



FEASR



REGIONE DEL VENETO



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

SCHEDA PROGETTO A REGIA GAL	<i>Approvato con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza del Gal Alto Bellunese n. 26 del 11.07.2012</i>
Programma di Sviluppo Rurale per il Veneto 2007-2013– Asse 4 Leader	
 1. GAL ALTO BELLUNESE	
<i>Valorizzazione Economica del Territorio per un Turismo Ecosostenibile (V.E.T.T.E.)</i>	

Tema centrale	1	Attrattività territoriale
Linea strategica	1	<i>Azioni per promuovere lo sviluppo del turismo sostenibile</i>
MISURA	313	<i>Incentivazione delle attività turistiche</i>
AZIONE	4	<i>Informazione</i>
BENEFICIARIO		<i>Comune di Zoldo Alto</i>
TITOLO		<i>Un turismo per il territorio con il territorio</i>

1. DESCRIZIONE DELLA AZIONE

1.1 Descrizione generale

Questa idea progettuale, concepita per raggiungere uno sviluppo concertato di nuove forme di valorizzazione e di promozione turistica del territorio e proposta agli enti locali dal Consorzio di promozione turistica Val di Zoldo Turismo, viene presentata dal Comune di Zoldo Alto ed è sposata dai Comuni di Forno di Zoldo, Zoppè di Cadore e Longarone.

Il Comune di Zoldo Alto, in qualità di capofila, condividendo con i Comuni interessati obiettivi e metodi, intende agire in nome e per conto degli altri Comuni in base a convenzioni sottoscritte che normano i rapporti e definiscono gli impegni e i compiti di ciascuno, avvalendosi, per l'implementazione delle attività previste dal progetto, dell'organizzazione del Consorzio che ha competenza su tutta la Val di Zoldo.

Già nel mese di maggio 2011 il Consorzio Val di Zoldo Turismo, consapevole che la mancanza di una formazione degli operatori di settore sulle nuove "leggi" del turismo moderno e di un prodotto riconoscibile da promuovere, fossero i principali motivi di un successo turistico della Valle non soddisfacente, ha promosso un corso di formazione diretto a tutti i suoi consorziati volto a individuare quali nuove opportunità e forme di turismo si possono sviluppare in territori riconosciuti Patrimonio dell'Umanità e sede di un Parco Nazionale. Il corso, "Vivere Dolomiti Unesco, nuove opportunità di sviluppo per le comunità dolomitiche", realizzato con il supporto tecnico della Fondazione Angelini e di Dolomiti Project srl ha fatto emergere negli operatori una nuova consapevolezza circa le potenzialità del territorio zoldano e dei cambiamenti che dovranno essere affrontati per intercettare nuovi target turistici.

Consapevolezza che ha spinto il Consorzio di Promozione Turistica a intraprendere insieme al Comune di Zoldo Alto e grazie al prezioso contributo del BIM, nel mese di novembre 2011, un il progetto, “Marchio di qualità turistica - Proposta per la valorizzazione e la promozione di una offerta turistica qualificata in Val di Zoldo”, che prevede, attraverso un percorso partecipato fra gli operatori di settore, l’ideazione di un marchio di qualità turistica per la Val di Zoldo e la definizione di una struttura organizzativa in grado di gestirlo e promuoverlo.

Il presente progetto ha come finalità la promozione di un’offerta turistica innovativa per la Val di Zoldo, distinta e complementare a quella “tradizionale”. Una proposta turistica che, individuando, selezionando e mettendo in relazione fra loro le peculiarità e le vocazioni naturalistiche (in primis le eccellenze riconosciute da UNESCO), artigianali, culturali, eno-gastronomiche, sappia proporre questa vallata come un *unicum* irripetibile, rispettandola e coinvolgendo i residenti e chi la abita anche solo per un breve periodo: *un turismo per il territorio con il territorio*.

Una proposta innovativa e in un certo senso di rottura, ma non in competizione con le offerte che hanno caratterizzato in passato la Val di Zoldo, deve essere frutto di un percorso di condivisione e maturazione della maggior parte degli operatori turistici coinvolti.

Anche le strategie di marketing e promozione dovranno sapersi rivolgere a nuovi mercati e target, in grado di cogliere i valori insiti in questa nuova proposta turistica della Val di Zoldo.

Per ottenere l’attenzione di queste nicchie di potenziali turisti, non sarà sufficiente adeguare i linguaggi e le modalità di comunicazione, sfruttando canali di comunicazione innovativi, ma garantire che i contenuti della comunicazione siano estremamente veritieri e corrispondenti alle caratteristiche intrinseche della Val di Zoldo.

Il progetto quindi prevede 3 fasi:

- la prima fase sarà finalizzata ad identificare e selezionare i contenuti della nuova offerta turistica, che saranno oggetto dell’azione di promozione
- La seconda fase prevede la scelta e l’approfondimento delle caratteristiche del mercato di riferimento in cui si inserirà la nuova offerta turistica della Val di Zoldo e dei target specifici a cui dovrà essere rivolta l’azione di promozione.
- La terza e più sostanziosa fase sarà dedicata alla definizione dettagliata di un piano di marketing ed alla realizzazione degli strumenti di promozione che la compongono.

Questo progetto, così come strutturato, si ispira e si inserisce alla perfezione nelle nuove tendenze di sviluppo e gestione del territorio dolomitico rafforzate dal recente riconoscimento dell’UNESCO. Nuove strategie gestionali a forte carattere sostenibile e innovativo in cui la Val di Zoldo potrà e dovrà giocare un ruolo da protagonista, in quanto accesso privilegiato ai sistemi n.1 “Pelmo Croda da Lago” e n. 3 “Pale di San Martino, San Lucano, Dolomiti Bellunesi, Vette Feltrine” e vero e proprio asse centrale dell’intero Bene Dolomiti Unesco.

Questo progetto è coerente nel metodo e nel merito con il Progetto Dolomiti UNESCO e perciò verrà richiesto il patrocinio della Fondazione Dolomiti Dolomiten Dolomites Dolomitis Unesco in quanto:

- tocca tutti e tre gli assi del *Management Framework* (valorizzazione, promozione e salvaguardia)
- mira a creare nuove forme di turismo a marcato carattere sostenibile, coinvolgendo e formando sull’argomento numerosi operatori
- crea uno strumento tecnico ad hoc utilizzabile anche successivamente come piattaforma gestionale e promozionale del territorio sempre aggiornabile e implementabile
- fa proprio il concetto di serialità, vincente in sede di candidatura delle Dolomiti e lo applica sia nel definire e selezionare le eccezionalità interne e gli strumenti di collegamento concettuale e fisico fra esse, sia nel creare e inserire un prodotto innovativo a scala dell’intera regione dolomitica, che tenga conto e si complementi con le attività delle vallate limitrofe.

1.2 Obiettivi

L'obiettivo principale del progetto è definire e realizzare una strategia di marketing finalizzata a promuovere un'immagine turistica innovativa per la Val di Zoldo incentrata sui valori geologico-paesaggistici, artistici, culturali e ambientali peculiari di questo territorio, recuperando la dimensione rurale qui ancora visibile e percepibile.

A tal fine sarà necessario, innanzitutto, identificare e selezionare i contenuti di questa nuova offerta turistica, coinvolgendo in modo partecipato gli operatori del settore e la comunità della Valle, quindi individuare i target potenzialmente interessati a questa proposta a cui indirizzare specifiche azioni e strumenti di promozione.

Altri obiettivi del progetto sono:

- Arricchire l'offerta turistica della Provincia di Belluno e più in generale della regione dolomitica con un prodotto, distinto e complementare rispetto a quelli tradizionali, capace di rivolgersi a nicchie emergenti di "nuovi turisti", in cerca di esperienze che consentano di apprezzare territorio e comunità nella quotidianità ed autenticità.
- Qualificare e specializzare l'offerta della Val di Zoldo sottolineando in particolare gli elementi più direttamente correlabili al Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi e alle eccezionalità/valori riconosciuti dall'UNESCO alle Dolomiti.
- Rafforzare la rete degli operatori turistici della Val di Zoldo, rendendo condivisi tra i membri strategie e azioni concrete di promozione ottimizzando gli investimenti e ampliando l'audience.

1.3 Localizzazione dell'intervento

Gli interventi avranno come oggetto la promozione dei territori della Val di Zoldo considerata nella sua interezza e definita secondo canoni geografici e non esclusivamente amministrativi; ovvero i territori dei tre comuni di Forno di Zoldo, Zoldo Alto e Zoppè di Cadore e la parte meridionale della Valle (fraz. di Soffranco) in Comune di Longarone. Su questo territorio insistono sia il Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi sia i Sistemi n. 1 (Pelmo-Croda da Lago) e n.3 (Pale di San Martino, San Lucano, Dolomiti Bellunesi, Vette Feltrine) del Bene Dolomiti UNESCO. Il Comune di Zoldo Alto, capofila del progetto, agisce in nome e per conto degli altri Comuni sopracitati in base a convenzioni sottoscritte che normano i rapporti e definiscono gli impegni e i compiti di ciascuno.

2. DATI DEL SOGGETTO RICHIEDENTE

Comune di Zoldo Alto

piazza Giovanni Angelini, 1

32010 Zoldo Alto

c.f. 00206110256

3. INTERVENTI PREVISTI

Il progetto si compone di interventi aggregabili in 3 fasi.

FASE 1

La prima fase ha come obiettivo identificare e selezionare i contenuti della nuova offerta turistica, che sarà oggetto dell'azione di promozione, coinvolgendo in modo partecipato gli operatori del settore. Ciò avverrà mediante una serie di incontri workshop e laboratori che permetteranno la definizione di uno strumento essenziale per la successiva creazione e promozione del prodotto: "la mappa dei valori" della Val di Zoldo. Si tratta di uno strumento di analisi territoriale innovativo basato su un sistema informativo territoriale specializzato, utile ad operare una pianificazione oculata e condivisa dei prodotti turistici da promuovere, in quanto atta a mettere in relazione le eccezionalità geologico-paesaggistiche, artistiche, culturali e ambientali con la loro fruibilità turistica (logistica, accoglienza, fruibilità culturale etc), avvicinandosi così agli specifici indirizzi di

valorizzazione del territorio auspicati per le Dolomiti Patrimonio dell'Umanità. Inoltre da essa è facile estrarre layout originali quali mappe tematiche e interattive da proporre con diversi formati al turista (vedi strumenti di promozione).

Questa azione è in continuità e si integra con il progetto già in corso, “Marchio di qualità turistica - Proposta per la valorizzazione e la promozione di una offerta turistica qualificata in Val di Zoldo” (vedi “descrizione generale”), che prevede lo sviluppo di un disciplinare che specifichi alcuni elementi condivisi che dovranno caratterizzare gli operatori che vorranno aderire ai nuovi prodotti turistici che saranno oggetto della strategia e degli strumenti di marketing.

FASE 2

La seconda fase ha come obiettivo conoscere il mercato di riferimento in cui si inserisce la nuova offerta turistica della Val di Zoldo ed il profilo dei target a cui dovrà essere rivolta l'azione di promozione. Per realizzare una efficace strategia di promozione e marketing è infatti necessario conoscere i canali più efficaci per raggiungere le specifiche nicchie di riferimento per l'offerta turistica. Ciò avverrà mediante una serie di seminari che si terranno in Val di Zoldo invitando esperti di settore nell'ambito di: eco-turismo, turismo sostenibile e responsabile, geo-turismo, web green-marketing 2.0, ristorazione sostenibile...

FASE 3

La terza e più sostanziosa fase sarà dedicata alla definizione dettagliata di un piano di marketing ed alla successiva realizzazione degli strumenti che la compongono quali ad esempio:

- **promozione del marchio di qualità** identificato grazie al progetto in corso “Marchio di qualità turistica - Proposta per la valorizzazione e la promozione di una offerta turistica qualificata in Val di Zoldo”, mediante:
 - **definizione e scelta del logo e di immagini coordinate**, elementi essenziali e fondanti per realizzare i successivi strumenti della campagna;
 - **inserzioni pubblicitarie** su media specializzati, Social Network e campagne di advertising su motori di ricerca;
 - **brochure** illustranti l'iniziativa e alcune proposte associate al marchio diffuse in Val di Zoldo (promo-commercializzazione) ed inviato (sia in formato cartaceo che telematico) ad un indirizzario di possibili target specificatamente individuati tra associazioni ambientaliste, socio-culturali, Gruppi di Acquisto Solidale, ecc;
- **potenziamento del sito web (valdizoldo.net)** con nuovi contenuti aggiuntivi (testuali e iconografici) e strumenti interattivi di esplorazione del territorio. In particolare il sito verrà arricchito da mappe interattive del patrimonio locale (produzione agro-alimentare, artigianale, eccezionalità naturali, strutture ricettive, eventi, luoghi storici e, ovviamente itinerari). Le mappe tematiche saranno derivate dalla “mappa dei valori” prodotta durante la prima fase del progetto, e saranno interattive in quanto sarà possibile pianificare la propria visita o un'escursione sulla base delle condizioni meteo previste, della stagione, della presenza di bambini o adulti con ridotte capacità motorie ecc. Anche le pagine dedicate ad elencare l'offerta ricettiva e ristorativa verranno aggiornate fornendo ulteriori informazioni che facilitino la scelta (localizzazione sulla mappa, tipologia di servizi offerti, tipicità e corrispondenti strumenti di ricerca).
- **valorizzazione delle community online**: il sito fungerà da connettore tra i vari social network, consentendo di raccogliere i contributi delle community online - per lo più sottoforma di commenti e valutazioni, monitorando la reazione dei turisti ma anche della popolazione locale alle nuove metodologie di valorizzazione del territorio.
- **azioni di web marketing 2.0**: attivazione e gestione di campagne redazionali e pubblicitarie sui principali social network di riferimento, campagne di post su blog e community, campagne di video virali...il tutto finalizzato ad accrescere l'attenzione sulla nuova offerta turistica della Val di Zoldo e a fidelizzare potenziali clienti creando con loro un rapporto diretto.

- **implementazione e adeguamento del sistema di fruizione** e valorizzazione: supporti fisici ai percorsi tematici posti nelle strutture ricettive o nei musei, prodotti cartografici ed editoriali sia in cartaceo che in digitale, contenuti e *application* su web, strumenti di fruizione su nuovi supporti tecnologici come navigatori e/o audio guide, coinvolgimento della popolazione locale.
- **organizzazione di educational tour**; destinati a trend setter, ovvero a giornalisti di media specializzati ed opinion leader di associazioni e community afferenti al target individuato che testando l'esperienza della nuova offerta della Val di Zoldo, ne diventeranno "involontari" testimonial e trasferendone i contenuti alle loro audience di riferimento.
- **fiere**; partecipazione e organizzazione di workshop sia nell'ambito di fiere internazionali del turismo di ampio respiro (ad esempio BIT di Milano) sia in fiere di dimensioni più ridotte ma specificatamente concentrate sul turismo natura e la sostenibilità per presentare i pacchetti a tour-operator internazionali potenzialmente interessati ad inserirli nei loro cataloghi.

Sin dall'inizio del progetto verranno attivati strumenti di comunicazione volti ad attirare attenzione sull'iniziativa e sul Consorzio Val di Zoldo Turismo. Nella fase iniziale del progetto, infatti, la strategia di marketing si focalizzerà anche sul progetto stesso, per attrarre l'attenzione e coinvolgere in particolare la comunità professionale di riferimento e gli appassionati (trend setter) che saranno poi cassa di risonanza ed elemento accreditante dell'offerta turistica correlata al marchio di qualità una volta definita.

4. PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

4.1 Importo totale di spesa: euro 80.000,00 IVA esclusa

4.2 Contributo richiesto: euro 64.000,00