

OBIETTIVO STRATEGICO 2

Fruizione turistica e attrattività dei Territori

AZIONE 3

Investimenti di fruizione pubblica in informazioni, infrastrutture, patrimonio e servizi, funzionali all' offerta turistica integrata dell'Area

Intervento 3.2 "Club di prodotti enogastronomici"

Base giuridica

Art. 5 punto 6) lett. C) del Regolamento (UE) n. 1301 del 17 Dicembre 2013 relativo al Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

Descrizione del tipo di intervento

Le attività da realizzare consistono in attività di promozione e valorizzazione delle filiere agro-alimentari. Le azioni si concentreranno sui prodotti turistici coerenti con la realtà regionale e con le sue potenzialità territoriali, attraverso la promozione del "club di prodotto", connotato da specializzazioni tematiche e territoriali.

Tutti gli interventi saranno concentrati nelle aree turisticamente rilevanti del territorio GAL, ovvero nelle destinazioni (quali "sistemi di attrattori") individuate dagli atti di programmazione turistica regionale, al fine di permettere un miglioramento dei prodotti turistici Puglia di Federico II (prodotto turistico prioritario quale storia e cultura), Murgia (prodotti turistici prioritari, quali turismo culturale, turismo rurale ed enogastronomico, ed eventi). Le azioni di "destination marketing" che si vogliono realizzare con il presente intervento sono inquadrare all'interno della complessiva strategia di marketing territoriale delineata dal piano strategico del turismo 2016 -2025 della Regione Puglia "Puglia 365" – Area "Murgia e Gravine" e risponde ad un interesse collettivo della Comunità Locale.

Gli esempi di interventi che si intende attuare sono descritti di seguito:

a) Interventi di promozione e marketing territoriale diretti sul mercato locale, nazionale ed internazionale al fine di intercettare la domanda nonchè attivare e facilitare l'incontro domanda-offerta. Saranno realizzate attività quali workshop BtoB, organizzazione e/o partecipazione a manifestazioni ed eventi ed iniziative settoriali coerenti alla SSL e al "Club di prodotto enogastronomici", educational tour ed ogni altra attività di promozione e valorizzazione dell'Area ritenuta strategica e coerente al PAL 2014-2020 e al raggiungimento dei suoi obiettivi. Queste attività sono finalizzate alla promo-commercializzazione dei prodotti enogastronomici, presso mercati mirati e a cogliere i nuovi trend del settore.

b) Interventi di comunicazione dei prodotti turistici. Si tratta di attività quali ad esempio mediaplanning, road show, copromotion, co-branding, produzione di contenuti e strumenti on e off line, social media, piattaforme digitali, prodotti editoriali destinate al potenziamento dell'immagine del territorio e del "Club dei prodotti enogastronomici". Questi interventi rispondono alle tendenze emergenti nel mercato turistico che vedono, da un lato, la crescita impetuosa dei processi di acquisto one to one e dei canali di vendita innovativi e diretti anche alla luce delle maggiori opportunità offerte dalle nuove tecnologie informatiche, dall'altro, l'affermarsi di nuove forme di comunicazione che permettono di aumentare la visibilità e la conoscenza della destinazione attraverso il paniere dei suoi prodotti tipici ed agroalimentari.

L'intervento viene attuato a Regia Gal in quanto rinviene dalla continuità delle attività svolte dallo stesso Gal Terre Di Murgia nel PSL 2007-2013, misura 331 az. 2.

Il Gal ha acquisito negli anni, come dimostrato analiticamente nel successivo cap. 7 e in specie nell'attuazione a regia diretta della misura 331 az. 2 – PSL 2007-2013, adeguate competenze in materia di agenzia di sviluppo locale, attività di promozione ed informazione, specialmente sui prodotti enogastronomici, piuttosto che una pluriennale esperienza e conoscenza di tutte le dinamiche territoriali e degli operatori presenti.

Questa esperienza e conoscenza e' un patrimonio immateriale unico ed insostituibile che garantisce una maggiore efficacia attuativa ai fini della realizzazione di attività promozionali e il loro coordinamento territoriale, rispetto alla ipotesi di attuare l'intervento a bando. Gli operatori del territorio riconoscono un ruolo di regia e coordinamento al Gal in materia di promozione e valorizzazione del paniere di prodotti tipici, dell'Area e delle relative eccellenze. Ruolo, questo, anche riconosciuto dagli stessi Comuni ed Enti locali che insistono nell'Area Gal.

Tipo del sostegno

L'aiuto è concesso sotto forma di contributo in conto capitale

Modalità di attuazione

A Regia diretta

Beneficiari

Gal Terre di Murgia Scarl, con la formula della regia diretta

Costi ammissibili

Saranno ammissibili le seguenti spese:

A. costi legati alla realizzazione di supporti informatici e multimediali (supporti informatici e multimediali, comprese le tecnologie ICT, software applicativi);

B. costi legati alla realizzazione di materiale informativo e divulgativo (pubblicazioni, libri, opuscoli, depliant illustrativi, manifesti, locandine, cartellonistica, pieghevoli, realizzazione di materiale di comunicazione e informazione e relativa produzione di contenuti, campagne media su organi di stampa cartacei e web, campagne media su emittenti TV, radio e canali web, campagne su social network);

C. costi legati alla partecipazione e/o realizzazione di attività ed eventi informativi e divulgativi, manifestazioni, fiere ed attività di convegnistica, conferenze stampa, seminari, partecipazioni ad eventi organizzati da terzi, educational tour ed ogni altra attività finalizzata alla promo-commercializzazione dei prodotti enogastronomici; IVA nel rispetto di quanto disposto dal Reg. (UE) n. 1303/2013 [art. 37 co. 11]; spese generali nel limite del 7% totale complessivo)

Descrizione delle modalità individuate per assicurare la trasparenza delle procedure

Per l'attuazione della misura a regia diretta, il GAL provvederà a selezionare gli operatori economici in relazione all'acquisizione di beni e servizi nel rispetto del D.Lgs. n. 50 del 18/04/2016 (Codice degli Appalti) e ss.mm.ii.

Condizioni di ammissibilità

Il progetto esecutivo ed attuativo previsto da questo intervento a Regia Diretta sarà selezionato dalla Regione Puglia ai sensi dell' Art. 49 del Reg. UE 1305/2013.

Gli interventi previsti saranno comunque coerenti al Piano Strategico del Turismo della Regione Puglia 2016-2025.

Criteri di selezione

Non applicabile in quanto l'intervento è a regia diretta GAL

Importi e aliquote del sostegno

€ 150.000,00 – 100% contributo in conto capitale

Rischi inerenti l'attuazione

Vedasi allegato "Rischi inerenti l'attuazione e Misure di attenuazione Azioni del Pal"

Misure di attenuazione

Vedasi allegato "Rischi inerenti l'attuazione e Misure di attenuazione Azioni del Pal"

Descrizione della compatibilità delle operazioni proposte con il quadro normativo dei Fondi SIE e con gli Aiuti di Stato

L'intervento non si sovrappone all'azione 6.8 "Interventi per il riposizionamento competitivo delle destinazioni turistiche" (Azione AdP 6.8.3) del Por Puglia 2014/2020 FESR. Le attività previste dalla presente azione verteranno su investimenti materiali ed immateriali che vedranno protagonisti il paniere dei prodotti enogastronomici – "Club". La complementarità e la non sovrapposizione rispetto alle azioni POR FESR sono garantite dal fatto che l'intervento del GAL si focalizza essenzialmente nelle aree rurali ed è diretto al sostegno della promo-commercializzazione dei prodotti enogastronomici (Vedi POR Puglia 2014/2020 FESR Sezione 8 " coordinamento tra i fondi, il FEASR, il FEAMP e gli altri strumenti di finanziamento dell'unione e nazionali e con la BEI").

Gli interventi attuati sono realizzati dal Gal a regia diretta che svolge attività di tipo non economico, per finalità pubbliche e senza scopi di lucro. Pertanto, il sostegno non costituisce aiuti di stato ai sensi dell'art. 107 del TFUE.

Indicazione dei target misurabili per le realizzazioni e i risultati – Reg. UE n. 808/2014 Allegato IV

TIPO	INDICATORE	T
Realizzazione	- Numero Club di prodotto/territorio creati (enogastronomico) - Implementazione Marchio d'Area già esistente/Club di prodotto di partenza "Murgiapride"	
Risultato	R23: % di popolazione rurale che beneficia di migliori servizi/infrastrutture	
	R24: posti di lavoro creati nell'ambito dei progetti finanziati	