



## **Sistema integrato Turismo-Cultura-Tradizioni**

## SESSIONE TEMATICA “Sistema integrato turismo – cultura – tradizioni”

### Indice

<b>Azioni di conoscenza</b> .....	<b>1</b>
<i>T1 “Individuazione del patrimonio turistico locale”</i> .....	<i>2</i>
<i>T4 “Indagini per la valutazione delle richieste di mercato e delle esigenze del territorio”</i> .....	<i>7</i>
<i>T10 “Conoscenza dei profili professionali utili nel settore turistico”</i> .....	<i>11</i>
 <b>Azioni di coordinamento e coinvolgimento</b> .....	 <b>15</b>
<i>T2 “Partnership tra operatori pubblici e privati, cittadini ed amministratori per l’individuazione di politiche di attrazione turistica”</i> .....	<i>16</i>
<i>T12 “Albo regionale delle guide turistiche”</i> .....	<i>21</i>
 <b>Azioni di marketing territoriale</b> .....	 <b>25</b>
<i>T3 “Azioni coordinate di marketing territoriale e di promozione dell’immagine turistica”</i> .....	<i>26</i>
<i>T6 “Certificazione del territorio e valorizzazione delle tipicità locali”</i> .....	<i>30</i>
<i>T8 “Creazione di pacchetti turistici per target di utenza”</i> .....	<i>34</i>
 <b>Azioni di miglioramento della fruizione dei beni ambientali</b> .....	 <b>39</b>
<i>T5 “Promuovere interventi di recupero e valorizzazione dei beni storico culturali e naturalistici nonché delle strutture storiche, rurali, ecc., per favorire un turismo sostenibile e sociale”</i> .....	<i>40</i>
<i>T7 “Piano della Mobilità Turistica”</i> .....	<i>45</i>
<i>T9 “Centro di coordinamento e gestione dei flussi turistici sul territorio”</i> .....	<i>48</i>
 <b>Azioni di formazione</b> .....	 <b>53</b>
<i>T11 “Formazione dell’animatore turistico e riqualificazione delle professionalità esistenti”</i> .....	<i>54</i>

## SESSIONE TEMATICA: “**SISTEMA INTEGRATO TURISMO - CULTURA - TRADIZIONI**”

### **AZIONI DI CONOSCENZA**

## AZIONE T1

### Titolo dell'azione

#### **“Individuazione del patrimonio turistico locale”**

#### OBIETTIVI

##### **Obiettivi generali**

- Rendere sistematica la conoscenza del territorio per quanto attiene le bellezze paesaggistiche, le risorse culturali, i beni ambientali e le tradizioni locali;
- Sviluppare una cultura organizzativa e tecnologica che promuova la condivisione della risorsa *informazione* quale strumento necessario ed indispensabile ad un governo territoriale più consapevole.

##### **Obiettivi specifici**

- Consentire una *fruizione sostenibile* del territorio da parte delle imprese che operano nel settore turistico;
- Valorizzare siti di pregio sotto il profilo paesaggistico;
- Incentivare la frequentazione e la permanenza di un maggior numero di visitatori;
- Accrescere la fruibilità dei paesaggi e delle vedute panoramiche;
- Costruire e gestire un Sistema Informativo Territoriale (S.I.T.) in cui siano contenute, in modo georeferenziato, le informazioni afferenti al territorio ed esistenti negli archivi informatizzati dei vari enti (pubblici e privati) che, a diverso titolo, operano sul territorio;
- Rendere consultabili via Internet, le informazioni o i sottoinsiemi organizzati delle stesse, contenute nel S.I.T.;
- Sviluppare applicativi, utili al governo del territorio ed alla cittadinanza, partendo, ad esempio, dalla pubblicazione delle attività che si svolgono nel territorio.

#### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                 |                                                                |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Pianificazione territoriale | <input type="checkbox"/> Regolamento                           |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche            | <input type="checkbox"/> Buone prassi                          |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale            | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione               |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                     | <input type="checkbox"/> Azioni di sviluppo                    |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                | <input checked="" type="checkbox"/> Altro: Sistema informativo |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione        |                                                                |

## RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 *“Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese”*, da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. *“Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005”*, che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 *“Organizzazione turistica regionale”*, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – *“Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.”*) che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo* (2005) - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 *“Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica”*;
- Legge n. 135/2001 *“Riforma della legislazione nazionale del turismo”*.

## DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

Al fine di rendere sistematica la conoscenza del territorio in esame, la realizzazione di una **banca dati informatizzata su base cartografica (S.I.T.)** rappresenta lo strumento principale per raggiungere gli obiettivi generali precedentemente indicati.

Nella banca dati saranno catalogate le informazioni inerenti:

- beni architettonici (centri storici, masserie, tratturi, trulli, chiese rurali, ecc.);
- siti archeologici e siti carsici;
- oasi naturalistiche (zone di protezione speciale, aree protette, oasi di protezione, boschi, ecc.) e percorsi naturalistici;
- recettività (alberghi, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, ecc.);

- informazioni inerenti manifestazioni culturali, sagre, rassegne culturali, ecc.

**La banca dati consentirà l'associazione georeferenziata delle risorse mediante schede descrittive degli eventi e descrizioni dettagliate dei siti.** Le tappe su cui si esplicherà il progetto saranno:

1. redazione di una convenzione aperta fra i comuni interessati (**Consorzio intercomunale**), in cui stabilire le regole e le modalità con cui gli stessi partecipano alla costruzione del S.I.T.;
2. **reperimento ed assegnazione delle risorse umane, tecnologiche e finanziarie al progetto**, individuazione dei compiti e delle responsabilità;
3. **analisi e definizione delle metodologie operative** nonché delle architetture dati e delle procedure informatiche necessarie alla gestione delle attività di esercizio per ogni applicazione installata;
4. **installazione della procedura e degli archivi su WEB** (Hw, Sw, TLC), messa a punto ed entrata in esercizio.

La banca dati del S.I.T. sarà aggiornata annualmente. La modalità di accesso alla banca dati sarà attuata tramite i seguenti strumenti:

- **distribuzione di cd** presso le pubbliche amministrazioni e gli operatori del settore turistico, soprattutto durante le fiere di settore;
- **portale internet (Portale Unico per i Servizi Turistici e la Promozione del Territorio)**, in accordo con l'azione T9);
- compatibilmente con le tecnologie disponibili e con l'utilizzo di eventuali partnership, le informazioni potrebbero essere inserite nelle **cartografie tematiche dei navigatori satellitari**, mediante convenzioni con le principali società operanti nel settore.

La realizzazione e la diffusione della banca dati sarà necessariamente affidata all'esterno a fornitori e tecnici operanti nel settore, data la necessità di specifiche competenze.

## ATTORI

### Soggetti attuatori

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica).

### Soggetti coinvolti

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Ordini professionali (Architetti, Geometri, Ingegneri, Agronomi), Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche.

### Stakeholders

Cittadini, turisti, tour operators.

### AZIONI

T5, T8, T9, T11

### COLLEGATE

### COSTI PREVISTI

I costi per la realizzazione dell'intervento non sono facilmente stimabili, data la molteplicità di step. In ogni caso, sono ipotizzabili le seguenti voci di costo:

- a. Consulenza e spese per costituzione del Consorzio: € 2.000,00;
- b. Consulenza per la progettazione e lo sviluppo della parte informatica e realizzazione della banca dati associata alla cartografia: € 20.000,00;
- c. Costo di inserimento dati nel Data-Base associato alla cartografia: € 5.000,00;
- d. Consulenza e realizzazione del Portale Unico per i Servizi Turistici e la Promozione del Territorio: € 18.000,00;
- e. Consulenza e realizzazione di cd informativi: € 7.000,00;
- f. Installazione, collaudo e formazione del personale tecnico specialistico: € 4.000,00;
- g. Coordinamento delle attività: € 3.000,00
- h. Stipula convenzione con i realizzatori cartografie navigatori: al momento non quantizzabile.

**TOTALE € 59.000,00**

### MODALITA' DI FINANZIAMENTO

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite partecipando a bandi indetti dalla Regione Puglia, nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013, dei Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea (ad esempio il P.I.C. LEADER+).

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno del portale internet e dei cd informativi. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 3.500,00 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

### TEMPI

12 mesi secondo il seguente cronoprogramma:

	Mesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
a <b>Costituzione del consorzio</b>		3 mesi											
b <b>Progettazione e realizzazione del S.I.T.</b>					6 mesi								
c <b>Diffusione dei risultati</b>											3 mesi		

## AZIONE T4

### Titolo dell'azione

***“Indagini per la valutazione delle richieste di mercato e delle esigenze del territorio”***

### OBIETTIVI

#### Obiettivi generali

- Monitorare il livello di conoscenza delle peculiarità turistiche del territorio;
- Accrescere la fruibilità del territorio e la qualità dell'accoglienza.

#### Obiettivi specifici

- Rilevare gli standard qualitativi del sistema di ricettività richiesti dal turista;
- Programmare iniziative di divulgazione e promozione del territorio nei confronti di operatori turistici, catene di agenzie turistiche, ecc.;
- Incentivare la frequentazione e la permanenza di un maggior numero di visitatori.

### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                          |                                                  |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento             |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche     | <input type="checkbox"/> Buone prassi            |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale     | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ricerca di mercato   | <input type="checkbox"/> Azioni di sviluppo      |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale         | <input type="checkbox"/> Altro                   |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                  |

### RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

Non si segnalano riferimenti normativi e programmatori per l'attuazione dell'azione.

### DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

Al fine di monitorare il livello di conoscenza delle peculiarità turistiche del territorio da parte dei tour operators e rilevare gli standard qualitativi del sistema di ricettività richiesti dal turista, sarà indispensabile realizzare una **ricerca di mercato** mirata.

La ricerca di mercato si proporrà di analizzare i comportamenti del turista proveniente da differenti aree geografiche, che spesso si rivela di

fondamentale importanza ai fini di una pianificazione di successo delle attività turistiche promozionali. Saranno analizzati i gusti, le abitudini, le preferenze dei turisti per verificare se i prodotti (peculiarità turistiche dell'area in esame) ed i servizi (ricettività) che si vorrebbero immettere sul mercato turistico presentano quelle determinate caratteristiche. In caso affermativo, si ha la conferma che lo sforzo di penetrazione nel mercato turistico nazionale ed internazionale può dare risultati positivi, mentre in caso contrario si dovrà preventivamente intervenire con opportuni adattamenti e potenziamenti.

E' evidente da quanto precede che la ricerca di mercato presenterà anche i connotati di una azione promozionale, perché rappresenta una premessa indispensabile per la buona riuscita degli interventi volti alla conoscenza del territorio. Essa dovrà essere affidata a soggetti esterni, altamente specializzati e attrezzati per svolgere compiti di questo genere, anche su aree geografiche molto ampie. Il progetto non dovrà necessariamente fornire indicatori e standard, ma anche mettere a disposizione una relazione programmatica, una relazione conclusiva o altra documentazione equivalente (grafici e tabelle che sintetizzeranno gli esiti delle interviste).

La ricerca di mercato comprenderà tre fasi: l'analisi desk, l'analisi field e l'analisi finale dei dati:

- **Analisi desk:** si stabiliranno le fonti delle informazioni necessarie; si effettuerà lo studio dei flussi turistici nazionali ed internazionali nell'area di interesse per evidenziare i principali itinerari che i visitatori sogliono seguire, le preferenze manifestate in termini di arte, cultura e cucina e le zone a più lunga permanenza; si individuerà la domanda di turismo nel territorio e si determineranno le aspettative dei turisti secondo le aree geografiche di provenienza; sarà quindi definito il periodo di maggiore flusso.
- **Analisi field:** la ricerca si svolgerà sul campo, presso i Paesi e le Regioni che, in base alla prima fase della ricerca, risulteranno maggiormente interessati al turismo nei Comuni in oggetto; essa avrà lo scopo di approfondire i punti rilevati nella fase precedente e di verificarne o eventualmente correggerne le conclusioni; in questa fase saranno contattati i tour operators e le agenzie governative per individuare con la maggiore esattezza possibile le *attitudini della domanda* cui dovrà essere adeguata l'offerta.
- **Analisi finale dei dati:** è il momento conclusivo, durante il quale si elaboreranno i dati emersi dalla ricerca per determinare i punti di forza e di debolezza del sistema in relazione alle provenienze dei flussi turistici, e per definire le linee d'azione cui dovranno attenersi

gli operatori turistici italiani nel predisporre i pacchetti offerta, le combinazioni con gli eventi culturali ed artistici, gli itinerari naturalistici, ecc.

Potranno essere utilizzati questionari somministrati con la modalità *door to door* (intervista diretta all'interessato) o mediante l'utilizzo di interviste telefoniche dirette.

Saranno privilegiate le domande a risposta chiusa che velocizzano i tempi di trascrizione, riducono gli effetti di distorsione delle risposte.

Nulla vieta che l'indagine sia condotta direttamente dai Comuni interessati, purché sussistano la professionalità ed i mezzi necessari e non venga meno il requisito dell'obiettività che presenta il lavoro affidato a professionalità esterne.

Essendo necessaria un'interfaccia fra gli attori economici del settore e le strutture deputate alla somministrazione dei questionari, sarà fondamentale la funzione di coordinamento del Consorzio intercomunale (già previsto nell'azione T1); nel caso specifico, esso rappresenterà il punto di diffusione delle informazioni inerenti gli esiti dell'indagine.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica).

### **Soggetti coinvolti**

Pro Loco, Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, tour operators.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

## **AZIONI**

T1, T5, T8

## **COLLEGATE**

## **COSTI PREVISTI**

I costi inerenti la realizzazione dell'intervento possono essere stimati, tenendo conto che occorrono circa € 40,00 per una intervista door to door e circa € 15,00 per una intervista telefonica, in :

- a. Consulenza per la progettazione dei questionari: € 5.000,00;
- b. Realizzazione delle interviste: € 110.000,00;

- c. Elaborazione dati e presentazione sia su supporto cartaceo sia sul portale internet dei Comuni interessati: € 20.000,00;

**TOTALE € 135.000,00**

## MODALITA' DI FINANZIAMENTO

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite partecipando a bandi indetti dalla Regione Puglia, nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013, dei Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea (ad esempio il P.I.C. LEADER+).

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno della pagina dedicata all'interno del portale internet del Comune e sugli elaborati cartacei divulgativi degli esiti della ricerca. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 3.500 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

## TEMPI

9 mesi, a partire dalla costituzione del Consorzio di Comuni, così come previsto nell'azione T1, secondo il seguente cronoprogramma:

	Mesi									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>a Progettazione dei questionari</b>	2 mesi									
<b>b Realizzazione delle interviste</b>			4 mesi							
<b>c Diffusione dei risultati</b>							3 mesi			

## AZIONE T10

### Titolo dell'azione

***“Conoscenza dei profili professionali utili nel settore turistico”***

### OBIETTIVI

#### Obiettivi generali

- Individuazione del fabbisogno di profili professionali qualificati operanti nel settore turistico;
- Favorire l'adeguamento dell'offerta formativa alla domanda di professionalità e all'evoluzione delle competenze professionali richieste dal mercato del lavoro, garantendo un'offerta formativa di qualità, aggiornata e congruente.

#### Obiettivi specifici

- Rendere maggiormente competitive sul mercato le realtà economiche locali operanti nel settore turistico.

### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                          |                                                  |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento             |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche     | <input type="checkbox"/> Buone prassi            |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale     | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ricerca di mercato   | <input type="checkbox"/> Azioni di sviluppo      |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale         | <input type="checkbox"/> Altro                   |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                  |

### RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

Non si segnalano riferimenti normativi e programmatori per l'attuazione dell'azione.

### DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'

Al fine di rilevare le competenze ed i fabbisogni, sia professionali che formativi, del settore turistico sarà indispensabile realizzare una ricerca di mercato mirata attraverso un'indagine campionaria indirizzata agli operatori turistici del territorio in esame. La ricerca rileverà anche nuove competenze, verificare quali siano le competenze maggiormente richieste dal mercato e quelle in declino, ricercando la rispondenza al mercato delle figure-tipo, dei processi lavorativi, delle attività professionali nel comparto dell'accoglienza e promozione turistica.

E' evidente il vantaggio che può derivare alla totalità degli operatori (presenti e futuri) del comparto turistico, specie in termini di accesso e valorizzazione del proprio lavoro, dalla formalizzazione delle carriere e delle qualifiche professionali, dal riconoscimento dei crediti formativi e delle competenze acquisite o possedute, e dalla disponibilità di una offerta di formazione aggiornata, competitiva e commisurata alle esigenze del mercato.

I questionari si incentreranno sulle seguenti categorie di analisi:

- **situazione professionale dell'intervistato:** ruolo, attività, e soprattutto le competenze necessarie, stimolando la distinzione tra competenze percepite come possedute e competenze ritenute invece non presenti ma di cui si avverte l'esigenza;
- **figure professionali del comparto:** percezione dell'intervistato in ordine alle figure più diffuse, quelle maggiormente ricercate e richieste, e quelle considerate non più rilevanti all'interno del comparto della promozione ed accoglienza turistica (attraverso la proposta-stimolo di un elenco strutturato di figure professionali);
- **competenze ritenute necessarie** e utilizzate per svolgere l'attività, quelle maggiormente ricercate dagli operatori per migliorare l'esercizio delle proprie attività, le competenze richieste dal sistema turistico e quelle non più rilevanti (attraverso la proposta-stimolo di una articolata classificazione delle competenze del settore);
- **fabbisogni formativi e offerta formativa:** percezione e valutazione della quantità e qualità dell'offerta formativa rivolta al settore ed esigenze formative di aggiornamento e qualificazione.

Accompagneranno il questionario due fondamentali elenchi:

- l'elenco strutturato delle figure professionali della promozione ed accoglienza turistica, supportato da un sintetico vocabolario;
- elenco strutturato delle competenze della promozione ed accoglienza turistica (competenze tecnico-professionali del processo di pianificazione; competenze tecnico-professionali del processo di promo-comunicazione; competenze tecnico-professionali del processo di erogazione del servizio di accoglienza, competenze tecnico-professionali del processo di controllo di gestione; competenze di base e trasversali).

Le ricerche ed i sondaggi sono di solito affidati a soggetti esterni, altamente specializzati e attrezzati per svolgere compiti di questo genere, anche su aree geografiche molto ampie. Il progetto non dovrà necessariamente fornire indicatori e standard, ma anche mettere a disposizione una relazione programmatica, una relazione conclusiva o

altra documentazione equivalente (grafici e tabelle che sintetizzeranno gli esiti delle interviste).

Potranno essere utilizzati questionari somministrati con la modalità *door to door* (intervista diretta all'interessato) o mediante l'utilizzo di interviste telefoniche dirette.

Saranno privilegiate le domande a risposta chiusa che velocizzano i tempi di trascrizione e riducono gli effetti di distorsione delle risposte.

Nulla vieta che l'indagine sia condotta direttamente dai Comuni interessati, purché sussistano la professionalità ed i mezzi necessari e non venga meno il requisito dell'obiettività che presenta il lavoro affidato a professionalità esterne.

Essendo necessaria un'interfaccia fra gli attori economici del settore e le strutture deputate alla somministrazione dei questionari, sarà fondamentale la funzione di coordinamento del consorzio intercomunale (già previsto nell'azione T1); nel caso specifico rappresenterà il punto di diffusione delle informazioni inerenti gli esiti dell'indagine.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo e Commercio).

### **Soggetti coinvolti**

Pro-Loco, Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari), Associazioni degli albergatori, Associazioni Culturali e Turistiche, tour operators, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, guide turistiche, accompagnatori turistici, ecc.

### **Stakeholders**

Imprese del settore, addetti.

## **AZIONI**

### **COLLEGATE**

T2

## **COSTI PREVISTI**

I costi inerenti la realizzazione l'intervento non sono facilmente stimabili data la molteplicità degli step. Ad ogni modo, sono ipotizzabili le seguenti voci di costo:

- a. Consulenza per la progettazione dei questionari: € 5.000,00;
- b. Realizzazione delle interviste: € 15.000,00;
- c. Elaborazione dati e presentazione sia su supporto cartaceo sia sul portale internet dei Comuni interessati: € 5.000,00;

**TOTALE € 25.000,00**

**MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite partecipando a bandi indetti dalla Regione Puglia, nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013, di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea (ad esempio il P.I.C. LEADER+).

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno della pagina dedicata all'interno del portale internet del Comune e sugli elaborati cartacei divulgativi degli esiti della ricerca. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 3.500 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

**TEMPI**

9 mesi, a partire dalla costituzione del Consorzio di Comuni, così come previsto nell'azione T1, secondo il seguente cronoprogramma:

	Mesi									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>a Progettazione dei questionari</b>	2 mesi									
<b>b Realizzazione delle interviste</b>			4 mesi							
<b>c Diffusione dei risultati</b>							3 mesi			

## SESSIONE TEMATICA: “**SISTEMA INTEGRATO TURISMO - CULTURA - TRADIZIONI**”

### **AZIONI DI COORDINAMENTO E COINVOLGIMENTO**

## AZIONE T2

### Titolo dell'azione

***“Partnership tra operatori pubblici e privati, cittadini ed amministratori per l'individuazione di politiche di attrazione turistica”***

### OBIETTIVI

#### Obiettivi generali

- Individuare nuove politiche di attrazione turistica attraverso l'aggregazione di soggetti pubblici e privati attribuendo alle rispettive componenti pari dignità ispirandosi al principio di sussidiarietà, nel rispetto delle reciproche funzioni e competenze;
- Valorizzare le risorse locali e le attività di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica;
- Portare il territorio a posizionarsi sul mercato nazionale e internazionale con le sue specificità qualitative e quantitative, in modo da realizzare un significativo incremento dei flussi turistici in ingresso;
- Riequilibrare e stabilizzare la stagionalità del movimento turistico, potenziando la crescita delle attività che sono direttamente legate al turismo culturale, rurale e ambientale.

#### Obiettivi specifici

- Istituire tavoli di concertazione, in cui sia possibile condividere le competenze di ciascun operatore;
- Condividere le progettualità e le iniziative insistenti sul territorio (buone prassi), già realizzate o in corso di realizzazione, per condividere i risultati raggiunti;
- Potenziare le capacità progettuali.

### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                 |                                                        |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Pianificazione territoriale | <input checked="" type="checkbox"/> Regolamento        |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche            | <input checked="" type="checkbox"/> Buone prassi       |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale            | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione       |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                     | <input checked="" type="checkbox"/> Azioni di sviluppo |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                | <input type="checkbox"/> Altro                         |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione        |                                                        |

## **RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI**

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 *“Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese”*, da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. *“Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005”*, che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 *“Organizzazione turistica regionale”*, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – *“Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.”*) che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo* (2005) - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 *“Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica”*;
- Legge n. 135/2001 *“Riforma della legislazione nazionale del turismo”*.

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'**

Nell'ambito di una strategia condivisa che possa affrontare le necessità del comparto e sia rivolta alla crescita complessiva del sistema turistico, per creare le condizioni di rilancio del turismo e di un complessivo sviluppo socioeconomico del territorio, favorendo la più ampia cooperazione e collaborazione, sarà promossa ogni diversa forma di partnerariato istituzionale e sociale, per programmare e realizzare di comune intesa idonee azioni di sviluppo integrato, tra le quali assumono particolare rilievo la promozione e la valorizzazione del patrimonio storico-artistico, archeologico e architettonico, naturalistico-paesaggistico e rurale, nonché delle risorse enogastronomiche.

Infatti, sarà indispensabile realizzare un sistema coordinato di competenze tra i soggetti pubblici e privati sopra citati che eviti

duplicazioni, che non attivi interventi estemporanei e che sia in grado di reperire ed utilizzare al meglio i finanziamenti pubblici, attraverso tavoli di coordinamento che consentano di perseguire obiettivi definiti in base a progetti specifici, rafforzando le esperienze già collaudate e riconoscendo in particolare l'importante funzione di programmazione delle iniziative di promozione turistica.

**Prima fase: Attivare le necessarie iniziative di concertazione** con la Camera di Commercio, nonché con le Associazioni di categoria, le Pro-Loce, i Consorzi, i soggetti pubblici e privati interessati alla promozione delle risorse turistiche del territorio, ivi comprese le Associazioni delle figure professionali specialistiche.

**Seconda fase: Stipula di un protocollo d'intesa tra i comuni interessati ed i soggetti pubblici e privati**, che persegua gli obiettivi prima indicati e promuova, attraverso l'istituzione di un Sistema Turistico Locale (S.T.L.):

- attività e processi di integrazione tra le imprese turistiche, anche in forma cooperativa, consortile e di affiliazione;
- interventi intersettoriali ed infrastrutturali per la qualificazione dell'offerta turistica e la riqualificazione urbana e territoriale delle località ad alta intensità di insediamenti turistico-ricettivi;
- misure per l'innovazione tecnologica degli uffici di informazione e di accoglienza ai turisti, con particolare riguardo alla promozione degli standard dei servizi di informazione e di accoglienza;
- iniziative di riqualificazione delle imprese turistiche, con priorità per la formazione e l'aggiornamento degli operatori, per gli adeguamenti a normative di sicurezza, per la classificazione e la standardizzazione dei servizi turistici, per la creazione di marchi di qualità di prodotto, di certificazione ecologica e di qualità, per la tutela dell'immagine del prodotto turistico locale;
- attività di marketing dei prodotti turistici tipici, per l'ottimizzazione della relativa commercializzazione, anche all'estero.

In tale protocollo d'intesa si individuerà il quadro complessivo delle iniziative e delle attività da attuare in un triennio.

Saranno costituite, ad esempio, una serie di Unità Operative, ognuna operante nell'ambito di specifiche competenze, così come di seguito denominate:

- Unità Operativa *"Azioni coordinate di marketing territoriale e di promozione dell'immagine turistica"*;
- Unità Operativa *"Creazione di pacchetti turistici"*;
- Unità Operativa *"Gestione informatizzata del prodotto turistico"*;
- Unità Operativa *"Turismo sostenibile e sociale"*;

- Unità Operativa “*Promozione dei prodotti tipici del territorio*”; che opereranno per la pianificazione e programmazione di una serie di iniziative condivise.

Il protocollo d’intesa conterrà un regolamento per il funzionamento dello stesso che evidenzierà:

- le modalità di adesione di nuovi soggetti in tempi successivi alla stipula, le modalità di recesso e di esclusione degli aderenti;
- le modalità ed i termini per il deposito delle quote associative;
- l’individuazione delle funzioni e finalità specifiche delle Unità Operative.

Il Sistema Turistico Locale opererà mediante:

- personale dei soggetti aderenti messo a disposizione, compreso, per le specifiche competenze, quello dei servizi turistici di base esistenti;
- consulenze e supporti di figure professionali anche di alta specializzazione messe a disposizione dai soggetti aderenti o aventi rapporti di tipo privatistico con il S.T.L.

Con il protocollo d’intesa, si potranno istituzionalizzare e calendarizzare periodicamente incontri specifici, secondo una metodologia fondata su una costante attività di ascolto e confronto delle Amministrazioni con tutti i soggetti interessati.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica, Commercio).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, guide turistiche, accompagnatori turistici, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

## **AZIONI**

T5, T6, T7, T10, T12

## **COLLEGATE**

**COSTI PREVISTI** I costi per la stipula del protocollo d'intesa e relativi al personale messo a disposizione per il raggiungimento degli obiettivi, nell'ambito delle singole Unità Operative, rimangono a carico degli enti pubblici o dei soggetti privati di appartenenza.  
Qualora si attivino consulenze professionali, si dovranno stabilire, di volta in volta, i compensi professionali da impartire, a carico di tutti i soggetti aderenti al Protocollo d'Intesa.

**MODALITA' DI FINANZIAMENTO** Non sono previsti finanziamenti.

**TEMPI** 4 mesi, a partire dalla costituzione del Consorzio di Comuni, così come previsto dall'azione T1.

## AZIONE T12

### Titolo dell'azione

#### **“Albo regionale delle guide turistiche”**

#### **OBIETTIVI**

##### **Obiettivi generali**

- Innalzare il livello dell'offerta turistica del territorio dei sei Comuni;
- Accrescere il numero di operatori qualificati disponibili in un segmento fondamentale dell'industria turistica locale.

##### **Obiettivi specifici**

- Valorizzare la filiera turistica attraverso l'incremento della occupazione nel settore;
- Sperimentare a livello del territorio dei sei Comuni interessati la implementazione di un Albo Locale delle Guide Turistiche;
- Proporre alla Regione Puglia un ordine del giorno per l'istituzione dell'Albo Regionale delle Guide Turistiche.

#### **TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'**

- |                                                          |                                                             |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento                        |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche     | <input type="checkbox"/> Buone prassi                       |
| <input type="checkbox"/> Riqualficazione ambientale      | <input checked="" type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato              | <input type="checkbox"/> Azioni di sviluppo                 |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale         | <input type="checkbox"/> Altro                              |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                             |

#### **RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI**

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 *“Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese”*, da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. *“Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005”*, che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;

- L.R. 1/2002 “*Organizzazione turistica regionale*”, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – “*Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.*”) che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo* (2005) - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 “*Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell’offerta turistica*”;
- Legge n. 135/2001 “*Riforma della legislazione nazionale del turismo*”.

## DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA’

La istituzione di albo delle guide turistiche rappresenta il culmine di un percorso volto a creare nuove professionalità garantendo agli operatori ed ai turisti la dovuta capacità del personale preposto.

L’introduzione di qualifiche consente inoltre una maggiore dinamicità del mercato del lavoro rendendo più agevole per gli operatori del settore la fase di selezione del personale.

Oltre a proporre un tavolo di concertazione con la Regione Puglia per l’istituzione dell’**Albo Regionale delle Guide Turistiche**, potrà essere sperimentato a livello del territorio dei sei Comuni la implementazione di un **Albo Locale delle Guide Turistiche**, da cui attingere in attesa degli adempimenti regionali.

Il sistema di qualifica prevederà diverse tipologie di figure professionali legate al campo di impiego nei diversi settori definendo eventualmente diversi livelli di qualifica in relazione alle professionalità richieste, suddividendo l’albo nelle seguenti sezioni:

- Interpreti e traduttori turistici;
- Guida ambientale-escursionistica;
- Guida subacquea;
- Accompagnatore turistico;
- Altre sezioni derivanti dagli esiti dell’azione T10.

Le guide turistiche autorizzate guidano i visitatori nei siti turistici e ne illustrano, in varie lingue, la storia, le tradizioni, i riferimenti culturali e i diversi motivi d’interesse, mentre l’accompagnatore turistico accoglie o

accompagna singole persone o gruppi di turisti, ne cura i programmi di viaggio ed assicura i necessari servizi di assistenza.

Per diventare guida turistica, accompagnatore turistico o interprete sarà necessario il superamento di un esame abilitativo, basato sulle seguenti valutazioni:

- Crediti formativi e titoli già conseguiti (ad esempio, diplomi ad indirizzo turistico/alberghiero, esperienza curriculare documentata);
- Formazione specifica inerente alle peculiarità del territorio oltre ad altre eventuali materie derivanti dall'azione T10;
- Esami teorici e pratici.

La formazione, il superamento degli esami e l'accreditamento avverrà presso scuole di formazione specializzate.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Pro Loco, Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni culturali e turistiche, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, guide turistiche, accompagnatori turistici, scuole di formazione, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

## **AZIONI**

### **COLLEGATE**

T2

### **COSTI PREVISTI**

I costi inerenti la realizzazione dei corsi di formazione dipenderanno dal numero di persone che si intenderà formare. In ogni caso potranno essere distribuite borse di studio per diplomati e neo-laureati, ognuna del valore di € 16.000,00, mentre i costi dell'organizzazione dei corsi stessi (sede, materiale informativi, docenze) potranno essere reperiti attraverso sia sponsorizzazioni di operatori privati del settore, sia con finanziamenti da parte delle amministrazioni locali, regionali e provinciali.

**MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013, dei Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno dei spazi dedicati presenti nelle scuole di formazione o nelle sedi in cui svolgere gli esami di abilitazione. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 2.500 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

**TEMPI**

9 mesi, a partire dalla costituzione del Consorzio di Comuni, così come previsto dall'azione T1, secondo il seguente cronoprogramma:

	Mesi									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
<b>a Albo Locale delle Guide Turistiche</b>	6 mesi									
<b>b Albo Regionale delle Guide Turistiche</b>				6 mesi						

## SESSIONE TEMATICA: “**SISTEMA INTEGRATO TURISMO - CULTURA - TRADIZIONI**”

### **AZIONI DI MARKETING TERRITORIALE**

## AZIONE T3

### Titolo dell'azione

***“Azioni coordinate di marketing territoriale e di promozione dell'immagine turistica”***

### OBIETTIVI

#### Obiettivi generali

- Attuare di politiche concertate per la promozione del territorio;
- Valorizzare le risorse locali e le attività di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica;
- Portare il territorio in esame a posizionarsi nel mercato nazionale e internazionale con le sue specificità qualitative e quantitative, in modo da realizzare un significativo incremento dei flussi turistici;
- Riequilibrare e stabilizzare la stagionalità del movimento turistico, potenziando la crescita delle attività che sono direttamente legate al turismo culturale, rurale e ambientale.

#### Obiettivi specifici

- Istituire tavoli di concertazione, in cui sia possibile condividere strategie di marketing territoriale;
- Pubblicizzare in maniera organica le risorse turistiche del territorio rendendole visibile attraverso la definizione di un marchio unico.
- Potenziare le capacità progettuali.

### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                     |                                                        |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento                   |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche                | <input type="checkbox"/> Buone prassi                  |
| <input type="checkbox"/> Riqualficazione ambientale                 | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione       |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                         | <input checked="" type="checkbox"/> Azioni di sviluppo |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                    | <input type="checkbox"/> Altro                         |
| <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                        |

### RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 *“Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese”*, da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. *“Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005”*, che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 *“Organizzazione turistica regionale”*, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – *“Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.”*) che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo (2005)* - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 *“Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica”*;
- Legge n. 135/2001 *“Riforma della legislazione nazionale del turismo”*;
- L.R. 21/2003 *“Disciplina delle attività escursionistiche e reti escursionistiche della Puglia”*.

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'**

Come già accennato nell'ambito dell'azione T2, attraverso la stipula di un **protocollo di intesa** tra soggetti pubblici e privati sarà definita una strategia condivisa rivolta alla crescita complessiva del sistema turistico, per creare le condizioni di rilancio del turismo e di un complessivo sviluppo socioeconomico del territorio. Saranno promossi programmi ed azioni di sviluppo integrato, tra le quali assumeranno particolare rilievo la promozione e la valorizzazione del patrimonio storico-artistico, archeologico e architettonico, naturalistico-paesaggistico e rurale, nonché delle risorse enogastronomiche, finalizzate ad una fruizione sostenibile del territorio.

Al fine di ottenere gli obiettivi sopra indicati, sarà necessario intraprendere una serie di azioni di marketing territoriale fra di loro coordinate e consistenti in:

- **Definizione degli obiettivi di mercato da aggredire** (ad esempio la popolazione con determinate caratteristiche, suddivisa per età,

livello culturale, territorio di appartenenza, ecc.), sulla base dei risultati derivanti dall'azione T4;

- Definizione del **marchio territoriale unico** e del suo slogan;
- **Definizione della strategia pubblicitaria da attuare;**
- **Attuazione della strategia pubblicitaria sui media** prescelti e nelle forme stabilite (realizzazione di brochures, guide turistiche del territorio, fiere e mostre commerciali e turistiche, vendite del prodotto su internet), rivolte non solo ai turisti ma anche ai tour operators ed agli Enti per il Turismo;
- Verifica del grado di efficacia dell'azione pubblicitaria attraverso azioni di **monitoraggio**.

Data la necessità di professionalità altamente specializzate nel settore sarebbe necessario ricorrere a professionalità esterne.

## ATTORI

### Soggetti attuatori

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica, Commercio).

### Soggetti coinvolti

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, guide turistiche, accompagnatori turistici, ecc.

### Stakeholders

Cittadini, turisti.

## AZIONI

T6, T8, T9, T11

## COLLEGATE

## COSTI PREVISTI

L'efficacia dell'azione sarà direttamente proporzionale all'investimento pubblicitario speso. Non è facilmente stimabile preventivamente il costo di una campagna pubblicitaria dato che essa varia in funzione della tipologia di media utilizzati. L'utilizzo di media a diffusione nazionale ed internazionale consentirebbe ovviamente di ottenere maggiori risultati,

ma il costo per tale tipo di intervento risulta, di contro, particolarmente oneroso.

Per poter attuare tale azione si possono stimare i seguenti costi:

- a. Consulenza per la definizione degli obiettivi di mercato da aggredire: già definita nell'azione T4;
- b. Consulenza per la creazione del marchio territoriale e del suo slogan: € 5.000,00;
- c. Consulenza per la definizione della strategia pubblicitaria da attuare: € 6.000,00;
- d. Attuazione della strategia pubblicitaria tramite media nazionale (ad esempio sponsorizzazioni di trasmissioni televisive e di spot pubblicitari): € 210.000,00;
- e. Verifica del grado di efficacia dell'azione pubblicitaria: € 5.000,00;
- f. Coordinamento delle attività: € 4.000,00

**TOTALE € 230.000,00**

## MODALITA' DI FINANZIAMENTO

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013 (nell'ambito delle misure F.S.E.), di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno del materiale informativo distribuito. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 3.500 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

## TEMPI

Diciotto mesi, a partire dalla definizione degli obiettivi di mercato da aggredire previsti nell'azione T4, secondo il seguente cronoprogramma:

Mesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
a Definizione del marchio territoriale e del suo slogan	2 mesi																	
b Definizione della strategia pubblicitaria			2 mesi															
c Attuazione della strategia pubblicitaria					12 mesi													
d Verifica del grado di efficacia dell'azione pubblicitaria (Monitoraggio)																	2 mesi	

## AZIONE T6

### Titolo dell'azione

**“Certificazione del territorio e valorizzazione delle tipicità locali”**

#### OBIETTIVI

##### Obiettivi generali

- Favorire lo sviluppo dell'economia nel rispetto dell'ambiente;
- Attuare politiche concertate per la promozione del territorio;
- Valorizzare le risorse locali e le attività di promozione e commercializzazione dell'offerta turistica;
- Individuare le numerose opportunità di crescita sia economica che sociale;
- Fornire le necessarie garanzie per una migliore qualità della vita e per la salvaguardia del patrimonio pubblico e privato.

##### Obiettivi specifici

- Gestire correttamente il territorio, i beni ambientali e culturali;
- Operare per diffondere la cultura della salvaguardia dell'ambiente e della valorizzazione del patrimonio naturale e culturale, attraverso la sensibilizzazione dei residenti e dei visitatori;
- Rispettare la legislazione;
- Sostenere lo sviluppo economico;
- Valorizzare le tipicità locali;
- Fare marketing territoriale;
- Promuovere l'appartenenza territoriale;
- Favorire la condivisione di obiettivi di sviluppo e di qualità.

#### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                     |                                                             |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale                | <input type="checkbox"/> Regolamento                        |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche                | <input type="checkbox"/> Buone prassi                       |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale                | <input checked="" type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                         | <input checked="" type="checkbox"/> Azioni di sviluppo      |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                    | <input checked="" type="checkbox"/> Altro: Certificazione   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                             |

#### RIFERIMENTI A NORME, PIANI E

I riferimenti normativi necessari per l'ottenimento della certificazione ambientale del sistema del governo del territorio in esame sono:

## PROGRAMMI

- Norma UNI EN ISO 14001:2004 “*Sistemi di gestione ambientale*”;
- Regolamento CEE 761/2001 sulla adesione volontaria della organizzazione a un, sistema comunitario di ecogestione e audit – EMAS (prima versione nel 1993, revisionato nel 2001; EMAS è l’acronimo di ECO-MANAGEMENT and AUDIT ,SCHEME).

## DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA’

L'applicazione di un sistema di gestione ambientale rappresenta la risposta gestionale alle esigenze delle Amministrazioni comunali in quanto costituisce il filo conduttore per gestire in modo coordinato tutte le attività e i processi che direttamente o indirettamente influenzano l'ambiente. Il sistema di gestione ambientale è infatti un sistema organizzativo, documentato, volto ad analizzare i processi e sopportare le decisioni e le strategie per uno sviluppo economico e sociale rivolto al miglioramento dell'impatto delle attività sull'ambiente.

Gli schemi utilizzabili per la registrazione/certificazione del sistema di governo del territorio sono:

- **Regolamento EMAS;**
- **Norma UNI EN ISO 14001:2004.**

I due schemi sono fra di loro integrabili ed al riguardo sinergici.

Data la complessità e la molteplicità delle attività di governo del territorio, al fine di non rendere eccessivamente onerosa sia in termini economici che di risorse di personale da impiegare, occorrerà intervenire step by step individuando le priorità di intervento.

In linea di massima l'intervento sarà così articolato:

- **Step 1): Certificazione/registrazione per la gestione dei servizi pubblici erogati direttamente dalle Amministrazioni comunali;**
- **Step 2): Certificazione/registrazione gestione del territorio.**

Il secondo obiettivo ha la finalità di valorizzare i prodotti locali (cfr. azioni P8 e P10) ed il patrimonio storico-artistico, archeologico e architettonico, naturalistico-paesaggistico, rurale, nonché le risorse enogastronomiche, finalizzate ad una fruizione sostenibile del territorio (cfr. azione T3), mediante azioni di marketing.

Per attuare l'azione sarà necessario attenersi al seguente iter:

- a. Realizzazione dell'Analisi Iniziale Ambientale (corrispondente alla Relazione sullo Stato dell'Ambiente già redatta in sede di implementazione del percorso di Agenda 21 Locale);
- b. Definizione della Politica;
- c. Progettazione del Sistema di Gestione Ambientale in relazione alle attività che devono essere certificate/registrate;

- d. Formazione del personale deputato al coordinamento del Sistema di Gestione Ambientale;
- e. Implementazione del Sistema di Gestione Ambientale in relazione alle attività che devono essere certificate/registrate;
- f. Redazione della Dichiarazione Ambientale (solo per EMAS);
- g. Intraprendere l'iter di certificazione/registrazione in accordo a quanto previsto dal regolamento EMAS e da quelli emessi dall'A.P.A.T. o dai regolamenti degli Enti di certificazione.

La certificazione del Sistema di Gestione Ambientale del territorio comporta, per il singolo comune o per l'intero territorio (per i comuni consorziati), ove correttamente implementata, l'ottenimento dei seguenti vantaggi:

- costituisce per l'amministrazione uno strumento di supporto della gestione generale delle attività;
- consente di gestire il territorio in modo organico e moderno, preservando le risorse naturali e riducendo le possibilità di calamità naturali e i loro eventuali impatti;
- consente una razionalizzazione delle attività sotto il diretto controllo dell'ente gestore e il contenimento dei costi relativi;
- realizza il miglioramento della qualità ambientale del territorio e della qualità della vita;
- produce il miglioramento dei servizi resi e delle attività svolte;
- assicura, mediante un riconoscimento (la certificazione) e una supervisione di una parte terza indipendente, il percorso verso il miglioramento continuo delle attività sull'ambiente;
- costituisce un veicolo per incentivare il turismo e per sviluppare un'immagine che si impegna volontariamente in un processo di miglioramento continuo.

Data la necessità di professionalità altamente specializzate nel settore, sarebbe necessario ricorrere a professionalità esterne coordinate da una struttura consortile (già prevista nell'ambito dell'azione T1).

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (singoli o consorziati).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Pro Loco, Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettoneci ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, strutture ricettive, bed

& breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

### **AZIONI**

T2, T3, T8, T11

### **COLLEGATE**

### **COSTI PREVISTI**

I costi dell'investimento sono rappresentati dalle consulenze tecniche esterne necessarie per l'attuazione di quanto indicato dal punto c) al punto g) della descrizione delle attività, in quanto la Relazione sullo Stato per l'Ambiente, già redatta, può rappresentare una valida Analisi Ambientale Iniziale.

Per l'attuazione e l'ottenimento della certificazione/registrazione del Sistema Gestionale è ipotizzabile un spesa di circa € 150.000,00 (Step 1). Per l'estensione alle attività dello Step 2 sono ipotizzabili ulteriori € 60.000,00.

**TOTALE € 210.000,00**

### **MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013 (nell'ambito delle misure F.E.S.R.), di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

### **TEMPI**

Per l'attuazione dell'intervento è ipotizzabile la seguente tempistica:

- Step 1): Certificazione/registrazione per la gestione dei servizi pubblici erogati direttamente dalle Amministrazioni comunali: 12 mesi.
- Step 2): Certificazione/registrazione della gestione del territorio: 12 mesi.

## AZIONE T8

### Titolo dell'azione

#### ***“Creazione di pacchetti turistici per target di utenza”***

### OBIETTIVI

#### **Obiettivi generali**

Il turismo rappresenta una delle maggiori risorse economiche dell'area; diventa fondamentale, però, sostenere lo sviluppo di un turismo legato alle produzioni tipiche locali e alla valorizzazione delle tradizioni e del territorio, da cui questi prodotti derivano.

Affinché questo nuovo tipo di turismo si possa affermare sul mercato è necessario proporre ai potenziali clienti nuove formule e quindi “pacchetti” di offerta che consentano loro sia la fruizione delle innumerevoli bellezze naturali sia la possibilità di avvicinarsi al territorio attraverso la conoscenza delle sue produzioni agricole e artigianali, attività che nel tempo hanno contribuito in modo significativo a modellare il paesaggio e a scrivere la storia del nostro territorio.

La costruzione di pacchetti costituirà lo spazio operativo in cui coordinare gli interventi già esistenti nell'area, creando uno spazio di valorizzazione operativa ed economica di tutte le iniziative in atto e, di conseguenza di tutti gli attori economici ad esse collegati.

Tra gli obiettivi generali si segnalano:

- Diversificazione dell'offerta turistica per le diverse utenze;
- Creazione di una rete di strutture ricettive adatte alle diverse categorie;
- Attuazione di corrette politiche di marketing territoriale volte ad offrire, ad una domanda sempre più segmentata, idonei pacchetti turistici.

#### **Obiettivi specifici**

- Diffusione di forme di conoscenza del territorio rispettose della sua cultura;
- Riscoperta dei valori ambientali da parte della popolazione residente;
- Razionalizzazione dei flussi turistici sia in termini spaziali-geografici che stagionali;
- Incremento del livello di consapevolezza dei valori ambientali e culturali nelle persone residenti e nei turisti;
- Implementazione di forme di turismo controllato;

- Rafforzamento della manutenzione del territorio, a fronte di una reale possibilità per gli agricoltori di realizzare prezzi equi, e quindi di continuare ad operare, grazie ad una fruizione turistica del territorio di qualità;
- Coinvolgimento positivo di diverse generazioni e passaggio intergenerazionale di conoscenze e competenze legate al mondo rurale.

## TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                     |                                                             |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale                | <input type="checkbox"/> Regolamento                        |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche                | <input type="checkbox"/> Buone prassi                       |
| <input type="checkbox"/> Riqualficazione ambientale                 | <input checked="" type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                         | <input checked="" type="checkbox"/> Azioni di sviluppo      |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                    | <input type="checkbox"/> Altro                              |
| <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                             |

## RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 *"Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese"*, da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. *"Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005"*, che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 *"Organizzazione turistica regionale"*, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – *"Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m."*) che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo (2005)* - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;

- Legge n. 217/1983 “*Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica*”;
- Legge n. 135/2001 “*Riforma della legislazione nazionale del turismo*”;
- L.R. 21/2003 “*Disciplina delle attività escursionistiche e reti escursionistiche della Puglia*”.

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'**

Il patrimonio territoriale dovrà essere confezionato con una strategia di marketing, creando **pacchetti turistici specifici** dotandoli sia degli adeguati strumenti di divulgazione (guide, depliant, cartine, video), sia mediandolo verso i fruitori attraverso il senso di accoglienza e le capacità delle guide e degli animatori, veri e propri mediatori culturali di un patrimonio in cambiamento.

Questo prodotto dovrà uscire all'esterno, essere messo sul mercato, distribuito, comunicato, venduto, come un vero e proprio prodotto unico. La realizzazione dei pacchetti deriverà dall'analisi delle richieste di mercato relazionandole con quelle che sono le peculiarità del territorio e della sua offerta di risorse turistiche (come definite T1) e contemplerà la **creazione di itinerari, promozione di eventi e manifestazioni, l'offerta di servizi ricettivi e ristorativi differenziati per target di utenza.**

Sarà possibile proporre pacchetti turistici comprendenti:

- la partecipazione agli eventi principali;
- la possibilità di scegliere tra alcune delle manifestazioni "a latere";
- l'alloggio presso uno degli operatori convenzionati (con possibilità di scelta tra le diverse tipologie);
- la prenotazione di cene a tema presso i ristoranti convenzionati;
- la possibilità di acquistare prodotti locali agroalimentari e artigianali.

I pacchetti turistici avranno caratteristiche e prezzi unificati in tutto il territorio di realizzazione del progetto. Potrà essere distribuita una "CARD-A21", che i turisti potranno richiedere durante le manifestazioni o tramite il sito Internet dedicato alle iniziative. Con questa tessera sarà possibile usufruire di sconti presso tutte le strutture convenzionate per l'acquisto dei prodotti ed essere iscritti ad una mailing list che permetterà di ricevere una newsletter di aggiornamento sulle diverse iniziative avviate.

Nello spirito di messa in rete che caratterizzerà il progetto, si ritiene necessario e maggiormente efficace realizzare un'azione comune di promozione che consideri tutte le iniziative e le manifestazioni, garantendo quindi al progetto quell'unità ed impatto necessari per il suo successo. L'azione promozionale sarà condotta utilizzando strumenti

tradizionali (guide, depliant, brochure e campagne stampa) ma anche strumenti innovativi. In tal senso, sarà infatti realizzato un portale interamente e specificatamente dedicato al progetto. La gestione complessiva del prodotto turistico innovativo garantirà la riuscita delle singole attività imprenditoriali e la persistenza dei posti di lavoro creati, e, attraverso la possibilità di entrare nella rete europea, potrà attivare nuovi flussi di arrivo.

Per la scelta dei pacchetti turistici che promuovano un turismo sostenibile e diversificato e per l'assegnazione dei contributi regionali, provinciali e comunali, si dovrà ricorrere ad un bando, in cui si dovranno adottare i seguenti criteri premiali di selezione:

- Rispondenza del progetto agli obiettivi dell'azione;
- Collegamento con altri progetti avviati sul territorio o con altre azioni del Piano;
- Coinvolgimento, in fase progettuale, di altri soggetti operanti nel settore turistico;
- Coinvolgimento, in fase progettuale, di soggetti operanti in altri settori (sociale, ambientale, produttivo agricolo e artigianale);
- Copertura territoriale del progetto (su tutto il territorio in esame o solo su una parte di esso);
- Esperienza del soggetto realizzatore nella progettazione di iniziative analoghe;
- Realizzazione di prodotti rivolti a target specifici (con particolare riferimento a: anziani, portatori di handicap, bambini, donne, ecc.).

I criteri di selezione sopra indicati potranno essere ulteriormente specificati al momento della predisposizione del bando.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica, Commercio).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Sovrintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, Associazioni di promozione sociale, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, guide turistiche, accompagnatori turistici, ecc.

### Stakeholders

Cittadini, turisti.

### AZIONI

T1, T3, T4, T5, T6

### COLLEGATE

### COSTI PREVISTI

L'efficacia dell'azione sarà direttamente proporzionale all'investimento. Per poter attuare tale azione, ad ogni modo, si possono quantificare i costi per la realizzazione e gestione del portale dedicato alla divulgazione dei pacchetti turistici: € 15.000,00. Saranno inoltre previsti contributi per l'implementazione dei pacchetti turistici assegnati tramite le modalità di finanziamento di seguito riportate.

### MODALITA' DI FINANZIAMENTO

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013 (nell'ambito delle misure F.S.E.), di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea. Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno del portale internet. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 3.500,00 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

### TEMPI

16 mesi, comprensivi delle attività di scelta dei pacchetti turistici idonei (quattro mesi), della realizzazione e gestione del portale dedicato alla divulgazione dei pacchetti turistici (due mesi) e delle attività di divulgazione (dodici mesi), secondo il seguente cronoprogramma:

	Mesi																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
a Scelta dei pacchetti turistici idonei	4 mesi																
b Portale dedicato alla divulgazione dei pacchetti turistici			2 mesi														
c Divulgazione dei pacchetti turistici idonei					12 mesi												

**SESSIONE TEMATICA: “SISTEMA INTEGRATO TURISMO -  
CULTURA - TRADIZIONI”**

**AZIONI DI MIGLIORAMENTO DELLA FRUIZIONE DEI  
BENI AMBIENTALI**

## AZIONE T5

### Titolo dell'azione

***“Promuovere interventi di recupero e valorizzazione dei beni storici, culturali e naturalistici, nonché delle strutture storiche, rurali, ecc., per favorire un turismo sostenibile e sociale”***

### OBIETTIVI

#### Obiettivi generali

- Valorizzare il comprensorio che, seppur rilevante dal punto di vista naturalistico e culturale, è ancora estraneo ai flussi turistici di rilievo, proprio perché non sufficientemente attrezzato dal punto di vista ricettivo;
- Conferire valore aggiunto al prodotto turistico, in termini di identità territoriale e quindi di unicità del medesimo;
- Incentivare la frequentazione e permanenza di un maggior numero di visitatori nell'area;
- Recuperare e valorizzare edifici di pregio storico ed architettonico.

#### Obiettivi specifici

- Riscoprire valori ambientali, storico-culturali e naturalistici da parte della popolazione residente;
- Diffondere agli ospiti forme di conoscenza del territorio rispettose della cultura locale;
- Migliorare la fruizione dei beni storici e culturali;
- Restituire il valore e la fruibilità di quella parte del patrimonio architettonico in stato di abbandono, mediante la ristrutturazione o il restauro;
- Riqualficare le strutture secondo canoni architettonici tradizionali a minor impatto ambientale;
- Valorizzare l'aspetto sociale nelle attività di ristrutturazione e recupero funzionale (abbattimento barriere architettoniche, ecc.)
- Creare forme di recettività turistica a basso costo, rivolta a incrementare il flusso del turismo giovanile.

## TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                     |                                                  |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale                | <input type="checkbox"/> Regolamento             |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche                | <input type="checkbox"/> Buone prassi            |
| <input checked="" type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale     | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                         | <input type="checkbox"/> Azioni di sviluppo      |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                    | <input type="checkbox"/> Altro                   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                  |

## RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 "*Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese*", da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. "*Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005*", che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 "*Organizzazione turistica regionale*", che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – "*Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.*") che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo (2005)* - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 "*Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica*";
- Legge n. 135/2001 "*Riforma della legislazione nazionale del turismo*";
- Legge n. 378/2003 "*Disposizioni per la tutela e la valorizzazione dell'architettura rurale*".

- L.R. 21/2003 “*Disciplina delle attività escursionistiche e reti escursionistiche della Puglia*”;
- D.G.R. 574/2002, “*Approvazione Programma di Iniziativa Comunitaria Leader + della Puglia 2000-2006*”.

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA’**

Il territorio in esame, durante il corso del tempo, ha mantenuto integre le sue linee paesaggistiche fondamentali grazie alla spiccata vocazione agricola e rurale. La cultura rurale ha generato una molteplicità di siti storici, architettonici, civili e religiosi di grande pregio sparsi su tutta l’area. Tali siti, oltre ad essere resi raggiungibili attraverso una adeguata rete di percorrenze, dovranno essere oggetto di **interventi di recupero**, che avranno un ruolo prioritario e strategico per il perseguimento degli obiettivi finali.

Al fine di dare la massima visibilità a beni di alta rilevanza storica, sarà necessario migliorarne la fruibilità e la conoscenza, attraverso una attenta campagna informativa e la predisposizione di cataloghi e di altro materiale documentale. Naturalmente la visita ai siti di interesse e ai musei sarà inserita nei pacchetti turistici, nei percorsi tematici e rappresenterà uno dei temi più qualificanti delle attività di formazione culturale previste dal S.T.L., al fine, non solo di incrementare il flusso dei visitatori, ma soprattutto di migliorare la conoscenza dei luoghi.

**In tali siti si potranno ospitare durante tutto l’anno eventi musicali e teatrali di grande importanza per la diffusione della cultura su tutto il territorio e di grande richiamo anche per i turisti.** Questi eventi potranno essere realizzati da numerose associazioni di volontariato.

Un ottimo biglietto da visita per presentare un territorio, disegnato dal rapporto tra l’uomo e la natura, può essere la **realizzazione di musei**, all’interno di edifici storici da recuperare e valorizzare.

Per la scelta dei progetti che promuovono un turismo sostenibile e diversificato e per l’assegnazione dei contributi regionali, provinciali e comunali, si dovrà ricorrere ad un bando attraverso il quale valutare e finanziare i progetti nei quali siano presenti le seguenti tipologie di intervento:

1. Censimento dei beni storici, culturali e naturalistici, nonché delle strutture storiche, rurali esistenti sul territorio;
2. Censimento delle manifestazioni culturali e tradizionali presenti sul territorio, coordinamento ragionato delle stesse nel profilo logistico e territoriale, al fine di costruire un “circuitone delle manifestazioni culturali”, e realizzazione di materiale promozionale;

3. Organizzazione di visite guidate nei luoghi più rappresentativi, rivolte ai bambini, agli adolescenti, ai giovani, agli adulti residenti e ai turisti;
4. Organizzazione di manifestazioni collegate alla cultura, all'arte e alla tradizione;
5. Organizzazione di una rete di servizi ed eventi che permetta di collegare la fruizione di ogni singolo luogo con l'offerta culturale locale (coordinamento di calendari, promozione integrata e collegata, eventi coordinati e collegati, costruzione di cartelloni locali di iniziative, informazione reciproca, uniformità d'informazione e d'immagine, coordinamento fra gli eventi culturali e la offerta turistica, ecc.).

Inoltre, si dovranno adottare i seguenti criteri premiali di selezione:

- Esperienza nella realizzazione di progetti analoghi;
- Collegamento con altre attività analoghe esistenti o previste dall'attività pianificatoria;
- Coinvolgimento nella fase progettuale e realizzativa di altri soggetti (operatori agricoli, turistici, ecc.);
- Copertura territoriale (un solo Comune, più Comuni limitrofi, tutta l'area, ecc.);
- Disponibilità di personale qualificato;
- Qualità, capacità di comprendere le risorse del territorio e completezza della proposta;
- Collegamento dell'evento con la storia, la tradizione e la cultura locali;
- Partecipazione di più beneficiari alla realizzazione di un singolo evento o di un ciclo di eventi;
- Utilizzo di strutture recuperate con altri interventi previsti dal S.T.L..

I criteri di selezione sopra indicati potranno essere ulteriormente specificati al momento della predisposizione del bando.

Tramite i progetti, si affiderà la gestione dei beni da recuperare e valorizzare, mediante la stipula di protocolli di intesa, ad operatori privati, i quali, pur utilizzandoli ai loro scopi economici, provvederanno integralmente al recupero ed alla manutenzione.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Soprintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici

(Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, Associazioni di promozione sociale, Istituti di Credito, proprietari manufatti storico-culturali-rurali, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

### **AZIONI**

T1, T2, T4, T7, T8, T12

### **COLLEGATE**

### **COSTI PREVISTI**

La realizzazione dell'azione sarà direttamente proporzionale

Per poter attuare tale azione si possono stimare i seguenti costi:

- Procedure per la selezione dei progetti di valorizzazione tramite bando di gara : € 5.000,00;
- Contributi per l'implementazione dei progetti prescelti, che potranno anche essere assegnati tramite le modalità di finanziamento riportate al punto successivo: € 50.000,00 per ogni singolo progetto.

### **MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013, di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

### **TEMPI**

I tempi previsti per la scelta di progetti di valorizzazione più idonei sono stimabili in sei mesi (comprensivi della stipula dei protocolli di intesa), mentre la tempistica per la realizzazione dei singoli progetti non è al momento quantificabile.

## AZIONE T7

### Titolo dell'azione

#### **"Piano della mobilità turistica"**

#### OBIETTIVI

##### Obiettivi generali

- Agevolare l'accesso dei turisti a tutte le aree di interesse;
- Ridurre al minimo l'impatto della mobilità turistica sul territorio.

##### Obiettivi specifici

- Migliorare e coordinare l'offerta dei trasporti pubblici ed i collegamenti tra i vari siti di interesse turistico;
- Sperimentare forme di regolarizzazione del traffico nei centri storici;
- Uniformare la segnaletica turistica;
- Individuare aree di parcheggio a servizio dei siti turistici;
- Promuovere in sistema integrato di itinerari ciclo-pedonali.

#### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                                     |                                                        |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento                   |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche                | <input type="checkbox"/> Buone prassi                  |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale                | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione       |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato                         | <input checked="" type="checkbox"/> Azioni di sviluppo |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale                    | <input type="checkbox"/> Altro                         |
| <input checked="" type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                        |

#### RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per inquadrare l'intero settore sono i seguenti:

- *Piani Urbani del Traffico (P.U.T.)*: i sei comuni aderenti al consorzio per l'attivazione del processo di Agenda 21 Locale hanno provveduto alla elaborazione del Piano Urbano del Traffico con il quale hanno inteso definire tutti gli interventi per il miglioramento delle condizioni di circolazione oltre che della sicurezza stradale. Al momento i piani sono in attesa di approvazione da parte delle Amministrazioni comunali;
- D.G.R. 200 del 02.03.2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – “*Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e*”

- successive modifiche”) che ha approvato il documento programmatico pluriennale;
- L.R. 1/2002 “*Organizzazione turistica regionale*”, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica (art. 3, comma 1) ai sensi della L.R. 13/2000 di attuazione dei POR, nonché di redigere un Regolamento - ad oggi non ancora predisposto (art. 5) - per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo degli S.T.L. (Sistemi Turistici Locali);
  - *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo* - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
  - L.R. 18/2002 “*Testo unico sulla disciplina del trasporto pubblico locale*”;
  - L.R. 6/2002 “*Regolamento regionale per la realizzazione di opere finalizzate alla valorizzazione ed allo sviluppo della mobilità ciclistica*”;
  - *Piano Regionale dei Trasporti 2002* - Regione Puglia.

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA’**

Per raggiungere gli obiettivi prima indicati, occorrerà redigere un **Piano della mobilità turistica** che regoli e sviluppi il turismo secondo canoni di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Il territorio in esame, per ragioni morfologiche e strutturali, non sempre è stato in grado di gestire e mantenere il passo con la domanda, evidenziando ritardi e congestioni che potrebbero creare un blocco della crescita turistica; questo risulta ancora più chiaro se si pensa al cambiamento della domanda che è divenuta più dinamica rispetto al passato.

Quindi, per risolvere queste carenze, il Piano della mobilità turistica dovrà ipotizzare alcuni cambiamenti, quali:

- Migliorare la dotazione di nuove infrastrutture e di quelle esistenti, curando la manutenzione, innalzando gli standard di sicurezza, migliorando l’accessibilità e le informazioni delle reti più importanti;
- Sviluppare la rete dei trasporti correlata ai flussi turistici;
- Coordinare i sistemi di mobilità intesa come pluralità di modalità interconnesse e coerenti tra loro;
- Diminuire la durata del viaggio attraverso le intermodalità, attraverso un miglioramento intersettoriale e non dei singoli sistemi di trasporto, poiché ad esempio incrementare le reti aeree o ferroviarie risulta inutile se non si prevedono adeguate forme di coordinamento con le altre modalità di trasporto utili a collegare gli utenti alla partenza e alla destinazione.

Tale Piano dovrà individuare, inoltre, gli strumenti necessari per conseguire una concreta cooperazione con gli operatori del trasporto locale, in aggiunta ai punti informativi, percorsi e itinerari turistici su internet e segnaletica. Sarà indispensabile anche estendere a questo livello l'uso di card e agevolazioni tariffarie, tanto da poter dar luogo a nuove forme di convenzioni (autonoleggi, bici, moto, ecc.).

La redazione di tale Piano sarà necessariamente affidata all'esterno a professionisti esperti del settore, data la necessità di specifiche competenze.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, Ferrovie Sud-Est, Aziende private operanti nel settore dei trasporti, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

## **AZIONI**

T2, T5, T9, T11

## **COLLEGATE**

## **COSTI PREVISTI**

Per la redazione di tale strumento di pianificazione si può stimare una spesa pari € 150.000,00.

## **MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione del Piano della mobilità turistica potrebbero essere reperite attraverso il Programma Operativo Regionale 2007-2013 (nell'ambito delle misure F.E.S.R.), di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

## **TEMPI**

I tempi previsti per la redazione del Piano di mobilità turistica possono essere stimati in complessivi diciassette mesi così suddivisi:

- Scelta, attraverso un bando di gara, dei professionisti: cinque mesi;
- Redazione del Piano di mobilità: dodici mesi a partire dalla scelta dei professionisti incaricati.

## AZIONE T9

### Titolo dell'azione

#### ***“Centro di coordinamento e gestione dei flussi turistici sul territorio”***

### OBIETTIVI

#### **Obiettivi generali**

- Individuare nuove politiche di attrazione turistica attraverso l'aggregazione di soggetti pubblici e privati, attribuendo alle rispettive componenti pari dignità ispirandosi al principio di sussidiarietà e ritenendo che l'interrelazione tra pubblico e privato, nel rispetto delle reciproche funzioni e competenze;
- Portare il territorio in esame a posizionarsi nel mercato nazionale e internazionale con le sue specificità qualitative e quantitative, in modo da realizzare un significativo incremento dei flussi turistici;
- Mettere a sistema l'offerta ricettiva presente sul territorio in modo da consentire al potenziale visitatore di disporre sempre di un elenco di strutture ricettive e quindi di trovare sempre una struttura in grado di accoglierlo secondo le sue esigenze;
- Riequilibrare e stabilizzare la stagionalità del movimento turistico, potenziando la crescita delle attività che sono direttamente legate al turismo culturale, rurale e ambientale.

#### **Obiettivi specifici**

- Creare un Centro di Coordinamento, attraverso il quale svolgere attività di promozione delle azioni e delle attività previste nel Piano di Azione, finalizzate alla valorizzazione del patrimonio culturale e naturale ed al potenziamento dell'ambiente economico e di gestione dei flussi turistici;
- Mettere in relazione tra loro, in maniera stabile e permanente, tutti i soggetti chiamati, per fini istituzionali o per il loro ruolo sociale ed economico, a contribuire allo sviluppo del territorio.

Attraverso tale iniziativa si prevede di impiantare e consolidare una struttura nella quale concorrono elementi materiali ed immateriali, risorse umane qualificate, soggetti istituzionali, organizzazioni di categoria ed imprese, in una logica integrata, fondata su interazioni tra operatori, settori e progetti.

La gestione operativa delle attività del Centro di Coordinamento avverrà attraverso la realizzazione di Portale Unico per i Servizi Turistici e la Promozione del Territorio.

## TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                          |                                                          |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento                     |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche     | <input type="checkbox"/> Buone prassi                    |
| <input type="checkbox"/> Riqualficazione ambientale      | <input type="checkbox"/> Formazione/informazione         |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato              | <input checked="" type="checkbox"/> Azioni di sviluppo   |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale         | <input checked="" type="checkbox"/> Altro: Coordinamento |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                          |

## RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 "*Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese*", da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. "*Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005*", che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 "*Organizzazione turistica regionale*", che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);
- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – "*Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.*") che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo* (2005) - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 "*Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell'offerta turistica*";
- Legge n. 135/2001 "*Riforma della legislazione nazionale del turismo*".
- L.R. 21/2003 "*Disciplina delle attività escursionistiche e reti escursionistiche della Puglia*".

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'**

L'iniziativa si configura come un tipico progetto congiunto e di sistema a rete, che si propone di offrire pacchetti integrati di servizi al potenziale visitatore. La rete deve essere intesa, sia come rete fisica di sportelli/servizi collocati fisicamente nella sede dei Comuni e degli altri soggetti aderenti, presidiati da risorse umane dedicate, sia come rete virtuale (Internet), sulla quale il progetto potrà essere presente con un proprio portale di accesso a tutti gli strumenti di servizio realizzati. La logica di rete permette di collegare tra loro gli Enti, le scuole e le organizzazioni delle categorie produttive per favorire lo scambio reciproco di esperienze, la costruzione e l'arricchimento di banche dati comuni, creando sinergie e sfruttando il principio delle "best practices". Ciascun operatore di rete sarà in grado di:

- generare informazioni strutturate e compatibili con i vari sistemi in atto utilizzati;
- sviluppare pagine personali di presentazione dell'organizzazione, degli uffici e dei servizi in maniera uniforme e coordinata;
- ricevere/inviare messaggi e comunicazioni;
- alimentare aree virtuali create ad hoc nei siti istituzionali dei vari soggetti con informazioni relative al proprio territorio, agli eventi e alle iniziative di interesse turistico/culturali, che convergeranno in automatico in un Portale Unico per i Servizi Turistici e la Promozione del Territorio;
- utilizzare strumenti di gestione efficace delle risorse e dei servizi;
- monitorare la fruizione e le performance dei servizi on line.

Alcune funzioni saranno così veicolate verso il mondo esterno tramite internet, consentendo agli utenti di poter accedere, attraverso aree dedicate presenti nel Portale Unico, ad informazioni sia in forma pubblica che riservata con opportuni sistemi di sicurezza e di controllo degli accessi.

Altre potranno essere diffuse, grazie alla piattaforma impiegata, attraverso servizi WAP, GSM, SMS, call center, e-mail, terminali fisici, colonnine multimediali e chioschi informatici di tipo info-point, in base alla tipologia dell'informazione e di utenza (turisti, Pubbliche Amministrazioni, cittadini, imprese, strutture ricettive, ecc.).

Le caratteristiche del Portale risponderanno a requisiti di immediatezza e semplicità, strutturando le informazioni provenienti da diversi soggetti in maniera uniforme, con un'unica interfaccia, con un sistema di interrogazione e di "navigazione" intuitivo per consentire anche ai soggetti meno esperti l'accesso alle informazioni e ai servizi erogati.

Attraverso il Portale si dovrà costruire ed immettere in rete un sistema moderno e completo di fruizione del territorio, realizzando:

1. Il database dei siti geologici-naturalistici di rilievo;
2. La guida al territorio attraverso un sistema grafico di percorsi di visita e di servizi a supporto del turista (riferito al target del turismo naturalistico – culturale) redatta per itinerari tematici;
3. La mappa dei pacchetti turistici;
4. Un sistema di fruizione dei servizi: qualità dell'accoglienza, collegamenti e trasporti, assistenza, shopping e curiosità;
5. Un sistema moderno di gestione dei beni e dei servizi, caratterizzato dalla promozione, dalla integrazione fra la funzione di attrattori dei beni culturali e naturali, la valorizzazione dei prodotti tipici, delle tradizioni e dell'identità locale, finalizzati a rendere possibile una destagionalizzazione dei flussi turistici;
6. Il calendario degli eventi (fiere, mercati, manifestazioni, congressi, feste e sagre);
7. Azioni di promozione ed assistenza tecnica alle imprese anche attraverso la creazione di cataloghi on-line, offerte di prodotti tipici e servizi;
8. La mappa della ricettività (dove mangiare e dove dormire);
9. I luoghi del tempo libero, dello sport e del benessere;
10. Servizi turistici, info e numeri utili (Agenzie viaggi, guide turistiche ed escursionistiche, interpreti ed accompagnatori turistici).

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica, Commercio).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Comuni limitrofi, Pro Loco, Soprintendenza ai Beni Culturali, Architettonici ed Ambientali, Operatori turistici pubblici (Consorzio Turistico Trulli Grotte Mare), Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari, Consumatori), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

## **AZIONI**

T1, T3, T7

## **COLLEGATE**

## **COSTI PREVISTI**

I costi per la realizzazione dell'intervento sono stimabili, tenendo conto, di quelli previsti per l'azione T1, in:

- a. Consulenza e realizzazione del portale internet: € 14.000,00 (già previsto dall'azione T1);
- b. Installazione, collaudo e formazione del personale tecnico specialistico: € 4.000,00 (già previsto dall'azione T1);
- c. Gestione del portale internet: € 15.000,00 annuo per tre anni;
- d. Coordinamento delle attività: € 4.000,00

**TOTALE € 49.000,00**

I costi per la creazione del Centro di Coordinamento e quelli relativi al personale interno messo a disposizione per il raggiungimento degli obiettivi da parte delle Amministrazioni, saranno a carico degli enti pubblici di appartenenza.

## **MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma Operativo Regionale 2007-2013 (nell'ambito delle misure F.E.S.R.), di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno del portale internet. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 3.500 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

## **TEMPI**

I tempi per la creazione del Centro di Coordinamento sono stimabili in tre mesi, mentre è prevista una gestione triennale del Portale Unico per i Servizi Turistici e la Promozione del Territorio.

## SESSIONE TEMATICA: “**SISTEMA INTEGRATO TURISMO - CULTURA - TRADIZIONI**”

### **AZIONI DI FORMAZIONE**

## AZIONE T11

### Titolo dell'azione

**“Formazione dell’animatore turistico e riqualificazione delle professionalità esistenti”**

### OBIETTIVI

#### Obiettivi generali

- Innalzare il livello dell'offerta turistica del territorio dei sei Comuni;
- Accrescere il livello di professionalità degli addetti già operanti nel settore turistico.

#### Obiettivi specifici

- Accrescere il numero di operatori qualificati disponibili in un segmento fondamentale dell'industria turistica locale;
- Valorizzare la filiera turistica attraverso l'incremento della occupazione nel settore.

### TIPOLOGIA DELLE ATTIVITA'

- |                                                          |                                                             |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pianificazione territoriale     | <input type="checkbox"/> Regolamento                        |
| <input type="checkbox"/> Costruzione opere pubbliche     | <input type="checkbox"/> Buone prassi                       |
| <input type="checkbox"/> Riqualificazione ambientale     | <input checked="" type="checkbox"/> Formazione/informazione |
| <input type="checkbox"/> Ricerca di mercato              | <input type="checkbox"/> Azioni di sviluppo                 |
| <input type="checkbox"/> Monitoraggio ambientale         | <input type="checkbox"/> Altro                              |
| <input type="checkbox"/> Comunicazione/sensibilizzazione |                                                             |

### RIFERIMENTI A NORME, PIANI E PROGRAMMI

I riferimenti normativi e programmatori, necessari per la pianificazione strategica dell'intero settore e per inquadrare, nel complesso, tutte le attività necessarie a sviluppare e far emergere le ampie potenzialità dell'intero sistema turistico regionale e locale, sono i seguenti:

- L.R. 28/1978 “*Interventi della Regione per la promozione del turismo pugliese*”, da ultimo modificata e integrata nell'agosto 2005 con la L.R. “*Seconda variazione al Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2005*”, che ha introdotto la predisposizione di Programmi triennali tecnico-finanziari di promozione turistica e Piani annuali di attuazione;
- L.R. 1/2002 “*Organizzazione turistica regionale*”, che assegna alla Giunta il compito di approvare periodicamente le direttive regionali

ed il piano regionale di promozione turistica, nonché di redigere un Regolamento per definire le modalità e la misura dei finanziamenti dei progetti di sviluppo dei Sistemi Turistici Locali (S.T.L.);

- D.G.R. 200/2005 (Oggetto: Legge 135/2001 – POR Puglia 2000-2006 – Misura 4.15 – “*Direttive generali e piano di promozione turistica 2004–2005–2006 in attuazione della L.R. 28/78 e s.m.*”) che approva il documento programmatico pluriennale;
- *Linee guida degli interventi di politica turistica regionale. Atto di indirizzo* (2005) - Assessorato al turismo ed industria alberghiera della Regione Puglia;
- Legge n. 217/1983 “*Legge Quadro per il turismo e interventi per il potenziamento e la qualificazione dell’offerta turistica*”;
- Legge n. 135/2001 “*Riforma della legislazione nazionale del turismo*”.

## **DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA’**

Al fine di realizzare gli obiettivi individuati, sarà necessario promuovere percorsi formativi orientati alla valorizzazione del territorio ed allo sviluppo sostenibile e finalizzati a trasmettere competenze specifiche nel settore turistico.

L’animatore turistico è la persona che si occupa della gestione del tempo libero e delle attività ricreative: presso un villaggio turistico, durante un viaggio organizzato, presso un grande albergo o un campeggio di notevoli dimensioni. È suo compito curare i vari momenti della giornata degli ospiti, fornendo loro assistenza, aiuto e stimolandoli per rendere più gradevole il loro soggiorno.

Tale azione rappresenta un modo per far evolvere la figura di *animatore turistico* verso quella dell’*animatore turistico-ambientale*, con una sempre maggior evidenziazione della caratteristica e dello stile “animativi” combinati con l’esigenza della valorizzazione della cultura e dell’ambiente, nel senso di renderli strumenti idonei per una crescita della persona nella sua globalità. E’ quindi uno strumento privilegiato per formare la persona ad un corretto rapporto con l’ambiente, visto come sistema complesso di interrelazioni tra le realtà naturali, fisiche e biologiche di un territorio e le realtà umane, sociali, economiche, etniche, scientifiche e religiose, che formano ed hanno formato in passato la cultura presente sul territorio.

Saranno pertanto organizzati corsi finalizzati alla formazione della figura di *Animatore Turistico Ambientale* quale risposta alle richieste del mercato che impongono una nuova forma di turismo “sostenibile”, che esprime un turismo a basso impatto sul territorio e rispettoso sia dell’ambiente che della salute dell’individuo.

Tali corsi dovranno essere rivolti non solo ai giovani disoccupati ma agli operatori turistici già operanti nel settore.

Sarà inoltre opportuno provvedere alla stipula dei protocolli di Intesa tra i Comuni coinvolti e le scuole di formazione.

## **ATTORI**

### **Soggetti attuatori**

Comuni interessati (settore Turismo, Ambiente, Urbanistica, Commercio).

### **Soggetti coinvolti**

Regione, Provincia, Pro Loco, Associazioni di Categoria (Camera di Commercio, A.P.T. della provincia di Bari), Associazioni ambientaliste, Associazioni Culturali e Turistiche, strutture ricettive, bed & breakfast, ristoranti, agriturismi, campeggi, ostelli, stabilimenti balneari, agenzie di viaggio, fiere, guide turistiche, accompagnatori turistici, Enti di Formazione ed Università, ecc.

### **Stakeholders**

Cittadini, turisti.

## **AZIONI**

### **COLLEGATE**

T1, T3, T6, T7

## **COSTI PREVISTI**

I costi inerenti la realizzazione dei corsi di formazione dipenderanno dal numero di persone che si intenderà formare e che dipenderà dagli esiti dei questionari di cui all'azione T10. In ogni caso potranno essere distribuite borse di studio per diplomati e neo-laureati, ognuna del valore di € 16.000,00, mentre i costi dell'organizzazione dei corsi stessi (sede, materiale informativi, docenze) potranno essere reperiti attraverso sia sponsorizzazioni di operatori privati del settore, sia con finanziamenti da parte delle amministrazioni locali, regionali e provinciali.

I costi per le attività formative rivolte a coloro che già operano nel settore e che necessitano di qualificazione saranno a carico degli stessi partecipanti o delle aziende a cui fanno capo.

## **MODALITA' DI FINANZIAMENTO**

Le risorse finanziarie per concorrere, almeno in parte, alla realizzazione di tale progetto potrebbero essere reperite nell'ambito del Programma

Operativo Regionale 2007-2013 (nell'ambito delle misure F.S.E.), di Progetti Integrati Territoriali (P.I.T.) e settoriali (P.I.S.), e dalla Comunità Europea.

Altre fonti di finanziamento potrebbero rinvenire da sponsorizzazioni da parte di alberghi, ristoranti, tour operator, agenzie di viaggi, ecc. da inserire all'interno dei spazi dedicati presenti nelle scuole di formazione. Tali sponsorizzazioni potrebbero variare da € 1.500,00 a € 2.500 in funzione della tipologia di spazio pubblicitario utilizzato.

## TEMPI

12 mesi, a partire dagli esiti dei questionari di cui all'azione T10 e dalla stipula dei protocolli di Intesa tra i Comuni coinvolti e le scuole di formazione, secondo il seguente cronoprogramma:

Mesi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<b>a Stipula dei Protocolli d'Intesa tra i Comuni e le scuole di formazione</b>	3 mesi														
<b>b Organizzazione dei corsi</b>				3 mesi											
<b>c Realizzazione dei corsi di formazione</b>							9 mesi								