

## MODELLO 4

### Tipologia di intervento A1 e A4

#### Definizione ed attuazione del Piano di Promozione Integrato provinciale

**Beneficiari:** Province

### SCHEMA DI RELAZIONE TECNICA

*N.B.: il seguente schema rappresenta una traccia da seguire per la stesura della relazione tecnica e non un modulo da compilare.*

#### 1 Strategia di promozione e divulgazione

*Indicare le strategie previste per la definizione degli strumenti e delle attività di promozione e di divulgazione delle opportunità fruibili derivanti dall'attuazione del Piano Tecnico di Intervento. Evidenziare in particolare:*

- 1.1 La situazione in atto a livello provinciale relativamente alla promozione del turismo attivo ed escursionistico;
- 1.2 Il grado di coinvolgimento dei soggetti beneficiari delle Proposte di Intervento nella definizione e redazione del Piano di Promozione Integrato;
- 1.3 Gli strumenti<sup>1</sup> scelti per dar corso alle azioni di promozione integrata, motivando tali scelte in termini di efficacia, strategicità e sistematicità;
- 1.4 Il grado di integrazione e sistematicità della strategia di promozione prevista per i Piani di Intervento rispetto alle iniziative promozionali già in atto;
- 1.5 Il costo complessivo per la redazione del Piano di Promozione Integrato, fatti salvi i limiti economici indicati dalle norme attuative relative alla Misura 313 – Azione 1 del PSR 2007 – 2013.

#### 2 Gli strumenti e le attività di promozione e divulgazione

*Indicare, per ciascuno strumento o attività individuati, le seguenti informazioni:*

- 2.1 Le caratteristiche esecutive;
- 2.2 La quantità prevista (*numero di copie se trattasi di materiale cartaceo, numero di uscite se trattasi di redazionali...*);

<sup>1</sup> Sono ammessi i seguenti prodotti e attività: prodotti cartografici escursionistici; brochure e altro materiale cartaceo divulgativo; realizzazione e implementazione di siti internet e software dedicati alla fruizione escursionistica; campagne stampa/web; educational/cantieri didattici e divulgativi; realizzazione di spazi informativi (attrezzati con pannelli informativi, totem, touch, webcam, touch screen etc...) presso strutture pubbliche o in disponibilità del Beneficiario esistenti. Non è ammesso l'acquisto di attrezzature informatiche e tecnologiche (rilevatori GPS, personal computer, palmari, etc).

- 2.3 Il target di riferimento;
- 2.4 Il valore aggiunto dell'impiego dello strumento o dell'attività di promozione e divulgazione nel contesto dell'organizzazione promozionale già in atto a livello provinciale e regionale;
- 2.5 I risultati attesi in termini di risposta dell'utenza, anche facendo ricorso ad esperienze già maturate sull'uso di strumenti o attività di promozione e divulgazione;
- 2.6 Il costo complessivo dello strumento o dell'attività.

### **3 Strategia di realizzazione degli strumenti / attività**

*Indicare se e in che misura, nell'ambito del Piano di Promozione Integrato, è prevista la partecipazione dei soggetti beneficiari delle Proposte di Intervento nella realizzazione di strumenti o attività di promozione e divulgazione specifici. In particolare:*

- 3.1 Indicare se il Piano di Promozione Integrato prevede che la Provincia realizzi direttamente tutti gli strumenti o le attività di promozione e divulgazione individuati (sia a livello provinciale che, se previsti, specifico per ciascuna Proposta di Intervento);
- 3.2 Indicare se è prevista la realizzazione di strumenti o azioni di promozione e divulgazione specifici da parte dei soggetti beneficiari delle Proposte di Intervento (collegati al Piano di Promozione Integrato);
- 3.3 Indicare come la Provincia intende assicurare la complementarità ed il raccordo tra le attività di sua competenza e quelle direttamente realizzate dai beneficiari nell'ambito delle singole Proposte di Intervento;
- 3.4 Compilare il Quadro riassuntivo del Piano di Promozione Integrato (**Modello 4.1**)