



DGR 1392 – BANDO 3.3.4.D

BANDO PER L'ATTIVAZIONE, SVILUPPO, CONSOLIDAMENTO DI AGGREGAZIONI DI PMI PER INTERVENTI SUI MERCATI NAZIONALI E INTERNAZIONALI CHE FAVORISCANO LA RIPRESA DELLA DOMANDA TURISTICA VERSO DESTINAZIONI E PRODOTTI TURISTICI DELLA REGIONE IN COERENZA CON L'IMMAGINE COORDINATA DELLA REGIONE VENETO «VENETO, THE LAND OF VENICE»

Azione 3.3.4. – D

Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell'offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica ed organizzativa DGR n1392 del 16/09/2020



VISIONE GENERALE

Il bando ha l' **obiettivo di valorizzare prodotti turistici trasversali** a più destinazioni del Veneto, preferibilmente che si riferiscano a uno o più siti UNESCO, relativi alla meeting industry, al prodotto cycling, all' offerta turistica culturale o "slow&green" .

I beneficiari sono **aggregazioni di almeno 15 PMI** (Reti di imprese, Associazioni temporanee di impresa - ATI, Associazioni temporanee di scopo - ATS, Consorzi, di cui almeno 3 strutture ricettive). Tutte le imprese aggregate devono avere sede operativa nei Comuni dell' Organizzazione di Gestione della Destinazione di riferimento (vedi elenco OGD e rispettivi comuni). Possono partecipare all' aggregazione soggetti che non possiedono alcuni requisiti ma non beneficeranno dell' aiuto e non concorreranno al raggiungimento dei requisiti di ammissibilità e di calcolo dei punteggi.

PRINCIPALI SPESE AMMISSIBILI

- a) **Acquisto di beni mobili** (no autovetture) e **servizi funzionali all' adeguamento dei prodotti turistici ai mercati target** per un massimo del 25% delle spese b) c) d);
- b) Spese di assistenza specialistica per lo sviluppo e il coordinamento di attività di progetto per il 10% delle spese a) c) d);
- c) Predisposizione o revisione del sito internet del progetto e sua pubblicizzazione nel limite del 15% delle spese a) b) d) e comunque per un massimo di € 50.000,00;
- d) Altre **spese per la promo-commercializzazione** dei prodotti turistici delle imprese, quali materiali promozionali, pubblicità su social, radio-tv, affissioni; creazione mappe, brochure, video; organizzazione di eventi promozionali come degustazioni, esposizioni; coinvolgimento di influencer e travel blogger, con relative spese di viaggio; attività di co-marketing (compagnie aeree, ferroviarie, ecc.); creazione di iniziative di incoming come Press Tour;
- e) Spese notarili per la costituzione dell' aggregazione per un massimo di € 5.000,00;
- f) Spese per garanzie fornite da banche, assicurazioni, ecc.;
- g) Spese di personale dipendente per la promozione per un massimo del 10% delle spese c) d);
- h) Spese di consulenza da parte di agenzie di marketing esterne nella misura massima del 20% delle spese a) b) c) d);
- i) Spese per la partecipazione a fiere nei mercati obiettivo;
- j) Spese di personale dipendente per la partecipazione a fiere per il 10% delle spese al punto i).

FORMA, SOGLIE ED INTENSITÀ DEL SOSTEGNO e TERMINI DI PARTECIPAZIONE

Il sostegno complessivo è assegnato in misura pari all' **80% della spesa ammessa** ed effettivamente pagata per le **spese in regime "de minimis"** e nella misura del **50% delle spese** ammesse ed effettivamente sostenute **in regime di esenzione**. Il 50% delle spese deve essere effettuato verso mercati internazionali; le spese sono ammissibili anche post invio domanda. La spesa totale ammessa è di un **massimo di € 750.000,00, IVA esclusa**. Non sono ammesse domande con spesa inferiore a € 200.000,00.

OBIETTIVI DEL PROGETTO "SPORT 4X4"

L' emergenza epidemiologica Covid-19 e la conseguente crisi sanitaria, lo stop economico, la cancellazione di ogni tipo di spostamento - sia di carattere business che leisure - hanno colpito l' intero pianeta ed in particolar modo alcuni specifici settori: tra questi vi è, senza ombra di dubbio, quello turistico.



Secondo l'indagine dell'Osservatorio turistico Regionale Veneto Federato, il flusso turistico nella Regione Veneto, nei primi sei mesi del 2020 - che corrispondono all'avvio della pandemia nel nostro Paese - ha registrato un decremento del 70% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. A partire dal secondo semestre si è assistito ad una timida ripartenza, interrotta però dall'arrivo dell'inverno e dalla seconda ondata della pandemia.

Appare interessante specificare come le variazioni dipendano anche a seconda del comprensorio turistico considerato: se le mete urbane e le città d'arte hanno subito i decrementi più decisi per le ovvie conseguenze della pandemia (attenzione al distanziamento sociale, divieto di assembramenti, chiusura di musei e gallerie, ecc.), le destinazioni più "naturali" hanno potuto contare, quantomeno, su un turismo di prossimità. Località balneari e montane, infatti, sono risultate le più gettonate, anche per la loro possibilità di offrire prodotti "open-air" e, soprattutto, slow&green.

Il principale obiettivo del progetto è quello di favorire il posizionamento turistico del tematismo SPORT sui principali mercati esteri identificati e su quello nazionale, rafforzando le strategie regionali previste dal Piano Strategico del Turismo Veneto:

1. **Innovazione dei prodotti turistici** → attraverso la creazione di esperienze multi-activities, il cui fil rouge sarà lo sport, si andranno a comprendere anche altre eccellenze del territorio (cultura, enogastronomia, ecc.);
2. **Rigenerazione qualitativa dell'offerta turistica e sviluppo del turismo digitale** → con la collaborazione di numerosi operatori turistici del territorio e attraverso gli strumenti messi a disposizione dalla Regione Veneto, come il Destination Management System, il progetto mette a sistema le varie componenti dell'esperienza turistica, migliorandone così la qualità;
3. **Accoglienza e capitale umano** → la creazione di una rete di attori del territorio, che collaborano per un obiettivo comune e che creano un "passaggio di buone pratiche", influenzerà positivamente la percezione del turista della destinazione;
4. **Comunicazione e promozione dell'offerta turistica veneta** → la creazione di una vacanza multi-activities non presuppone solo il coinvolgimento degli attori del settore sportivo, ma anche di tutte le aziende, imprese, associazioni e realtà che - anche indirettamente - sono collegate al settore turistico: dalla ristorazione al pernottamento, dal sistema museale a quello dello shopping, tutti gli attori della destinazione parteciperanno ad offrire un'esperienza a 360°.

IL CONCEPT "4X4"

Capofila del progetto è il **Consorzio Turistico Dolomiti Prealpi**, con l'appoggio strategico dell'Intesa Programmatica d'Area Terre di Asolo e Monte Grappa, di Etifor per la parte progettuale e di Meraki per la parte amministrativa.

Il progetto di aggregazione vuole fare del Veneto, ed in particolare delle sue zone collinari e montane, una "palestra a cielo aperto": una destinazione per tutti gli appassionati di sport, dai più adrenalinici a quelli adatti alle famiglie, che permetta ai turisti di scoprire la destinazione attraverso l'emozione di lanciarsi con un paracadute, di affrontare un torrente o di scalare una montagna. Una passione legata alla natura e ai suoi 4 elementi, che mettono in rete diversi soggetti e volontà del territorio:

- **Aria:** vivere il territorio dall'alto, attraverso il volo libero e il parapendio → aggregare le scuole di volo, mettere in rete le aree, organizzare eventi condivisi, prodotti hike&fly e multiactivity;
- **Acqua:** tuffarsi nell'emozione del canyoning, del rafting, della vela, della canoa, del SUP, del dragon boat, della geologia subacquea → aggregare le scuole dello sport, mettere in rete le aree, coordinare gli eventi sportivi, organizzare prodotti multiactivity;



- **Terra:** l' accelerazione del battito in arrampicata, praticando Nordic Walking, Trekking, Hiking → aggregare le scuole dello sport, mettere in rete i percorsi, coordinare gli eventi sportivi, organizzare prodotti multiactivity;
- **Fuoco:** la scintilla, l' energia della scoperta del Veneto su due ruote (MTB, Gravel, Road, E-bike) → aggregare le scuole dello sport, mettere in rete i percorsi.

ATTIVITÀ E OBIETTIVI GENERALI

Il progetto andrà a favorire il posizionamento del prodotto turistico sportivo nel **territorio nazionale ma anche internazionale** attraverso azioni di:

- Rinnovo e riqualifica dell' offerta turistica nei confronti dei mercati maturi e di vicinanza come Germania, Repubblica Ceca, Francia, Polonia, Regno Unito, Paesi Bassi, Spagna, Slovenia, Svizzera, Belgio, Romania.
- Sviluppo e avvio dei rapporti di collaborazione con mercati a lungo raggio e nel lungo periodo, come Stati Uniti d' America, Russia, Corea del Sud, Cina, Australia, Brasile, Giappone, Canada.

Si intende operare perché vengano portati a termine i seguenti obiettivi:

1. Creare una **rete di 20 imprese** dello Sport System e del turismo che collaborino per la creazione di esperienze turistiche nel territorio veneto;
2. Convogliare tutti gli **eventi sportivi** organizzati sotto un' unica modalità di organizzazione e comunicazione;
3. Creazione di un **calendario eventi** e di una rete di **professionisti** condivisi;
4. Partecipare a **fiere internazionali e nazionali** – virtuali o fisiche – legate al mondo del turismo sportivo;
5. Creare e rendere fruibili i nuovi **pacchetti/prodotti turistici** attraverso diversi canali di comunicazione, tra cui il DMS;
6. Promuovere lo **sviluppo e la collaborazione** delle scuole, dei circoli e delle associazioni sportive al fine di assicurare professionalità - tramite attività di formazione e informazione - e sicurezza del servizio;
7. Promuovere un **turismo sostenibile, attivo e slow**, in linea con le strategie EUSAIR e EUSALP e con il programma di Riserva di Biosfera MaB UNESCO per cui il Monte Grappa è candidato.

PROPOSTA PROGETTUALE

La proposta progettuale prevede una serie di azioni e attività che mirano al raggiungimento di 3 obiettivi:

1. Promozione integrata
2. Innovazione del prodotto
3. Coordinamento eventi

1. Promozione integrata

- Implementazione delle attività sui Social Network: azioni coordinate di comunicazione e promozione sul tematismo dello sport nei vari Social (Facebook, Instagram, Youtube, ..);
- Definizione di un unico ufficio stampa per l' intero progetto al fine di coordinare la comunicazione e fare economia di scala;
- Investire su foto/video professionali di promozione del territorio con la creazione di un macro video di destinazione che promuove tutte le attività sportive e di 4 brevi video che esaltano i 4 elementi/categorie sportive; raccolta di foto inerenti agli sport nelle 4 stagioni;



- Organizzazione di 4 educational tour e di 4 press tour, distribuiti in 2 anni, che coinvolgeranno personalità – italiane e straniere - di spicco nel mondo sportivo e del giornalismo di settore;
- Partecipazione a manifestazioni e fiere in collegamento con le OGD di riferimento ed a eventi specifici di promozione sportiva;
- Implementazione del Destination Management System della Regione Veneto con tutte le informazioni riguardanti gli operatori turistici del territorio, dei punti di interesse, degli eventi;
- Coinvolgere influencer e ambassadors sportivi in collaborazione con i più importanti marchi internazionali dello sport;
- Nature Based Tourism: sviluppo di attività ecosostenibili collegate alle candidature UNESCO del territorio e con le attività del Parco Nazionale delle Dolomiti.

2. Innovazione del Prodotto

- Creazione di un' offerta turistica multi activities che andrà definita e gestita da un' agenzia di incoming in collaborazione con gli operatori turistici del territorio;
- Welfare aziendale e smart working: creazione di proposte e prodotti turistici dedicati alle aziende del territorio da utilizzare come welfare aziendale;
- Trasporti: organizzare un sistema di trasporto organico e coordinato anche nella gestione dei bagagli;
- Coordinare le professioni turistiche del territorio per garantire organizzazione e professionalità ai turisti.

3. Coordinamento degli eventi

- Sviluppo di un calendario eventi condiviso al fine di creare un coordinamento tra gli organizzatori di eventi e una promozione e comunicazione condivisa e unitaria;
- Sviluppo di una strategia di marketing con gadget e materiale pubblicitario condiviso da divulgare in tutte le manifestazioni;
- Gestione coordinata e condivisa del piano sicurezza degli eventi sportivi al fine di stabilire regole comuni tra i territori e fare economie di scala.

PROPOSTA ECONOMICA

Per la partecipazione al progetto "SPORT 4X4" si prevede il versamento di una quota che comprende la progettazione e la gestione amministrativa del progetto.

La quota ammonta a € 500,00 + IVA per le aziende partner di rete beneficiarie del contributo. Questo costo rientra tra le voci rendicontabili ai fini del contributo regionale. Per le realtà che invece vogliono aderire al progetto ma non possono accedere ai contributi perché non sono in possesso dei requisiti di ammissibilità, la quota stabilita è di € 100,00 + IVA.

Dopo l'approvazione del progetto le aziende potranno realizzare gli investimenti come concordato nel budget di progetto. Ad ogni singola azienda si chiede di completare la tabella sotto riportata (Scheda Aziendale), in modo da raccogliere l' interesse verso le azioni di progetto, specificando gli importi che si vogliono investire.



SCHEDA AZIENDALE

Nome azienda e P.IVA:
<p>TEMATISMO di interesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> ARIA (Volo) <input type="radio"/> ACQUA (canyoning, rafting, vela, canoa, SUP, dragon boat, geologia subacquea) <input type="radio"/> TERRA (arrampicata, Nordic Walking, Trekking, Hiking) <input type="radio"/> FUOCO (MTB, Gravel, Road, E-bike)
<p>PRODOTTI di interesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> aggregare le scuole dello sport <input type="radio"/> mettere in rete le aree <input type="radio"/> organizzare eventi condivisi <input type="radio"/> organizzare prodotti multiactivity <input type="radio"/> coordinare gli eventi sportivi <input type="radio"/> mettere in rete i percorsi <input type="radio"/> altro: <hr style="border: 0.5px solid black; margin-top: 5px;"/>
<p>AZIONI COMUNI MARKETING di maggior interesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> implementazione Social <input type="radio"/> sponsorizzate/pubblicità <input type="radio"/> fiere e manifestazioni <input type="radio"/> Deskline Destination Management System <input type="radio"/> Altro: <hr style="border: 0.5px solid black; margin-top: 5px;"/>
<p>AZIONI AZIENDALI MARKETING (specificare tipologia di azione che si propone e somma che si intende investire):</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>TOTALE Investimento: € _____</p>



INVESTIMENTI AZIENDALI SU BENI MOBILI (specificare tipologia di azione che si propone e somma che si intende investire):

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TOTALE Investimento: € _____