



# Progetto Turistico Integrato

**Azione .....**

Sommario

<b>SEZIONE I – Azione del Progetto Turistico Integrato</b> .....	<b>3</b>
1 Partner dell’Azione del Progetto Integrato, Membri del Sistema Turistico Territoriale .....	3
1.1 Referente dell’Azione di Progetto .....	3
1.2 Partner dell’Azione di Progetto .....	3
2 Analisi del contesto .....	5
2.1 Descrizione dell’ambito di intervento dell’Azione .....	5
2.2 Consistenza e dimensione dell’ambito di intervento .....	6
2.3 Analisi SWOT .....	6
2.4 Individuazione delle esigenze di intervento .....	8
3 Strategia di intervento .....	8
3.1 Illustrazione del quadro strategico.....	8
3.2 Illustrazione degli elementi di innovazione dell’Azione.....	9
3.3 Illustrazione dei risultati che ci si propone di raggiungere.....	9
3.4 Cronoprogramma.....	10
4 Quadro finanziario .....	10
<b>SEZIONE II – INDIVIDUAZIONE DI EVENTUALI INTERVENTI PRIORITARI</b> .....	<b>11</b>
5 Investimento prioritario.....	11
6 Investimenti strategici .....	12
7 Autovalutazione .....	13

## SEZIONE I – Azione del Progetto Turistico Integrato

### *Sistema Turistico Territoriale - Azione.....*

#### 1 Partner dell’Azione del Progetto Integrato, Membri del Sistema Turistico Territoriale

##### 1.1 Referente dell’Azione di Progetto

Nome e Cognome	Indirizzo	Comune	Email	Telefono e cellulare

##### 1.2 Partner dell’Azione di Progetto

N°	Denominazione	Indirizzo	Codice Fiscale – Partita IVA	Legale Rappresentante	Telefono e cellulare	email	Tipo Attivita <sup>1</sup>
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							

<sup>1</sup> Descrivere l’attività svolta: operatori del ricettivo turistico, operatori dei servizi turistici (accompagnatori e guide turistiche singole o associate, guide alpine e accompagnatori di media montagna, guide speleologiche, guide ambientali, guide equestri, agenzie di viaggio e turismo di incoming Abruzzo, imprese di trasporto, uffici di informazioni ai turisti, etc ...), operatori di servizi connessi al turismo (centri visita, riserve naturali, musei, esposizioni e gallerie, gallerie/musei/luoghi del gusto, teatri, luoghi per gli spettacoli, abbazie, chiese e palazzi storici, centri di educazione ambientale, parchi a temi e attività outdoor, imprese di servizi di noleggio bike, di noleggio attrezzature per gli sport estivi ed invernali, fattorie didattiche, organizzatori esperienze ed itinerari del gusto, enti/imprese/associazioni operanti nella valorizzazione e promozione del territorio e dei suoi attrattori, ristoranti, enoteche, punti vendita di prodotti tipici del territorio, etc...).

Allegato 4 – Modello Azioni del Progetto Turistico Integrato



N°	Denominazione	Indirizzo	Codice Fiscale – Partita IVA	Legale Rappresentante	Telefono e cellulare	email	Tipo Attivita <sup>1</sup>
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							

## 2 Analisi del contesto

### *Indicazioni*

L'analisi di contesto è un processo di lettura ed interpretazione del contesto di riferimento che si svolge prevalentemente in una dimensione collettiva e può essere inteso come una successione di percorsi circolari di raccolta selettiva di informazioni, interpretazione, rappresentazione, riflessione sulle implicazioni strategiche e conseguente ri-orientamento delle analisi di approfondimento. Esso può essere schematizzato nelle seguenti attività:

- Descrizione delle caratteristiche del contesto (territoriale e/o di filiera economica) entro cui l'Azione deve essere realizzata con particolare riferimento agli elementi di maggiore rilevanza rispetto all'orientamento strategico.
- Costruzione di elaborazioni interpretative (analisi SWOT)
- Individuazione delle esigenze di intervento (analisi dei bisogni)

### 2.1 Descrizione dell'ambito di intervento dell'Azione

#### *Indicazioni*

Descrivere l'ambito di intervento interessato mettendone in evidenza gli elementi di coerenza (in base a quali criteri è stato individuato) e, quando è il caso, i confini geografici.

Questa sezione può essere compilata sviluppando la descrizione approvata nella fase precedente attraverso un'azione di raccolta ed organizzazione di informazioni e dati per dare una consistenza agli elementi che rappresentano il contesto locale. Tale analisi deve mirare a rappresentare le variabili che hanno rilevanza in relazione alla strategia e cogliere le principali dinamiche che le interessano, cercando di interpretare le "forze" che possono agevolare o frenare determinati fenomeni di cambiamento.

Una possibile linea guida per tale analisi è basarsi sul complesso degli elementi (materiali e immateriali) a disposizione descrivendoli in termini di "risorse su cui agire" con le seguenti categorie:

1. Le risorse principali a cui è dedicato l'Azione di valorizzazione. Qui si devono descrivere le principali caratteristiche quantitative e qualitative del prodotto, del territorio, della rete ecc.
2. Le componenti di cultura ed identità (tradizioni, tipicità ed altre specificità locali) legate alle risorse di cui al punto precedente.
3. Le risorse umane. Caratteristiche delle risorse umane coinvolte le diverse categorie e tipologie di soggetti coinvolti, l'analisi del loro livello professionale (in relazione all'Azione di valorizzazione), la disponibilità di know-how e competenze (tecnologie, attività di ricerca e sviluppo), le motivazioni che potrebbero spingerli a sostenere l'Azione (in termini di interessi sicuramente, ma anche di sogni e/o paure).
4. Il contesto economico e di mercato: le attività e le imprese, le interazioni (filiera, aggregazioni) i mercati e/o le relazioni con l'esterno.
5. L'immagine attuale. Quale è l'immagine e la reputazione del prodotto o territorio dal punto di vista degli attori, degli abitanti e dei consumatori?
6. Il rapporto con le istituzioni: attori principali e dinamiche con particolare riferimento alla strategia.
7. I collegamenti con altri progetti e iniziative di sviluppo passate e concomitanti che possono avere importanza.

*Max (8.000 caratteri)*

## 2.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento

### *Indicazioni*

Descrivere in termini qualitativi e quantitativi la consistenza (chi e quanti sono i soggetti pubblici e privati potenzialmente interessati distinguendo fra soggetti qualificanti<sup>2</sup> ed altri) ed un primo dimensionamento dei prodotti e/o servizi coinvolti.

*Max (4.000 caratteri)*

## 2.3 Analisi SWOT

### *Indicazioni*

L'analisi SWOT costituisce il primo passo verso la definizione della strategia della Azione rappresentando i presupposti su cui vengono individuati i fabbisogni di intervento. Essa deve descrivere adeguatamente la situazione dell'ambito di intervento, indicando le variabili di confronto endogene (o interne) che lo caratterizzano (i punti di forza e di debolezza) e su cui l'Azione ha possibilità di incidere, e le variabili esogene (o esterne) che ne influenzano il comportamento (le potenzialità e le minacce), ma che l'Azione non può modificare. Su tale base potranno essere individuati i meccanismi interni sui quali si vuole intervenire con una specifica strategia ed i fattori esterni capaci di influenzare il perseguimento degli obiettivi individuati.

Il ruolo della SWOT è quindi quello di rappresentare efficacemente le disparità e/o i problemi che si vogliono affrontare con l'Azione. Anche se l'uso dell'analisi SWOT è una consuetudine in voga da diversi anni in varie forme di progettazione, si rileva che spesso la sistemazione delle informazioni al suo interno è effettuata con criteri disomogenei con ripercussioni nella coerenza e nella logica delle strategie individuate. A tale riguardo può quindi essere utile inquadrarla rendendola funzionale alla Azione adottando le definizioni ed i concetti esposti nella tabella seguente che partono dal presupposto, magari banale, ma troppo spesso ignorato, che se un elemento dell'analisi non ha relazione con la strategia non ha ragione di essere riportato nella SWOT.

<sup>2</sup> Attori locali che già sviluppano offerte turistiche di destinazione oppure di prodotto turistico.

<b>Componenti</b>	<b>Definizione</b>	<b>Relazione con il Progetto</b>
<b>Punti di forza</b>	Sono gli elementi positivi del sistema locale che possono essere efficacemente utilizzati per conseguire gli obiettivi	La strategia si costruisce su di loro
<b>Punti di debolezza</b>	Sono i limiti, i difetti o le falle che, se non modificati potranno impedire il conseguimento degli obiettivi	La strategia deve essere in grado di eliminarli, ridurli considerevolmente oppure aggirarli.
<b>Opportunità</b>	Sono le condizioni favorevoli (esterne e quindi non modificabili) che potranno aiutare a raggiungere gli obiettivi	La strategia deve essere in grado di approfittarne ed utilizzarle
<b>Minacce</b>	Sono gli impedimenti e le condizioni sfavorevoli (esterne e quindi non modificabili) che si “...trovano lungo la strada” che porta al raggiungimento degli obiettivi	La strategia locale deve essere in grado di mitigare i loro effetti

La SWOT costituisce l'elemento logico di snodo tra l'analisi e la strategia e per questa ragione la valutazione dell'analisi di contesto si basa sulla verifica di consistenza degli elementi e coerenza delle relazioni del sistema: rappresentazione dell'ambito di intervento >>>> SWOT >>>> bisogni di intervento. In particolare essa viene effettuata sottoponendo ogni suo elemento (punto di forza, punto di debolezza, opportunità e minaccia) ad una serie di verifiche:

- Logica. Ogni punto deve essere declinato in modo chiaro, collocato nella matrice in modo appropriato ed essere univoco (deve riguardare una sola variabile).
- Attendibilità. La descrizione delle variabili individuate dall'analisi SWOT e la determinazione della loro importanza relativa devono trovare riscontro nella rappresentazione dell'ambito di intervento che deve contenere in proposito informazioni e dati attendibili (benchmark, fonti e livello di aggiornamento) e, possibilmente, indicatori quantitativi pertinenti.
- Accuratezza. È necessario individuare ed analizzare un set completo di variabili pertinenti con la natura e le finalità dell'Azione. Lo sforzo richiesto è quindi quello di identificare e gerarchizzare le singole questioni ed approfondire l'analisi delle relazioni di causa-effetto che esistono fra i problemi individuati, in modo tale da individuare il problema o i problemi prioritari sul cui intervenire. Questo processo, oltre che degli elementi socio-economici, deve tener debitamente conto dello scenario delle politiche locali (sinergie e collegamenti) e delle esperienze passate (insegnamenti) esso, inoltre, necessita di un passaggio di condivisione e verifica di carattere partecipativo.

## 2.4 Individuazione delle esigenze di intervento

### Indicazioni

A valle dell'analisi SWOT è opportuno declinare i fabbisogni di intervento individuati dall'Azione. Si tratta di un passaggio non indispensabile, ma che comunque può aiutare a rendere più esplicita la logica su cui si basa la strategia proposta. È necessario comunque che i fabbisogni individuati siano riconducibili direttamente ai punti dell'analisi SWOT su cui intervengono.

Max (4.000 caratteri)

## 3 Strategia di intervento

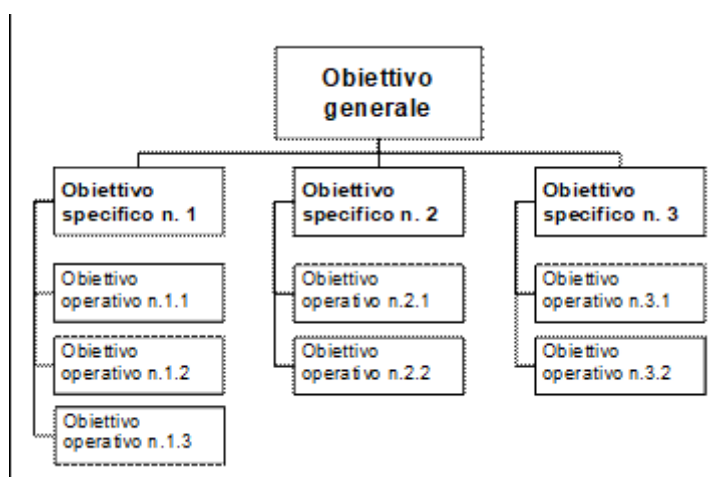
### Indicazioni

La strategia di intervento rappresenta l'insieme delle scelte di fondo (obiettivi di diverso livello) necessarie a realizzare l'obiettivo generale e si può declinare attraverso una "Struttura Logica" che, sostanzialmente, illustra ciò che verrà fatto durante la fase di implementazione della Azione e, attraverso l'individuazione di idonei "indicatori", prospetta quello che si otterrà al termine dello stesso.

### 3.1 Illustrazione del quadro strategico

#### Indicazioni

Il quadro strategico è il sistema di obiettivi dell'Azione. Esso generalmente comprende diversi livelli e può essere efficacemente rappresentato con uno schema ad albero che ha il vantaggio di chiarire con immediatezza gli obiettivi di diverso livello e le principali relazioni di causalità come mostrato nella figura.



Le componenti del quadro strategico sono quindi:

- 1) L'Obiettivo generale. Rappresenta i benefici a lungo termine che L'Azione dovrebbe apportare al sistema ed all'ambito di intervento. Deve altresì illustrare come esso sia coerente con il PSL del GAL.



- 2) Gli Obiettivi specifici. Chiariscono come l'Azione concorra a conseguire l'obiettivo generale (apportando quali benefici e/o risolvendo quali problematiche). Tra di essi esistono una serie di connessioni logiche utili che li rendono interdipendenti. Gli Obiettivi Specifici si misurano attraverso Indicatori di risultato che riguardano l'effetto diretto ed immediato prodotto dall'Azione.
- 3) Gli Obiettivi operativi. Il conseguimento di ogni obiettivo specifico dipende dal raggiungimento di uno o più obiettivi operativi. Essi rappresentano le specifiche attività previste dall'Azione la cui attuazione si misura tramite indicatori di realizzazione.

*Max (8.000 caratteri)*

### 3.2 Illustrazione degli elementi di innovazione dell'Azione

#### *Indicazioni*

In questa sezione bisogna descrivere gli aspetti innovativi contenuti nell'Azione ed illustrarne le positive ricadute sul territorio in termini di cambiamento e crescita. L'innovazione può riguardare una pluralità di aspetti relativi ai processi, ai risultati, alle metodologie, all'organizzazione, alla governance ecc., i quali costituiscono degli elementi di cambiamento rispetto alla situazione di partenza del contesto di riferimento.

*Max (4.000 caratteri)*

### 3.3 Illustrazione dei risultati che ci si propone di raggiungere

#### *Indicazioni*

Inserire una descrizione dei risultati raggiungibili contemplando, ove possibile, le diverse dimensioni di benefici, le modalità per misurarle e le condizioni di partenza:

- Benefici di ordine economico (vendite, capacità di attrazione di clienti/consumatori, ecc.)
- Benefici di ordine ambientale (miglioramenti che l'Azione porterà all'ambiente fisico, ecc.)
- Benefici di ordine culturale (in quale modo l'Azione amplierà le conoscenze e chi potrà avvantaggiarsene)
- Benefici di ordine sociale (in termini di miglioramento di quali aspetti della qualità della vita di quali persone)

*Max (4.000 caratteri)*

### 3.4 Cronoprogramma

#### *Indicazioni*

Illustrare il cronoprogramma di realizzazione delle attività previste con un'approssimazione di ordine mensile.  
*Max (4.000 caratteri)*

### 4 Quadro finanziario

#### *Indicazioni*

Stimare e rappresentare i costi delle attività previste nell'ambito della prima sezione  
*Max (4.000 caratteri)*

## SEZIONE II – INDIVIDUAZIONE DI EVENTUALI INTERVENTI PRIORITARI

*Sistema Turistico Territoriale – Azione .....*

### 5 Investimento prioritario

#### *Indicazioni*

In questa sezione è possibile proporre un solo investimento considerato prioritario (che potrà avere priorità nell'ambito del relativo bando (Sotto intervento 19.2.1.3.2 Valorizzazione del potenziale produttivo dell'area) che sarà pubblicato dal GAL.

Per l'investimento prioritario individuato bisognerà inserire una scheda descrittiva articolata come segue (*Allegato 6*):

- 1 Identificazione del beneficiario
- 2 Descrizione e finalità dell'intervento
- 3 Motivazioni. Illustrazione degli elementi che giustificano l'investimento ed il suo contributo alla strategia generale dell'Azione
- 4 Tipologie di spesa previste
- 5 Localizzazione dell'intervento
- 6 Caratteristiche del supporto finanziario richiesto
- 7 Tempi e condizioni richiesti per la realizzazione dopo l'eventuale approvazione.
- 8 Dichiarazione di interesse del potenziale proponente

## 6 Investimenti strategici

### *Indicazioni*

In questa sezione è possibile proporre uno o più investimenti considerati strategici e che potranno avere priorità nell'ambito del relativo bando (Sotto intervento 19.2.1.3.2 Valorizzazione del potenziale produttivo dell'area) che sarà pubblicato dal GAL.

Per gli investimenti strategici individuati bisognerà inserire le singole schede descrittive articolate come segue (*Allegato 7*):

- 1 Identificazione della tipologia di beneficiario
- 2 Descrizione e finalità dell'intervento
- 3 Motivazioni. Illustrazione degli elementi che giustificano l'investimento ed il suo contributo alla strategia generale dell'Azione
- 4 Tipologie di spesa previste
- 5 Localizzazione dell'intervento
- 6 Caratteristiche del supporto finanziario richiesto
- 7 Tempi e condizioni richiesti per la realizzazione dopo l'eventuale approvazione.

## 7 Autovalutazione

### Indicazioni

Autovalutazione dell’Azione effettuata in base ai quattro criteri di selezione:

- Rilevanza strategica dell’ambito di intervento dell’Azione del Progetto Turistico Integrato (max 10 punti)
- Livello qualitativo dell’analisi di contesto (max 30 punti)
- Livello qualitativo della strategia (max 45 punti)
- Rilevanza del partenariato dell’Azione del Progetto Turistico Integrato (max 15 punti)

Indicare i punti ritenuti assegnabili per singolo criterio di selezione.

### a) Rilevanza strategica dell’ambito di intervento dell’Azione del Progetto Turistico Integrato (max 10 punti)

**Punti.....<sup>3</sup>**

### b) Livello qualitativo dell’analisi di contesto (max 30 punti)

Sotto criterio	Adeguato (5 punti)	Buono (10 punti)	Elevato (15 punti)
Descrizione dell’ambito di intervento dell’Azione	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>
Analisi SWOT	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>

### c) Qualità della strategia (max 45 punti)

Sotto criterio	Adeguato (5 punti)	Elevato (20 punti)
Livello di coerenza	<b>Punti.....</b>	<i>Non attribuibile</i>
Adeguatezza dei risultati perseguiti	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>
Livello di innovazione dei risultati perseguiti	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>

### d) Rilevanza del partenariato dell’Azione del Progetto Turistico Integrato (max 15 punti)

Sotto criterio	Adeguato (5 punti)	Buono (10 punti)	Elevato (15 punti)
Rilevanza del partenariato dell’Azione del Progetto Turistico Integrato	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>	<b>Punti.....</b>

\_\_\_\_\_ lì, \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

<sup>3</sup> Indicare i punti che si ritengono dover essere assegnati