



AGUGLIARO - ALBETTONI - ALONTE - ARCUGNANO - ASIGLIANO VENETO - BARBARANO MOSSANO - BRENDOLA
 CAMPGLIA DEI BERICI - CASTEGNERO - GRISIGNANO DI ZOCCO - GRUMOLO DELLE ABBADESSE - LONGARE - LONIGO
 MONTEGALDA - MONTEGALDELLA - NANTO - NOVENTA VICENTINA - ORGIANO - POJANA MAGGIORE - SAREGO
 SOSSANO - VAL LIGONIA - VILLAGA - ZOVCEDDO



SCHEDA PROGETTO

PROGETTO	TITOLO DEL PROGETTO	CREAZIONE MARCHIO D'AREA "AREA BERICA"
	TIPOLOGIA DELL'INTERVENTO	<input type="radio"/> Opera infrastrutturale e promozionale <input type="radio"/> Iniziativa progettuale <input type="radio"/> Riforma <input checked="" type="radio"/> Intervento immateriale
OBIETTIVO DEL PROGETTO	COERENZA CON IL DOCUMENTO PROGRAMMATICO D'AREA DELL'AREA BERICA	Ambito strategico: (finalità e descrizione) <ul style="list-style-type: none"> - Azione di pianificazione turistica strategica, coerente con la norma regionale di riferimento (L.R. 11/2013) e orientata agli approcci del turismo territoriale (<i>destination management</i>) - Progetto propedeutico e ordinatore rispetto alle azioni turistiche operative materiali e di promozione: Tipicoteca, Altavia dei Berici, cicloturismo (Riviera Berica, Treviso Ostiglia), Strada dei vini dei Colli Berici - Valorizzazione della risorsa ambientale dei Colli Berici - Gestione e promozione dei circuiti dei prodotti turistici: Ville Palladiane /venete; Altavia dei Berici - Aumento del flusso turistico con incremento degli indotti delle attività ricettive e commerciali - Promozione in ambito internazionale con partecipazione a fiere ed eventi italiani / europei
	DESCRIZIONE DELL'OBIETTIVO	Il progetto ha l'obiettivo di creare una struttura di gestione del turismo territoriale in grado di concertare tra le parti pubblica e privata dell'area berica una visione di sviluppo turistica orientata al concetto di destinazione turistica. In accordo con le politiche regionali e gli obiettivi dell'Organizzazione di Gestione della Destinazione il progetto si propone di agire sui tre livelli dell'organizzazione turistica: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Governance</i> turistica (individuazione della dimensione organizzativa, del modello operativo, della garanzia di finanziamento) - <i>Destination management</i> (sviluppo del concetto turistico di territorio, individuazione del profilo di destinazione, offerta turistica) - <i>Destination marketing</i> (target di riferimento, promessa turistica, immagine coordinata) Il progetto avrà due output principali:

		<ul style="list-style-type: none"> - Piano di start up di destinazione: documento strategico - Piano di marketing: documento operativo. <p>Il primo ha una durata di medio periodo (5 – 10 anni) ed orienta le scelte operative ordinate nel piano di marketing, la cui validità è annuale. Quest'ultimo documento classifica le azioni di comunicazione, promozione e commercializzazione in tre linee di azione: <i>web marketing</i>, <i>Business to Business</i> e <i>Business to Consumer</i>.</p>
	COSTO DELL'INTERVENTO	12.000,00 – azione strategica: piano di start up di destinazione 10.000,00 – azione operativa: piano di marketing operativo
	STATO DI PROGETTAZIONE (se necessario)	Progetto preliminare – scheda PNRR
	MODALITA' DI FINANZIAMENTO	Progetto da finanziare al 100%
SOGGETTI REFERENTI	SOGGETTO COORDINATORE	Ente: indirizzo, e-mail; telefono ASSOCIAZIONE COMUNI AREA BERICA - sede Sossano
		Nome del referente politico Dott. Eugenio Gonzato
		Nome del referente tecnico Dott. Bruttomesso Marco
	PARTNER DI PROGETTO	Progettista tecnico da incaricare esperto in PNRR
	SOGGETTI ATTUATORI	Associazione Comuni Area Berica – IPA (territorio 24 Comuni)
TEMPI – GANTT	ANNUALITÀ E MENSILITÀ	<p>Presentazione del progetto dicembre 2022</p> <ul style="list-style-type: none"> - attività partecipativa: tre mesi dall'approvazione del progetto - consegna del piano di start up di destinazione un mese dalla conclusione del processo partecipativo - piano di marketing operativo: un mese dalla consegna del piano di start up - attuazione azioni di marketing: 6 mesi dall'approvazione del piano di marketing da parte del tavolo del turismo. <p>Parallelamente alle attività partecipative e di consulenza tecnica, il progetto prevede l'attivazione del tavolo di turismo (12 incontri annuali)</p>
BENEFICI ATTESI – INDICATORI DI IMPATTO	OBIETTIVI/INDICATORI	<ul style="list-style-type: none"> - 12 incontri del tavolo del turismo - 1 assemblea turistica - Miglioramento del posizionamento del territorio nel web: coordinamento dei siti internet esistenti, potenziamento del DMS, piano editoriale per i social network - Aumento dei flussi di turisti soprattutto stranieri (Germania, Austria) - Creazione occupazione giovanile – permanenza sul territorio - bad & breakfast/agriturismi

