

**SCHEDA PROGETTO**



Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013 - Asse 4 LEADER

Programma di Sviluppo Locale PRE.D.I.R.E. “Prealpi e Dolomiti per l’Innovazione e il Rilancio dell’Economia”

**Misura 313 “Incentivazione delle attività turistiche”**

**Azione 4 “Informazione”**

Approvata con Deliberazione del Consiglio Direttivo del GAL Prealpi e Dolomiti n. 19 del 15/06/2010 Allegato Tecnico A alla Scheda intervento a regia GAL della Misura 313 “Incentivazione delle attività turistiche” Azione 4 “Informazione”

**Contesto di riferimento**

La comunicazione e l’informazione sono elementi essenziali in una strategia per lo sviluppo turistico di un territorio. Hanno lo scopo di incentivare la conoscenza dell’offerta locale presso turisti e operatori del settore e di sviluppare, in tal modo, il potenziale turistico dell’area.

Materiale e supporti informativi devono essere sempre aggiornati, essere sviluppati secondo un’ottica multi-canale (promozione cartacea, radiotelevisiva, web), avere veste accattivante e attrattiva, dare informazioni chiare ed esaustive. La loro disponibilità, capillarità e fruibilità è fondamentale per il funzionamento degli altri strumenti della promozione messi in campo dalla Misura 313 “Incentivazione delle attività turistiche” del GAL Prealpi e Dolomiti: ovvero gli itinerari e i percorsi, i punti di accoglienza e informazione, i servizi di promozione e commercializzazione turistica.

L’informazione che la presente Misura intende finanziare consiste in particolare nella produzione di servizi informativi, su supporto cartaceo o multimediale, promozioni radiotelevisive, pubblicità su riviste o carta stampata, cartellonistica, siti web, incontri, eventi, partecipazione a fiere.

Essa dovrà valorizzare adeguatamente l’offerta turistica del territorio del GAL Prealpi e Dolomiti: gli elementi naturali (varietà di ecosistemi e paesaggi, presenza di aree protette, caratteristiche geologiche particolari...), gli elementi culturali (patrimonio architettonico e artistico, tradizioni, storia...), l’enogastronomia (varietà e ricchezza di prodotti tipici tradizionali), la rete consolidata di eventi sportivi, culturali, folkloristici, ecc. che ogni anno hanno luogo sul territorio.

### **Obiettivi dell'Azione**

Attraverso la produzione di materiale cartaceo o multimediale, spazi pubblicitari, servizi radiotelevisivi, cartellonistica o siti web, seminari, incontri, eventi o partecipazione a manifestazioni fieristiche, l'azione dovrà offrire informazioni sul territorio e sulle sue destinazioni di interesse.

Il materiale informativo prodotto nell'ambito della Misura 313 Azione 4 dovrà raggiungere target predefiniti (turismo sportivo, turismo naturalistico, turismo culturale ecc.), attraverso un messaggio diversificato e specifico.

Il target dovrà pertanto essere preventivamente individuato e ad esso dovrà essere rivolto un messaggio non indifferenziato.

In particolare, l'intervento di seguito descritto si rivolgerà a turisti interessati in particolare agli aspetti naturalistico-ambientali e paesaggistici del territorio GAL, con specifico riferimento all'area del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi, le cui cime sono state recentemente inserite tra i siti UNESCO Patrimonio dell'Umanità.

Obiettivo dell'intervento sarà quello di raggiungere, attraverso l'informazione, nuovi segmenti del mercato turistico, nell'ambito della finalità generale della Misura 313 di incentivare lo sviluppo del turismo rurale sostenibile.

### **Progetto di intervento**

#### ***Comunicare il Parco***

#### **Soggetto beneficiario: Ente Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi**

Mediante il progetto, l'Ente Parco potenzierà le attività di comunicazione e informazione relative al territorio dell'area protetta e a quello immediatamente limitrofo, ricompreso nel GAL Prealpi e Dolomiti.

L'obiettivo dell'intervento è quello di sviluppare e potenziare una fruizione turistica attenta alle esigenze ambientali, coniugando così le politiche di conservazione delle risorse naturali e della biodiversità con le esigenze di sviluppo socio-economico locale.

Nel promuovere il territorio presso il pubblico di potenziali visitatori italiani e stranieri si punterà dunque in particolare sulle specificità ambientali e paesaggistiche (area Patrimonio dell'Umanità Unesco) e storico-culturali dell'area e si valorizzeranno al contempo le produzioni tipiche inserite nel circuito "Carta Qualità" del Parco, in continuità con un precedente progetto Leader.

L'intervento punterà a raggiungere segmenti differenziati del target, costituito da quanti scelgono vacanze all'aria aperta, alla scoperta degli aspetti naturalistici e ambientali del territorio. In particolare:

- a) famiglie con bambini, interessate alle attività escursionistiche di fondovalle, alla visita di strutture quali il giardino botanico, i sentieri natura, le aree pic-nic;
- b) gli appassionati di escursionismo, alpinismo, attività sportive all'aperto in generale, più interessati alla frequentazione delle aree più in quota.

Per quel che riguarda invece la provenienza dei visitatori, si punterà a contattare la popolazione residente nel Veneto (attualmente il bacino di utenza da cui proviene la maggior parte dei visitatori del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi), la popolazione residente nel resto d'Italia (per incrementare la quota di visitatori di provenienza extra-regionale) e la popolazione residente nei Paesi del centro e nord Europa (da sempre particolarmente attenta a forme di turismo "dolce" e interessata alle produzioni agricole locali e tradizionali).

L'intervento si realizzerà mediante l'integrazione di due strumenti di comunicazione diversi: la rete internet e il materiale a stampa.

Per quel che riguarda internet, si interverrà per arricchire i contenuti del sito del Parco [www.dolomitipark.it](http://www.dolomitipark.it), attualmente il secondo più visitato in Italia nel mondo dei Parchi (dopo il portale nazionale parks.it) e tradotto in 18 lingue (in forma completa in inglese e in forma ridotta in altre 17 lingue). In particolare, sono previste le seguenti azioni:

- realizzazione di filmati dedicati all'area del Parco e a quelle limitrofe, che illustrano i valori naturalistici, paesaggistici, storici ed antropologici del territorio, gli eventi, le produzioni tipiche, gli itinerari ecc: i filmati saranno caricati sul portale web del Parco e su altri siti internet;
- arricchimento delle sezioni "news", "appuntamenti", "pagine ospitali", ecc. del sito del Parco e creazione di nuove pagine di approfondimento;
- traduzione completa del sito in tedesco e francese;
- creazione di una copia del sito in versione navigabile non in linea, da installare nei totem multimediali già in dotazione del Parco.

Per quel che riguarda la produzione di materiale a stampa, sono previste:

- la realizzazione di un nuovo pieghevole istituzionale del Parco;
- la stampa di una nuova edizione dell'opuscolo "Carta Qualità";
- la stampa di un nuovo pieghevole con le informazioni sulle strutture ricettive disponibili per la visita del Parco;
- la stampa di una cartografia semplificata dell'area protetta con le informazioni essenziali per la visita.

L'intervento, in generale, sarà coordinato e integrato a quanto realizzato o in corso di realizzazione nel territorio GAL nell'ambito della Misura 313 "Incentivazione delle attività turistiche". Il progetto potrà inoltre includere altre o diverse attività di comunicazione e informazione dedicate al Parco, purché in linea con gli obiettivi sopra esposti e con quanto previsto dalla Scheda Intervento a Regia GAL.