



Regioni

Friuli Venezia Giulia, Veneto, Lombardia,
Provincia Autonoma di Trento

PROGETTO INTERREGIONALE

“ ITINERARI DELLA GRANDE GUERRA
- UN VIAGGIO NELLA STORIA “

Indice

1. Contesto, finalità e obiettivi
2. Soggetti pubblici e privati partecipanti al progetto;
- 3 Definizione delle attività previste dal Progetto
- 4 Azioni comuni tra le Regioni partecipanti
- 5 Azioni specifiche delle singole Regioni
 - 5.1 – Azioni della Regione Friuli Venezia Giulia
 - 5.2 – Azioni della Regione Veneto
 - 5.3 – Azioni della Regione Lombardia
 - 5.4 – Azioni della Provincia Autonoma di Trento
- 6 Piano Finanziario
 - 6.1 – Il Piano finanziario approvato
 - 6.2 – Ripartizione tra interventi comuni e autonomi
 - 6.3 – Piano finanziario interventi comuni
 - 6.4 – Piano finanziario interventi autonomi delle Regioni
- 7 Cronogramma dei lavori
 - 7.1 – Azioni comuni - cronogramma
 - 7.2 – Azioni autonome Regione Friuli Venezia Giulia – cronogramma
 - 7.3 – Azioni autonome Regione Veneto – cronogramma
 - 7.4 – Azioni autonome Regione Lombardia – cronogramma
 - 7.5 – Azioni autonome Provincia Autonoma di Trento– cronogramma
- 8 Indicatori fisici di realizzazione e di risultato

1. Contesto, finalità e obiettivi

Il presente progetto conclude il triennio dedicato alla promozione e alla valorizzazione degli itinerari regionali e interregionali dedicati ai percorsi storico/culturali dedicati alla “Grande guerra” già avviati nelle precedenti due annualità riferite ai fondi statali 2007 e 2008. Le finalità generali pertanto confermano quanto indicato con i programmi approvati dal Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Si intende integrare e potenziare le azioni di valorizzazione e promozione turistica degli itinerari storici della Prima Guerra Mondiale evidenziando, in particolar modo, i luoghi e i monumenti che tuttora rappresentano segni della memoria, al fine di creare un motivo di interesse per visitare i territori coinvolti nell’evento bellico.

Le varie attività perseguiranno pertanto i seguenti obiettivi strategici:

- Valorizzare in chiave turistica il patrimonio storico e culturale dei siti della Prima Guerra Mondiale, utilizzando gli stessi come catalizzatori ed elementi di richiamo;
- Attrarre la domanda turistica internazionale;
- Destagionalizzare e diversificare l’offerta turistica;
- Promuovere pacchetti turistici relativi ad itinerari specifici, anche integrati con le altre proposte turistiche esistenti;
- Potenziare l’offerta turistica, attraverso la promozione e la diffusione del turismo storico ed in particolare degli itinerari turistici ed escursionistici – a valenza interregionale - dei campi di battaglia, trincee, camminamenti, postazioni, rifugi alpini e musei concernenti gli eventi della Prima guerra mondiale;

2. Soggetti pubblici e privati partecipanti al progetto:

Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia:

L’Agenzia per lo Sviluppo del Turismo – TurismoFVG; è ente pubblico strumentale della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, preposto alla programmazione, alla progettazione e all’indirizzo dello sviluppo del sistema turistico regionale. Sarà il soggetto che attuerà per conto della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia le attività operative. Metterà in atto le determinazioni relative all’utilizzo delle quote comuni. Enti locali, Associazioni senza fine di lucro, Pro Loco, Club Alpino italiano (CAI) e Consorzi turistici: tali soggetti potranno essere coinvolti, nei territori di competenza, per tutte le attività di valorizzazione degli itinerari storici e culturali relativi alla Grande guerra.

Regione Veneto:

Enti locali (in particolare: Provincia di Treviso, Comunità montana del Grappa, Comunità Montana Reggenza dei 7 Comuni, Comunità montana Agordina, Comune di Rocca Pietore, ..., Comune di Asiago), Strutture associate di promozione turistica, Club alpino Italiano, Enti ed Istituzioni culturali;

Regione Lombardia:

Enti Locali, sistemi Turistici, Associazioni territoriali, altri enti territoriali

Provincia Autonoma di Trento:

Trentino S.p.A., Società cui è affidata dalla Provincia autonoma di Trento la promozione turistica e territoriale del Trentino, soggetti che realizzano la promozione turistica d’ambito (aziende per il turismo), Enti ed Istituzioni culturali, Comuni, altri Enti ed Associazioni locali.

3. Definizione delle attività previste dal Progetto

Il progetto prevede la realizzazione di attività impostate sulle seguenti linee:

1. INCENTIVARE LA QUALIFICAZIONE DELL’OFFERTA DEI SITI DELLA GRANDE GUERRA:

Obiettivi:

- utilizzare i siti ed itinerari principali come catalizzatori ovvero elementi di richiamo;
- sviluppo professionale delle persone che lavorano nei siti della memoria;
- per i siti di “interesse regionale e locale”: formare il personale e migliorare qualitativamente il servizio;
- ulteriori interventi infrastrutturali per migliorare l’accessibilità dei siti e renderli interpretabili in modo chiaro al turista;

- Formare il personale degli enti che operano sul prodotto turistico “Grande guerra”Obiettivi:

- Aggiornare i funzionari regionali e degli enti che operano nel settore;

Contenuti:

- Organizzazione di corsi di formazione ed educational sul territorio riservati al personale interno e agli addetti al front office di IAT e pro loco per conoscere l’offerta complessiva;

- Sviluppare materiale promozionale e di accoglienza specifico sull’offertaObiettivi:

- Valorizzare l’offerta rendendola fruibile e disponibile;
- Creare un supporto che stimoli la visita ai siti del circuito in diversi periodi dell’anno, favorendo la destagionalizzazione ed il ritorno del turista;

- Promuovere il prodotto verso tour operator europei e italiani e agenzie di viaggio di incomingObiettivi:

- Aumentare i flussi turistici nei siti;
- Utilizzare i siti per promuovere il turismo in regione;

Contenuti:

- Fornire ai tour operator e Agenzie di viaggio i dati tecnici sui siti e sull’offerta ricettiva delle zone interessate;

2. RENDERE COMMERCIALIZZABILE IL PRODOTTO “TURISMO STORICO – TURISMO DELLA GRANDE GUERRA”Obiettivi:

- Creare una rete dei siti legati alla Grande guerra;
- Per i siti di interesse nazionale: diversificare i target e attuare promozioni mirate su più segmenti;
- Per i siti di interesse regionale: strutturare le azioni di marketing e di comunicazione;
- Scenari della Grande Guerra: inserirli tra l’offerta turistica di prossimità ed in pacchetti realizzati da intermediari autorizzati alla creazione di proposte commerciali integrate;
- Siti di interesse locale: sviluppare attività di comunicazione e animazione;
- Sviluppare prodotti per il turismo scolastico tramite i soggetti autorizzati alla commercializzazione;
- Sviluppare e predisporre prodotti per gruppi tramite soggetti autorizzati alla commercializzazione;

3. COMPLETAMENTO DI INTERVENTI ANCHE STRUTTURALI E INFRASTRUTTURALI (QUALI RECUPERO DEI MANUFATTI STORICI, MESSA IN SICUREZZA, RIQUALIFICAZIONE DI CIPPI E MONUMENTI, SEGNALETICA) PER ASSICURARE LA VALORIZZAZIONE E LA FRUIBILITÀ TURISTICA DEI SENTIERI, DEI CAMMINAMENTI,

DEI CIPPI, DEI MONUMENTI, DELLE TRINCEE, DELLE POSTAZIONI, DEI MUSEI, DEI RIFUGI E DELLE MALGHE ECC.;

4. SVILUPPARE UN PORTALE ON LINE

Obiettivi: mettere in rete l'offerta, renderla fruibile, collegarla al territorio e favorire la promozione e la commercializzazione;

Contenuti: mappatura di tutti i siti legati alla Grande Guerra, contestualizzazione sul territorio attraverso google maps e inserimento dei servizi collaterali

4. Azioni comuni tra le Regioni partecipanti (c.d. – Quote comuni)

Si tratta di interventi ed iniziative che consentiranno di presentare l'offerta italiana nel suo complesso. Tali iniziative saranno oggetto di una costante concertazione tra le Regioni aderenti e saranno organizzate e realizzate a cura della Regione Capofila a cui saranno trasferite le risorse/quote comuni.

Le azioni riguarderanno le attività finalizzate a rendere commercializzabile il prodotto turismo storico.

Per l'attuazione degli interventi si ricorrerà con interventi diretti della Regione Capofila nonché con procedure di evidenza pubblica previste dalla normativa regionale e nel rispetto delle norme in materia di gare ed appalti.

Le iniziative comuni mireranno alle seguenti attività:

- Implementazione e promozione del portale on line dedicato alla Grande Guerra;
- Lancio promozionale definizione e attuazione di una campagna di comunicazione che prevede: investimenti on line per la promozione dello stesso, realizzazione di comunicati stampa da inoltrare a riviste generiche e di settore; partecipazione a fiere; realizzazione di materiale promozionale;
- Altre attività promozionali.

5. Azioni specifiche delle singole Regioni

5.1 Azioni della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia:

Oltre alle attività già indicate a nel capitolo "3" la Regione provvederà a realizzare le seguenti azioni:

- Sostenere iniziative ed interventi, compresi quelli di tipo infrastrutturale, che mirano a valorizzare i percorsi della Grande guerra, anche in collegamento con i profili culturale e religioso, nonché le condizioni di accoglienza e fruizione turistica. Per tali interventi si provvederà a seguito bandi ed altre procedure ad evidenza pubblica; i soggetti beneficiari potranno essere Enti pubblici e Associazioni senza finalità di lucro.
- Promozione degli itinerari della Grande guerra, anche attraverso il sostegno a mostre ed eventi in grado di garantire un notevole ritorno d'immagine alle finalità del progetto. Per le finalità di cui al presente punto potrà essere prevista un'apposita attività di coordinamento per la definizione degli eventi e delle iniziative.
- Sensibilizzazione degli operatori locali che offrono servizi complementari (strutture ricettive, esercizi commerciali) attraverso incontri e momenti di formazione sull'offerta turistica.
- Creazione di servizi rivolti ai turisti, quali visite guidate e collegamenti per i siti della Grande guerra.
- Attività promozionali, compresi educational tour mirati al territorio, anche integrando le altre proposte turistiche
- Sviluppo di materiale promozionale informativo sull'offerta turistica legata alla Grande Guerra e sui percorsi fruibili
- Partecipazione a fiere generiche specializzate nel settore turistico per promuovere il turismo della Grande Guerra attraverso allestimenti personalizzati e divulgazione di materiale illustrativo
- Promozione sul canale on line del portale in fase di realizzazione
- Attivazione di corsi di formazione per il personale Infopoint e per il personale delle pro loco per approfondire le loro conoscenze sul tema

5.2 Azioni della Regione Veneto:

La Regione del Veneto ha in progetto la realizzazione delle seguenti azioni:

- attività di aggiornamento delle guide turistiche e degli operatori turistici locali sugli itinerari della Grande Guerra;
- attività di promozione dei siti interessati dal progetto sotto il profilo storico e culturale;
- valorizzazione dei centri di informazione sui siti della Grande Guerra;
- realizzazione di iniziative di promozione in connessione con le Dolomiti patrimonio dell'UNESCO e delle attività promozionali della montagna veneta.

5.3 Azioni della Regione Lombardia:

Con riferimento alle attività indicate a livello generale nel capitolo "3" la Regione Lombardia intende nello specifico realizzare le seguenti azioni:

- valorizzazione e promozione dei percorsi interessati dagli eventi della grande guerra su tutto il territorio regionale;
- realizzazione di materiale promozionale anche attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie multimediali.

5.4 Azioni della Provincia Autonoma di Trento:

La Provincia Autonoma di Trento, oltre ad alcune azioni trasversali connesse alla promozione e valorizzazione delle risorse legate alla Grande Guerra come complemento della propria offerta turistica, ha in progetto in particolare azioni specifiche mirate:

- o alla valorizzazione delle testimonianze della Grande Guerra, molto diffuse su ampie zone del territorio provinciale, al fine di promuovere itinerari turistici di valenza storico-culturale;
- o all'ideazione, organizzazione e promozione di eventi, diretti a target di domanda nazionale ed internazionale, allo scopo di conseguire una diversificazione dell'offerta turistica locale.

6. Piano finanziario**6.1 – Il Piano finanziario approvato.**

REGIONE o PROVINCIA AUTONOMA	FINANZIAMENTO ex Art 1, comma 1227, L.296/2006, DPR. 24.07.2007, N.158	FINANZIAMENTI REGIONALI	SPESA DI ALTRI ENTI PUBBLICI	SPESA DI PRIVATI	COSTO TOTALE
Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia	80.000,00	70.000,00			150.000,00
Regione Veneto	100.000,00	12.000,00			112.000,00
Provincia Autonoma di Trento	90.000,00	10.000,00			100.000,00
Regione Lombardia	76.876,00	8.541,78			85.417,78
TOTALE COMPLESSIVO	346.876,00	100.541,78			447.417,78

6.2 – Ripartizione tra interventi comuni e autonomi

<i>Regione o Provincia Autonoma</i>	<i>Interventi Comuni</i>	<i>Interventi Autonomi</i>	<i>Totale</i>
Friuli Venezia Giulia	10.000,00	140.000,00	150.000,00
Veneto	10.000,00	102.000,00	112.000,00
Prov. Aut. Trento	10.000,00	90.000,00	100.000,00
Regione Lombardia	10.000,00	75.417,78	85.417,78
Totale	40.000,00	407.417,78	447.417,78

6.3 – Piano finanziario interventi comuni

<i>Azione</i>	<i>Totale</i>
Implementazione e promozione del portale internet	20.000,00
Altre attività promozionali	20.000,00
Totale	40.000,00

6.4 – Piano finanziario interventi autonomi delle Regioni

REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

Azione – intervento	Totale
Interventi di creazione e gestione di servizi ed eventi per qualificare l’offerta e creare il prodotto “Turismo storico – turismo della Grande guerra”	30.000,00
Interventi infrastrutturali di realizzazione, recupero e riqualificazione	90.000,00
Materiali promozionali per la valorizzazione degli itinerari	15.000,00
Corsi di formazione per Info point TurismoFVG e IAT	5.000,00
TOTALE	140.000,00

REGIONE VENETO

Azione – intervento	Totale
Aggiornamento guide ed operatori turistici	22.000,00
Interventi promozionali e di valorizzazione dei siti in connessione con le Dolomiti e la montagna veneta	80.000,00
TOTALE	102.000,00

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Azione – intervento	Totale
Interventi promozionali per valorizzare il patrimonio storico-culturale.	5.000,00
Ideazione, organizzazione e promozione di prodotti turistici ed eventi inerenti al tema della Grande Guerra	85.000,00
TOTALE	90.000,00

REGIONE LOMBARDIA

7.4 AZIONI AUTONOME REGIONE LOMBARDIA– cronogramma (trimestre)

INTERVENTI	2010				2011				2012	
	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°
Trimestre										
Valorizzazione e promozione dei percorsi della Grande Guerra		X	X	X	X	X	X	X	X	

7.5 AZIONI AUTONOME PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO – cronogramma (trimestre)

INTERVENTI	2010				2011				2012	
	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°
Trimestre										
Interventi promozionali per valorizzare il patrimonio storico-culturale.		X	X	X	X	X	X	X	X	
Ideazione, organizzazione e promozione di prodotti turistici ed eventi inerenti al tema della Grande Guerra		X	X	X	X	X	X	X	X	

8. Indicatori fisici di realizzazione e di risultato

<i>Azione</i>	<i>Indicatore/misura</i>
Qualificazione dell'offerta	<ol style="list-style-type: none"> 1. n. pubblicazioni sulla Grande guerra; 2. n. azioni promozionali verso tour operators e agenzie di viaggio; 3. n. azioni promozionali su riviste e pubblicazioni;
Rendere commercializzabile il prodotto "Turismo della Grande guerra"	<ol style="list-style-type: none"> 1. realizzazione e diffusione percorsi formativi per turismo scolastico e per gruppi; 2. n. contatti sul web;
Interventi di qualificazione e riqualificazione delle risorse professionali	n° attività formative predisposte a favore di operatori del settore
Interventi strutturali e infrastrutturali	n° interventi realizzati; n° visitatori nei siti o nei centri di informazione sulla Grande Guerra;