Allegato "B" delib. n. 29 del 23/4/18

Programma Fondo di Perequazione 2015-2016

3. La Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo

Il progetto è gestito e coordinato dall'Unione Regionale come previsto dal format nazionale. Unioncamere Lombardia si farà quindi carico di contrattualizzare gli aspetti legati alla prestazione di servizi e promozione, mentre le Camere aderenti potranno scegliere se gestire direttamente la quota di attività territoriali ipotizzata, ovvero di avvalersi anche per esse del supporto dell'Unione regionale.

1. Mappa delle Opportunità

- Individuazione delle risorse attrattive (paesaggistici, naturali, culturali ed economici) presenti sul territorio lombardo - identificate sulla base delle analisi già svolte per il progetto "Cult City" - selezionando quelle più rilevanti per ogni territorio provinciale ed integrandole con supporto territoriale ed eventuali punti di interesse "emergenti" meno conosciuti ma d'interesse per il turista (piccole città d'arte, borghi, parchi, montagne, aree protette e aree rurali);
- Individuazione delle location ambientali, storiche, artistiche e culturali, verifica delle mappature esistenti con geo-localizzazione e mappe interattive dei musei, siti archeologico-culturali e naturali;
- Analisi delle strutture/destinazioni individuate anche in termini di accessibilità rispetto alle porte di accesso, sostenibilità, fruizione responsabile e interconnessione con altri attrattori presenti sul territorio;
- Incrocio dei dati sopra rilevati con itinerari e guide turistiche, imprese (sia culturali che ricettive) ed eventi tematici/progettualità.

Su questa base sarà possibile definire la "matrice delle opportunità" per ciascun attrattore (almeno 4 per ogni territorio) a supporto dell'identificazione del Sistema di Attrattori Locali, con particolare riferimento alla costruzione dei PIC (Piani Integrati per la Cultura) previsti dalla Legge Regionale 25/2016, rendendo evidenti le interconnessioni attuali e potenziali. Unioncamere Lombardia si avvarrà di Uniontrasporti che - in collaborazione con ISNART e il supporto di esperti identificati appositamente - gestirà il processo di analisi, raccolta e geo-localizzazione delle risorse attrattive, valorizzando una metodologia appena sviluppata per valutare la competitività delle destinazioni turistiche, anche rispetto al grado di accessibilità fisica e digitale; l'output finale sarà una mappa delle opportunità relativa a tutti gli attrattori analizzati, in grado di sintetizzarne punti di forza/debolezza, anche in funzione degli ambiti di intervento previsti dai PIC (identità culturale, creatività giovanile, promozione siti Unesco, itinerari e percorsi culturali) e in vista della restituzione dei risultati in funzione strategico prognostica, in sinergia con Explora e con il costituendo Ecosistema Digitale Turistico.

2. Specializzazione dell'osservazione economica

L'Unione Regionale - in stretta sinergia con le Camere di commercio ed Explora - effettuerà l'analisi specialistica di settore utilizzando e testando a livello locale le metodologie individuate a livello nazionale con utilizzo dei Big data, per individuare le linee di sviluppo dei prodotti turistici locali riconducibili alle destinazioni turistiche identificate e la loro integrazione con gli attrattori culturali, in vista della predisposizione dei PIC locali, consentendo così alle Camere lombarde di dare una prima attuazione concreta alla legge 25 e al dispositivo nazionale che le vede a

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Boldrin

supporto del comparto culturale, in ottica di attrattività territoriale e sviluppando così contenuti e azioni. Obiettivo è anche che questi contenuti possano dialogare con l'Osservatorio regionale del Turismo istituito da Regione Lombardia per fornire alle imprese strumenti più operativi sulla individuazione delle tendenze nelle singole destinazioni turistiche d'interesse e il percorso di posizionamento competitivo attuabile nel breve/medio periodo dalle imprese lombarde.

Analisi specialistica di settore: Monitoraggio "avanguardie imprenditoriali"

Uniontrasporti, in sinergia con le Camere di commercio, l'Unione regionale ed Explora, effettuerà la ricognizione, identificazione e valutazione delle migliori pratiche di gestione d'impresa - "avanguardie imprenditoriali" - più idonee a ispirare innovazioni funzionali allo sviluppo delle imprese turistiche, con l'obiettivo di disseminare poi tale innovazione tra le imprese nell'evento: "Turismo Cultura e Impresa".

Si tratta di reperire in modo analitico, attraverso lo scouting delle avanguardie imprenditoriali, almeno 5 buone pratiche per ogni territorio, relative ad offerte turistico-culturali di eccellenza da parte di imprese, reti d'impresa, sistemi turistici territoriali, relative a processi di particolare innovazione di prodotto, di organizzazione e di mercato così da strutturare un programma di disseminazione/contaminazione di tali innovazioni sul territorio e presso le imprese del turismo e della cultura. Si prevede inoltre di sperimentare le metodologie innovative sviluppate a livello centrale mediante un test su un attrattore per ogni territorio.

Per supportare il processo, Uniontrasporti dialogherà costantemente con le Camere di commercio/Unione regionale per l'identificazione delle avanguardie imprenditoriali, tenendo conto della metodologia nazionale. Fornirà inoltre supporto specialistico nelle singole fasi progettuali.

3. Realizzazione evento regionale "Turismo Cultura e Impresa" di Promozione e comunicazione

A conclusione della attività di analisi, mappatura, valutazione e integrazione sinergica, verrà organizzato un evento regionale di restituzione dei risultati, con possibili *mirror events* su tutto il territorio regionale presso le Camere di Commercio, in collaborazione con l'Unione Italiana, Regione Lombardia e le associazioni regionali di categoria.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Boldrin

4. BUDGET

Valorizzazione del patrimonio culturale e del turismo

	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	Lecco	Mantova	MI-MB-LO	Pavia	Sondrio	Varese	Totale Lombardia	Composizione delle spese	
Dimensione CCIAA	grande	grande	media	piccola	piccola	media	grande	media	piccola	media			
Totale costi per CCIAA	**32.000**	**32.000**	**32.000**	**32.000**	**32.000**	**32.000**	**96.000**	**32.000**	**32.000**	**32.000**	**384.000**		
Personale UCL	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	19.200,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	76.800,00	20%	fino al max 35%
Prestazione servizi (società inhouse, strutture sistema camerale, aziende speciali, strutture pubbliche e private, professionisti)	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	48.000,00	16.000,00	16.000,00	16.000,00	192.000,00	50%	fino al max 50%
Promozione (organizzazione seminari workshop, realizzazione stampa e materiali promozionali, acquisto spazi pubblicitari, altro)	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	19.200,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	76.800,00	20%	fino al max 20%
Altre spese (missioni personale, altro)	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	9.600,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	38.400,00	10%	fino al max 10%

Utilizzo di 1 FTE dell'Unione Regionale (70% impiegato 30% dirigente)

di cui costi gestiti direttamente dalle CCIAA per attività territoriali:

	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	Lecco	Mantova	MI-MB-LO	Pavia	Sondrio	Varese	Totale Lombardia
Totale costi gestiti dalle CCIAA	**3.200**	**3.200**	**3.200**	**3.200**	**3.200**	**3.200**	**9.600**	**3.200**	**3.200**	**3.200**	**38.400**
Promozione (organizzazione seminari workshop, realizzazione stampa e materiali promozionali, acquisto spazi pubblicitari, altro)	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	9.600,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	38.400,00
N° FTE che si presume di dedicare al progetto	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5	

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Boldrin