

Allegato 2



**ASSESSORATO AL TURISMO
DIREZIONE TURISMO SPORT PARCHI
Via Avogadro, 30 – 10121 TORINO**

Piano Strategico regionale per il Turismo
D.G.R. n. 42-1831 del 19/12/2005

**Proposta di
“PROGETTO PILOTA”**
D.G.R. n. 15-3988 del 9 ottobre 2006

PROVINCIA DI

Titolo del progetto:

Partner di progetto: *(eventuali)*

Soggetto/i attuatore/i:

Aree di intervento, come da D.G.R. n. 15-3988 del 9 ottobre 2006 *(barrare)*:

- rafforzamento del sistema locale di accoglienza turistica
- miglioramento del sistema locale dell'accessibilità e della mobilità dei centri di destinazione turistica
- formazione e orientamento per la creazione di una cultura dell'accoglienza turistica

CONTENUTI TECNICO - GESTIONALI *(descrizione)*

Tipologia: *(Servizi, Reti di partenariato,.....)*

Area territoriale interessata:

Target di riferimento:

Gestione: *(diretta, indiretta - modalità di affidamento, risorse i per la gestione,*

COLLEGAMENTO CON PIANO STRATEGICO REGIONALE PER IL TURISMO

Prodotti turistici interessati: *(Indicare: vd. abaco prodotti turistici PSTR)*

Indirizzo strategico del PSTR: *(a cura R.P.)*

INQUADRAMENTO PROGRAMMATICO LOCALE

Relazione/coerenza con la programmazione provinciale

Collegamento/integrazione con altri progetti (della Provincia, dell’A.T.L. e/o di altri enti-soggetti)

ANALISI E VALUTAZIONI

Motivazioni *che hanno portato alla proposta*

Analisi S.W.O.T. *(sintetica)*

- Punti di forza
- Punti di debolezza
- Opportunità
- Minacce

Ipotesi alternative considerate

STRATEGIA DI PROGETTO

Obiettivi

- generali
- specifici

Risultati attesi

- Efficienza (Operatività)
- Efficacia (ricadute positive sui prodotti turistici)
- Competitività
-

INQUADRAMENTO ECONOMICO-FINANZIARIO**Costo complessivo: €****Quota finanziamento regionale (%) : €****Eventuali altri co-finanziamenti (compreso quello provinciale)****1): €.....(%).....****2): €.....(%).....****Voci di spesa (*) (indicare importi di ciascuna voce)**

- **spese tecniche (studi, progettazione, ecc. max 10% del finanziamento regionale) : €...**
- **personale a progetto: €...**
- **editoria, stampa: €...**
- **attività di informazione, comunicazione e promozione: €...**
- **hardware/software informatico/telematico: €...**
- **altre attrezzature: €...**
- **arredi: €.....**
- **altre: €...**

(*) Nei casi di co-finanziamento provinciale del *Progetto pilota* (anche mediante fondi non propri) indicare se tali risorse interessino solo alcune voci di spesa e in quale percentuale.

TEMPI DI REALIZZAZIONE (allegare eventuale cronoprogramma delle attività)

- **Avvio**
- **Conclusione**

RESPONSABILE

Nome e Cognome:

Ruolo:

Tel.

e-mail:

ALLEGATI (*eventuali*)

1).....

2).....

3).....

.....

ABACO
dei Prodotti turistici
(come da P.S.T.R.)

SPORT INVERNALI

Sport "**classici**": presenza di piste di sci alpino, tracciati di sci di fondo, piste di pattinaggio.

Sport "**emergenti**": sci alpinismo, racchette, cascate di ghiaccio, fondo escursionistico etc.

SPORT ESTIVI

Sport "**di natura**": dai classici (trekking ed escursionismo, alpinismo e arrampicata, speleologia, clicloescursionismo) agli emergenti (mountain bike, escursionismo equestre, kayak, rafting, canyoning, parapendio/deltaplano etc).

Sport "**in strutture**": centri sportivi polivalenti, campi tennis, piscine, volley, bocciodromi etc. purché rivolti anche ai turisti e non solo ai residenti, con particolare attenzione al **golf** che può costituire prodotto a sé stante con relativi circuiti.

OPEN AIR

Presenza di campeggi e servizi connessi.

MICE - Meetings Incentives Conventions Events (congressuale)

Presenza di sedi congressuali o strutture ricettive attrezzate con un buon sistema di collegamenti (autostrade, aeroporti).

TURISMO D'AFFARI

Presenza di ricettività adeguata in aree con attività economiche e produttive.

AMBIENTE NATURALE

Presenza di aree protette (parchi e riserve naturali) e/o patrimoni ambientali di pregio.

CULTURA E CULTURA MATERIALE

Presenza di beni culturali, quali: monumenti civili e religiosi, musei ed ecomusei, luoghi storici e della cultura materiale (usi, costumi e produzioni tradizionali), etc.

METE RELIGIOSE / DEVOZIONALI

Presenza di luoghi di culto, meta di pellegrinaggi, quali: santuari, sacri monti, abbazie, chiese, percorsi devozionali specifici.

ENOGASTRONOMIA

Presenza di prodotti agroalimentari (DOC, DOCG, DOP, IGP, prodotti agroalimentari tradizionali della Regione Piemonte). Presenza di esercizi della ristorazione, tradizionale e non, in particolare se riconosciuti dalle Guide di settore. Presenza di eventi tematici.

ARTIGIANATO TRADIZIONALE E ARTISTICO

Presenza di botteghe artigiane con produzione e commercializzazione di prodotti a carattere tradizionale locale ed eventi di settore.

SALUTE E BENESSERE

Presenza di stabilimenti termali e centri benessere/fitness.

ALTA GAMMA

Presenza di strutture ricettive di alto livello (hotel di lusso, ville e dimore di charme etc.), disponibilità di sistemi di trasporto di prestigio e ricercatezza ed esclusività delle attività (visite ed escursioni, attività sportive, ludico-ricreative ed eventi).

TARGET PREVALENTE (MAINSTREAM)

Presenza di strutture ricettive alberghiere ed extra alberghiere di medio livello, rivolte al segmento di mercato attualmente più significativo in Europa.

TURISMO DI GIORNATA

Più che un prodotto è una modalità di fruizione, che ha tuttavia un peso rilevante nel turismo piemontese, interessando trasversalmente una buona parte dei prodotti sopra individuati.