importanza Comunitaria Marini, 6 Zone di Protezione Speciale – ZPS

(<http://www.ambienteinliguria.it/lirgw/eco3/ep/linkPagina.do?canale=/Home/020natura/020retenatura2000/020sitisededati/020sicimperia>).

Per quanto concerne la Regione Piemonte, si contano sul territorio oltre 100 aree protette, tra Parchi naturali, Riserve Naturali, Riserve Speciali e Parchi Nazionali, oltre ai 123 Siti di Importanza Comunitaria. Per l'elenco completo si rimanda alla tabella in allegato al Progetto Semplice Outdoor-Data.

## 5.2 Impatti diretti o indiretti sull'ambiente

Domanda	Si	NO
Indicare se il progetto prevede impatti diretti o indiretti sull'ambiente	X	

## 5.3 Tabella degli impatti ambientali

	Impatto previsto	Nota descrittiva

Natura e biodiversità	PPP	Il progetto, promuovendo la valorizzazione ambientale e naturale dei territori di interesse, sostenendo la pratica escursionistica secondo una fruizione sostenibile ed a basso impatto del contesto, incide certamente positivamente sulle componenti originarie del territorio. L'approccio del presente progetto, in un contesto transfrontaliero come quello oggetto di intervento, consente di favorire lo sviluppo del potenziale Outdoor, favorendo in generale l'entroterra, sostenendo una più razionale distribuzione dei flussi, ampliando il periodo di affluenza, limitando l'impatto ambientale ed i rischi di compromissione del patrimonio determinati da un turismo di massa. Per natura e vocazione infatti questo genere di prodotto valorizza una fruizione attenta alle componenti ambientali, orientata alla tutela ed alla salvaguardia delle aree sensibili, favorendo forme di mobilità sostenibili e incentivando l'escursionismo ed il cicloturismo. Gli stessi partner si sono impegnati ad operare su itinerari già esistenti, escludendo la realizzazione di interventi invasivi sul territorio.
Aria	O	Per la natura dell'intervento, non si prevedono impatti.
Acqua	O	Per la natura dell'intervento, non si prevedono impatti.
Ambiente marino	O	Per la natura dell'intervento, non si prevedono impatti.
Suolo	O	Per la natura dell'intervento, non si prevedono impatti.
Gestione rifiuti	O	Per la natura dell'intervento, non si prevedono impatti.
Ambiente urbano	O	Per la natura dell'intervento, non si prevedono impatti.

**Nel caso si prevedano impatti negativi, indicare quali misure di mitigazione sono previste**

NO

#### 5.4 Azioni di comunicazione nell'ambito dell'ambiente

Domanda	Si	NO
Indicare se sono previsti eventuali interventi di informazione, divulgazione o educazione in campo ambientale.		X

**In caso positivo, fornire una breve descrizione.**

## 6. Piano di lavoro

### 6.1 Piano di lavoro

				Importo
<b>Gruppo di attività (WP)</b>	<b>0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO</b>			<b>21.503,64 €</b>
Azione	0.1 Spese per la predisposizione del progetto	Data di inizio	2018-01-01	21.503,64 €
		Data di conclusione	2018-12-31	
Descrizione	L'attività di preparazione del progetto si è concretizzata nell'ampio lavoro di concertazione svolto dai partner a partire dalla Fase 1 di elaborazione del PITEM, con specifico riferimento alla presente iniziativa progettuale ed alla sua integrazione con le altre progettualità del Piano Integrato. L'attività si è intensificata a partire dai primi mesi del 2018 al fine di procedere alla definizione puntuale dei contenuti del progetto ed alla pianificazione dei dettagli attuativi.			255.815,27 €
Prodotti definitivi	+ 2 x 0.1.1-Riunioni tecniche + 1 x 0.1.2-Dossier di candidatura			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
<b>Gruppo di attività (WP)</b>	<b>1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO</b>			
Azione	1.1 Coordinamento	Data di inizio	2019-04-01	93.235,80 €
		Data di conclusione	2022-03-31	

Descrizione	La presente attività prevede un costante rapporto tra i partner finalizzato alla definizione in itinere dei contenuti del progetto e delle modalità operative di loro attuazione, all'elaborazione di strategie congiunte e condivise, al raccordo transfrontaliero. L'attività comprende la creazione di un COTEC (definizione delle attività) e di un Gruppo di Comunicazione (definizione delle attività di comunicazione) che si riuniranno con cadenza semestrale. I partner parteciperanno inoltre alle riunioni del COPIL e dei Caffè Outdoor, previste nell'ambito del PCC del PITEM, al fine di mantenere la visione globale e la coerenza d'insieme dei progetti del Piano Integrato Tematico.			
Prodotti definitivi	+ 12 x 1.1.1-Riunioni del COTEC e riunioni del Gruppo Comunicazione + 18 x 1.1.2-Riunioni del COPIL e Caffè Outdoor			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra.			
Azione	1.2 Monitoraggio	Data di inizio	2019-04-01	162.579,47 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	L'attività prevede lo svolgimento di verifica dell'avanzamento delle attività sotto il profilo amministrativo, economico, finanziario ed operativo, nel rispetto del Piano di Lavoro di progetto e della strategia del PITEM. Verrà svolta un'azione di valutazione costante dello stato di avanzamento delle spese e degli affidamenti in corso, nonché un'azione di verifica del rispetto delle tempistiche di attuazione. Verranno elaborati i documenti periodici previsti dal Programma atti ad attestare l'avanzamento delle attività al fine di dimostrare la realizzazione delle iniziative (dichiarazioni di spesa periodiche, rapporti di avanzamento, ecc.). L'attività comprende l'operato dei controllori di primo livello obbligatori per i partner francesi.			
Prodotti definitivi	+ 19 x 1.2.1-Rendicontazioni e Rapporti di avanzamento			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
<b>Gruppo di attività (WP)</b>	<b>2 COMUNICAZIONE</b>			<b>105.752,00 €</b>

Azione	2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto	Data di inizio	2019-04-01	24.802,50 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	<p>L'attività è finalizzata alla comunicazione e diffusione dei contenuti, delle attività e dei risultati del progetto, in stretta sinergia con le altre iniziative attuate nell'ambito del PITEM.</p> <p>L'attività avrà una durata di 36 mesi, pari al progetto, così da dare opportuna visibilità alle singole fasi di attuazione dello stesso.</p> <p>L'attività si rivolgerà agli stakeholders del territorio transfrontaliero, con particolare riguardo per le Amministrazioni, gli operatori turistici, gli attori dell'ambito turistico e a diverso titolo legati alle tematiche dell'outdoor, i media e il grande pubblico, per garantire la conoscenza del progetto e stimolare la partecipazione attiva dei portatori di interesse.</p>			
Prodotti definitivi	+ 1 x 2.1.1-Implementazione piattaforma web del PITEM + 1 x 2.1.2-Comunicazione sui social network + 1 x 2.1.3-E-mailing			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
Azione	2.2 Condivisione e diffusione del materiale	Data di inizio	2019-04-01	53.312,50 €
		Data di conclusione	2021-06-30	
Descrizione	<p>L'attività prevede la condivisione da parte dei partner di progetto del materiale realizzato in occasione delle azioni di coinvolgimento del territorio che saranno attuate nell'ambito del WP3 (seminari di design partecipativo, attività di sensibilizzazione, incontri di accompagnamento, ecc.) al fine di condividere le suggestioni derivanti dall'esperienza condotta e di valutarne congiuntamente i risultati.</p> <p>Esito dell'attività sarà l'elaborazione congiunta di un manuale d'uso relativo alle modalità di professionalizzazione degli attori del comparto turistico outdoor transfrontaliero. La realizzazione del manuale, nelle lingue italiano, francese e inglese, sarà a cura del Dipartimento della Savoia.</p>			
Prodotti definitivi	+ 1 x 2.2.1-Manuale d'uso			
Partner principale	Conseil Départemental de la Savoie			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + DMO PIEMONTE S.C.R.L. + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			



Azione	2.3 Eventi	Data di inizio	2019-04-01	27.637,00 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	<p>L'attività prevede l'organizzazione e la partecipazione dei partner ad eventi di carattere informativo e divulgativo nelle differenti aree territoriali del PITEM.</p> <p>Nel dettaglio, verranno organizzati specifici eventi nei territori di competenza dei partner al fine di presentare gli obiettivi del progetto, di confrontarli con le attese degli operatori locali attivi in ambito outdoor, di raccogliere suggestioni e di contribuire ad una maggiore conoscenza degli attori turistici, così da costruire sinergie operative propedeutiche alla strutturazione del prodotto turistico outdoor transfrontaliero.</p> <p>L'attività comprende anche la realizzazione di conferenza di chiusura del progetto avente la finalità di presentare i risultati raggiunti.</p>			
Prodotti definitivi	+ 1 x 2.3.1-Conferenza di chiusura + 15 x 2.3.2-Eventi informativi territoriali			
Partner principale	Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + DMO PIEMONTE S.C.R.L. + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
<b>Gruppo di attività (WP)</b>	<b>3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA</b>			<b>694.967,50 €</b>
Azione	3.1 Governance per la strutturazione di un'offerta outdoor integrata	Data di inizio	2019-04-01	67.629,50 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	<p>L'attività è volta a individuare un modello organizzativo di governance per la gestione e promozione del prodotto turistico outdoor dell'area transfrontaliera.</p> <p>Il modello definito potrà divenire permanente sul territorio Alcotra - per garantire l'efficacia e la perennizzazione dei risultati raggiunti dal progetto anche grazie alla capitalizzazione di esperienze già condotte dai partner - e sarà strutturato in modo da consentirne l'applicabilità anche ad altre aree esterne.</p> <p>L'individuazione del modello di governance più adeguato sarà effettuata nell'ambito di tavoli di lavoro multilivello che consentiranno un primo coinvolgimento del territorio in un'ottica di sensibilizzazione e di implicazione attiva degli attori.</p>			
Prodotti definitivi	+ 35 x 3.1.1-Tavoli di lavoro per l'individuazione di un modello organizzativo di governance			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			

Azione	3.2 Miglioramento delle competenze degli operatori turistici	Data di inizio	2019-04-01	568.023,00 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	L'attività, propedeutica alla strutturazione di un prodotto turistico integrato e di qualità, è volta al miglioramento delle competenze degli operatori turistici transfrontalieri del settore outdoor. In relazione alle specificità delle differenti realtà territoriali, verranno organizzate azioni partecipative di coinvolgimento dei professionisti per rilevarne le esigenze, di stimolare la creazione di relazioni organizzative stabili in un quadro di sistema coordinato, di fornire assistenza e migliorarne le competenze in ambiti prioritari per lo sviluppo e la qualificazione del prodotto (conoscenza dell'offerta e degli standard richiesti, presentazione dei marchi di qualità turistica esistenti e stimolo all'adesione, strumenti digitali, ecc.).			
Prodotti definitivi	+ 1 x 3.2.1-Organizzazione di un seminario interno congiunto + 104 x 3.2.2-Azioni di diagnostica e di miglioramento delle competenze			
Partner principale	Conseil Départemental de la Savoie			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + DMO PIEMONTE S.C.R.L. + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
Azione	3.3 Studio e sviluppo di una strategia condivisa per la commercializzazione del prodotto turistico outdoor integrato	Data di inizio	2019-09-01	59.315,00 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	L'attività è finalizzata alla creazione di prodotti turistici che possano successivamente essere proposti sul mercato internazionale di riferimento. I prodotti avranno natura transfrontaliera (proponendo la visita del territorio Alcotra nel suo insieme), tematica (inerente le occasioni di fruizione specifiche del comparto outdoor) ed integrata (in un'ottica di complementarità con le molteplici opportunità offerte dal settore turistico del territorio: enogastronomia, benessere, cultura, tradizioni, ecc.). L'attività verrà attuata tramite il diretto coinvolgimento degli attori incaricati della creazione di pacchetti turistici, al fine attivare una modalità di lavoro collaborativa per la costruzione di proposte tematiche vendibili.			
Prodotti definitivi	+ 2 x 3.3.1-Organizzazione di incontri b2b con i soggetti incaricati della creazione di pacchetti turistici + 2 x 3.3.2-Produzione turistica			
Partner principale	REGIONE LIGURIA			
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + DMO PIEMONTE S.C.R.L. + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
<b>Gruppo di attività (WP)</b>	<b>4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO</b>			<b>499.240,00 €</b>

Azione	4.1 Elaborazione del Piano di marketing	Data di inizio	2019-04-01	8.050,00 €
		Data di conclusione	2021-06-30	
Descrizione	L'attività è finalizzata alla redazione di un Piano di marketing condiviso che definisca le linee guida delle attività di comunicazione e promozione del prodotto turistico outdoor integrato. La realizzazione del piano di marketing comprenderà, a partire dalla definizione puntuale delle offerte turistiche integrate individuate, la determinazione di una strategia promozionale efficace e condivisa, la definizione dell'immagine coordinata condivisa del nuovo prodotto turistico transfrontaliero, l'impostazione della campagna promozionale comune e la definizione delle azioni puntuali (condivise ed individuali) di promozione da realizzare.			
Prodotti definitivi	+ 1 x 4.1.1-Piano di marketing			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra.			
Azione	4.2 Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	Data di inizio	2019-09-01	115.170,00 €
		Data di conclusione	2022-03-31	
Descrizione	L'attività è finalizzata alla presentazione dell'offerta turistica outdoor transfrontaliera e transregionale e dei prodotti tematici sviluppati nell'ambito del progetto. La promozione dell'offerta italo-francese e dei pacchetti turistici outdoor sarà rivolta ai professionisti della commercializzazione turistica (Tour Operator e agenzie di viaggio) tramite l'organizzazione di educational tour e di workshop rispondenti alla necessità di far conoscere l'offerta potenziale e di agevolarne la diffusione e la vendita sui mercati internazionali. L'attività comprende altresì la realizzazione di campagne promozionali on line, sulle riviste specializzate del settore trade e sui cataloghi degli operatori del comparto outdoor.			
Prodotti definitivi	+ 13 x 4.2.1-Educational Tour + 10 x 4.2.2-Attività di Networking + 2 x 4.2.3-Campagne promozionali online			
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.			
Partner	+ Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra			
Azione	4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	Data di inizio	2019-09-01	376.020,00 €
		Data di conclusione	2022-03-31	

Descrizione	L'attività è volta alla promozione dell'offerta turistica outdoor transfrontaliera e dei prodotti tematici integrati sviluppati nell'ambito del progetto, così da raggiungere il target di riferimento. L'attività comprenderà azioni specifiche di marketing, campagne di promozione digitali web e social, partecipazioni a fiere di settore e organizzazione di Press Tour dedicati a giornalisti di settore, influencer, video maker e blogger che possano a loro volta promuovere l'offerta outdoor nei confronti dell'utenza finale. L'attività si completerà tramite la creazione di materiale promozionale tradizionale e multimediale, multilingue (italiano, francese, inglese), riferito sia all'intera area Alcotra che alle specificità locali.
Prodotti definitivi	+ 13 x 4.3.1-Press tour + 2 x 4.3.2-Campagne promozionali digitali + 3 x 4.3.3-Partecipazione a fiere di settore + 6 x 4.3.4-Materiale promozionale
Partner principale	DMO PIEMONTE S.C.R.L.
Partner	+ AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME + Conseil Départemental de la Savoie + Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza + REGIONE LIGURIA + REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR + Regione Autonoma Valle d'Aosta
Localizzazione	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
<b>Totale</b>	
<b>1.577.278,41 €</b>	

#### Lista dei prodotti del progetto (deliverables)

Gruppo di attività (WP)	Azione	ID	Tipo di unità	Unità	Nome del prodotto	Descrizione	Valore previsto totale
0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	0.1 Spese per la predisposizione del progetto	88059	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	0.1.1 Riunioni tecniche	Organizzazione e partecipazione dei partner a riunioni tecniche finalizzate alla definizione del piano di lavoro del progetto. Alcuni partner hanno sostenuto le spese relative a proprio carico, non comprendendole nella candidatura.	2

0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	0.1 Spese per la predisposizione del progetto	88060	Accordo / Convenzione	Numero	0.1.2 Dossier di candidatura	Predisposizione del dossier di candidatura del progetto in italiano e francese, comprensivo del formulario sul portale Synergie-CTE e dei relativi allegati.	1
1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	1.1 Coordinamento	88061	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	1.1.1 Riunioni del COTEC e riunioni del Gruppo Comunicazione	Organizzazione e partecipazione a 6 riunioni COTEC e 6 riunioni Gruppo di Comunicazione. Le riunioni saranno organizzate contestualmente 2 volte l'anno in contemporanea a quelle del Caffè Outdoor per ottimizzare la partecipazione dei partner.	12
1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	1.1 Coordinamento	88062	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	1.1.2 Riunioni del COFIL e Caffè Outdoor	Partecipazione dei partner a 3 riunioni del COFIL del PITEN e a 15 riunioni tematiche dei Caffè Outdoor (5 riunioni all'anno), organizzate nell'ambito del Progetto di Coordinamento e Comunicazione.	18
1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	1.2 Monitoraggio	88094	Sistema di monitoraggio	Numero	1.2.1 Rendicontazioni e Rapporti di avanzamento	Elaborazione, tramite il portale Synergie-CTE, delle dichiarazioni di spesa periodiche e finale (n. 7 totali) e dei rapporti di avanzamento intermedi (annuali e finalizzati alla richiesta delle quote FESR) e finali (n. 6 totali).	19

2 COMUNICAZIONE	2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto	88095	Sito web	Numero	2.1.1 Implementazione piattaforma web del PITEM	Elaborazione dei testi in italiano e francese per l'implementazione della piattaforma di comunicazione (sito web) realizzata nell'ambito dell'Attività 1.2 del PCC del PITEM, nella quale sono previsti i costi di traduzione.	1
2 COMUNICAZIONE	2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto	88096	Azione di comunicazione (media)	Numero	2.1.2 Comunicazione sui social network	Comunicazione del progetto tramite diffusione delle informazioni sui canali social e sui portali web dei partner. La comunicazione si rivolge a tecnici, professionisti di settore, operatori turistici outdoor, amministratori.	1
2 COMUNICAZIONE	2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto	88097	Azione di comunicazione (media)	Numero	2.1.3 E-mailing	Comunicazione dei contenuti del progetto tramite e-mailing (newsletter) rivolta agli stakeholders: tecnici e professionisti di settore, operatori turistici outdoor, Amministrazioni.	1
2 COMUNICAZIONE	2.2 Condivisione e diffusione del materiale	88098	Studi / Ricerche / Metodologie	Numero	2.2.1 Manuale d'uso	Redazione di un manuale d'uso (in italiano, francese e inglese) che fornisca le linee guida per le attività di professionalizzazione degli attori del comparto turistico outdoor dell'area Alcotra.	1

2 COMUNICAZIONE	2.3 Eventi	88099	Conferenza / Seminario	Numero	2.3.1 Conferenza di chiusura	Organizzazione (Regione Valle d'Aosta) di una conferenza finale congiunta rivolta agli stakeholders dell'area Alcotra e ai media di settore per presentare, diffondere e valorizzare i risultati del Progetto. Partecipazione dell'intero partenariato.	1
2 COMUNICAZIONE	2.3 Eventi	88100	Conferenza / Seminario	Numero	2.3.2 Eventi informativi territoriali	Organizzazione di eventi informativi locali volti a presentare gli obiettivi, i contenuti e le attività del progetto e a diffondere i risultati raggiunti.	15
3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	3.1 Governance per la strutturazione di un'offerta outdoor integrata	88275	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	3.1.1 Tavoli di lavoro per l'individuazione di un modello organizzativo di governance	Organizzazione di tavoli di lavoro multilivello con l'obiettivo di individuare gli stakeholders da coinvolgere nelle attività di sensibilizzazione e di integrazione dei prodotti turistici peculiari con l'offerta outdoor transfrontaliera.	35
3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	3.2 Miglioramento delle competenze degli operatori turistici	88276	Conferenza / Seminario	Numero	3.2.1 Organizzazione di un seminario interno congiunto	Organizzazione di un seminario ristretto di carattere tecnico-operativo per approfondire la conoscenza dei marchi di qualità esistenti legati alla fruizione outdoor e definire il denominatore comune delle successive fasi di lavoro.	1

3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	3.2 Miglioramento delle competenze degli operatori turistici	88277	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	3.2.2 Azioni di diagnostica e di miglioramento delle competenze	Attività per i professionisti dell'outdoor (seminari, tavoli partecipativi, visite in situ, strumenti pedagogici, ecc.) volte a evidenziarne le esigenze, accrescerne le competenze, creare rapporti per la successiva definizione di pacchetti turistici.	104
3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	3.3 Studio e sviluppo di una strategia condivisa per la commercializzazione del prodotto turistico outdoor integrato	88279	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	3.3.1 Organizzazione di incontri b2b con i soggetti incaricati della creazione di pacchetti turistici	Organizzazione di due incontri b2b con il coinvolgimento degli operatori turistici e dei T.O. per la costruzione coordinata di offerte turistiche destinate alla vendita sul mercato internazionale.	2
3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	3.3 Studio e sviluppo di una strategia condivisa per la commercializzazione del prodotto turistico outdoor integrato	88280	Studi / Ricerche / Metodologie	Numero	3.3.2 Produzione turistica	Attuazione del percorso di costruzione dell'offerta outdoor integrata del territorio ALCOTRA attraverso piattaforme e strumenti digitali dedicati, al fine di giungere alla creazione di almeno due prodotti transfrontalieri.	2
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.1 Elaborazione del Piano di marketing	88285	Studi / Ricerche / Metodologie	Numero	4.1.1 Piano di marketing	Redazione di un Piano di marketing condiviso atto a definire le più efficaci modalità di promozione del prodotto turistico outdoor transfrontaliero e transregionale.	1



4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.2 Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	88286	Azione di comunicazione (media)	Numero	4.2.1 Educational Tour	Organizzazione di Educational Tour dedicati alle Agenzie di Viaggio e ai Tour Operator dei mercati internazionali per la presentazione delle offerte turistiche tematiche sviluppate e destinate alla vendita.	13
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.2 Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	88287	Atelier / Gruppo di lavoro	Numero	4.2.2 Attività di Networking	Organizzazione, a seguito degli EducTour, di mini workshop / networking dinner / lunch dedicati alle Agenzie di Viaggio e ai Tour Operator dei mercati internazionali per la presentazione delle offerte turistiche sviluppate e destinate alla vendita.	10
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.2 Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	88288	Azione di comunicazione (media)	Numero	4.2.3 Campagne promozionali online	Pianificazione e realizzazione di campagne promozionali on-line e social, sulle riviste specializzate del settore trade e sui cataloghi degli operatori del comparto outdoor.	2
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	88292	Azione di comunicazione (media)	Numero	4.3.1 Press tour	Organizzazione di Press Tour dedicati a giornalisti di settore, influencer, instagrammer, video maker e blogger dei mercati internazionali target per la presentazione dell'offerta transfrontaliera integrata del settore outdoor.	13

4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	88293	Azione di comunicazione (media)	Numero	4.3.2 Campagne promozionali digitali	Pianificazione e realizzazione di campagne promozionali sui social network (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat) per la promozione dell'offerta integrata del settore outdoor del territorio Alcotra nei mercati internazionali target.	2
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	88294	Azione di comunicazione (media)	Numero	4.3.3 Partecipazione a fiere di settore	Partecipazione dei partner a fiere di settore internazionali (ad esempio, il Salon du Randonneur di Lione) e locale, nonché al Festival dell'Outdoor (PS5), per la presentazione e promozione dell'offerta transfrontaliera integrata di turismo outdoor.	3
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	88295	Materiale di comunicazione	Numero	4.3.4 Materiale promozionale	Realizzazione di materiale promozionale multilingue inerente le offerte turistiche sviluppate (carta tematica, ecc.). Realizzazione di materiale multimediale (Foto e video HD, foto 360°, realtà aumentata).	6

## 6.2 Piano di lavoro per gruppo di attività

## PREPARAZIONE DEL PROGETTO

N° del gruppo di attività	Titolo del gruppo di attività	Data di inizio	Data di fine	Importo
0	PREPARAZIONE DEL PROGETTO	2018-01-01	2018-12-31	21.503,64 €
Partner partecipanti (gruppo di attività)		AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		
Budget gruppo di attività				
Partner			Importo	
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME				0,00 €
Conseil Départemental de la Savoie				0,00 €
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza				0,00 €
DMO PIEMONTE S.C.R.L.				21.063,64 €
REGIONE LIGURIA				0,00 €
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR				440,00 €
Regione Autonoma Valle d'Aosta				0,00 €
Totale				21.503,64 €

## GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO

N° del gruppo di attività	Titolo del gruppo di attività	Data di inizio	Data di fine	Importo
1	GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	2019-04-01	2022-03-31	255.815,27 €
Partner responsabile gruppo di attività				
Partner partecipanti (gruppo di attività)		AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		

		Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2022-03-31
Azione1.1	Coordinamento	Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		
		Partner responsabile dell'attività	DMO PIEMONTE S.C.R.L.		
		Descrizione	<p>La presente attività prevede un costante rapporto tra i partner finalizzato alla definizione in itinere dei contenuti del progetto e delle modalità operative di loro attuazione, all'elaborazione di strategie congiunte e condivise, al raccordo transfrontaliero.</p> <p>L'attività comprende la creazione di un COTEC (definizione delle attività) e di un Gruppo di Comunicazione (definizione delle attività di comunicazione) che si riuniranno con cadenza semestrale.</p> <p>I partner parteciperanno inoltre alle riunioni del COPIL e dei Caffè Outdoor, previste nell'ambito del PCC del PITEM, al fine di mantenere la visione globale e la coerenza d'insieme dei progetti del Piano Integrato Tematico.</p>		
Prodotto		Valore obiettivo		Data di consegna	
Prodotto1.1.1		Riunioni del COTEC e riunioni del Gruppo Comunicazione	12		2022-03-31
Prodotto1.1.2		Riunioni del COPIL e Caffè Outdoor	18		2022-03-31
		Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2022-03-31
Azione1.2	Monitoraggio	Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		

		Partner responsabile dell'attività	DMO PIEMONTE S.C.R.L.	
		Descrizione	<p>L'attività prevede lo svolgimento di verifica dell'avanzamento delle attività sotto il profilo amministrativo, economico, finanziario ed operativo, nel rispetto del Piano di Lavoro di progetto e della strategia del PITEM.</p> <p>Verrà svolta un'azione di valutazione costante dello stato di avanzamento delle spese e degli affidamenti in corso, nonché un'azione di verifica del rispetto delle tempistiche di attuazione.</p> <p>Verranno elaborati i documenti periodici previsti dal Programma atti ad attestare l'avanzamento delle attività al fine di dimostrare la realizzazione delle iniziative (dichiarazioni di spesa periodiche, rapporti di avanzamento, ecc.).</p> <p>L'attività comprende l'operato dei controllori di primo livello obbligatori per i partner francesi.</p>	
Prodotto		Valore obiettivo	Data di consegna	
Prodotto1.2.1	Rendicontazioni e Rapporti di avanzamento	19	2022-03-31	

AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	31.100,00 €	5.850,00 €	9.550,00 €	9.150,00 €	6.550,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	4.665,00 €	877,50 €	1.432,50 €	1.372,50 €	982,50 €
Spese di viaggio e soggiorno	9.900,00 €	2.200,00 €	3.300,00 €	2.750,00 €	1.650,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	6.500,00 €	700,00 €	1.900,00 €	1.900,00 €	2.000,00 €

6 5 0 0	9.627,50 €	16.182,50 €	15.172,50 €	11.182,50 €
------------------	------------	-------------	-------------	-------------

Conseil Départemental de la Savoie	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	35.930,00 €	9.045,00 €	9.425,00 €	9.175,00 €	8.285,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	5.389,50 €	1.356,75 €	1.413,75 €	1.376,25 €	1.242,75 €
Spese di viaggio e soggiorno	1.200,00 €	500,00 €	500,00 €	200,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	5.000,00 €	1.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €	0,00 €

11.901,75 €	13.338,75 €	12.751,25 €	9.527,75 €
-------------	-------------	-------------	------------

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	5.050,00 €	1.450,00 €	1.450,00 €	1.450,00 €	700,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	120,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €	30,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	4.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €

2.480,00 €	2.480,00 €	2.480,00 €	1.730,00 €
------------	------------	------------	------------

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	6.200,00 €	1.100,00 €	1.900,00 €	1.900,00 €	1.300,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	1.200,00 €	250,00 €	350,00 €	350,00 €	250,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	2.640,00 €	440,00 €	880,00 €	880,00 €	440,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	31.000,00 €	4.000,00 €	8.500,00 €	8.500,00 €	10.000,00 €

M d ta le 4 0 0 0 0	5.790,00 €	11.630,00 €	11.630,00 €	11.990,00 €
---	------------	-------------	-------------	-------------

REGIONE LIGURIA	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	19.000,00 €	3.100,00 €	5.700,00 €	5.300,00 €	4.900,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	2.400,00 €	300,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	8.400,00 €	2.200,00 €	2.350,00 €	2.000,00 €	1.850,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	29.000,00 €	2.000,00 €	9.000,00 €	9.000,00 €	9.000,00 €



7 6 0 0 0 0 0 0	7.600,00 €	17.750,00 €	17.000,00 €	16.450,00 €
--------------------------------------	------------	-------------	-------------	-------------

REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	15.185,00 €	3.736,30 €	4.345,00 €	4.220,00 €	2.883,70 €
Spese d'ufficio e amministrative	1.646,00 €	423,50 €	532,50 €	532,50 €	157,50 €
Spese di viaggio e soggiorno	6.776,00 €	2.204,50 €	1.915,50 €	2.117,00 €	539,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	2.625,00 €	850,00 €	850,00 €	925,00 €	0,00 €

12 6 ta 12 3 2 . 0 0	7.214,30 €	7.643,00 €	7.794,50 €	3.580,20 €
--	------------	------------	------------	------------

Regione Autonoma Valle d'Aosta	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di viaggio e soggiorno	8.625,00 €	2.530,00 €	3.220,00 €	2.125,00 €	750,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	12.263,77 €	3.263,77 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €

12 6 ta 18 8 8 . 7 7	5.793,77 €	6.220,00 €	5.125,00 €	3.750,00 €
--	------------	------------	------------	------------

COMUNICAZIONE

N° del gruppo di attività	Titolo del gruppo di attività	Data di inizio	Data di fine	Importo
2	COMUNICAZIONE	2019-04-01	2022-03-31	105.752,00 €
Partner responsabile gruppo di attività				
Partner partecipanti (gruppo di attività)		AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		

		Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2022-03-31
Azione2.1	Comunicazione esterna e promozione del progetto	Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		
		Partner responsabile dell'attività	DMO PIEMONTE S.C.R.L.		
		Descrizione	<p>L'attività è finalizzata alla comunicazione e diffusione dei contenuti, delle attività e dei risultati del progetto, in stretta sinergia con le altre iniziative attuate nell'ambito del PITEM.</p> <p>L'attività avrà una durata di 36 mesi, pari al progetto, così da dare opportuna visibilità alle singole fasi di attuazione dello stesso.</p> <p>L'attività si rivolgerà agli stakeholders del territorio transfrontaliero, con particolare riguardo per le Amministrazioni, gli operatori turistici, gli attori dell'ambito turistico e a diverso titolo legati alle tematiche dell'outdoor, i media e il grande pubblico, per garantire la conoscenza del progetto e stimolare la partecipazione attiva dei portatori di interesse.</p>		
Prodotto			Valore obiettivo	Data di consegna	
Prodotto2.1.1		Implementazione piattaforma web del PITEM	1	2022-03-31	
Prodotto2.1.2		Comunicazione sui social network	1	2022-03-31	

Prodotto2.1.3		E-mailing		1	2022-03-31
		Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2021-06-30
Azione2.2		Condivisione e diffusione del materiale		Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta
				Partner responsabile dell'attività	Conseil Départemental de la Savoie
				Descrizione	L'attività prevede la condivisione da parte dei partner di progetto del materiale realizzato in occasione delle azioni di coinvolgimento del territorio che saranno attuate nell'ambito del WP3 (seminari di design partecipativo, attività di sensibilizzazione, incontri di accompagnamento, ecc.) al fine di condividere le suggestioni derivanti dall'esperienza condotta e di valutarne congiuntamente i risultati. Esito dell'attività sarà l'elaborazione congiunta di un manuale d'uso relativo alle modalità di professionalizzazione degli attori del comparto turistico outdoor transfrontaliero. La realizzazione del manuale, nelle lingue italiano, francese e inglese, sarà a cura del Dipartimento della Savoia.
Prodotto			Valore obiettivo	Data di consegna	
Prodotto2.2.1		Manuale d'uso		1	2021-06-30
		Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2022-03-31
Azione2.3		Eventi		Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta
				Partner responsabile dell'attività	Regione Autonoma Valle d'Aosta

		Descrizione	L'attività prevede l'organizzazione e la partecipazione dei partner ad eventi di carattere informativo e divulgativo nelle differenti aree territoriali del PITEM. Nel dettaglio, verranno organizzati specifici eventi nei territori di competenza dei partner al fine di presentare gli obiettivi del progetto, di confrontarli con le attese degli operatori locali attivi in ambito outdoor, di raccogliere suggestioni e di contribuire ad una maggiore conoscenza degli attori turistici, così da costruire sinergie operative propedeutiche alla strutturazione del prodotto turistico outdoor transfrontaliero. L'attività comprende anche la realizzazione di conferenza di chiusura del progetto avente la finalità di presentare i risultati raggiunti.	
Prodotto		Valore obiettivo	Data di consegna	
Prodotto2.3.1	Conferenza di chiusura	1	2022-03-31	
Prodotto2.3.2	Eventi informativi territoriali	15	2021-03-31	

AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	2.750,00 €	60,00 €	110,00 €	360,00 €	2.220,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	412,50 €	9,00 €	16,50 €	54,00 €	333,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	1.100,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	1.100,00 €

16 2 5 0	69,00 €	126,50 €	414,00 €	3.653,00 €
-------------------	---------	----------	----------	------------

Conseil Départemental de la Savoie	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	13.300,00 €	760,00 €	760,00 €	9.880,00 €	1.900,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	1.995,00 €	114,00 €	114,00 €	1.482,00 €	285,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	2.000,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	1.250,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	40.000,00 €	0,00 €	0,00 €	40.000,00 €	0,00 €

19 5 0 0	1.124,00 €	1.124,00 €	51.612,00 €	3.435,00 €
-------------------	------------	------------	-------------	------------

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	2.020,00 €	630,00 €	330,00 €	330,00 €	730,00 €

D o c u m e n t o	630,00 €	330,00 €	330,00 €	730,00 €
---	----------	----------	----------	----------

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	5.200,00 €	900,00 €	1.200,00 €	2.000,00 €	1.100,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	1.800,00 €	350,00 €	550,00 €	550,00 €	350,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	200,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	200,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	6.000,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €

T G t a l e  0 0 0 0 0	2.750,00 €	3.250,00 €	4.050,00 €	3.150,00 €
---	------------	------------	------------	------------

REGIONE LIGURIA	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	7.500,00 €	0,00 €	2.000,00 €	3.000,00 €	2.500,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	1.300,00 €	0,00 €	0,00 €	250,00 €	1.050,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	5.800,00 €	100,00 €	700,00 €	1.700,00 €	3.300,00 €

T G t a l e  0 0 0 0 0	100,00 €	2.700,00 €	4.950,00 €	6.850,00 €
---	----------	------------	------------	------------



REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	3.450,00 €	700,00 €	700,00 €	700,00 €	1.350,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	472,50 €	105,00 €	105,00 €	105,00 €	157,50 €
Spese di viaggio e soggiorno	452,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	452,00 €

4 5 0	805,00 €	805,00 €	805,00 €	1.959,50 €
-------------	----------	----------	----------	------------

Regione Autonoma Valle d'Aosta	Totale	2019	2020	2021	2022
Costi per consulenze e servizi esterni	10.000,00 €	500,00 €	1.000,00 €	2.000,00 €	6.500,00 €

T O t a l e	500,00 €	1.000,00 €	2.000,00 €	6.500,00 €
----------------------------	----------	------------	------------	------------

### STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA

N° del gruppo di attività		Titolo del gruppo di attività		Data di inizio	Data di fine	Importo	
3		STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA		2019-04-01	2022-03-31	694.967,50 €	
Partner responsabile gruppo di attività							
Partner partecipanti (gruppo di attività)				AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta			
Realizzazione principale		Descrizione			Quantità	Data di previsionale	Indicatore di realizzazione
Realizzazione principale3.1	Offerta turistica qualificata	Il presente gruppo di attività giungerà al compimento dello sviluppo e dell'organizzazione dell'offerta turistica Outdoor del territorio transfrontaliero			1	2022-03	Numero di aree, siti, itinerari recuperati e/o valorizzati
				Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2022-03-31

Azione3.1	Governance per la strutturazione di un'offerta outdoor integrata	Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		
		Partner responsabile dell'attività	DMO PIEMONTE S.C.R.L.		
		Descrizione	<p>L'attività è volta a individuare un modello organizzativo di governance per la gestione e promozione del prodotto turistico outdoor dell'area transfrontaliera.</p> <p>Il modello definito potrà divenire permanente sul territorio Alcotra - per garantire l'efficacia e la perennizzazione dei risultati raggiunti dal progetto anche grazie alla capitalizzazione di esperienze già condotte dai partner - e sarà strutturato in modo da consentirne l'applicabilità anche ad altre aree esterne.</p> <p>L'individuazione del modello di governance più adeguato sarà effettuata nell'ambito di tavoli di lavoro multilivello che consentiranno un primo coinvolgimento del territorio in un'ottica di sensibilizzazione e di implicazione attiva degli attori.</p>		
Prodotto		Valore obiettivo	Data di consegna		
Prodotto3.1.1	Tavoli di lavoro per l'individuazione di un modello organizzativo di governance	35	2022-03-31		
	Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2022-03-31	
Azione3.2	Miglioramento delle competenze degli operatori turistici	Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta		
		Partner responsabile dell'attività	Conseil Départemental de la Savoie		

		Descrizione		L'attività, propedeutica alla strutturazione di un prodotto turistico integrato e di qualità, è volta al miglioramento delle competenze degli operatori turistici transfrontalieri del settore outdoor. In relazione alle specificità delle differenti realtà territoriali, verranno organizzate azioni partecipative di coinvolgimento dei professionisti per rilevarne le esigenze, di stimolare la creazione di relazioni organizzative stabili in un quadro di sistema coordinato, di fornire assistenza e migliorarne le competenze in ambiti prioritari per lo sviluppo e la qualificazione del prodotto (conoscenza dell'offerta e degli standard richiesti, presentazione dei marchi di qualità turistica esistenti e stimolo all'adesione, strumenti digitali, ecc.).	
Prodotto			Valore obiettivo		Data di consegna
Prodotto3.2.1		Organizzazione di un seminario interno congiunto		1	2021-12-31
Prodotto3.2.2		Azioni di diagnostica e di miglioramento delle competenze		104	2022-03-31
		Data di inizio	2019-09-01	Data di fine	2022-03-31
Azione3.3		Studio e sviluppo di una strategia condivisa per la commercializzazione del prodotto turistico outdoor integrato		Partner partecipanti (gruppo di attività) AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta	
				Partner responsabile dell'attività REGIONE LIGURIA	

		Descrizione	L'attività è finalizzata alla creazione di prodotti turistici che possano successivamente essere proposti sul mercato internazionale di riferimento. I prodotti avranno natura transfrontaliera (proponendo la visita del territorio Alcotra nel suo insieme), tematica (inerente le occasioni di fruizione specifiche del comparto outdoor) ed integrata (in un'ottica di complementarità con le molteplici opportunità offerte dal settore turistico del territorio: enogastronomia, benessere, cultura, tradizioni, ecc.). L'attività verrà attuata tramite il diretto coinvolgimento degli attori incaricati della creazione di pacchetti turistici, al fine attivare una modalità di lavoro collaborativa per la costruzione di proposte tematiche vendibili.	
Prodotto		Valore obiettivo	Data di consegna	
Prodotto3.3.1	Organizzazione di incontri b2b con i soggetti incaricati della creazione di pacchetti turistici	2	2021-12-31	
Prodotto3.3.2	Produzione turistica	2	2022-03-31	

AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	37.150,00 €	4.200,00 €	16.500,00 €	12.450,00 €	4.000,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	5.572,50 €	630,00 €	2.475,00 €	1.867,50 €	600,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	7.500,00 €	500,00 €	4.150,00 €	2.350,00 €	500,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	76.725,00 €	0,00 €	47.000,00 €	29.725,00 €	0,00 €

T 6 1e 9 4 7 - 5 0  ◆ ◆	5.330,00 €	70.125,00 €	46.392,50 €	5.100,00 €
--	------------	-------------	-------------	------------

Conseil Départemental de la Savoie	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	66.500,00 €	41.800,00 €	24.700,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	9.975,00 €	6.270,00 €	3.705,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	8.710,50 €	5.500,00 €	3.210,50 €	0,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	130.000,00 €	78.000,00 €	52.000,00 €	0,00 €	0,00 €

P d l e 1 8 5 5 0	131.570,00 €	83.615,50 €	0,00 €	0,00 €
---	--------------	-------------	--------	--------

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	3.950,00 €	1.050,00 €	1.950,00 €	950,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	15.800,00 €	3.000,00 €	7.300,00 €	5.500,00 €	0,00 €

T 0 ta 1 5 0 0 0	4.050,00 €	9.250,00 €	6.450,00 €	0,00 €
---------------------------------------	------------	------------	------------	--------

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	23.400,00 €	3.000,00 €	17.000,00 €	3.400,00 €	0,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	3.000,00 €	650,00 €	1.050,00 €	1.300,00 €	0,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	6.730,00 €	640,00 €	5.320,00 €	770,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	137.200,00 €	8.000,00 €	118.200,00 €	11.000,00 €	0,00 €

T 07 16 le 3 3 0 + 0 0	12.290,00 €	141.570,00 €	16.470,00 €	0,00 €
---	-------------	--------------	-------------	--------

REGIONE LIGURIA	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	33.500,00 €	0,00 €	11.000,00 €	22.500,00 €	0,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	7.200,00 €	0,00 €	3.550,00 €	3.650,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	50.000,00 €	0,00 €	26.500,00 €	23.500,00 €	0,00 €



D 0 ta 17 0 0 - 0 0	0,00 €	41.050,00 €	49.650,00 €	0,00 €
---	--------	-------------	-------------	--------

REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	10.362,00 €	3.070,00 €	2.720,00 €	2.722,00 €	1.850,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	1.857,50 €	722,50 €	692,50 €	442,50 €	0,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	500,00 €	250,00 €	250,00 €	0,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	19.335,00 €	0,00 €	9.700,00 €	9.635,00 €	0,00 €

B 2 ta 10 5 4 . 5 0	4.042,50 €	13.362,50 €	12.799,50 €	1.850,00 €
---	------------	-------------	-------------	------------

Regione Autonoma Valle d'Aosta	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di viaggio e soggiorno	1.000,00 €	0,00 €	500,00 €	500,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	39.000,00 €	9.025,00 €	15.425,00 €	14.550,00 €	0,00 €

B 0 ta 10 0 0 . 0 0	9.025,00 €	15.925,00 €	15.050,00 €	0,00 €
---	------------	-------------	-------------	--------

**SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO**

N° del gruppo di attività	Titolo del gruppo di attività		Data di inizio	Data di fine	Importo
4	SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO		2019-04-01	2022-03-31	499.240,00 €
Partner responsabile gruppo di attività					
Partner partecipanti (gruppo di attività)			Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta, AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME		
Realizzazione principale	Descrizione			Quantità	Data di previsionale
		Data di inizio	2019-04-01	Data di fine	2021-06-30
Azione4.1	Elaborazione del Piano di marketing		Partner partecipanti (gruppo di attività)		Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta
			Partner responsabile dell'attività		DMO PIEMONTE S.C.R.L.
			Descrizione		L'attività è finalizzata alla redazione di un Piano di marketing condiviso che definisca le linee guida delle attività di comunicazione e promozione del prodotto turistico outdoor integrato. La realizzazione del piano di marketing comprenderà, a partire dalla definizione puntuale delle offerte turistiche integrate individuate, la determinazione di una strategia promozionale efficace e condivisa, la definizione dell'immagine coordinata condivisa del nuovo prodotto turistico transfrontaliero, l'impostazione della campagna promozionale comune e la definizione delle azioni puntuali (condivise ed individuali) di promozione da realizzare.
Prodotto			Valore obiettivo		Data di consegna

Prodotto4.1.1		Piano di marketing		1	2021-06-30
		Data di inizio	2019-09-01	Data di fine	2022-03-31
Azione4.2		Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	Partner partecipanti (gruppo di attività)		Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta
			Partner responsabile dell'attività		DMO PIEMONTE S.C.R.L.
			Descrizione		L'attività è finalizzata alla presentazione dell'offerta turistica outdoor transfrontaliera e transregionale e dei prodotti tematici sviluppati nell'ambito del progetto. La promozione dell'offerta italo-francese e dei pacchetti turistici outdoor sarà rivolta ai professionisti della commercializzazione turistica (Tour Operator e agenzie di viaggio) tramite l'organizzazione di educational tour e di workshop rispondenti alla necessità di far conoscere l'offerta potenziale e di agevolarne la diffusione e la vendita sui mercati internazionali. L'attività comprende altresì la realizzazione di campagne promozionali on line, sulle riviste specializzate del settore trade e sui cataloghi degli operatori del comparto outdoor.
Prodotto			Valore obiettivo		Data di consegna
Prodotto4.2.1		Educational Tour		13	2021-12-31
Prodotto4.2.2		Attività di Networking		10	2021-12-31
Prodotto4.2.3		Campagne promozionali online		2	2022-03-31
		Data di inizio	2019-09-01	Data di fine	2022-03-31

Azione4.3	Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	Partner partecipanti (gruppo di attività)	AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME, Conseil Départemental de la Savoie, Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza, DMO PIEMONTE S.C.R.L., REGIONE LIGURIA, REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR, Regione Autonoma Valle d'Aosta	
		Partner responsabile dell'attività	DMO PIEMONTE S.C.R.L.	
		Descrizione	<p>L'attività è volta alla promozione dell'offerta turistica outdoor transfrontaliera e dei prodotti tematici integrati sviluppati nell'ambito del progetto, così da raggiungere il target di riferimento.</p> <p>L'attività comprenderà azioni specifiche di marketing, campagne di promozione digitali web e social, partecipazioni a fiere di settore e organizzazione di Press Tour dedicati a giornalisti di settore, influencer, video maker e blogger che possano a loro volta promuovere l'offerta outdoor nei confronti dell'utenza finale.</p> <p>L'attività si completerà tramite la creazione di materiale promozionale tradizionale e multimediale, multilingue (italiano, francese, inglese), riferito sia all'intera area Alcotra che alle specificità locali.</p>	
Prodotto		Valore obiettivo	Data di consegna	
Prodotto4.3.1	Press tour	13	2022-03-31	
Prodotto4.3.2	Campagne promozionali digitali	2	2022-03-31	
Prodotto4.3.3	Partecipazione a fiere di settore	3	2021-12-31	
Prodotto4.3.4	Materiale promozionale	6	2021-12-31	

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	6.590,00 €	3.150,00 €	1.380,00 €	1.880,00 €	180,00 €

		Costi per consulenze e servizi esterni	68.250,00 €	27.050,00 €	21.850,00 €	16.400,00 €	2.950,00 €
7	30.200,00 €		23.230,00 €			18.280,00 €	
el							3.130,00 €
ta							
18							
4							
0							
0							
0							
0							
0							

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	31.700,00 €	4.000,00 €	0,00 €	27.700,00 €	0,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	4.425,00 €	1.050,00 €	1.550,00 €	1.175,00 €	650,00 €
Spese di viaggio e soggiorno	3.110,00 €	710,00 €	0,00 €	2.400,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	142.690,00 €	2.000,00 €	0,00 €	140.690,00 €	0,00 €

T G t a l e  9 2 5 . 0 0		7.760,00 €	1.550,00 €	171.965,00 €	650,00 €
--	--	------------	------------	--------------	----------

REGIONE LIGURIA	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di viaggio e soggiorno	3.800,00 €	0,00 €	300,00 €	3.100,00 €	400,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	82.100,00 €	0,00 €	28.050,00 €	47.550,00 €	6.500,00 €

T G t a l e  0 0 . 0 0		0,00 €	28.350,00 €	50.650,00 €	6.900,00 €
---	--	--------	-------------	-------------	------------

Regione Autonoma Valle d'Aosta	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di viaggio e soggiorno	500,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €	0,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	57.875,00 €	0,00 €	19.138,33 €	24.368,34 €	14.368,33 €

B 6 ta 18 7 5 0 0	0,00 €	19.638,33 €	24.368,34 €	14.368,33 €
--	--------	-------------	-------------	-------------

AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	Totale	2019	2020	2021	2022
Spese di personale	18.000,00 €	3.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €	3.000,00 €
Spese d'ufficio e amministrative	2.700,00 €	450,00 €	900,00 €	900,00 €	450,00 €
Costi per consulenze e servizi esterni	77.500,00 €	13.500,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €	14.000,00 €



D & ta 12 0 0 - 0 0 ◆ ◆	16.950,00 €	31.900,00 €	31.900,00 €	17.450,00 €
---	-------------	-------------	-------------	-------------

### 6.3 Appalti pubblici

Tutti i partner di progetto utilizzeranno procedure ad evidenza pubblica per l'affidamento dei servizi finalizzati alla attuazione delle azioni previste dal progetto, secondo quanto previsto dai propri regolamenti e/o dalle norme nazionali e comunitarie.

In ragione della natura dell'iniziativa non si prevedono prescrizioni particolari in materia di criteri ambientali.

Non sono previste spese comuni nell'ambito di appalti o pubblico mercato transfrontaliero, sebbene si ipotizzi ad oggi la partecipazione congiunta a fiere di settore (in primis il Salon du Randonneur di Lione): le modalità di gestione di tali partecipazione, in termini organizzativi e di sostegno della spesa, verranno puntualmente definite in corso di attuazione e potranno essere regolate da apposita convenzione tra partner.

Per tutte le attività in progetto si porrà estrema cura nell'armonizzare al meglio l'operatività delle diverse iniziative promosse dai diversi partner, al fine di: adattare alle specificità locali l'attuazione di quanto previsto, trasferire ai referenti locali le competenze necessarie alla successiva gestione di quanto realizzato, favorire la capacità di replicare autonomamente le attività/azioni effettuate, recuperare feed back utili ad implementare e migliorare le realizzazioni omologhe attuate nell'ambito progettuale del paese di provenienza.

### 6.4 Descrizione della gestione del progetto

La realizzazione di una strategia di definizione e di promozione dell'offerta transfrontaliera Outdoor nell'attuazione dei quattro progetti tematici costituenti il Pitem MITO necessita di una efficace gestione delle diverse attività in programma e di un coordinamento serrato che assicuri il conseguimento di tutti i risultati attesi.

Il metodo adottato a livello di PITEM prevede la costituzione di una governance di progetto organizzata su più livelli:

-a livello di PCC è costituito il COPIL, organismo teso a garantire il presidio della strategia e la gestione complessiva del PITEM; questo è affiancato dal Caffè Outdoor, che riunisce una serie di gruppi tematici;

-a livello di ciascun progetto singolo sono istituiti i COTEC, tesi ad assicurare che i progetti perseguano il corretto avanzamento delle azioni previste, validando le proposte che emergono e che devono essere sottoposte al COPIL.

Il progetto semplice 3 OFFERTA INTEGRATA OUTDOOR - QUALITÀ, nello specifico, contempla pertanto la creazione di un COTEC (definizione delle attività) e di un Gruppo preposto alla Comunicazione: entrambi si riuniscono a cadenza semestrale. Le riunioni saranno organizzate contestualmente al fine di garantire la massima partecipazione e di ridurre gli impegni di trasferta.

La piattaforma internet prevista dal PCC sarà lo strumento privilegiato per curare la gestione ed il coordinamento del progetto, agevolando l'attività dei gruppi di lavoro, facilitando lo scambio delle informazioni, l'aggiornamento e la sistematizzazione di tutti i documenti prodotti, in totale condivisione.

I vari partner sono inoltre tenuti a prendere parte alle riunioni del COPIL del Pitem e dei Caffè Outdoor, al fine di mantenere una visione globale delle attività in programma e garantire coerenza d'insieme ai diversi progetti.

### 6.5 Descrizione della comunicazione

Questa azione viene attuata in maniera integrata con il PCC del PITEM e sarà volta a diffondere i contenuti, le attività ed i risultati conseguiti dalla attuazione del presente progetto.

L'attività verrà gestita in maniera unitaria e congiunta dai partner in modo da garantire la diffusione di informazioni integrate e organiche, una efficace e capillare disseminazione dei risultati sull'ampio territorio transfrontaliero interessato, utilizzando canali tradizionali e consolidati, capitalizzando le reti dei contatti dei vari soggetti coinvolti e l'esperienza di ciascuno nella gestione di progetti di cooperazione.

Accanto ai canali tradizionali (eventi, conferenze, incontri informativi, materiale cartaceo) tutti i partner di progetto e gli stakeholders a vario titolo coinvolti nella attuazione del PITEM inteso nel suo complesso, contribuiranno ad animare costantemente la piattaforma on line, per tutta la durata del progetto, quale spazio privilegiato per lo scambio e la diffusione delle informazioni.

Ampio spazio sarà riservato in questo specifico progetto alla comunicazione digitale, mediante la produzione di campagne promozionali on line, l'uso di social media, l'attivazione dei link ai portali web dei singoli partner, le azioni divulgative tramite e-mailing, la creazione di materiale multimediale.

La comunicazione di carattere istituzionale e la divulgazione dei risultati complessivi del PITEM, sarà svolta nell'ambito delle attività previste dal PCC; questa prevede infatti la definizione e realizzazione dell'immagine coordinata, la stesura del Piano di comunicazione volto a programmare, gestire e monitorare le strategie di comunicazione di ogni progetto singolo.

Obiettivo congiunto sarà quello di attuare una pianificazione della diffusione delle informazioni e delle modalità di trasmissione dei messaggi da veicolare, affinché siano in ogni aspetto integrati, coerenti e coordinati.

## 6.6 Coinvolgimento dei destinatari del progetto

	Gruppo di attività	Se è stato scelto un altro gruppo di attività specificare	Gruppi destinatari / Target	Se è stato scelto "Altro" specificare
Da chi saranno utilizzate le principali realizzazioni di questo modulo di lavoro?	Preparazione del progetto		Amministrazioni e enti pubblici	
-	Governance e gestione amministrativa del progetto		Amministrazioni e enti pubblici	
-	Comunicazione		Grande pubblico	Amministrazioni e enti pubblici - Turisti - Imprese - Tecnici/professionisti di settore
-	Altro gruppo di attività	WP 3 – STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	Amministrazioni e enti pubblici	Imprese - Tecnici / professionisti di settore - Turisti
-	Altro gruppo di attività	WP 4 – SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE	Turisti	Tecnici / professionisti di settore - Grande pubblico - Amministrazione e enti pubblici
-	Altro gruppo di attività	-	Grande pubblico	

### Come si prevede di coinvolgere i gruppi destinatari/target nell'attuazione delle attività?

Le attività previste nell'ambito del WP2 prevedono il coinvolgimento dei gruppi di destinatari individuati, coerentemente con

il PCC, per tutto il periodo di attuazione del progetto.

L'attività concerne la condivisione e la diffusione di tutto quanto prodotto da progetto, privilegiando la comunicazione on line, quale canale più diretto ed immediato di informazione e di sensibilizzazione (Piattaforma web e social network), unitamente agli strumenti tradizionali Alcotra indirizzati soprattutto ai soggetti istituzionali ed ai media di settore (eventi e conferenze stampa).

L'obiettivo dei WP 3 e 4 è quello di favorire la più ampia partecipazione al progetto soprattutto per quanto attiene le azioni puntuali di co-progettazione della strutturazione del prodotto e della sua successiva commercializzazione, e l'organizzazione di eventi, seminari, tavoli di lavoro concorre infatti a coinvolgere attivamente gli operatori economici e le associazioni del settore turistico, dai quali cogliere esigenze e bisogni, ma anche contributi in termini di know how ed esperienze.

Per quanto attiene la promozione e commercializzazione del prodotto delineato, gli strumenti selezionati (press tour, educational tour, campagne promozionali on line, workshop, partecipazioni a fiere), permetteranno di raggiungere sia gli intermediari commerciali, (T.O., Agenzie di viaggio), sia i media di settore, per favorirne la diffusione tramite canali specializzati, sia i consumatori finali, vale a dire i turisti.

## 7. Costi semplificati

	Si intende applicare l'opzione dei costi semplificati? (cfr. Guida di attuazione)	In caso di risposta positiva indicare il metodo di calcolo	Si intende applicare l'opzione dei costi semplificati? (cfr. Guida di attuazione)	In caso di risposta positiva indicare il metodo di calcolo
DMO PIEMONTE S.C.R.L.	Si	<p>La stima dei costi del personale interno è stata effettuata sulla base dei costi reali necessari per la realizzazione di ciascuna attività, utilizzando il parametro economico del costo orario dei dipendenti che si prevede di coinvolgere, poi moltiplicato per il numero di ore di lavoro pianificate per lo svolgimento di ogni attività. Le due variabili (costo orario e numero di ore) sono state valutate in funzione dell'ordinaria gestione delle attività dell'ente e sulla base delle precedenti esperienze progettuali.</p> <p>Soltanto al termine della elaborazione dell'intero piano di lavoro è stato valutato il peso delle spese di personale sul totale degli altri costi diretti: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 20% dei costi diretti, DMO PIEMONTE SCRL intende procedere con una rendicontazione forfettaria di tale categoria di costo.</p> <p>In questo modo si è inteso garantire la reale coerenza tra la spesa dedicata al lavoro svolto dal proprio personale ed il reale impegno da questo dedicato allo svolgimento delle attività di progetto.</p>	Si	<p>La stima dei costi di ufficio e delle spese amministrative è stata effettuata da DMO PIEMONTE SCRL in funzione del peso previsionale delle iniziative svolte sull'insieme delle attività ordinarie dell'Ente. Al termine della elaborazione del piano di lavoro è stato valutato il peso di tale categoria di costo sul totale dei costi di personale: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 15%, DMO PIEMONTE SCRL intende procedere con una rendicontazione forfettaria.</p>
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Si	<p>La stima dei costi del personale interno è stata effettuata sulla base dei costi reali necessari per la realizzazione di ciascuna attività. Al termine della elaborazione dell'intero piano di lavoro è stato valutato il peso delle spese di personale sul totale degli altri costi diretti: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 20% dei costi diretti, l'Ente intende procedere con una rendicontazione forfettaria di tale categoria di costo.</p>	Si	<p>Il peso dei costi di ufficio e delle spese amministrative è pari al 15% dei costi di personale. Si intende, dunque, procedere con una rendicontazione di tipo forfettario.</p>

Conseil Départemental de la Savoie	No		Si	La stima dei costi di ufficio e delle spese amministrative è stata effettuata in funzione del peso previsionale delle iniziative svolte sull'insieme delle attività ordinarie dell'Ente. Al termine della elaborazione del piano di lavoro è stato valutato il peso di tale categoria di costo sul totale dei costi di personale: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 15%, si intende procedere con una rendicontazione forfettaria.
Regione Autonoma Valle d'Aosta	No	Non caricano costi del personale	No	No costi amministrativi
REGIONE LIGURIA	No		Si	La stima dei costi di ufficio e delle spese amministrative è stata effettuata in funzione del peso previsionale delle iniziative svolte sull'insieme delle attività ordinarie dell'Ente. Al termine della elaborazione del piano di lavoro è stato valutato il peso di tale categoria di costo sul totale dei costi di personale: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 15%, si intende procedere con una rendicontazione forfettaria.
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	No		Si	La stima dei costi di ufficio e delle spese amministrative è stata effettuata in funzione del peso previsionale delle iniziative svolte sull'insieme delle attività ordinarie dell'Ente. Al termine della elaborazione del piano di lavoro è stato valutato il peso di tale categoria di costo sul totale dei costi di personale: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 15%, si intende procedere con una rendicontazione forfettaria.

AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	No		Si	La stima dei costi di ufficio e delle spese amministrative è stata effettuata in funzione del peso previsionale delle iniziative svolte sull'insieme delle attività ordinarie dell'Ente. Al termine della elaborazione del piano di lavoro è stato valutato il peso di tale categoria di costo sul totale dei costi di personale: poiché l'ammontare di tali spese è risultato inferiore al 15%, si intende procedere con una rendicontazione forfettaria.
----------------------------------	----	--	----	--

**Commento****8. Dettaglio delle entrate generate dal progetto**

	Gruppo di attività	Si è stato scelto un altro gruppo di attività specificare	Stima dell'importo delle entrate	Descrizione delle entrate previste
DMO PIEMONTE S.C.R.L.				
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza				
Conseil Départemental de la Savoie				
Regione Autonoma Valle d'Aosta				
REGIONE LIGURIA				
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR				
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME				

**9. Localizzazione delle attività****9.1 Localizzazione di tutte le attività situate nell'area del programma****Lista delle attività e loro localizzazione nelle zone del programma**

Attività	Localizzazione nella zona del programma
----------	---

0.1 Spese per la predisposizione del progetto	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
1.1 Coordinamento	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra.
1.2 Monitoraggio	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
2.2 Condivisione e diffusione del materiale	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
2.3 Eventi	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
3.1 Governance per la strutturazione di un'offerta outdoor integrata	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
3.2 Miglioramento delle competenze degli operatori turistici	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
3.3 Studio e sviluppo di una strategia condivisa per la commercializzazione del prodotto turistico outdoor integrato	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
4.1 Elaborazione del Piano di marketing	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra.
4.2 Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra
4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	L'attività coinvolge l'intero territorio Alcotra

## Lista delle attività al di fuori della zona coperta dal programma ma appartenente al territorio dell'UE

Attività	Localizzazione fuori dalla zona coperta dal programma ma appartenente al territorio dell'UE
0.1 Spese per la predisposizione del progetto	
1.1 Coordinamento	
1.2 Monitoraggio	
2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto	
2.2 Condivisione e diffusione del materiale	
2.3 Eventi	
3.1 Governance per la strutturazione di un'offerta outdoor integrata	
3.2 Miglioramento delle competenze degli operatori turistici	
3.3 Studio e sviluppo di una strategia condivisa per la commercializzazione del prodotto turistico outdoor integrato	
4.1 Elaborazione del Piano di marketing	
4.2 Promozione condivisa delle offerte e dei prodotti turistici outdoor (attività b2b)	
4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condivise rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)	

Importo fuori zona coperta dal programma ma appartenente al territorio dell'UE :: 0,00 €

20% programmato FESR: 268.137,33 €

## 9.2 Localizzazione dei partner

	Area del partner	Importo totale del budget del partner



DMO PIEMONTE S.C.R.L.	Area del Programma Alcotra	427.558,64
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	Area del Programma Alcotra	105.780,00
Conseil Départemental de la Savoie	Area del Programma Alcotra	320.000,00
Regione Autonoma Valle d'Aosta	Area del Programma Alcotra	129.263,77
REGIONE LIGURIA	Area del Programma Alcotra	250.000,00
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	Area del Programma Alcotra	63.101,00
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	Area del Programma Alcotra	281.575,00

### 10. Calendario previsionale

Gruppo di attività	Azione	2018				2019				2020				2021				2022			
0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO		P	P	P	P L.88059 L.88060																
	0.1 Spese per la predisposizione del progetto	A	A	A	A 0.1.1 L.88059 0.1.2 L.88060																
1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO						P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P L.88061 L.88062 L.88094	
	1.1 Coordinamento					A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A 1.1.1 L.88061 1.1.2 L.88062	
	1.2 Monitoraggio					A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A 1.2.1 L.88094	

2 COMUNICAZIONE							P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P					
													L.88100	L.88098					L.88095 L.88096 L.88097 L.88099				
	2.1 Comunicazione esterna e promozione del progetto						A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A				
																			A 2.1.1 L.88095 2.1.2 L.88096 2.1.3 L.88097				
	2.2 Condivisione e diffusione del materiale						A	A	A	A	A	A	A	A									
														2.2.1 L.88098									
	2.3 Eventi						A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A				
													2.3.2 L.88100						A 2.3.1 L.88099				
3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA							P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P				
																			L.88276 L.88279	L.88275 L.88277 L.88280 O.1			
	3.1 Governance per la strutturazione di un'offerta outdoor integrata						A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A				
																			A 3.1.1 L.88275				



	4.3 Realizzazione di attività di comunicazione e di marketing oriented condive rivolte a media di settore e al pubblico finale (b2c)						A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A 4.3.3 L.88294 4.3.4 L.88295	A 4.3.1 L.88292 4.3.2 L.88293				
--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--	--	--	--

**- IV - Budget del progetto****1. Piano finanziario del progetto (fondo) - Ripartizione per partner**

FESR

Partner	Importo dei fondi	Percentuale sul totale ammissibile	Percentuale sul totale FESR del progetto	Contropartite pubbliche	Contropartite private	Autofinanziamento che deriva dalle entrate	Totale contropartite	Totale budget ammissibile
DMO PIEMONTE S.C.R.L.	363.424,84 €	85.00 %	27.11 %	64.133,80 €	0,00 €	0,00 €	64.133,80 €	427.558,64 €
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	89.913,00 €	85.00 %	6.71 %	15.867,00 €	0,00 €	0,00 €	15.867,00 €	105.780,00 €
Conseil Départemental de la Savoie	272.000,00 €	85.00 %	20.29 %	48.000,00 €	0,00 €	0,00 €	48.000,00 €	320.000,00 €
Regione Autonoma Valle d'Aosta	109.874,20 €	85.00 %	8.20 %	19.389,57 €	0,00 €	0,00 €	19.389,57 €	129.263,77 €
REGIONE LIGURIA	212.500,00 €	85.00 %	15.85 %	37.500,00 €	0,00 €	0,00 €	37.500,00 €	250.000,00 €
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	53.635,85 €	85.00 %	4.00 %	9.465,15 €	0,00 €	0,00 €	9.465,15 €	63.101,00 €
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	239.338,75 €	85.00 %	17.85 %	42.236,25 €	0,00 €	0,00 €	42.236,25 €	281.575,00 €
<b>Totale</b>	<b>1.340.686,64 €</b>	<b>595.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>236.591,77 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>236.591,77 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>

**2. Budget del progetto - Riepilogo per partner e per categoria di spesa**

	Spese di personale	Spese d'ufficio e amministrative	Spese di viaggio e soggiorno	Costi per consulenze e servizi esterni	Spese per attrezzature	Spese di infrastruttura e di edilizia	Budget totale	Entrate	Totale budget ammissibile

DMO PIEMONTE S.C.R.L.	69.507,64 €	10.425,00 €	12.680,00 €	334.946,00 €	0,00 €	0,00 €	427.558,64 €	0,00 €	427.558,64 €
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	17.610,00 €	120,00 €	0,00 €	88.050,00 €	0,00 €	0,00 €	105.780,00 €	0,00 €	105.780,00 €
Conseil Départemental de la Savoie	115.730,00 €	17.359,50 €	11.910,50 €	175.000,00 €	0,00 €	0,00 €	320.000,00 €	0,00 €	320.000,00 €
Regione Autonoma Valle d'Aosta	0,00 €	0,00 €	10.125,00 €	119.138,77 €	0,00 €	0,00 €	129.263,77 €	0,00 €	129.263,77 €
REGIONE LIGURIA	60.000,00 €	2.400,00 €	20.700,00 €	166.900,00 €	0,00 €	0,00 €	250.000,00 €	0,00 €	250.000,00 €
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	29.437,00 €	3.976,00 €	7.728,00 €	21.960,00 €	0,00 €	0,00 €	63.101,00 €	0,00 €	63.101,00 €
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	89.000,00 €	13.350,00 €	18.500,00 €	160.725,00 €	0,00 €	0,00 €	281.575,00 €	0,00 €	281.575,00 €
<b>Totale</b>	<b>381.284,64 €</b>	<b>47.630,50 €</b>	<b>81.643,50 €</b>	<b>1.066.719,77 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>
<b>% del budget totale</b>	<b>24.17 %</b>	<b>3.02 %</b>	<b>5.18 %</b>	<b>67.63 %</b>	<b>0.00 %</b>	<b>0.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>0.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

### 3. Budget del progetto - Riepilogo per partner e per anno

	2018	2019	2020	2021	2022	Budget totale	Entrate	Totale budget ammissibile
DMO PIEMONTE S.C.R.L.	21.063,64 €	28.590,00 €	158.000,00 €	204.115,00 €	15.790,00 €	427.558,64 €	0,00 €	427.558,64 €

Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	0,00 €	37.360,00 €	35.290,00 €	27.540,00 €	5.590,00 €	105.780,00 €	0,00 €	105.780,00 €
Conseil Départemental de la Savoie	0,00 €	144.595,75 €	98.078,25 €	64.363,25 €	12.962,75 €	320.000,00 €	0,00 €	320.000,00 €
Regione Autonoma Valle d'Aosta	0,00 €	15.318,77 €	42.783,33 €	46.543,34 €	24.618,33 €	129.263,77 €	0,00 €	129.263,77 €
REGIONE LIGURIA	0,00 €	7.700,00 €	89.850,00 €	122.250,00 €	30.200,00 €	250.000,00 €	0,00 €	250.000,00 €
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	440,00 €	12.061,80 €	21.810,50 €	21.399,00 €	7.389,70 €	63.101,00 €	0,00 €	63.101,00 €
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	0,00 €	31.976,50 €	118.334,00 €	93.879,00 €	37.385,50 €	281.575,00 €	0,00 €	281.575,00 €
<b>Totale</b>	<b>21.503,64 €</b>	<b>277.602,82 €</b>	<b>564.146,08 €</b>	<b>580.089,59 €</b>	<b>133.936,28 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>
<b>% del budget totale</b>	<b>1.36 %</b>	<b>17.60 %</b>	<b>35.77 %</b>	<b>36.78 %</b>	<b>8.49 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>0.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

#### 4. Budget del progetto - Riepilogo per partner e per attività

	<b>0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO</b>	<b>1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO</b>	<b>2 COMUNICAZIONE</b>	<b>3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA</b>	<b>4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO</b>	<b>Budget totale</b>	<b>Entrate</b>	<b>Totale budget ammissibile</b>



DMO PIEMONTE S.C.R.L.	21.063,64 €	41.040,00 €	13.200,00 €	170.330,00 €	181.925,00 €	427.558,64 €	0,00 €	427.558,64 €
Consiglio Dipartimentale delle Alpi di Alta Provenza	0,00 €	9.170,00 €	2.020,00 €	19.750,00 €	74.840,00 €	105.780,00 €	0,00 €	105.780,00 €
Conseil Départemental de la Savoie	0,00 €	47.519,50 €	57.295,00 €	215.185,50 €	0,00 €	320.000,00 €	0,00 €	320.000,00 €
Regione Autonoma Valle d'Aosta	0,00 €	20.888,77 €	10.000,00 €	40.000,00 €	58.375,00 €	129.263,77 €	0,00 €	129.263,77 €
REGIONE LIGURIA	0,00 €	58.800,00 €	14.600,00 €	90.700,00 €	85.900,00 €	250.000,00 €	0,00 €	250.000,00 €
REGION PROVENCE ALPES COTE D AZUR	440,00 €	26.232,00 €	4.374,50 €	32.054,50 €	0,00 €	63.101,00 €	0,00 €	63.101,00 €
AUVERGNE RHONE-ALPES TOURISME	0,00 €	52.165,00 €	4.262,50 €	126.947,50 €	98.200,00 €	281.575,00 €	0,00 €	281.575,00 €
<b>Totale</b>	<b>21.503,64 €</b>	<b>255.815,27 €</b>	<b>105.752,00 €</b>	<b>694.967,50 €</b>	<b>499.240,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>
<b>% del budget totale</b>	<b>1.36 %</b>	<b>16.22 %</b>	<b>6.70 %</b>	<b>44.06 %</b>	<b>31.65 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>0.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

## 5. Budget del progetto - Riepilogo per attività e per anno

	2018	2019	2020	2021	2022	Budget totale	Entrate	Totale budget ammissibile
0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO	21.503,64 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	21.503,64 €	0,00 €	21.503,64 €

1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO	0,00 €	50.407,32 €	75.244,25 €	71.953,25 €	58.210,45 €	255.815,27 €	0,00 €	255.815,27 €
2 COMUNICAZIONE	0,00 €	5.978,00 €	9.335,50 €	64.161,00 €	26.277,50 €	105.752,00 €	0,00 €	105.752,00 €
3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA	0,00 €	166.307,50 €	374.898,00 €	146.812,00 €	6.950,00 €	694.967,50 €	0,00 €	694.967,50 €
4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO	0,00 €	54.910,00 €	104.668,33 €	297.163,34 €	42.498,33 €	499.240,00 €	0,00 €	499.240,00 €
<b>Totale</b>	<b>21.503,64 €</b>	<b>277.602,82 €</b>	<b>564.146,08 €</b>	<b>580.089,59 €</b>	<b>133.936,28 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>
<b>% del budget totale</b>	<b>1.36 %</b>	<b>17.60 %</b>	<b>35.77 %</b>	<b>36.78 %</b>	<b>8.49 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>0.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

## 6. Budget del progetto - Riepilogo per attività e per categoria di spesa

	<b>0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO</b>	<b>1 GOVERNANCE E GESTIONE AMMINISTRATIVA DEL PROGETTO</b>	<b>2 COMUNICAZIONE</b>	<b>3 STRUTTURAZIONE E QUALIFICAZIONE DELL'OFFERTA NEL TERRITORIO ALCOTRA</b>	<b>4 SVILUPPO DI UNA STRATEGIA CONDIVISA PER LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO OUTDOOR INTEGRATO</b>	<b>Budget totale</b>
Spese di personale	3.447,64 €	112.465,00 €	34.220,00 €	174.862,00 €	56.290,00 €	381.284,64 €
Spese d'ufficio e amministrative	0,00 €	15.420,50 €	4.680,00 €	20.405,00 €	7.125,00 €	47.630,50 €
Spese di viaggio e soggiorno	0,00 €	37.541,00 €	5.052,00 €	31.640,50 €	7.410,00 €	81.643,50 €
Costi per consulenze e servizi esterni	18.056,00 €	90.388,77 €	61.800,00 €	468.060,00 €	428.415,00 €	1.066.719,77 €
Spese per attrezzature	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Spese di infrastruttura e di edilizia	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>Totale</b>	<b>21.503,64 €</b>	<b>255.815,27 €</b>	<b>105.752,00 €</b>	<b>694.967,50 €</b>	<b>499.240,00 €</b>	<b>1.577.278,41 €</b>
<b>% del budget totale</b>	<b>1.36 %</b>	<b>16.22 %</b>	<b>6.70 %</b>	<b>44.06 %</b>	<b>31.65 %</b>	<b>100.00 %</b>

## - V - Allegati del progetto

### 1. Caricamento degli allegati

Sono stati caricati su Synergie CTE i seguenti allegati:

Domanda	Si	NO	Commento
1. Convenzione di cooperazione	X		Firmata da tutti i partner
2. Descrizione tecnica di dettaglio	X		Per tutti i partner
3. Atti di impegno dei partner	X		Di tutti i partner
4. Lettere di intenti dei cofinanziatori	X		Solo dei partner francesi

#### 1.1 LISTE DES ANNEXES

Domanda	Si	NO	Commento
1. Convenzione di cooperazione firmata da tutti	X		
2. Descrizione tecnica di dettaglio	X		
3. Atti di approvazione del progetto per ciascun partner (con eventualmente l'indicazione del o dei soggetti attuatori di diritto pubblico – cfr. Art. 8.2.4 della Guida di Attuazione)	X		
4. Le lettere di intenti delle CPN oppure, se presenti, gli atti di concessione dei cofinanziamenti (solo per i francesi)	X		

#### 1.2 Les pièces administratives obligatoires à fournir en annexe sont les suivantes :

Domanda	Si	NO	Commento
1. Dichiarazione o attestazione dello statuto di organismi di diritto pubblico (cfr. art 8.2.2 della Guida di Attuazione)	X		Per tutti i partner
2. Per i partner privati : dichiarazione relativa all'applicazione degli aiuti di stato		X	
3. Ogni atto utile a comprovare la sussistenza della personalità giuridica del partner privato (a seconda dei casi: atto costitutivo, statuto, certificat sirène, dichiarazione della prefettura, visura camerale, iscrizione nel registro di riferimento)	X		Per Auvergne-Rhone Alpes Tourisme
4. I bilanci degli ultimi tre esercizi, per i partner privati	X		Per Auvergne-Rhone Alpes Tourisme

#### 1.3 Pour chaque partenaire qui implique des sujets délégataires dans la réalisation de ses activités :

Domanda	Si	NO	Commento
1. Allegato contenente l'elenco completo degli organismi pubblici delegati (soggetti attuatori) e l'elenco delle attività che saranno realizzate dal soggetto attuatore e relativa lista dei costi ripartita per singola categoria, nonché i presupposti di diritto che consentono il ricorso alla delega	X		Documento presente per CD 04, Regione Liguria, Savoia, PACA
2. Eventuale convenzione apposita che regola i rapporti tra il partner beneficiario e i soggetti attuatori		X	

## 2. Dichiarazione e firma del capofila

Il capofila unico, a nome di tutti i partner, in virtù della convenzione di cooperazione:

- richiede all'Autorità di Gestione Alcotra il contributo comunitario e i corrispondenti fondi pubblici nazionali italiani previsti dal piano finanziario del progetto;
- dichiara che i partner francesi dispongono almeno delle lettere di intenti relative alle contropartite pubbliche previste dal piano finanziario ;
- dichiara che tutti i partner si impegnano a partecipare al finanziamento del progetto per una quota di autofinanziamento conforme alle disposizioni del programma;
- dichiara che i partner agiranno conformemente alle disposizioni dei regolamenti dell'UE, nazionali e a quelle specificate nel programma in particolare per ;
- dichiara che nessun partner ha ottenuto, per alcun intervento compreso nel presente progetto, altri aiuti o agevolazioni da parte dell'Unione Europea, dello Stato o di altri Enti pubblici;
- si impegna a rispettare gli obblighi previsti per il beneficiario capofila;
- dichiara che le informazioni e i dati contenuti nel fascicolo progettuale sono veritieri.

Luogo e Data :

Firma :

[Nome e Cognome del rappresentante legale]

Timbro dell'ente o dell'organismo :

### 3. Allegato 1 - Classificazione dei tipi di partner

N°	Categoria	Numero di partner
1	Ente pubblico locale	2
2	Ente pubblico regionale	4
3	Ente pubblico nazionale	0
4	Agenzia settoriale	2
5	Infrastruttura e fornitore di servizi (pubblici)	0
6	Gruppi di interesse, comprese le ONG	0
7	Istituto di istruzione superiore e di ricerca	0
8	Centro di formazione / di istruzione e scuola	0
9	Impresa, eccetto le PMI	0
10	PMI (micro, piccola, media)	0
11	Organismo di sostegno alle imprese	0
12	GECT	0
13	Organismo internazionale, GEIE	0

### 4. Allegato 2