



FEASR



REGIONE DEL VENETO



Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale: l'Europa investe nelle zone rurali

Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020

Regolamento (UE) 1305/2013

Sottomisura 19.3 Preparazione e realizzazione delle attività di cooperazione del GAL

Tipo intervento 19.3.1 Sostegno alla preparazione e realizzazione delle attività di cooperazione del GAL

“GAL Polesine Adige”



Fascicolo di progetto

“*Veneto Rurale*”

Cooperazione *interterritoriale*

Codice progetto

(a cura dell'Adg capofila)

SCHEMA DI PROGETTO

PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERTERRITORIALE

Sezione I
PROGETTO GENERALE DI COOPERAZIONE

1. TITOLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE

VENETO RURALE

2. DENOMINAZIONE ABBREVIATA (ACRONIMO)

Non previsto

3. IL GAL CAPOFILA

Denominazione GAL Capofila: VeGAL

Indirizzo: Via Cimetta 1 30026 Portogruaro (VE)

Telefono +39 0421.394202 – Telefax +39 0421.390728

Posta elettronica: vegal@vegal.net**Coordinatore del progetto di cooperazione:**Simonetta Calasso - vegal@vegal.net - Tel. +39 0421.394202**Regione/Provincia Autonoma:** Veneto**Autorità di Gestione:** Regione Veneto – Dipartimento Agricoltura e sviluppo rurale

Soggetto referente della cooperazione (nome e cognome): Giovanni Sartore

Indirizzo: Via Torino 110, 30172 Mestre - Venezia

Tel. +39 041.2795633

Posta elettronica: psrleader@regione.veneto.it

1. I PARTNER

Denominazione completa Partner 1: GAL Alta MarcaGAL LEADER beneficiario Misura 19GAL FEAMP GAL FESR GAL FSE GAL ex art. 10 CTE GAL IPARD NO GAL beneficiario Misura 19 non beneficiario Misura 19 partner effettivo partner associato **Soggetto referente della cooperazione:**Flaviano Mattiuzzo segreteria@galtamarca.it

Via Roma 4 Solighetto di Pieve di Soligo (TV)

Tel. +39 0438 82084

Regione/Provincia Autonoma: Veneto**Autorità di Gestione:** Regione Veneto – Dipartimento Agricoltura e sviluppo rurale

Soggetto referente della cooperazione (nome e cognome): Giovanni Sartore

Indirizzo: Via Torino 110, 30172 Mestre - Venezia

Tel. +39 041.2795633

Posta elettronica: psrleader@regione.veneto.it

Denominazione completa Partner 2: GAL Montagna Vicentina

GAL LEADER beneficiario Misura 19
GAL FEAMP GAL FESR GAL FSE GAL ex art. 10 CTE GAL IPARD
NO GAL

beneficiario Misura 19 non beneficiario Misura 19
partner effettivo partner associato

Soggetto referente della cooperazione:

Irene Gasparella, David Sterchele
Piazzale della Stazione 1 Asiago (VI) (sede legale ed operativa)
telefono/fax 0424.63424
posta elettronica info@pec.montagnavicentina.com

Regione/Provincia Autonoma: Veneto

Autorità di Gestione: Regione Veneto – Dipartimento Agricoltura e sviluppo rurale

Soggetto referente della cooperazione (nome e cognome): Giovanni Sartore

Indirizzo: Via Torino 110, 30172 Mestre - Venezia

Tel. +39 041.2795633

Posta elettronica: psrleader@regione.veneto.it

Denominazione completa Partner 3: GAL Patavino

GAL LEADER beneficiario Misura 19
GAL FEAMP GAL FESR GAL FSE GAL ex art. 10 CTE GAL IPARD
NO GAL

beneficiario Misura 19 non beneficiario Misura 19
partner effettivo partner associato

Soggetto referente della cooperazione:

via Santo Stefano Superiore, 38. 35043 Monselice (PD)
telefono/fax: 0429 784872
posta elettronica: direttore@galpatavino.it
Referente: Giuseppina Botti, Sabina Bordiga

Regione/Provincia Autonoma: Veneto

Autorità di Gestione: Regione Veneto – Dipartimento Agricoltura e sviluppo rurale

Soggetto referente della cooperazione (nome e cognome): Giovanni Sartore

Indirizzo: Via Torino 110, 30172 Mestre - Venezia

Tel. +39 041.2795633

Posta elettronica: psrleader@regione.veneto.it

Denominazione completa Partner 4: GAL Polesine Adige

GAL LEADER beneficiario Misura 19
GAL FEAMP GAL FESR GAL FSE GAL ex art. 10 CTE GAL IPARD
NO GAL

beneficiario Misura 19 non beneficiario Misura 19
partner effettivo partner associato

Soggetto referente della cooperazione:

Maurizia Bellinello
Via Ricchieri detto Celio 8_45100 Rovigo (sede operativa)
telefono/fax: tel.0425/1541145, fax 0425 1880333
posta elettronica: adige@galadige.it , maurizia.bellinello@galadige.it

Regione/Provincia Autonoma: Veneto

Autorità di Gestione: Regione Veneto – Dipartimento Agricoltura e sviluppo rurale

Soggetto referente della cooperazione (nome e cognome): Giovanni Sartore

Indirizzo: Via Torino 110, 30172 Mestre - Venezia

Tel. +39 041.2795633

Posta elettronica: psrleader@regione.veneto.it

5. DESCRIZIONE DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE

Motivazioni

A complemento delle Strategie di Sviluppo Locale (SSL) dei GAL partner e coerentemente ai fabbisogni, agli ambiti di interesse, agli obiettivi e ai risultati attesi delle medesime SSL, i PSL prevedono di attivare le attività di cooperazione previste all'art. 35, par. 1, lett. c) del Reg. (UE) 1303/2013 e all'art. 44 del Reg. (UE) 1305/2013, attraverso un apposito progetto di cooperazione interterritoriale (sottomisura 19.3 del PSR Veneto 2014-2020).

In particolare, il **turismo rurale e sostenibile** è stato individuato dai GAL partner come tema chiave per lo sviluppo locale, anche per la sua possibilità di integrare e diversificare l'offerta turistica dei rispettivi ATD dei GAL.

Tutti i GAL coinvolti nell'azione di cooperazione sono consapevoli del fatto che il turismo rurale e sostenibile rappresenta una modalità di fruizione del territorio che necessita, oltre che di un'offerta integrata e strutturata, di una particolare capacità di comunicare i valori e l'identità culturale del territorio.

Il presente progetto di cooperazione interterritoriale mira quindi a completare e/o rafforzare l'azione intrapresa dalle singole strategie di sviluppo locale, promuovendo il turismo rurale e sostenibile, mediante l'elaborazione e l'attuazione congiunta, assieme ai GAL e ai territori partner, di una strategia innovativa, integrata e coordinata di promozione del turismo rurale e sostenibile con le sue specificità peculiari.

Il presente progetto di cooperazione interterritoriale risulta inoltre coerente e correlato con:

- i fabbisogni individuati grazie all'analisi della situazione e del contesto di riferimento e al processo di concertazione svolto a livello locale dai GAL partner;
- gli ambiti di interesse individuati dai GAL partner nei rispettivi PSL ed in particolare con l'ambito di interesse AI02 "Turismo sostenibile";
- gli obiettivi delle strategie di sviluppo locale dei GAL partner.

In particolare i GAL hanno individuato come strategia per favorire la conoscenza e la fruibilità dei rispettivi territori rurali, l'**utilizzo del mezzo audiovisivo quale strumento di promozione, marketing e branding delle aree rurali**.

I prodotti audiovisivi sono infatti in grado di apportare notevoli benefici in termini economici ai luoghi in cui essi vengono prodotti/girati o di cui raccontano, generando nei fruitori di tali prodotti interesse e motivazione nella scelta delle destinazioni turistiche e contribuendo al processo di formazione dell'immagine delle destinazioni stesse.

In particolare si è scelto lo strumento del **film documentario**, che permette di raccontare il territorio, con lo scopo di aumentare l'interesse locale e di rendere protagonista il paesaggio valorizzandone le peculiarità.

Obiettivo generale

Il Veneto, una delle mete turistiche più conosciute al mondo, occupa una posizione di leadership nel settore turistico a livello nazionale ed è la prima regione italiana in termini di arrivi e presenze turistiche. Grazie al suo patrimonio culturale, al suo paesaggio e alla varietà di ambienti ed ecosistemi, il sistema turistico veneto vanta importanti risorse turistiche: il mare, la montagna, i laghi, i fiumi, le terme, le città d'arte, i beni e i luoghi culturali, storici, religiosi ed enogastronomici, le aree protette e quelle di interesse naturalistico.

Il turismo veneto costituisce quindi un articolato prodotto turistico e presenta una gamma di prodotti, strutturati in più "destinazioni turistiche", facenti parte di una serie di "sistemi turistici tematici e territoriali" (Venezia e laguna; Dolomiti; Montagna veneta; Lago di Garda; Mare e spiagge; Pedemontana e colli; Terme Euganee e termalismo veneto; Po e suo delta; Città d'arte, centri storici, città murate e sistemi fortificati e ville venete).

Con la Legge regionale del Veneto n. 35 del 24 dicembre 2013 è stata data una definizione di "turismo rurale", inteso come insieme delle attività e iniziative turistiche, sportive, culturali, ricreative, di valorizzazione del patrimonio del territorio, nonché ogni altra attività di utilizzazione dello spazio e dell'ambiente rurale, ivi compresi gli ecosistemi acquatici e vallivi, svolta da imprenditori agricoli, imprenditori ittici o da imprese turistiche.

Nel contesto regionale, il turismo rurale e sostenibile rappresenta un'importante risorsa per un Veneto che, oltre a primeggiare nel turismo, vanta una consolidata leadership nazionale anche nel settore primario ed offre territori rurali di grande qualità, in cui sono state avviate numerose politiche ed interventi di recupero e valorizzazione dove operano diversi GAL in qualità di strutture di "governance" pubblico-privata.

Favorire lo sviluppo di un turismo rivolto a segmenti emergenti della domanda o di trend che si vanno consolidando, può contribuire ad integrare l'offerta turistica veneta, organizzata per lo più in destinazioni con tipologie mature e quindi a rischio di flessione.

Con il presente progetto di cooperazione i GAL veneti partner propongono un intervento con l'obiettivo generale di favorire la conoscenza e la fruibilità dei territori rurali del Veneto presentando un'**immagine unitaria della destinazione dei "territori rurali del Veneto"**.

Obiettivi operativi

Gli obiettivi operativi perseguiti dal progetto di cooperazione interterritoriale sono:

- presentare all'esterno un'immagine unitaria della destinazione "territori rurali del Veneto";
 - adottare una strategia di marketing che utilizzi i mezzi audiovisivi per promuovere i territori rurali;
 - aumentare la conoscenza dei territori a cui è rivolto il progetto.
- La realizzazione del prodotto audiovisivo permetterà di favorire la conoscenza e la promozione dei territori rurali veneti partner del progetto in modo dinamico e coinvolgente.

Ambito d'interesse prevalente

- Il progetto è coerente con l'Ambito d'interesse AI2 "Turismo sostenibile", previsto da tutte le strategie di sviluppo locale dei GAL partner, e con i seguenti obiettivi specifici dei rispettivi PSL:
- VEGAL: Obiettivo specifico del PSL n.1.2 "Aumentare i flussi turistici lungo gli itinerari, valorizzando e migliorando gli itinerari cicloturistici esistenti";
 - GAL Alta Marca: Obiettivo specifico del PSL n.2.5 "Promuovere l'offerta turistica territoriale in collaborazione con gli altri GAL Veneti";
 - GAL Montagna Vicentina: Obiettivi specifici del PSL n. 5 Valorizzare in modo sostenibile il patrimonio naturale e culturale ai fini dello sviluppo economico del settore turistico e n. 6 Creazione sinergie multisettore e promozione del "sistema turistico";
 - GAL Patavino: Obiettivo specifico del PSL n. OS 1.3 "Promuovere e commercializzare l'offerta turistica rurale in un'ottica integrata e di rete";
 - GAL Polesine Adige: Obiettivo specifico del PSL n.2.5 (OS 7) "Potenziare la comunicazione dei valori/risorse/caratteristiche del territorio".

Attività di preparazione e realizzazione

- Si sintetizzano di seguito le attività di preparazione effettuate per la definizione del progetto:
- l'idea-progetto è nata nel 2016 nell'ambito del Coordinamento dei GAL del Veneto (frutto della lunga esperienza di condivisione e collaborazione tra i GAL veneti ed avviato nel quadro delle iniziative Leader II e Leader+, della misura 421 del PSR 2007/13). I GAL hanno condiviso i contenuti di un progetto di cooperazione interterritoriale tra GAL veneti, mirato a promuovere il turismo rurale a livello locale, per giungere ad una azione congiunta e coordinata di promozione del turismo dei territori rurali del Veneto;
 - VeGAL ha successivamente organizzato un primo workshop di studio in data 11.5.2017 (c/o Vegapark di Mestre) rivolto ai GAL veneti potenziali aderenti al partenariato del progetto interterritoriale, per illustrare come il mezzo audiovisivo possa essere uno strumento di comunicazione efficace per la promozione del turismo rurale. Hanno partecipato 22 operatori: i rapp.ti di 7 GAL veneti (Adige, Alta Marca, Baldo Lessina, Montagna Vicentina, Patavino, Polesine, Venezia Orientale), i relatori (OJE e Travel Appeal - HFarm) operatori invitati dai vari GAL rappresentanti della Regione Veneto e Film Commission. La giornata si è infine conclusa con una tavola rotonda di discussione su quali progetti realizzare;
 - l'esito del seminario dell'11.5.2017 è stato discusso nella seduta del Coordinamento dei GAL del Veneto tenutasi in data 23.5.2017;
 - sul tema della promozione turistica attraverso lo strumento cinematografico è stata quindi predisposta una prima traccia di progetto ed organizzato in data 26.6.2017, un incontro con la Direzione Cultura e spettacolo della Regione Veneto;
 - nella seduta del Coordinamento dei GAL del Veneto tenutasi in data 3.7.2017, è stato stabilito che i GAL veneti interessati allo sviluppo del progetto sottoscrivessero una "lettera di intenti";
 - il 20.9.2017 si è tenuto un incontro tra i GAL che hanno confermato il partenariato al progetto mediante una specifica lettera d'intenti (GAL Alta Marca, GAL Montagna Vicentina, GAL Patavino, GAL Polesine Adige e VeGAL). I GAL in quella sede, hanno stabilito di individuare una figura specialistica esterna per fornire un servizio unico di assistenza tecnica e coordinamento generale del progetto a favore dei 5 GAL partner, utilizzando parte del budget, destinato alle spese di preparazione del progetto a disposizione di ciascun GAL partner;
 - il 7.11.2017 si è tenuto un incontro con AdG, Avepa e una rappresentanza dei GAL partner, per un'analisi degli aspetti procedurali attuativi;
 - il progetto di cooperazione "Veneto rurale" è stato successivamente presentato agli Assessorati regionali al turismo alla cultura e all'agricoltura in un incontro tenutosi il 28.11.2017 a Palazzo Balbi;
 - i GAL partner hanno quindi stipulato in data 20.12.2017 un contratto di mandato collettivo con rappresentanza per conferire a VeGAL l'espletamento delle procedure di acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale, mediante affidamento diretto ai sensi art.36 comma 2 lett a) D.Lgs 50/2016 e s.m.i.;
 - l'incarico è stato in seguito affidato alla società Mestiere Cinema Srl e prevede attività di coordinamento generale e predisposizione del Fascicolo di progetto e un supporto per le successive fasi di realizzazione dell'azione attuativa comune relativa alle attività info promozionali del progetto;
 - i GAL partner hanno dunque effettuato un'indagine locale sui rispettivi ATD, in merito alla presenza di riferimenti

ai temi del cicloturismo e dell'acqua, film girati, presenza di registi/attori/personalità, festival cinematografici (film, corti, documentari, ecc.) ed eventi di rilevanza legati al cinema;

- i GAL partner, e coinvolgendo anche soggetti esterni interessati (Direzione regionale spettacolo, Film Commission, esperti di cinema e operatori locali), mediante una serie di incontri tenutisi in data 7.5.2018, 7.6.2018, 5.7.2018, hanno optato per la realizzazione del prodotto film documentario;
- i GAL partner hanno inoltre partecipato ad un incontro convocato dall'AdG in data 25.9.2018 c/o la sede Avepa di Padova, per la condivisione della documentazione e le modalità operative per la presentazione della domanda di aiuto;
- i GAL si sono infine riuniti alle date 3 e 9 ottobre 2018 e 14 novembre 2018 per definire, con la collaborazione di Mestiere cinema, una prima bozza della scheda progetto, una presentazione del progetto utile a divulgare l'iniziativa sul territorio di ciascun GAL per i rispettivi stakeholders e dei capitolati-tipo per la successiva selezione della società di produzione del prodotto audiovisivo (film documentario) e della società di comunicazione per la realizzazione delle attività di informazione.

In fase di attuazione del progetto sono previste le seguenti attività di realizzazione:

- presentazione delle domande di aiuto e relativi allegati da parte dei GAL partner;
- coordinamento da parte dei GAL partner degli eventuali soggetti pubblici con cui attuare a regia il relativo intervento;
- presentazioni da parte dei GAL partner di domande di acconto;
- coordinamento del progetto;
- diffusione dei bandi di gara per la selezione di fornitori esterni (società di produzione del film documentario, distribuzione e attività di informazione), mediante attività di promozione a livello locale, nazionale ed internazionale e successiva selezione/contrattualizzazione dei fornitori;
- contatti con Film Commission, media, enti strumentali regionali, Regione ed Istituzioni per patrocinii e sviluppo di collaborazioni, associazioni e privati, università e Fondazioni;
- valutazione dell'impatto socio economico delle attività realizzate nell'ambito del progetto;
- presentazione di domanda di pagamento e dei report finali (rapporto generale di progetto a cura del GAL capofila; relazioni di progetto da parte dei GAL partner; output finali rappresentativi delle attività realizzate).

Descrizione delle azioni attuative comuni previste per la realizzazione del progetto

Le azioni comuni previste per la realizzazione del progetto sono distinte in due categorie:

- attività svolte collettivamente dai GAL;
- attività svolte a livello locale da ciascun GAL sul rispettivo ATD.

Le attività svolte collettivamente dai GAL sono:

- **Produzione:** ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di prodotti audiovisivi: sviluppo; analisi del contesto, studio dei luoghi degli ATD dei GAL partner; soggetto e sceneggiatura; attività di pre-produzione (spoglio sceneggiatura; casting; programma di lavorazione; location scout organizzazione delle riprese; ecc.); realizzazione del prodotto audiovisivo - film documentario (location, troupe, trasporti, attrezzature, riprese, ecc.), post produzione (colonna sonora; montaggio video suono; traduzione e sottotitoli in lingua inglese, francese e tedesco; creazione copia master e duplicazione in almeno 20 DVD), produzione di trailer;
- **Distribuzione:** diffusione presso Festival, Rassegne, canali di distribuzione, Web, reti/TV private e pubbliche, ecc.;
- **Informazione:** ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi e multimediali (creazione di una *visual identity*; creazione di un archivio immagini di location degli ATD; produzione/stampa distribuzione di materiali e prodotti informativi; creazione di una mappa digitale e cartacea degli itinerari; realizzazione di prodotti multimediali e audiovisivi secondari; produzione di video promozionali; apertura di account social; pubblicità; proiezioni speciali).

Le attività svolte da ciascun GAL nel rispettivo ATD:

- **Promozione:** organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'attività di Produzione) rivolti a turisti e cittadini; organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (OGD, Distretti turistici, Enti locali, Convention bureau, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, ecc.) e ad operatori locali (imprese, società di produzione audiovisiva-multimediale, cinema/teatri, ecc.); supporto alla società di produzione (facilitazioni sul territorio di riferimento, contatti, messa a disposizione di materiali promozionali o informativi esistenti, ecc.); supporto all'attività di Informazione, curando le relazioni con la stampa e i media locali e il marketing social a livello locale, promuovendo gli eventi e le comunicazioni relative al prodotto.

Complessivamente le 4 attività comuni (produzione, distribuzione, informazione e promozione) sono centrate intorno alla realizzazione di uno strumento audiovisivo, sotto forma di "film-documentario", finalizzato a generare "empatia" nello spettatore, andando oltre la formula del documentario "classico", per divulgare itinerari che promuovano la conoscenza delle ricchezze (ambientali, rurali, storico-artistiche ed enogastronomiche, ecc.) dei territori dei GAL partner.

La scelta delle location potrà proporre anche stagioni diverse rispetto a quelle nelle quali il turismo è attualmente presente, in modo da favorire lo spettatore-cineturista che tende a voler ritrovare anche l'atmosfera e i colori del paesaggio. Particolare attenzione sarà riservata al progetto di distribuzione attraverso, ad esempio, proiezioni speciali, partecipazione a festival nazionali ed internazionali, programmazione nelle sale cinematografiche e nei circuiti indipendenti, nel mondo dell'associazionismo, nelle programmazioni televisive e nelle altre modalità di diffusione (piattaforme, web, social, ecc.).

Indicatori del progetto

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Indicatori di realizzazione		
Partner	Numero	5
<i>di cui GAL</i>	Numero	5
<i>di cui Partner no Gal</i>	numero	0
Regioni coinvolte	numero	1 (Veneto)
Stati coinvolti (per i progetti transnazionali)	numero	0
Rete tra operatori locali (accordo di cooperazione tra i GAL partner)	numero	1
Prodotti comuni		
film documentario	Numero	1
mappa degli itinerari oggetto del film documentario	Numero	1
canali social attivati	Numero	3
DVD, APP, o altro supporto digitale	Numero	1
valutazione impatto (socio-economico, ecc.) dell'audiovisivo	Numero	1
calendario di eventi rivolti a turisti, cittadini ed operatori	Numero	1
Indicatori di risultato		
articoli pubblicati su media nazionali (carta stampata e quotidiani on-line)	Numero	> 30 articoli
diffusione di materiali, documenti e prodotti informativi	Numero	mappe itinerari scaricate > 2.500 mappe itinerari distribuite > 5.000
elaborazione di nuovi prodotti turistici	Numero	≥ 5 pacchetti turistici a tema
diffusione sui social media	Numero	> 10.000 Like o equivalenti su Social Media o equivalenti su FB > 10.000 Follower Instagram o equivalenti
partecipazione a festival/rassegne	Numero	≥ 5 Festival
proiezioni del prodotto audiovisivo (rassegne, festival, eventi, passaggi televisivi, on demand, altro di nuova generazione...)	Numero	> 500
spettatori totali	Numero	> 25.000
visualizzazioni puntate YouTube o equivalente	Numero	> 20.000
passaggi in tv	Numero	> 3
presenza in piattaforma on demand	Numero	≥ 1

6. METODI E PROCEDURA DI ATTUAZIONE DEL PROGETTO**Forma giuridica e gestionale**

Per la **preparazione** del progetto i GAL partner si sono così organizzati:

- ciascun GAL partner ha previsto l'idea progetto "Veneto rurale" nel par. 6 del rispettivo PSL;
- la partecipazione al progetto Veneto Rurale è stata avviata mediante la sottoscrizione di specifiche lettere d'intenti da parte dei GAL partner: GAL Adige prot. 381 del 5 luglio 2017; GAL Alta Marca prot. 222 del 5 luglio 2017; GAL Montagna Vicentina prot. 236 del 6 luglio 2017; GAL Patavino Prot. 462 del 5 luglio 2017; VeGAL prot. 23465/P del 5 luglio 2017;
- in data 20.12.2017 i GAL partner hanno sottoscritto un contratto di mandato collettivo con rappresentanza per conferire a VeGAL l'espletamento delle procedure di acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale

(mediante affidamento diretto ai sensi art.36 comma 2 lett a) D.Lgs 50/2016 e s.m.i.), successivamente affidato alla società Mestiere Cinema Srl di Venezia (per euro 14.900,00€/5 GAL);

- a dicembre 2018 i GAL partner hanno sottoscritto un Accordo di cooperazione finalizzato alla presentazione della domanda di aiuto relativo al tipo di intervento 19.3.1.

In fase di attuazione del progetto di cooperazione i GAL partner si organizzeranno con le modalità definite nell'Accordo di cooperazione (con il coordinamento del "Comitato di coordinamento" previsto dall'art. 9 dell'Accordo di cooperazione) ed in particolare per le **azioni di realizzazione**:

- mediante sottoscrizione di un contratto di mandato collettivo con rappresentanza, per conferire al GAL capofila l'affidamento di un servizio di supporto al RUP (500,00€/GAL);
- azioni svolte collettivamente dai GAL, mediante attività coordinate dal GAL capofila;
- azioni svolte a livello locale da ciascun GAL sul rispettivo ATD, mediante attività svolte da ciascun GAL partner.

Formule operative

Formule operative	Attività	Soggetto responsabile
Bando pubblico GAL	Non prevista	Non prevista
	Non prevista	Non prevista
Bando regia GAL	Produzione	Previsto solo dal GAL Patavino (Comune di Arquà Petrarca)
	Distribuzione	
	Informazione	
	Promozione	
Bando gestione diretta GAL	Produzione	GAL partner
	Distribuzione	
	Informazione	
	Promozione	

7. ASPETTI ORGANIZZATIVI

Cronoprogramma delle attività del progetto

Data di inizio progetto: maggio 2016							
Data di fine progetto: dicembre 2021							
Durata del progetto in mesi: 67 mesi							
	Tempi di realizzazione						
Attività di preparazione e realizzazione	Attività	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Preparazione	x	x	x			
	Realizzazione				x	x	x
Azione attuativa comune	Produzione				x	x	x
	Distribuzione				x	x	x
	Informazione				x	x	x
	Promozione				x	x	x

Modalità individuate per assolvere ai compiti organizzativi e direttivi

L'Accordo di cooperazione regola i compiti organizzativi e direttivi in capo al GAL capofila e ai GAL partner.

Il coordinamento generale del progetto è svolto dal GAL capofila, con il supporto di un Comitato di coordinamento, regolato dall'Art. 9 dell'Accordo di cooperazione, con l'obiettivo di monitorare il rispetto del cronoprogramma delle attività e della spesa e l'avanzamento e la qualità di ciascuna attività prevista dal progetto.

Ciascun GAL (capofila e partner) partecipa alle attività di realizzazione per il coordinamento generale del progetto; si attiva con i competenti uffici di Avepa per la relativa presentazione della domanda di aiuto e di pagamento; realizza le attività di promozione a livello del corrispondente ATD.

I GAL partner assicurano lo scambio continuo di informazioni tra gli stessi GAL partner del progetto, l'AdG, Avepa e le Reti rurali, così da adottare comportamenti comuni, selezionare esperienze positive e renderle patrimonio accessibile a tutti, nell'ottica di realizzare un prodotto di promozione delle aree rurali venete che sia omogeneo e al tempo stesso modulabile nei singoli territori dei GAL partner.

Il GAL capofila garantisce un costante scambio di informazioni tra i GAL partner e con l'Autorità di Gestione, assicurando la convocazione di incontri periodici (almeno semestrali) del Comitato di coordinamento, con gli obiettivi di armonizzare e coordinare tutte le attività e le fasi di realizzazione del progetto e di effettuare un controllo periodico

che tenga monitorati: i tempi di attuazione del progetto, la raccolta dei dati relativi alle azioni locali e le eventuali modifiche al progetto di cooperazione.

Sostenibilità delle attività nel tempo

La longevità del film documentario sarà determinata dalla strategia di distribuzione, dai passaggi televisivi e dalla presenza su, ad esempio, cataloghi on demand e in piattaforme (es. NETFLIX, TIMVISION o specifici del settore documentario come DOCIT, ecc.); negli strumenti previsti dal settore turistico regionale (es. "Portale Turismo Veneto"); all'interno di videoteche locali (es. provinciali e regionali) e nazionali (es. Cineteca di Bologna, ecc.).

Si prevede anche un accordo con la Film Commission regionale per l'utilizzo dell'audiovisivo.

Le attività di marketing legate al documentario saranno ideate e strutturate in modo che persistano nel tempo, strutturando opportunamente gli itinerari cicloturistici e la mappa degli stessi e utilizzando gli account social (o equivalenti).

Un obiettivo indiretto, da raggiungere nel medio-lungo termine, è quello di favorire la capacità delle aree rurali partner del progetto di attrarre nuove produzioni cinematografiche anche in ragione di eventuali incentivi messi a disposizione.

8. ASPETTI FINANZIARI

Piano finanziario del progetto

Fasi operative	Attività	GAL/Partner	Spesa totale	Finanziamento PSR		Altri finanziamenti
				Quota pubblica	Quota privata	
Preparazione e realizzazione del progetto	Preparazione	VeGAL	8.550,00	8.550,00	0,00	0,00
		Alta Marca	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
		Montagna Vicentina	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
		Patavino	4.000,00	4.000,00	0,00	0,00
		Polesine Adige	7.840,00	7.840,00	0,00	0,00
	Realizzazione	VeGAL	1.450,00	1.450,00	0,00	0,00
		Alta Marca	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
		Montagna Vicentina	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
		Patavino	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
		Polesine Adige	2.160,00	2.160,00	0,00	0,00
TOTALE 1			50.000,00	50.000,00	0,00	0,00
Azione attuativa comune	Produzione	VeGAL	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
		Alta Marca	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
		Montagna Vicentina	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
		Patavino	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
		Polesine Adige	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
	Distribuzione	VeGAL	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
		Alta Marca	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
		Montagna Vicentina	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
		Patavino	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
		Polesine Adige	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
	Informazione	VeGAL	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
		Alta Marca	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
		Montagna Vicentina	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
		Patavino	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
		Polesine Adige	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
	Promozione	VeGAL	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
		Alta Marca	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
		Montagna Vicentina	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
		Patavino	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
		Polesine Adige	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE 2			450.000,00	450.000,00	0,00	0,00
TOTALE GENERALE			500.000,00	500.000,00	0,00	0,00

Sezione II

**IL PROGETTO “VENETO RURALE”
NEL PROGRAMMA DI SVILUPPO LOCALE DEL GAL: VeGAL****1. GAL**GAL LEADER GAL ... (specificare fondo)

Indirizzo: Via Cimetta, 1 – Portogruaro (VE)

telefono/fax: 0421-394202 / 04212-390728

posta elettronica: vegal@vegal.net

Referenti: Simonetta Calasso, Marco Dal Monego, Giancarlo Pegoraro

2. Motivazioni

La realizzazione di attività di informazione per lo sviluppo della conoscenza e della fruibilità dell'ATD mediante prodotti audiovisivi collegati ai temi del “cicloturismo” e della “risorsa acqua”, è coerente per la valorizzazione di un ATD caratterizzato da costa, lagune e corsi d'acqua interni e da itinerari che si snodano dal litorale fino all'entroterra, seguendo le direttrici delle storiche vie di comunicazione: la Litoranea Veneta, che corre parallela alla costa e costituisce un'unica via navigabile attraverso i corsi d'acqua interni, i fiumi Sile, Piave, Livenza, Lemene, Tagliamento, che collegano la costa all'entroterra, e, infine, le strade che attraversano rinomate zone di produzione vinicola.

Un territorio contraddistinto dal “paesaggio della bonifica” e disseminato oltre che da corsi d'acqua, anche da idrovore, mulini ed edifici rurali, che è stato oggetto di diversi film (tra i quali si segnalano: Signore & Signori, 1966; Amanti, 1968; Pagine chiuse 1969; Un'anguilla da 300 milioni, 1971; Il sapore del grano, 1986; Americano rosso, 1991; Sognando l'Africa, 2000; La macchina sopita, 2004; Rumore Bianco, 2008; Occhi a sogni aperti, 2009; L'estate di Giacomo, 2011; My name is Ernest, 2014; Rosso Mille Miglia, 2015), documentari e fiction e che ospita festival musicali e rassegne cinematografiche (Estate musicale di Portogruaro, Caorle Independent Film Festival).

La realizzazione di prodotti audiovisivi sarà inoltre oggetto di diffusione nei cinema/teatri dell'ATD (Portogruaro, S.Stino di Livenza e Jesolo) e dell'area di VeGAL (San Donà di Piave) e nei canali di promozione delle OGD interessate dall'ATD.

3. Coerenza del progetto con il Programma di sviluppo locale (ambiti interesse, obiettivi specifici)

Il progetto di cooperazione “Veneto Rurale” è coerente con la strategia del PSL “Punti, superfici e linee” finalizzata a promuovere la crescita dell'occupazione, utilizzando il driver “territorio”, nelle sue risorse turistiche, ambientali e produttive e con gli obiettivi generali del PSL (promuovere il turismo sostenibile mediante il consolidamento degli itinerari esistenti; promuovere lo sviluppo e l'innovazione delle filiere e del sistema agro-alimentare locale).

Il progetto è coerente con l'Ambito d'interesse “Turismo sostenibile”, previsto dalla strategia di sviluppo locale e con l'obiettivo specifico 1.2 “Aumentare i flussi turistici lungo gli itinerari, valorizzando e migliorando gli itinerari cicloturistici esistenti”.

4. Obiettivi specifici e target

Il progetto è coerente con l'obiettivo specifico 1.2 “Aumentare i flussi turistici lungo gli itinerari, valorizzando e migliorando gli itinerari cicloturistici esistenti” del PSL.

Target:

- turisti: appassionati della natura e dell'aria aperta, cicloturisti, escursionisti;
- paesi di provenienza: Europa;
- cittadini-residenti dell'ATD: escursionisti, studenti, associazioni culturali, appassionati di cinema/fotografia;
- operatori dell'ATD: operatori cinematografici e relativa filiera.

5. Risultati attesi a livello locale

I risultati attesi a livello dell'ATD del GAL sono:

- presentare all'esterno un'immagine unitaria della destinazione “territori rurali del Veneto”: presentando in modo unitario i territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli Euganei e della bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale;
- adottare una strategia di marketing che utilizzi i mezzi audiovisivi per promuovere i territori rurali: innovando le strategie classiche di promozione e comunicazione del territorio;
- aumentare la conoscenza dei territori ambito del progetto: favorendo l'integrazione tra turismo balneare costiero e turismo rurale nell'entroterra.

Si prevede inoltre il coinvolgimento, la collaborazione e l'interazione a livello locale degli operatori collegabili al settore audiovisivo e la creazione di una rete informale fidelizzata che aiuti nella diffusione del progetto.

6. Valore aggiunto del progetto

Il valore aggiunto del progetto, in particolare rispetto all'attuazione della medesima azione attraverso il tipo di intervento 19.2.1, è rilevabile nella costruzione di un'immagine unitaria dei territori rurali di pregio del Veneto, al fine di promuovere il turismo rurale e sostenibile veneto nell'ambito di un prodotto più ampio, laddove le iniziative di promozione attuate nell'ambito della singola strategia di sviluppo locale mirano a promuovere specifici aspetti locali dell'offerta turistica. Ulteriore valore aggiunto è legato all'obiettivo di fare delle aree rurali venete una destinazione turistica di valore, non solo in chiave di diversificazione dell'offerta turistica consolidata, ma come destinazione di prestigio autonoma, oltre che per il pregio delle produzioni primarie che hanno "costruito" il paesaggio rurale. L'utilizzo del mezzo audiovisivo permette di allontanarsi dai format tradizionali, con l'intenzione di lanciare una "moda" del turismo rurale, attraverso il disegno di itinerari innovativi, "avventurosi", originali, favorendo anche "gli itinerari della porta accanto".

7. Grado di innovazione

In riferimento agli elementi evidenziati nel quadro 4.2.4 del PSL, si segnalano i seguenti fattori innovativi:

- innovazione di prodotto: presentazione in chiave unitaria e coordinata dei territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli Euganei e della bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale, mediante un film-documentario transmediale sulle aree rurali del Veneto, sui temi degli itinerari e della risorsa acqua, puntando su: fattore esperienziale, caso mediatico ed interesse di base di un target ristretto e specifico;
- innovazione di processo: attuazione congiunta di attività di produzione di prodotti audiovisivi e di attività di informazione e promozione, sia a livello locale, che in modo integrato tra i GAL partner;
- innovazione organizzativa: attuazione congiunta da parte dei GAL, in collaborazione con enti ed operatori dei rispettivi ATD e con enti ed istituzioni di livello regionale;
- innovazione strategica: legata all'attività di animazione, svolta in coerenza con il Distretto culturale evoluto del Veneto Orientale (in fase di avvio) e con l'Osservatorio locale del paesaggio della bonifica.

8. Descrizione delle attività previste a livello locale

Le attività previste nell'ambito dell'ATD sono:

- organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'azione di Produzione) rivolti a turisti e cittadini. Obiettivi: divulgare la cultura dell'audiovisivo e favorire la costruzione di un'identità territoriale dei luoghi;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (OGD, Distretto turistico, Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, ecc.). Obiettivi: attivare momenti di confronto e raccolta di storie ed idee, raccolta collaborazioni per comunicazione/distribuzione;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti ad operatori locali (imprese, operatori del settore cinematografico, case di produzione, cinema/teatri, ecc.). Obiettivi: coinvolgimento degli operatori, collaborazioni durante le riprese, scontistica per le fasi di produzione.

Per favorire il coinvolgimento di stakeholders ed operatori locali, si prevede di somministrare un questionario, da approfondire con alcune interviste dirette; in particolare l'obiettivo sarà quello di favorire la creazione di circoli virtuosi produzione-aziende (trasporti, noleggi, selezione comparse/attori, professionisti locali tecnici e artigiani, ecc.), l'agevolazione nel disbrigo di pratiche burocratiche (permessi, autorizzazioni, occupazioni suolo, ecc.), la creazione di pacchetti turistici tematici, la diffusione/distribuzione dei prodotti.

9. Indicatori del progetto realizzato a livello locale

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Indicatori di realizzazione		
Rete tra operatori locali (tra GAL partner)	Numero	1
Prodotti		
Incontri, seminari e masterclass rivolti a turisti e cittadini	Numero	≥ 3
incontri e seminari rivolti a stakeholders	Numero	≥ 3
incontri e seminari rivolti ad operatori locali	Numero	≥ 3
Indicatori di risultato		

Turisti e cittadini partecipanti a masterclass	Numero	> 30
Stakeholders partecipanti	Numero	> 20
Operatori locali partecipanti	Numero	> 10

10. Cronoprogramma delle attività locali

Azione attuativa comune	Attività	Tempi di realizzazione					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Produzione				x	x	x
	Distribuzione				x	x	x
	Informazione				x	x	x
	Promozione				x	x	x

11. Piano finanziario del progetto

Fasi operative	Attività	Misura/Tipo intervento	Formula operativa	Spesa totale (euro)	Finanziamento PSR		Altri finanziamenti (euro)
					Quota pubblica (euro)	Quota privata (euro)	
Preparazione e realizzazione del progetto	Preparazione	19.3.1	Gestione diretta	8.550,00	8.550,00	0,00	0,00
	Realizzazione	19.3.1	Gestione diretta	1.450,00	1.450,00	0,00	0,00
TOTALE-1				10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
Azione attuativa comune	Produzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
	Distribuzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
	Informazione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
	Promozione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE-2				90.000,00	90.000,00	0,00	0,00
TOTALE DEL PROGETTO				100.000,00	100.000,00	0,00	0,00

12. Relazione descrittiva delle spese

Le tipologie di spese previste per l'attuazione delle singole attività sono:

- attività di preparazione e realizzazione:
 - preparazione: personale del GAL; missioni per la partecipazione ad incontri preparatori; acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); incontri tra i GAL partner;
 - realizzazione: personale del GAL per il coordinamento e il monitoraggio del progetto; affidamento di un servizio di supporto al RUP; azioni di animazione; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); acquisizione di consulenze specifiche per il coordinamento del progetto; incontri tra i GAL partner; missioni per la partecipazione ad incontri del Comitato di coordinamento e ad attività di progetto;
- azione attuativa comune:
 - Produzione: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di prodotti audiovisivi: sviluppo; analisi del contesto, studio dei luoghi; soggetto e sceneggiatura; attività di pre-produzione (spoglio sceneggiatura; casting; programma di lavorazione; location scout organizzazione delle riprese; ecc.); realizzazione del prodotto audiovisivo - film documentario (location, troupe, trasporti, attrezzature, riprese, ecc.), post produzione (colonna sonora; montaggio video suono; traduzione e sottotitoli in lingua inglese, francese e tedesco; creazione copia master e duplicazione DVD), produzione di trailer;
 - Distribuzione (presso Festival, Rassegne, canali di distribuzione, reti/TV private e pubbliche, ecc.);
 - Informazione: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi e multimediali (creazione di una *visual identity*; creazione di un database immagini di location dell'ATD; produzione/stampa distribuzione di materiali e prodotti informativi; creazione di una mappa digitale e cartacea degli itinerari; realizzazione di prodotti multimediali e audiovisivi secondari; produzione di video promozionali; apertura di account social; pubblicità; proiezioni speciali;

- **Promozione:** organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'attività di Produzione) rivolti a turisti e cittadini; organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (OGD, Distretto turistico, Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, scuole, ecc.) e ad operatori locali (imprese, società di produzione audiovisiva-multimediale, cinema/teatri, ecc.); supporto alla società di produzione (facilitazioni sul territorio di riferimento, contatti, messa a disposizione di materiali promozionali o informativi esistenti, ecc.); supporto all'attività di Informazione, curando le relazioni con la stampa e i media locali e il marketing social a livello locale, promuovendo gli eventi e le comunicazioni relative al prodotto.

13. Cronoprogramma di spesa

Data di inizio progetto: maggio 2016							
Data di fine progetto: novembre 2021							
Durata del progetto in mesi: 67 mesi							
Attività previste	Spesa pubblica						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Totale
Preparazione	0,00	3.550,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	8.550,00
Realizzazione	0,00	0,00	0,00	1.050,00	200,00	200,00	1.450,00
Produzione	0,00	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	60.000,00
Distribuzione	0,00	0,00	0,00	4.000,00	3.000,00	3.000,00	10.000,00
Informazione	0,00	0,00	0,00	3.000,00	6.000,00	5.000,00	14.000,00
Promozione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
Totale	0,00	3.550,00	5.000,00	30.050,00	31.200,00	30.200,00	100.000,00

14. Sostenibilità delle attività nel tempo

La longevità del film documentario sarà determinata dalla strategia di distribuzione, dai passaggi televisivi e dalla presenza su cataloghi on demand e in piattaforme e all'interno di videoteche locali e nazionali, realizzata nell'ambito delle attività svolte collettivamente dai GAL partner.

Tali attività saranno integrate con le seguenti ulteriori attività svolte a livello della singola ATD:

- presenza all'interno di videoteche locali e siti web (es. comunali e di enti/associazioni);
- presenza all'interno degli uffici di promozione turistica territoriali;
- utilizzo di frammenti e immagini del documentario da utilizzare per la promozione del territorio, all'interno di video promozionali e canali di promozione attivi nell'ATD.

Sezione II

**IL PROGETTO “VENETO RURALE”
NEL PROGRAMMA DI SVILUPPO LOCALE DEL GAL: GAL Montagna Vicentina****1. GAL**

GAL LEADER GAL ... (specificare fondo)
Indirizzo: Piazzale della Stazione 1 Asiago (VI)
telefono/fax: 0424- 63424
posta elettronica: info@pec.montagnavicentina.com
Referenti: Irene Gasparella, David Sterchele

2. Motivazioni

Il modello di sviluppo rurale affermatosi negli ultimi vent'anni attribuisce particolare importanza alla diversificazione produttiva di un contesto territoriale e riconosce le opportunità che il turismo rurale può offrire a quelle aree non più competitive, ma che puntano a diversificare la propria economia dando vita a molteplici percorsi di sviluppo.

Il Gruppo di Azione Locale (GAL) Montagna Vicentina opera su un territorio di quarantaquattro Comuni che presentano ciascuno caratteristiche e vocazionalità territoriali specifiche dal punto di vista produttivo turistico e paesaggistico/culturale.

Con il Progetto di Cooperazione Interterritoriale “Veneto Rurale” si intende promuovere l'intero ambito territoriale rurale in cui operano il GAL Montagna Vicentina e gli altri GAL partner Veneti valorizzando le peculiarità che ciascun territorio ha da offrire dal punto di vista storico, culturale, paesaggistico ed enogastronomico.

La realizzazione di attività di *informazione per lo sviluppo della conoscenza e della fruibilità dei territori rurali* mediante prodotti audiovisivi - come il docufilm - collegati ai temi del “*cicloturismo*”, è coerente per la valorizzazione di un ATD estremamente diversificato e caratterizzato da montagna/pedemontana, colli/città d'arte.

Lo strumento individuato, infatti, permette di promuovere l'intero ambito territoriale che, proprio per la sua configurazione, è in grado di offrire una proposta turistica variegata, ampia e facilmente riconoscibile.

Nell'ambito territoriale in cui opera il GAL Montagna Vicentina sono infatti presenti numerosi percorsi ed itinerari ciclabili percorribili con estrema facilità che si snodano dalla Val Brenta all'Altopiano di Asiago, dalla Valle dell'Astico alla Valle dell'Agno con le Piccole Dolomiti vicentine.

Il territorio, non è solo l'ideale per una sana vacanza all'aria aperta, ma anche un concentrato di arte e cultura in tutte le sue forme: si possono ammirare le famose ville palladiane dichiarate dal 1994 Patrimonio Universale dell'Umanità dall'UNESCO e cittadine murate ma anche altre aree meno conosciute ma ugualmente ricche di beni architettonici e paesaggistici che necessitano di essere valorizzati dal punto di vista turistico.

L'area montana d'altro canto custodisce non solo un patrimonio paesaggistico unico nel suo genere, ma anche un vero e proprio museo storico a cielo aperto composto da sentieri, trincee, musei, reperti, forti avendo vissuto in prima linea della Grande Guerra.

L'ambito territoriale in cui opera il GAL Montagna Vicentina inoltre è geloso custode della propria identità culturale, testimoniata anche dalla presenza di percorsi enogastronomici: la tavola vicentina è infatti ricca di capolavori del gusto che preservano la tradizione culinaria mediante la valorizzazione di prodotti DOP e IGP genuini e di alta qualità.

3. Coerenza del progetto con il Programma di sviluppo locale (ambiti interesse, obiettivi specifici)

Il progetto di cooperazione “Veneto Rurale” è coerente con la strategia del PSL 2014 2020 denominato F.A.R.E. Montagna necessitando l'ambito territoriale in cui opera il GAL Montagna Vicentina di azioni a livello locale per promuovere il turismo rurale sostenibile dei singoli territori coinvolti creando sinergie multisettoriali e di un'azione comune per la promozione integrata e coordinata delle aree rurali del Veneto.

Il Progetto contribuisce al conseguimento degli obiettivi individuati a seguito del percorso partecipato condotto sul proprio territorio nella fase di predisposizione della strategia di sviluppo locale. Nello specifico contribuisce al conseguimento dell'obiettivo strategico di programma “promuovere lo sviluppo sostenibile e la coesione economica e sociale del territorio valorizzando le specificità territoriali” e all'obiettivo generale di “favorire la diversificazione ed integrazione dell'offerta turistica per una gestione sostenibile delle risorse pubbliche e private e la valorizzazione delle vocazionalità territoriali legate al turismo sostenibile”. Quest'ultimo si riferisce all'ambito di interesse (AI) 2 “Turismo sostenibile” (selezionato dal G.A.L. tra i sette ambiti di interesse elencati dal PSR) e a due obiettivi specifici (OS): OS 5 Valorizzare in modo sostenibile il patrimonio naturale e culturale ai fini dello sviluppo economico del settore turistico e OS 6 Creazione di sinergie multisettore e promozione del sistema turistico.

4. Obiettivi specifici e target

Gli obiettivi specifici OS che si vogliono perseguire grazie al Progetto di Cooperazione Interterritoriale denominato "Veneto Rurale" sono quelli previsti dal Programma di Sviluppo Locale "F.A.R.E. Montagna" ed in particolare: OS 5 Valorizzare in modo sostenibile il patrimonio naturale e culturale ai fini dello sviluppo economico del settore turistico; OS 6 Creazione sinergie multisettore e promozione del sistema "turistico".

Target:

- turisti: amanti del territorio in tutte le sue sfaccettature (paesaggistico, culturale, architettonico, storico, enogastronomico), cicloturisti, escursionisti;
- cittadini-residenti dell'ATD: escursionisti, studenti, associazioni culturali, appassionati di cinema/fotografia;
- operatori dell'ATD: operatori economici e turistici;
- paesi di provenienza: Europa.

5. Risultati attesi a livello locale

I risultati attesi a livello dell'ATD del GAL sono:

- presentare all'esterno un'immagine unitaria della destinazione "territori rurali del Veneto": presentando in modo unitario i territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli euganei e della bassa padovana, della **Montagna vicentina** del Medio Polesine e della Venezia orientale;
- adottare una strategia di marketing che utilizzi i mezzi audiovisivi per promuovere i territori rurali: innovando le strategie classiche di promozione e comunicazione del territorio;
- aumentare la conoscenza dei territori ambito del progetto: attraverso la diffusione di prodotto **innovativo** in grado di valorizzare e sviluppare, anche dal punto di vista economico, il territorio in cui opera il GAL Montagna Vicentina e creare sinergie multisettore.

Si prevede inoltre il coinvolgimento, la collaborazione e l'interazione a livello locale degli operatori economici e la creazione di una rete informale fidelizzata che aiuti nella diffusione del progetto (albergatori, ristoratori, associazioni di categoria, associazioni culturali, etc..).

6. Valore aggiunto del progetto

Il valore aggiunto del progetto, in particolare rispetto all'attuazione della medesima azione attraverso il tipo di intervento 19.2.1.x, è rilevabile nella costruzione di un'**immagine unitaria dei territori rurali di pregio del Veneto**, al fine di promuovere il turismo rurale e sostenibile veneto nell'ambito di un prodotto più ampio, laddove le iniziative di promozione attuate nell'ambito della singola strategia di sviluppo locale mirano a promuovere specifici aspetti locali dell'offerta turistica.

Ulteriore valore aggiunto è legato all'obiettivo di fare delle aree rurali venete una destinazione turistica di valore, non solo in chiave di diversificazione dell'offerta turistica consolidata, ma come destinazione di prestigio autonoma.

La promozione di itinerari e percorsi caratterizzati dall'integrazione del turismo con la cultura, lo sport e il settore agroalimentare apporta benefici sia dal punto di vista ambientale e culturale, proteggendo e conservando il patrimonio rurale, che economico, creando posti di lavoro e aumentando l'afflusso turistico.

7. Grado di innovazione

Il Quadro 4.2.4 del Programma di Sviluppo Locale del GAL Montagna Vicentina F.A.R.E. Montagna prevede che vengano supportate proposte progettuali integrate e sinergiche al fine di valorizzare e promuovere le sotto-aree omogenee in cui opera il Gal Montagna Vicentina.

L'adesione al Progetto "Veneto Rurale" consente al GAL di perseguire:

- innovazione di prodotto: presentazione in chiave unitaria e coordinata dei territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli euganei e della bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale, mediante un film-documentario transmediale sulle aree rurali del Veneto, sui temi degli itinerari, puntando su: fattore esperienziale, caso mediatico ed interesse di base di un target ristretto e specifico;
- innovazione di processo: attuazione congiunta di attività di produzione di prodotti audiovisivi e di attività di informazione e promozione, sia a livello locale, che in modo integrato tra i GAL partner;
- innovazione organizzativa: attuazione congiunta da parte dei GAL, in collaborazione con enti ed operatori dei rispettivi ATD e con enti ed istituzioni di livello regionale;
- innovazione strategica: legata all'attività di animazione.

8. Descrizione delle attività previste a livello locale

Le attività previste nell'ambito dell'ATD sono:

- organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'azione di Produzione) rivolti a turisti e cittadini. Obiettivi: divulgare la cultura dell'audiovisivo e favorire la costruzione di un'identità territoriale dei luoghi;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (OGD, Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, ecc.). Obiettivi: attivare momenti di confronto e raccolta di storie ed idee, raccolta collaborazioni per comunicazione/distribuzione;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti ad operatori locali (imprese, operatori del settore cinematografico, case di produzione, cinema/teatri, ecc.). Obiettivi: coinvolgimento degli operatori, collaborazioni durante le riprese, scontistica per le fasi di produzione.

Per favorire il coinvolgimento di stakeholders ed operatori locali, si prevede di somministrare un questionario, da approfondire con alcune interviste dirette; in particolare l'obiettivo sarà quello di favorire la creazione di circoli virtuosi produzione-aziende (trasporti, noleggi, selezione comparse/attori, professionisti locali tecnici e artigiani, ecc.), l'agevolazione nel disbrigo di pratiche burocratiche (permessi, autorizzazioni, occupazioni suolo, ecc.), la creazione di pacchetti turistici tematici, la diffusione/distribuzione dei prodotti.

9. Indicatori del progetto realizzato a livello locale

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Indicatori di realizzazione		
Rete tra operatori locali (tra GAL partner)	Numero	1
Prodotti		
Incontri, seminari e masterclass rivolti a turisti e cittadini	Numero	≥ 2
incontri e seminari rivolti a stakeholders	Numero	≥ 1
incontri e seminari rivolti ad operatori locali	Numero	≥ 1
Indicatori di risultato		
Turisti e cittadini partecipanti a masterclass	Numero	> 20
Stakeholders partecipanti	Numero	> 20
Operatori locali partecipanti	Numero	> 10

10. Cronoprogramma delle attività locali

Azione attuativa comune	Attività	Tempi di realizzazione					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Azione attuativa comune	Produzione				x	x	x
	Informazione				x	x	x
	Distribuzione				x	x	x
	Promozione				x	x	x

11. Piano finanziario del progetto

Fasi operative	Attività	Misura/Tipo intervento	Formula operativa	Spesa totale (euro)	Finanziamento PSR		Altri finanziamenti (euro)
					Quota pubblica (euro)	Quota privata (euro)	
Preparazione e realizzazione del progetto	Preparazione	19.3.1	Gestione diretta	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
	Realizzazione	19.3.1		5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
TOTALE-1				10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
Azione attuativa comune	Produzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
	Distribuzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
	Informazione	19.3.1	Gestione diretta	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00

		codTI 19.2.Ix					
	Promozione	19.3.1 codTI 19.2.Ix	Gestione diretta	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE-2				90.000,00	90.000,00	0,00	0,00
TOTALE DEL PROGETTO				100.000,00	100.000,00	0,00	0,00

12. Relazione descrittiva delle spese

Le tipologie di spese previste per l'attuazione delle singole attività sono:

- attività di preparazione e realizzazione:
 - **preparazione:** personale del GAL; missioni per la partecipazione ad incontri preparatori; acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); incontri tra i GAL partner;
 - **realizzazione:** personale del GAL per il coordinamento e il monitoraggio del progetto; affidamento di un servizio di supporto al RUP; azioni di animazione; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); acquisizione di consulenze specifiche per il coordinamento del progetto; incontri tra i GAL partner; missioni per la partecipazione ad incontri del Comitato di coordinamento e ad attività di progetto;
- azione attuativa comune:
 - **Produzione:** ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di prodotti audiovisivi: sviluppo; analisi del contesto, studio dei luoghi; soggetto e sceneggiatura; attività di pre-produzione (spoglio sceneggiatura; casting; programma di lavorazione; location scout organizzazione delle riprese; ecc.); realizzazione del prodotto audiovisivo - film documentario (location, troupe, trasporti, attrezzature, riprese, ecc.), post produzione (colonna sonora; montaggio video suono; traduzione e sottotitoli in lingua inglese, francese e tedesco; creazione copia master e duplicazione DVD), produzione di trailer;
 - **Distribuzione** (presso Festival, Rassegne, canali di distribuzione, reti/TV private e pubbliche, ecc.);
 - **Informazione:** ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi e multimediali (creazione di una *visual identity*; creazione di un database immagini di location dell'ATD; produzione/stampa distribuzione di materiali e prodotti informativi; creazione di una mappa digitale e cartacea degli itinerari; realizzazione di prodotti multimediali e audiovisivi secondari; produzione di video promozionali; apertura di account social; pubblicità; proiezioni speciali;
 - **Promozione:** organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'attività di Produzione) rivolti a turisti e cittadini; organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (OGD, Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, scuole, ecc.) e ad operatori locali (imprese, società di produzione audiovisiva-multimediale, cinema/teatri, ecc.); supporto alla società di produzione (facilitazioni sul territorio di riferimento, contatti, messa a disposizione di materiali promozionali o informativi esistenti, ecc.); supporto all'attività di Informazione, curando le relazioni con la stampa e i media locali e il marketing social a livello locale, promuovendo gli eventi e le comunicazioni relative al prodotto.

13. Cronoprogramma di spesa

Data di inizio progetto: maggio 2016

Data di fine progetto: novembre 2021

Durata del progetto in mesi: 67 mesi

Attività previste	Spesa pubblica						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Totale
Preparazione	0,00	0,00	5.000,00	0,00	0,00	0,00	5.000,00
Realizzazione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	1.000,00	5.000,00
Produzione	0,00	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	60.000,00
Distribuzione	0,00	0,00	0,00	4.000,00	3.000,00	3.000,00	10.000,00
Informazione	0,00	0,00	0,00	3.000,00	6.000,00	5.000,00	14.000,00
Promozione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
Totale	0,00	0,00	5.000,00	31.000,00	33.000,00	31.000,00	100.000,00

14. Sostenibilità delle attività nel tempo

La longevità del film documentario sarà determinata dalla strategia di distribuzione, dai passaggi televisivi e dalla presenza su cataloghi on demand e in piattaforme e all'interno di videoteche locali e nazionali, realizzata nell'ambito delle attività svolte collettivamente dai GAL partner.

Tali attività saranno integrate con le seguenti ulteriori attività svolte a livello della singola ATD:

- presenza all'interno di videoteche locali e siti web (es. comunali e di enti/associazioni);
- presenza all'interno degli uffici di promozione turistica territoriali;
- utilizzo di frammenti e immagini del documentario da utilizzare per la promozione del territorio, all'interno di video promozionali e siti web turistici di promozione attivi nell'ATD.

Sezione II

**IL PROGETTO “VENETO RURALE”
NEL PROGRAMMA DI SVILUPPO LOCALE DEL GAL: Alta Marca Trevigiana****1. GAL**

GAL LEADER GAL ... (specificare fondo)
Indirizzo: Via Roma 4, 31053 Solighetto di Pieve di Soligo (TV)
telefono/fax: Tel. +39 0438 82084 – Fax +39 0438 1890241
posta elettronica: segreteria@galaltamarca.it PEC galaltamarca@pec.it
Referenti: Michele Genovese, Flaviano Mattiuzzo

2. Motivazioni

Il GAL dell'Alta Marca Trevigiana rappresenta un territorio di 22 Comuni che partendo dal monte Grappa attraversano il Quartier del Piave fino al Vittoriese e alle Prealpi Trevigiane per una popolazione complessiva di circa 126.000 abitanti; si tratta di un'area ricca di storia e cultura, di valenze paesaggistiche e storico-architettoniche, di eccellenze enogastronomiche nonché di vini prestigiosi e conosciutissimi. Per questi motivi la strategia del PSL 2014-2020 “*A.M.A.L.E Alta Marca Landscape Emotions – Emozioni di paesaggio*” ha il suo focus nella valorizzazione del binomio turismo-prodotti tipici per la presenza di un settore agricolo innovativo e competitivo, un paesaggio unico che comprende l'area di produzione del Prosecco Superiore Conegliano Valdobbiadene docg, le cui colline sono candidate a diventare patrimonio UNESCO, un territorio quindi che favorisce l'afflusso di un turismo ricco, cioè ad elevato valore aggiunto, collegato al turismo enogastronomico di fascia alta.

Per queste motivazioni il GAL Alta Marca ha deciso di partecipare al progetto di cooperazione interterritoriale “Veneto Rurale” che contribuisce a promuovere il Veneto attraverso la valorizzazione dei territori rurali e delle eccellenze dei rispettivi GAL aderenti al progetto.

Gli strumenti individuati fin dall'ideazione del progetto quali il docufilm rappresentano una modalità ritenuta idonea per raggiungere gli obiettivi fissati, in quanto il mezzo audiovisivo individuato si ritiene sia uno dei migliori strumenti di promozione e marketing con caratteristiche dinamiche che partendo da un tema centrale, ad es il tour in bicicletta, possa essere il mezzo per esplorare e conoscere le tante caratteristiche e peculiarità dei territori dei GAL coinvolti; inoltre si ritiene che il docufilm meglio si adatti all'impiego verso i target che con questo progetto i GAL si propongono di raggiungere e con un elevato grado di continuità nel tempo rispetto ad esempio ad un film girato nelle medesime aree di riferimento. Infine, qualora si individuasse il cicloturismo come mezzo per esplorare i territori, questo sarebbe perfettamente coerente con gli obiettivi del PSL 2014-2020 del GAL che prevede il finanziamento di diversi interventi infrastrutturali sulla mobilità lenta nell'area dell'Alta Marca Trevigiana.

3. Coerenza del progetto con il Programma di sviluppo locale (ambiti interesse, obiettivi specifici)

Per le motivazioni esposte nel punto precedente il progetto di cooperazione “Veneto Rurale” è dunque coerente con la strategia del PSL 2014-2020 “*A.M.A.L.E Alta Marca Landscape Emotions – Emozioni di paesaggio*” avendo come strategia la valorizzazione e messa in rete delle eccellenze enogastronomiche e paesaggistiche del suo territorio.

La strategia si propone di continuare nella direzione intrapresa con la Programmazione 2007-2013 per consolidare gli importanti risultati ottenuti in termini di incremento di flussi turistici cercando però di fare un salto di qualità in termini di innovazione nelle attività e nei progetti e in termini di governance delle reti e filiere territoriali che operano sul binomio turismo-prodotti tipici e di capacità di presentare in maniera unitaria coordinata ed integrata l'offerta turistica territoriale. Conseguentemente una strategia non di rottura con il passato, bensì di consolidamento orientata all'innovazione, al rafforzamento della governance del sistema turistico locale integrato con la filiera dei prodotti agroalimentari di qualità e con gli altri sistemi produttivi locali e di ancora una maggiore efficacia nella promozione coordinata degli elementi di attrattività turistica del nostro territorio.

Per quanto riguarda la coerenza con gli ambiti d'interesse/obiettivi specifici il progetto “Veneto rurale” è coerente con l'ambito d'interesse “Turismo sostenibile”, corrispondente all'obiettivo generale n. 2 “Valorizzare le potenzialità del territorio per il turismo rurale”: si tratta dell'ambito assolutamente prevalente al quale finalizzare la strategia del GAL che emerge dalla consultazione del partenariato, del territorio e della comunità locale e dalla analisi di contesto. Nel settore turistico, la concorrenza tra territori è molto forte, sia in termini di offerta strutturale che di comunicazione. Il territorio dell'Alta Marca Trevigiana ha punti di forza che possono permettergli di imporsi in questo contesto competitivo come un importante polo turistico.

Tale ambito per la sua rilevanza, per la pressoché completa presenza dei principali tematismi del turismo rurale nell'area e per le prospettive di crescita presenta una valenza trasversale su tutti i principali settori dell'economia locale.

L'ambito d'interesse "Turismo sostenibile" è direttamente correlato al fabbisogno di accrescere la capacità di aggregare e integrare l'offerta turistica, organizzando le risorse che ora si muovono in ordine sparso all'interno dell'ATD (FB1), e al fabbisogno di migliorare la fruibilità del territorio in particolare attraverso opere di piccola infrastrutturazione finalizzate all'accoglienza del turista e al miglioramento delle sue esperienze di visita (FB2).

4. Obiettivi specifici e target

L'obiettivo specifico che si vuole raggiungere con il progetto "Veneto Rurale come indicato a pag. 81 del PSL 2014-2020 è il n.2.5 "Promuovere l'offerta turistica interterritoriale in collaborazione con gli altri GAL Veneti, inserito nell'ambito d'interesse n. 2 "Turismo sostenibile" di cui all'obiettivo generale n.2 "Valorizzare le potenzialità del territorio per il turismo rurale".

Target:

- Turisti enogastronomici, appassionati del buon cibo e del buon vivere, cicloturisti, escursionisti, appassionati di storia dell'arte e del paesaggio, operatori economici;
- Paesi di provenienza: Europa.

5. Risultati attesi a livello locale

I risultati attesi a livello dell'ATD del GAL sono:

- presentare all'esterno un'immagine unitaria della destinazione "territori rurali del Veneto": presentando in modo unitario i territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli euganei e della Bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale;
- adottare una strategia di marketing che utilizzi i mezzi audiovisivi per promuovere i territori rurali: innovando le strategie classiche di promozione e comunicazione del territorio;
- aumentare la conoscenza dei territori ambito del progetto, attraverso la diffusione di prodotto innovativo per la promozione del territorio dei GAL in grado di essere diffuso attraverso molteplici canali (Web, social, ecc.);
- valorizzare e raggiungere nuovi target;
- coinvolgimento e collaborazione per lo sviluppo di sinergie a livello locale con gli operatori economici e la creazione di una rete informale fidelizzata che aiuti nella diffusione del progetto (albergatori, associazioni di categoria, associazioni culturali, ecc.).

6. Valore aggiunto del progetto

Il valore aggiunto del progetto, in particolare rispetto all'attuazione della medesima azione attraverso il tipo di intervento 19.2.1, è rilevabile nella costruzione di un'immagine unitaria dei territori rurali di pregio del Veneto, al fine di promuovere il turismo rurale e sostenibile veneto nell'ambito di un prodotto più ampio, laddove le iniziative di promozione attuate nell'ambito della singola strategia di sviluppo locale mirano a promuovere specifici aspetti locali dell'offerta turistica.

Ulteriore valore aggiunto è legato all'obiettivo di fare delle aree rurali venete una destinazione turistica di valore, non solo in chiave di diversificazione dell'offerta turistica consolidata, ma come destinazione di prestigio autonoma, oltre che per il pregio delle produzioni primarie che hanno "costruito" il paesaggio rurale.

7. Grado di innovazione

L'innovatività che ha caratterizzato la costruzione del PSL 2014-2020 del GAL dell'Alta Marca Trevigiana rappresentata dal metodo applicato per l'elaborazione della strategia, dalle formule attuative e dalla loro gestione, si collega a questo progetto in quanto attraverso un mezzo audiovisivo e dinamico si riesce a far conoscere ad un pubblico vasto i cardini su cui poggia la stessa strategia cioè l'individuazione degli ambiti di interesse e dei collegati obiettivi specifici, i target e gli obiettivi specifici che nella realtà sono e saranno realizzati attraverso gli interventi strutturali, in particolare sul cicloturismo, e gli interventi materiali e immateriali di valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche e storico paesaggistiche del territorio.

Pertanto l'adesione al progetto ha come scopo quello di operare un'azione di marketing territoriale attraverso i seguenti elementi di innovazione del progetto:

- innovazione di prodotto: presentazione in chiave unitaria e coordinata dei territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli euganei e della Bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale, mediante un film-documentario transmediale sulle aree rurali del Veneto, sui temi degli itinerari e risorse paesaggistiche ed architettoniche, puntando su: fattore esperienziale, caso mediatico ed interesse di base di un target diversificato ristretto e specifico;
- innovazione di processo: attuazione congiunta di attività di realizzazione produzione di prodotti audiovisivi e di attività di informazione e promozione, sia a livello locale, che in modo integrato tra i GAL partner;
- innovazione organizzativa: attuazione congiunta da parte dei GAL, in collaborazione con enti ed operatori dei rispettivi ATD e con enti ed istituzioni di livello regionale;

- innovazione strategica: legata all'attività di animazione.

8. Descrizione delle attività previste a livello locale

Le attività previste nell'ambito dell'ATD sono:

- organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'azione di Produzione) rivolti a turisti e cittadini. Obiettivi: divulgare la cultura dell'audiovisivo e favorire la costruzione di un'identità territoriale dei luoghi;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (albergatori, agriturismi, Convention bureau, OGD, Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni di categoria e culturali, musei, ecc. ..). Obiettivi: attivare momenti di confronto e raccolta di storie ed idee, raccolta collaborazioni per comunicazione/distribuzione;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti ad operatori locali (imprese, operatori del settore cinematografico, case di produzione, cinema/teatri, ecc.). Obiettivi: coinvolgimento degli operatori, collaborazioni durante le riprese, scontistica per le fasi di produzione.

Per favorire il coinvolgimento di stakeholders ed operatori locali, si prevede di somministrare un questionario, da approfondire con alcune interviste dirette; in particolare l'obiettivo sarà quello di favorire la creazione di circoli virtuosi produzione-aziende (trasporti, noleggi, selezione comparse/attori, professionisti locali tecnici e artigiani, ecc.), l'agevolazione nel disbrigo di pratiche burocratiche (permessi, autorizzazioni, occupazioni suolo, ecc.), la creazione di pacchetti turistici tematici, la diffusione/distribuzione dei prodotti.

9. Indicatori del progetto realizzato a livello locale

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Indicatori di realizzazione		
Rete tra operatori locali (tra GAL partner)	Numero	1
Prodotti		
Incontri, seminari e masterclass rivolti a turisti e cittadini	Numero	≥ 2
incontri e seminari rivolti a stakeholders	Numero	≥ 1
incontri e/o seminari rivolti ad operatori locali	Numero	≥ 1
Indicatori di risultato		
Turisti e cittadini partecipanti a masterclass	Numero	> 20
Stakeholders partecipanti	Numero	> 20
Operatori locali partecipanti	Numero	> 10

10. Cronoprogramma delle attività locali

	Attività	Tempi di realizzazione					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
Azione attuativa comune	Produzione				x	x	x
	Distribuzione				x	x	x
	Informazione				x	x	x
	Promozione				x	x	x

11. Piano finanziario del progetto

Fasi operative	Attività	Misura/Tipo intervento	Formula operativa	Spesa totale (euro)	Finanziamento PSR		Altri finanziamenti (euro)
					Quota pubblica (euro)	Quota privata (euro)	
Preparazione e realizzazione del progetto	Preparazione	19.3.1	Gestione diretta	5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
	Realizzazione	19.3.1		5.000,00	5.000,00	0,00	0,00
TOTALE-1				10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
Azione attuativa comune	Produzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
	Distribuzione	19.3.1	Gestione diretta	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00

		codTI 19.2.Ix					
	Informazione	19.3.1 codTI 19.2.Ix	Gestione diretta	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
	Promozione	19.3.1 codTI 19.2.Ix	Gestione diretta	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE-2				90.000,00	90.000,00	0,00	0,00
TOTALE DEL PROGETTO				100.000,00	100.000,00	0,00	0,00

12. Relazione descrittiva delle spese

Le tipologie di spese previste per l'attuazione delle singole attività sono:

- attività di preparazione e realizzazione:
 - preparazione: personale del GAL; missioni per la partecipazione ad incontri preparatori; acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); incontri tra i GAL partner;
 - realizzazione: personale del GAL per il coordinamento e il monitoraggio del progetto; affidamento di un servizio di supporto al RUP; azioni di animazione; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); acquisizione di consulenze specifiche per il coordinamento del progetto; incontri tra i GAL partner; missioni per la partecipazione ad incontri del Comitato di coordinamento e ad attività di progetto;
- azione attuativa comune:
 - Produzione: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di prodotti audiovisivi: sviluppo; analisi del contesto, studio dei luoghi; soggetto e sceneggiatura; attività di pre-produzione (spoglio sceneggiatura; casting; programma di lavorazione; location scout organizzazione delle riprese; ecc.); realizzazione del prodotto audiovisivo - film documentario (location, troupe, trasporti, attrezzature, riprese, ecc.), post produzione (colonna sonora; montaggio video suono; traduzione e sottotitoli in lingua inglese, francese e tedesco; creazione copia master e duplicazione DVD), produzione di trailer;
 - Distribuzione (presso Festival, Rassegne, canali di distribuzione, reti/TV private e pubbliche, ecc.);
 - Informazione: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi e multimediali (creazione di una *visual identity*; creazione di un database immagini di location dell'ATD; produzione/stampa distribuzione di materiali e prodotti informativi; creazione di una mappa digitale e cartacea degli itinerari; realizzazione di prodotti multimediali e audiovisivi secondari; produzione di video promozionali; apertura di account social; pubblicità; proiezioni speciali;
 - Promozione: organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'attività di Produzione) rivolti a turisti e cittadini; organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (OGD, Distretto turistico, Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, scuole, ecc.) e ad operatori locali (imprese, società di produzione audiovisiva-multimediale, cinema/teatri, ecc.); supporto alla società di produzione (facilitazioni sul territorio di riferimento, contatti, messa a disposizione di materiali promozionali o informativi esistenti, ecc.); supporto all'attività di Informazione, curando le relazioni con la stampa e i media locali e il marketing social a livello locale, promuovendo gli eventi e le comunicazioni relative al prodotto.

13. Cronoprogramma di spesa

Data di inizio progetto: maggio 2016							
Data di fine progetto: novembre 2021							
Durata del progetto in mesi: 67 mesi							
Attività previste	Spesa pubblica						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Totale
Preparazione			5.000,00	0,00	0,00	0,00	5.000,00
Realizzazione				2.000,00	2.000,00	1.000,00	5.000,00
Produzione	0,00	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	60.000,00
Distribuzione	0,00	0,00	0,00	4.000,00	3.000,00	3.000,00	10.000,00
Informazione	0,00	0,00	0,00	3.000,00	6.000,00	5.000,00	14.000,00
Promozione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
Totale	0,00	0,00	0,00	31.000,00	33.000,00	31.000,00	100.000,00

14. Sostenibilità delle attività nel tempo

La longevità del film documentario sarà determinata dalla strategia di distribuzione, dai passaggi televisivi e dalla presenza su cataloghi on demand e in piattaforme e all'interno di videoteche locali e nazionali, realizzata nell'ambito delle attività svolte collettivamente dai GAL partner.

Tali attività saranno integrate con le seguenti ulteriori attività svolte a livello della singola ATD:

- presenza all'interno di videoteche locali e siti web (es. comunali e di enti/associazioni);
- presenza all'interno degli uffici di promozione turistica territoriali;
- utilizzo di frammenti e immagini del documentario da utilizzare per la promozione del territorio, all'interno di video promozionali e siti web turistici di promozione attivi nell'ATD.

Sezione II

IL PROGETTO “VENETO RURALE”
NEL PROGRAMMA DI SVILUPPO LOCALE DEL GAL POLESINE ADIGE

1. GAL

GAL LEADER GAL ... (specificare fondo) Indirizzo: Piazza Garibaldi 6 45100_Rovigo (sede legale) Via Ricchieri detto Celio 8 45100 Rovigo (sede operativa)
telefono/fax: Tel. +39 0425 1541145 – Fax +39 0425 1880333posta elettronica: adige@galadige.it e maurizia.bellinello@galadige.it

Referenti: Maurizia Bellinello

2. Motivazioni

Le motivazioni che hanno indotto il GAL Adige ad aderire al progetto interterritoriale Veneto Rurale trovano una giustificazione sia nell'azione condivisa con gli altri GAL del progetto di promuovere il Veneto attraverso i territori rurali dei rispettivi ATD, sia nello strumento individuato per la realizzazione dell'intervento di cooperazione.

Infatti durante gli incontri preliminari è stato deciso di utilizzare il mezzo audiovisivo quale strumento di promozione e marketing in quanto negli ultimi anni si è dimostrato un ottimo supporto nella divulgazione territoriale.

Si sottolinea inoltre che il filo conduttore del docufilm riguarderà gli itinerari presenti nelle rispettive zone e il cicloturismo, tematica questa molto sostenuta anche dal settore turistico della Regione Veneto.

L'ATD del GAL Adige è compreso tra i fiumi Adige e Canal Bianco ed è caratterizzato dalla presenza di numerosi itinerari ciclopedonali (Destra Adige, Adige Po, Cammino di S. Antonio, Naviglio Adigetto) e di collegamento (greenways). E' un territorio caratterizzato dalla presenza di elementi paesaggistici importanti e di un notevole patrimonio artistico e architettonico, però poco conosciuto e soprattutto penalizzato dalla cinematografia che nel Polesine ha ambientato film soprattutto lungo il Po e nel suo Delta.

Questo progetto di cooperazione può diventare un'opportunità per far conoscere sia a livello nazionale che internazionale le grandi risorse presenti nel nostro territorio.

Questa iniziativa rappresenta per il GAL Adige una nuova esperienza e soprattutto può diventare un'opportunità e una leva per la promozione turistica di un'area poco conosciuta e carente di materiali informativi sulle possibilità di visitazione dei numerosi beni architettonici e paesaggistici presenti.

3. Coerenza del progetto con il Programma di sviluppo locale (ambiti interesse, obiettivi specifici)

Il progetto di cooperazione “Veneto Rurale” è coerente con la strategia del PSL “ADIGE 3.0: Un fiume d'idee tra storia e innovazione” che tra le principali priorità ha quella di aumentare la **fruizione turistica** del patrimonio storico, culturale, archeologico e architettonico presente, in una chiave **sostenibile** e di approccio lento. Si ritiene che il docufilm avrà un'azione sinergica nei confronti della priorità sopra descritta collegata all'ambito d'interesse **turismo sostenibile** e agli obiettivi ad esso correlati.

4. Obiettivi specifici e target

L'obiettivo che si vuole perseguire con il progetto Veneto Rurale è di “Potenziare la comunicazione dei valori/risorse/caratteristiche del territorio” (OS 7_2.5).

Target:

- turisti: appassionati dell'arte, della cultura, della natura e dell'aria aperta, cicloturisti, escursionisti;
- paesi di provenienza: Europa;
- cittadini-residenti dell'ATD: escursionisti, studenti, associazioni culturali, appassionati di cinema/fotografia;
- operatori dell'ATD: operatori economici e turistici.

5. Risultati attesi a livello locale

I risultati attesi a livello dell'ATD del GAL sono:

- presentare all'esterno un'immagine unitaria della destinazione “territori rurali del Veneto”: presentando in modo unitario i territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli Euganei e della bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale;
- adottare una strategia di marketing che utilizzi i mezzi audiovisivi per promuovere i territori rurali: innovando le strategie classiche di promozione e comunicazione del territorio;

- aumentare la conoscenza dei territori ambito del progetto, attraverso un prodotto innovativo per la promozione del territorio del GAL Adige in grado di essere diffuso attraverso molteplici canali (Web, social, ecc.) e di raggiungere quindi nuovi target di turisti (Millennials e Generazione Z).

Si prevede inoltre il coinvolgimento, la collaborazione e l'interazione a livello locale degli operatori economici e la creazione di una rete informale fidelizzata che aiuti nella diffusione del progetto (albergatori, associazioni di categoria, associazioni culturali, ecc.).

6. Valore aggiunto del progetto

Il valore aggiunto del progetto, in particolare rispetto all'attuazione della medesima azione attraverso il tipo di intervento 19.2.1, è rilevabile nella costruzione di un'immagine unitaria dei territori rurali di pregio del Veneto, mentre una medesima azione attivata dal singolo GAL andrebbe a promuovere solo specifici aspetti locali dell'offerta turistica.

Ulteriore valore aggiunto è legato all'obiettivo di fare delle aree rurali venete una destinazione turistica di valore, non solo in chiave di diversificazione dell'offerta turistica consolidata, ma come destinazione di prestigio autonoma, emozionale ed esperienziale.

L'utilizzo del mezzo audiovisivo permette di allontanarsi dai format tradizionali, con l'intenzione di lanciare una "moda" del turismo rurale, attraverso il disegno di itinerari innovativi, "avventurosi", originali, favorendo anche "gli itinerari della porta accanto".

7. Grado di innovazione

Il quadro 4.2.4 del PSL del GAL Adige prevede che "... il vero tema innovativo è individuato nella necessità di coordinare gli obiettivi di valorizzazione dei beni locali e delle risorse produttive per ottimizzare l'utilizzo delle risorse rese disponibili nel periodo di programmazione. Non si prevede di intervenire esclusivamente sui beni e sulle risorse del territorio, bensì si incentivano le strategie di integrazione tra settori e beni, potenziando la comunicazione e la promozione del territorio". Di conseguenza l'adesione a questo progetto ha come scopo quello di potenziare la promozione del territorio attraverso i seguenti fattori innovativi:

- innovazione di prodotto: presentazione in chiave unitaria e coordinata dei territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli Euganei e della bassa padovana, della Montagna vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale, mediante un film-documentario transmediale sulle aree rurali del Veneto, sui temi degli itinerari e delle risorse paesaggistiche ed architettoniche, puntando su: fattore esperienziale, caso mediatico ed interesse di base di un target diversificato;
- innovazione di processo: attuazione congiunta di attività di realizzazione di prodotti audiovisivi e di attività di informazione e promozione, sia a livello locale, che in modo integrato tra i GAL partner;
- innovazione organizzativa: attuazione congiunta da parte dei GAL, in collaborazione con enti ed operatori dei rispettivi ATD e con enti ed istituzioni di livello regionale;
- innovazione strategica: legata all'attività di animazione.

8. Descrizione delle attività previste a livello locale

Le attività previste nell'ambito dell'ATD sono:

- organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'azione di Produzione) rivolti a turisti e cittadini. Obiettivi: divulgare la cultura dell'audiovisivo e favorire la costruzione di un'identità territoriale dei luoghi;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (albergatori, agriturismi, Convention bureau, Enti locali, associazioni di categoria e culturali, musei, ecc.). Obiettivi: attivare momenti di confronto e raccolta di storie ed idee, raccolta collaborazioni per comunicazione/distribuzione;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti ad operatori locali (imprese, operatori del settore cinematografico, case di produzione, cinema/teatri, ecc.). Obiettivi: coinvolgimento degli operatori, collaborazioni durante le riprese, scontistica per le fasi di produzione.

Per favorire il coinvolgimento di stakeholders ed operatori locali, si prevede di somministrare un questionario, da approfondire con alcune interviste dirette; in particolare l'obiettivo sarà quello di favorire la creazione di circoli virtuosi produzione-aziende (trasporti, noleggi, selezione comparse/attori, professionisti locali tecnici e artigiani, ecc.), l'agevolazione nel disbrigo di pratiche burocratiche (permessi, autorizzazioni, occupazioni suolo, ecc.), la creazione di pacchetti turistici tematici, la diffusione/distribuzione dei prodotti.

9. Indicatori del progetto realizzato a livello locale

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Indicatori di realizzazione		
Rete tra operatori locali (tra GAL partner)	Numero	1
Prodotti		

Incontri, seminari e masterclass rivolti a turisti e cittadini	Numero	≥ 2
incontri e seminari rivolti a stakeholders	Numero	≥ 1
incontri e/o seminari rivolti ad operatori locali	Numero	≥ 1
Indicatori di risultato		
Turisti e cittadini partecipanti a masterclass	Numero	> 20
Stakeholders partecipanti	Numero	> 20
Operatori locali partecipanti	Numero	> 10

10. Cronoprogramma delle attività locali

Azione attuativa comune	Attività	Tempi di realizzazione					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Produzione				x	x	x
	Distribuzione				x	x	x
	Informazione				x	x	x
	Promozione				x	x	x

11. Piano finanziario del progetto

Fasi operative	Attività	Misura/Tipo intervento	Formula operativa	Spesa totale (euro)	Finanziamento PSR		Altri finanziamenti (euro)
					Quota pubblica (euro)	Quota privata (euro)	
Preparazione e realizzazione del progetto	Preparazione	19.3.1	Gestione diretta	7.840,00	7.840,00	0,00	0,00
	Realizzazione	19.3.1		2.160,00	2.160,00	0,00	0,00
TOTALE-1				10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
Azione attuativa comune	Produzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
	Distribuzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
	Informazione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
	Promozione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Gestione diretta	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE-2				90.000,00	90.000,00	0,00	0,00
TOTALE DEL PROGETTO				100.000,00	100.000,00	0,00	0,00

12. Relazione descrittiva delle spese

Le tipologie di spese previste per l'attuazione delle singole attività sono:

- attività di preparazione e realizzazione:
 - preparazione: personale del GAL; missioni per la partecipazione ad incontri preparatori; acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); incontri tra i GAL partner;
 - realizzazione: personale del GAL per il coordinamento e il monitoraggio del progetto; affidamento di un servizio di supporto al RUP; azioni di animazione; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); acquisizione di consulenze specifiche per il coordinamento del progetto; incontri tra i GAL partner; missioni per la partecipazione ad incontri del Comitato di coordinamento e ad attività di progetto;
- azione attuativa comune:
 - Produzione: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di prodotti audiovisivi: sviluppo; analisi del contesto, studio dei luoghi; soggetto e sceneggiatura; attività di pre-produzione (spoglio sceneggiatura; casting; programma di lavorazione; location scout organizzazione delle riprese; ecc.); realizzazione del prodotto audiovisivo - film documentario (location, troupe, trasporti, attrezzature, riprese, ecc.), post produzione (colonna sonora; montaggio video suono; traduzione e sottotitoli in lingua inglese, francese e tedesco; creazione copia master e duplicazione DVD), produzione di trailer;

- **Distribuzione** (presso Festival, Rassegne, canali di distribuzione, reti/TV private e pubbliche, ecc.);
- **Informazione**: ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi e multimediali (creazione di una *visual identity*; creazione di un database immagini di location dell'ATD; produzione/stampa distribuzione di materiali e prodotti informativi; creazione di una mappa digitale e cartacea degli itinerari; realizzazione di prodotti multimediali e audiovisivi secondari; produzione di video promozionali; apertura di account social; pubblicità; proiezioni speciali;
- **Promozione**: organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'attività di Produzione) rivolti a turisti e cittadini; organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (Enti locali, Consorzi di promozione, club di prodotto, associazioni, musei, scuole, agriturismi, Convention bureau ecc.) e ad operatori locali (imprese, società di produzione audiovisiva-multimediale, cinema/teatri, ecc.); supporto alla società di produzione (facilitazioni sul territorio di riferimento, contatti, messa a disposizione di materiali promozionali o informativi esistenti, ecc.); supporto all'attività di Informazione, curando le relazioni con la stampa e i media locali e il marketing social a livello locale, promuovendo gli eventi e le comunicazioni relative al prodotto.

13. Cronoprogramma di spesa

Data di inizio progetto: maggio 2016

Data di fine progetto: novembre 2021

Durata del progetto in mesi: 67 mesi

Attività previste	Spesa pubblica						Totale
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Preparazione	3.569,37	694,2	1.988,43	1.588,00	0,00	0,00	7.840,00
Realizzazione	0,00	0,00	0,00	1.500,00	330,00	330,00	2.160,00
Produzione	0,00	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	60.000,00
Distribuzione	0,00	0,00	0,00	4.000,00	3.000,00	3.000,00	10.000,00
Informazione	0,00	0,00	0,00	3.000,00	6.000,00	5.000,00	14.000,00
Promozione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
Totale	3.569,37	694,2	1.988,43	32.088,00	31.330,00	30.330,00	100.000,00

14. Sostenibilità delle attività nel tempo

La longevità del film documentario sarà determinata dalla strategia di distribuzione, dai passaggi televisivi e dalla presenza su cataloghi on demand e in piattaforme e all'interno di videoteche locali e nazionali, realizzata nell'ambito delle attività svolte collettivamente dai GAL partner.

Tali attività saranno integrate con le seguenti ulteriori attività svolte a livello della singola ATD:

- presenza all'interno di videoteche locali e siti web (es. comunali e di enti/associazioni);
- presenza all'interno degli uffici di promozione turistica territoriali;
- utilizzo di frammenti e immagini del documentario da utilizzare per la promozione del territorio, all'interno di video promozionali e siti web turistici di promozione attivi nell'ATD.

Sezione II

IL PROGETTO “VENETO RURALE”
NEL PROGRAMMA DI SVILUPPO LOCALE DEL GAL PATAVINO

1. GAL

GAL LEADER GAL Patavino (*specificare fondo*)
Indirizzo: Via Santo Stefano Superiore, 38. 35043 MONSELICE (PD)
telefono/fax: 0429 784872
posta elettronica: direttore@galpatavino.it
Referente: Giuseppina Botti, Sabina Bordiga

2. Motivazioni

Nell'ambito dell'attuazione della strategia di sviluppo locale 2014-2020, l'ATD del GAL Patavino è interessato da un'intensa azione di rete per lo sviluppo del turismo rurale sostenibile. Oltre le iniziative locali, tramite il progetto di cooperazione con altre aree rurali del Veneto, il territorio del GAL Patavino si inserisce in un'iniziativa che sollecita una maggiore consapevolezza circa le proprie potenzialità attrattive: da una parte il territorio viene investito da una riflessione sugli elementi distintivi che lo caratterizzano rispetto agli altri ATD partner, caratteristiche che saranno oggetto di visibilità nell'ambito di una “destinazione turistica rurale” di livello regionale; dall'altra si apre l'opportunità di una visibilità d'eccezione, grazie all'amplificazione degli effetti promozionali che derivano dal realizzare un progetto condiviso con altre eccellenze rurali venete.

Il progetto si basa su un'omogeneità tra aree che risulta spendibile in modo coordinato e, come gli altri ATD partner, quello del GAL Patavino si qualifica per: l'elemento acqua (sia per la presenza dei fiumi e dei corsi d'acqua che per le opere di bonifica idraulica diffuse sul territorio); l'infrastrutturazione leggera per il cicloturismo (con piste ciclabili organizzate sia per temi – es. Anello Città Murate, Romea Strata - che per omogeneità ambientale – es. Anello dei Colli o di servizio – es. Piste We Love Bikers, ma anche quali infrastrutture di percorrenza interna di ambiti territoriali poco fruiti – come per l'area delle Corti Benedettine). In relazione al tema di progetto, l'area ospita: uno dei Festival culturali più interessanti del Nord Est (Euganea Film Festival), un laboratorio di produzione video/making (a Monselice) e luoghi divenuti familiari alle televisioni nazionali come Arquà Petrarca (tra gli eccellenti nell'ambito del Borgo dei Borghi). L'occasione di una cooperazione regionale sul tema della valorizzazione delle risorse turistiche sostenibili tramite lo strumento del video è stata ritenuta strategica proprio per l'adeguatezza dello strumento per l'ATD e per la sinergia sulla realizzazione di un unico prodotto condiviso con altre aree rurali secondo una prospettiva di superamento dell'autoreferenzialità verso una visione d'insieme strategica e di portata nazionale.

3. Coerenza del progetto con il Programma di sviluppo locale (ambiti interesse, obiettivi specifici)

Il progetto di cooperazione “Veneto Rurale” è coerente con la strategia del PSL “#DAICOLLIALADIGE2020” con particolare riferimento all'ambito “Turismo Sostenibile”. Il progetto di cooperazione è volto a rispondere in particolare al fabbisogno “migliorare la governance e il coordinamento delle istituzioni e delle reti locali ai fini del miglioramento dell'offerta turistica e della sua promozione integrata”. La capacità del territorio del GAL Patavino di inserirsi in dinamiche di rete regionali è infatti strategico per incrementare la qualità dell'offerta in modo tale da essere valorizzata in iniziative di promozione integrata quale quella alla base del progetto di cooperazione. In termini di attuazione del PSL 2014-2020, inoltre, la coerenza del progetto di cooperazione si inserisce nell'ambito del progetto a gestione diretta che il GAL sta realizzando dal 2017 con il coinvolgimento delle reti locali e la loro sollecitazione: se il progetto a gestione diretta fornisce servizi dedicati allo sviluppo del turismo rurale sostenibile, il GAL nell'attuare il PSL è impegnato nel raccordare enti e soggetti in iniziative di rete, come nel caso dell'infrastrutturazione dei percorsi cicloturistici su temi o servizi standard finanziata solo se in aggregazione o con un'impostazione di sovraterritorialità.

4. Obiettivi specifici e target

Il progetto è coerente con l'obiettivo specifico OS 1.3 “promuovere e commercializzare l'offerta turistica rurale in un'ottica integrata e di rete” del PSL.

Target:

- turisti: appassionati della natura e dell'aria aperta, cicloturisti, escursionisti;
- paesi di provenienza: Europa;
- cittadini-residenti dell'ATD: escursionisti, studenti, associazioni culturali, appassionati di cinema/fotografia;

- operatori dell'ATD: operatori cinematografici e relativa filiera.

5. Risultati attesi a livello locale

I risultati attesi a livello dell'ATD del GAL sono:

- presentare all'esterno un'immagine unitaria della destinazione "territori rurali del Veneto": presentando in modo unitario i territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli Euganei e della Bassa Padovana, della Montagna Vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale;
- adottare una strategia di marketing che utilizzi i mezzi audiovisivi per promuovere i territori rurali: innovando le strategie classiche di promozione e comunicazione del territorio;
- aumentare la conoscenza dei territori ambito del progetto: favorendo l'integrazione tra turismo balneare costiero e turismo rurale nell'entroterra.

Si prevede inoltre il coinvolgimento, la collaborazione e l'interazione a livello locale degli operatori collegabili al settore audiovisivo e la creazione di una rete informale fidelizzata che aiuti nella diffusione del progetto.

6. Valore aggiunto del progetto

Il valore aggiunto del progetto, in particolare rispetto all'attuazione della medesima azione attraverso il tipo di intervento 19.2.1.x, è rilevabile nella costruzione di un'immagine unitaria dei territori rurali di pregio del Veneto, al fine di promuovere il turismo rurale e sostenibile veneto nell'ambito di un prodotto più ampio, laddove le iniziative di promozione attuate nell'ambito della singola strategia di sviluppo locale mirano a promuovere specifici aspetti locali dell'offerta turistica.

Ulteriore valore aggiunto è legato all'obiettivo di fare delle aree rurali venete una destinazione turistica di valore, non solo in chiave di diversificazione dell'offerta turistica consolidata, ma come destinazione di prestigio autonoma, oltre che per il pregio delle produzioni primarie che hanno "costruito" il paesaggio rurale.

L'utilizzo del mezzo audiovisivo permette di allontanarsi dai format tradizionali, con l'intenzione di lanciare una "moda" del turismo rurale, attraverso il disegno di itinerari innovativi, "avventurosi", originali, favorendo anche "gli itinerari della porta accanto".

7. Grado di innovazione

L'obiettivo specifico del PSL e connesso al progetto (OS 1.3) è considerato nel quadro 4.2.4 del PSL del GAL Patavino quale innovativo per il territorio, ovvero per la necessità/opportunità di lavorare in un'ottica di rete, al fine di promuovere lo sviluppo dell'intero sistema dell'accoglienza.

Si segnalano inoltre i seguenti fattori innovativi condivisi con gli altri partner di progetto:

- innovazione di prodotto: presentazione in chiave unitaria e coordinata dei territori dell'Alta Marca trevigiana, dei Colli Euganei e della Bassa Padovana, della Montagna Vicentina del Medio Polesine e della Venezia orientale, mediante un film-documentario transmediale sulle aree rurali del Veneto, sui temi degli itinerari e della risorsa acqua, puntando su: fattore esperienziale, caso mediatico ed interesse di base di un target ristretto e specifico;
- innovazione di processo: attuazione congiunta di attività di produzione di prodotti audiovisivi e di attività di informazione e promozione, sia a livello locale, che in modo integrato tra i GAL partner;
- innovazione organizzativa: attuazione congiunta da parte dei GAL, in collaborazione con enti ed operatori dei rispettivi ATD e con enti ed istituzioni di livello regionale;
- innovazione strategica: legata all'attività di animazione, svolta in coerenza i capofila delle reti che nel GAL Patavino stanno sviluppando progetti di valorizzazione territoriale mediante il Tipo di Intervento 7.5.1 per il PSL 2014-2020.

8. Descrizione delle attività previste a livello locale

Il progetto viene realizzato tramite la modalità Regia GAL, in collaborazione con il **Comune di Arquà Petrarca**.

Le attività previste nell'ambito dell'ATD sono:

- organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'azione di Produzione) rivolti a turisti e cittadini. Obiettivi: divulgare la cultura dell'audiovisivo e favorire la costruzione di un'identità territoriale dei luoghi;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (operatori, istituzioni, Enti locali detentori di IAT, OGD, organizzazioni del mondo economico, associazioni, scuole, ecc.). Obiettivi: attivare momenti di confronto e raccolta di storie ed idee, raccolta collaborazioni per comunicazione/distribuzione;
- organizzazione di incontri e seminari rivolti ad operatori locali (imprese, operatori del settore cinematografico, case di produzione, cinema/teatri, ecc.). Obiettivi: coinvolgimento degli operatori, collaborazioni durante le riprese, scontistica per le fasi di produzione.

Per favorire il coinvolgimento di stakeholders ed operatori locali, si prevede di somministrare un questionario, da approfondire con alcune interviste dirette; in particolare l'obiettivo sarà quello di favorire la creazione di circoli virtuosi

produzione-aziende (trasporti, noleggi, selezione comparse/attori, professionisti locali tecnici e artigiani, ecc.), l'agevolazione nel disbrigo di pratiche burocratiche (permessi, autorizzazioni, occupazioni suolo, ecc.), la creazione di pacchetti turistici tematici, la diffusione/distribuzione dei prodotti.

9. Indicatori del progetto realizzato a livello locale

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Indicatori di realizzazione		
Regia in collaborazione con Comune	Numero	1
Rete tra operatori locali (tra GAL partner)	Numero	1
Prodotti		
Incontri, seminari e masterclass rivolti a turisti e cittadini	Numero	≥ 2
incontri e seminari rivolti a stakeholders	Numero	≥ 1
incontri e seminari rivolti ad operatori locali	Numero	≥ 1
Indicatori di risultato		
Turisti e cittadini partecipanti a masterclass	Numero	> 20
Stakeholders partecipanti	Numero	> 20
Operatori locali partecipanti	Numero	> 10

10. Cronoprogramma delle attività locali

Azione attuativa comune	Attività	Tempi di realizzazione					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Produzione				x	x	x
	Distribuzione				x	x	x
	Informazione				x	x	x
	Promozione				x	x	x

11. Piano finanziario del progetto

Fasi operative	Attività	Misura/Tipo intervento	Formula operativa	Spesa totale (euro)	Finanziamento PSR		Altri finanziamenti (euro)
					Quota pubblica (euro)	Quota privata (euro)	
Preparazione e realizzazione del progetto	Preparazione	19.3.1	Gestione diretta	4.000,00	4.000,00	0,00	0,00
	Realizzazione	19.3.1		6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE-1				10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
Azione attuativa comune	Produzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Regia GAL	60.000,00	60.000,00	0,00	0,00
	Distribuzione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Regia GAL	10.000,00	10.000,00	0,00	0,00
	Informazione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Regia GAL	14.000,00	14.000,00	0,00	0,00
	Promozione	19.3.1 codTI 19.2.1x	Regia GAL	6.000,00	6.000,00	0,00	0,00
TOTALE-2				90.000,00	90.000,00	0,00	0,00
TOTALE DEL PROGETTO				100.000,00	100.000,00	0,00	0,00

12. Relazione descrittiva delle spese

Le tipologie di spese previste per l'attuazione delle singole attività sono:

- attività di preparazione e realizzazione:

- **preparazione:** personale del GAL; missioni per la partecipazione ad incontri preparatori; acquisizione di un servizio di progettazione e coordinamento generale; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); incontri tra i GAL partner;
- **realizzazione:** personale del GAL per il coordinamento e il monitoraggio del progetto; affidamento di un servizio

di supporto al RUP; azioni di animazione; organizzazione di incontri (affitto locali ed esperti); acquisizione di consulenze specifiche per il coordinamento del progetto; incontri tra i GAL partner; missioni per la partecipazione ad incontri del Comitato di coordinamento e ad attività di progetto;

- azione attuativa comune:

- **Produzione:** ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di prodotti audiovisivi: sviluppo; analisi del contesto, studio dei luoghi; soggetto e sceneggiatura; attività di pre-produzione (spoglio sceneggiatura; casting; programma di lavorazione; location scout organizzazione delle riprese; ecc.); realizzazione del prodotto audiovisivo - film documentario (location, troupe, trasporti, attrezzature, riprese, ecc.), post produzione (colonna sonora; montaggio video suono; traduzione e sottotitoli in lingua inglese, francese e tedesco; creazione copia master e duplicazione DVD), produzione di trailer;
- **Distribuzione** (presso Festival, Rassegne, canali di distribuzione, reti/TV private e pubbliche, ecc.);
- **Informazione:** ideazione, progettazione, elaborazione tecnica e grafica, traduzione, stampa, riproduzione e distribuzione di materiali e prodotti informativi e multimediali (creazione di una *visual identity*; creazione di un database immagini di location degli ATD; produzione/stampa distribuzione di materiali e prodotti informativi; creazione di una mappa digitale e cartacea degli itinerari; realizzazione di prodotti multimediali e audiovisivi secondari; produzione di video promozionali; apertura di account social; pubblicità; proiezioni speciali;
- **Promozione:** organizzazione di incontri, seminari e masterclass (coinvolgendo registi/sceneggiatori/fotografi coinvolti nell'attività di Produzione) rivolti a turisti e cittadini; organizzazione di incontri e seminari rivolti a stakeholders del territorio del proprio ATD (operatori, istituzioni, enti locali detentori di IAT, OGD, organizzazioni del mondo economico, associazioni, scuole, ecc.) e ad operatori locali (imprese, società di produzione audiovisiva-multimediale, cinema/teatri, ecc.); supporto alla società di produzione (facilitazioni sul territorio di riferimento, contatti, messa a disposizione di materiali promozionali o informativi esistenti, ecc.); supporto all'attività di Informazione, curando le relazioni con la stampa e i media locali e il marketing social a livello locale, promuovendo gli eventi e le comunicazioni relative al prodotto.

13. Cronoprogramma di spesa

Data di inizio progetto: maggio 2016

Data di fine progetto: novembre 2021

Durata del progetto in mesi: 67 mesi

Attività previste	Spesa pubblica						Totale
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Preparazione	0,00	0,00	4.000,00	0	0	0	4.000,00
Realizzazione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
Produzione	0,00	0,00	0,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	60.000,00
Distribuzione	0,00	0,00	0,00	4.000,00	3.000,00	3.000,00	10.000,00
Informazione	0,00	0,00	0,00	3.000,00	6.000,00	5.000,00	14.000,00
Promozione	0,00	0,00	0,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	6.000,00
Totale	0,00	0,00	4.000,00	31.000,00	33.000,00	32.000,00	100.000,00

14. Sostenibilità delle attività nel tempo

La longevità del film documentario sarà determinata dalla strategia di distribuzione, dai passaggi televisivi e dalla presenza su cataloghi on demand e in piattaforme e all'interno di videoteche locali e nazionali, realizzata nell'ambito delle attività svolte collettivamente dai GAL partner.

Tali attività saranno integrate con le seguenti ulteriori attività svolte a livello della singola ATD:

- presenza all'interno di videoteche locali e siti web (es. comunali e di enti/associazioni);
- presenza all'interno degli uffici di promozione turistica territoriali;
- utilizzo di frammenti e immagini del documentario da utilizzare per la promozione del territorio, all'interno di video promozionali e siti web turistici di promozione attivi nell'ATD.