**Allegato B) Schema – Piano di Attività**

PIANO DI ATTIVITA’

PROGETTO (TITOLO): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**BADO PER L’EROGAZIONE DI CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO A FAVORE DI SOGGETTI TERZI SENZA SCOPO DI LUCRO E CON FINALITA’ DI SVILUPPO INTEGRATO DI PRODOTTI TURISTICI E PROMOZIONE DEL TERRITORIO**

**in coerenza ed in attuazione del Progetto strategico “Dolomiti Bellunesi: da Brand di Destinazione a Patrimonio Collettivo e del suo piano di Marketing Territoriale”**

**Codice intervento N. CUP: F89I23001100008**

*Il Piano di attività dovrà essere redatto in massimo* ***20 pagine*** *e dovrà essere firmato digitalmente o con firma olografa dal legale rappresentante del soggetto richiedente; potranno essere allegate al massimo ulteriori 20 pagine di documentazione a supporto.*

*Il Piano di attività deve prevedere e presentare tutti gli elementi e le informazioni richieste dal bando per la specifica tipologia di intervento, anche ai fini della eventuale classificazione e valutazione delle spese e della proposta progettuale.*

***A - DESCRIZIONE DEL SOGGETTO PROPONENTE***

| ***A.1 -  Competenza tecnico/amministrativa del soggetto proponente*** |
| --- |
| *Fornire una presentazione del proponente che metta in luce le sue competenze tecniche e gestionali e la sua capacità amministrativa.* |
|  |
| ***A.2 - Competenza professionale del soggetto proponente specifica in ambito turistico*** |
| *Descrivere l’esperienza specifica nel settore turistico* |
|  |
| ***A.3 - Ruolo del personale interno e coinvolgimento nelle attività progettuali*** |
| *Descrivere le modalità di coinvolgimento del personale del proponente ai fini della realizzazione del progetto; indicare le fasi e le attività che verranno svolte dal personale interno e le competenze che verranno messe a disposizione del progetto.* |
|  |

***B - DESCRIZIONE DELLA PROPOSTA PROGETTUALE***

| ***B1: Sintesi del progetto che si intende realizzare*** |
| --- |
| *Descrivere gli obiettivi di progetto e i risultati attesi, gli strumenti utilizzati, il grado di utilizzo di tecnologie digitali, la competenza turistica del proponente e l’ambito territoriale di riferimento, target di riferimento.* |
| ***Max 2.000 caratteri*** |

| ***B2: Descrizione analitica delle azioni da intraprendere*** |
| --- |
| *Descrivere nei riquadri sottostanti le azioni da compiere (rif. Articolo 3 del bando) per la realizzazione degli interventi ammissibili.* |
| *A.Azioni di Promozione, Comunicazione, Digital Marketing/Marketing Off Line per il posizionamento sul mercato dei prodotti turistici della destinazione Dolomiti Bellunesi:* |
| *B.Sviluppo di prodotti turistici e loro coordinamento con la Strategia complessiva della DMO ed il Brand di Destinazione:* |

***C – COERENZA DEL PROGETTO CON LA BRAND STRATEGY “DOLOMITI BELLUNESI”***

| ***C1: Coerenza del progetto con gli elementi fondamentali della Brand Strategy “Dolomiti Bellunesi” secondo i diversi parametri riportati nel Brand Book*** |
| --- |
| *Descrivere la coerenza del progetto con gli elementi fondamentali della Brand Strategy\_ Allegato C*  *“Dolomiti Bellunesi” secondo i diversi livelli riportati nel Brand Book Allegato D* |
|  |

***D – COERENZA DEL PROGETTO CON LA STRATEGIA DI GOIVERNANCE TURISTICA DELLA DMO***

| ***D1: Funzionalità del Progetto allo sviluppo di una o più Macro Aree Turistiche così come definite nel relativo Allegato F*** |
| --- |
| *Descrivere come il progetto sarà funzionale a favorire la costruzione di prodotti turistici e lo sviluppo di azioni di promozione, finalizzate ad accrescere l’identità di una o più Macro Aree Turistiche (così come definite all’interno dell’Allegato F).* |
|  |

***E – CAPACITA’ DEL PROGETTO DI VALORIZZARE I MACRO PRODOTTI DI TENDENZA DELLA DESTINAZIONE DOLOMITI BELLUNESI***

| ***E.1: Capacità del progetto di valorizzare i sistemi territoriali di appartenenza, sia in termini di sviluppo imprenditoriali, che in termini di promozione turistica con particolare riferimento ai Macro prodotti di tendenza inseriti all’interno del piano di marketing strategico della Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi e riportati nel relativo Allegato G.*** |
| --- |
| *Motivare la funzionalità e la correlazione del progetto con il Piano Strategico Triennale della DMO e del relativo Piano Marketing Strategico (Allegato E.2 e gli obiettivi correlati di cui all’articolo 1 del bando; l’analisi dei macro prodotti di tendenza di cui all’Allegato G* |
|  |

***F – INFORMAZIONE E PUBBLICITA’***

| ***F.1: Adeguatezza delle modalità scelte per la comunicazione*** |
| --- |
| *Descrivere la strategia di comunicazione e gli strumenti previsti in fase di attuazione e in seguito alla conclusione del progetto anche attraverso azioni coordinate con la fondazione DMO Dolomiti Bellunesi ed in coerenza con le prescrizioni di Comunicazione previste per i Fondi FCC* |
|  |

***G – SINERGIA CON ALTRE INIZIATIVE***

| ***G.1: Sinergia con azioni interregionali, transfrontaliere, transnazionali*** |
| --- |
|  |
| ***G.2: Capacità del progetto di valorizzare una promozione turistica attenta ai temi della sostenibilità e valorizzazione del territorio*** |
|  |

***H - CRONOPROGRAMMA***

| *Descrivere i tempi di realizzazione di ciascuna fase di sviluppo del Progetto* |
| --- |
|  |

***I – PREMIALITA’***

| ***I.1 -  Progetto proposto da soggetto che, al momento della presentazione della domanda di contributo, operino come ente gestore di un Ufficio Informazioni e Accoglienza Turistica (IAT) riconosciuto dalla Regione del Veneto*** |
| --- |
| *Indicare il punto IAT gestito, la data di inizio e scadenza della relativa convenzione, le azioni svolte nell’ambito di tale attività, le azioni correlate valorizzare attraverso il presente progetto.* |
|  |

***PIANO SPESE***

*Si prega di utilizzare il foglio di calcolo excel allegato e copiare all’interno della scheda progetto la relativa tabella di restituzione compilata secondo lo schema che segue:*

|  | ***DESCRIZIONE INVESTIMENTI*** | ***SPESA (al netto dell’IVA se non ammessa)*** | ***CONTRIBUTO RICHIESTO***  ***(80%)*** | ***COFINANZIAMENTO AGGIUNTIVO CON RISORSE PROPRIE***  ***(20%)*** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ***A*** | INVESTIMENTI E SERVIZI a supporto delle attività di Comunicazione e Marketing con particolare riferimento alle azioni riferite alla linea di intervento A. |  |  |  |
|  | ***Aggiungere righe…..*** |  |  |  |
| ***B*** | CONSULENZE E SERVIZI SPECIALISTICI\* funzionali allo sviluppo del Prodotto, accompagnamento strategico per la costruzione e rafforzamento di prodotti turistici ed esperienze in un’ottica di promo commercializzazione, sviluppo di materiale promozionale coordinato e consolidamento di prodotti ed esperienze turistiche finalizzate ad accrescere l’identità e proposta turistica delle 5 Macro Aree di Destinazione (IN COERENZA CON L’OBIETTIVO 5 DEL PIANO STRATEGICO). |  |  |  |
|  | ***Aggiungere righe…*** |  |  |  |
| ***C*** | *PERSONALE INTERNO (max 20% voce A e B)* |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| ***D*** | *SPESE GENERALI (5% voce A e B)* |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  | ***TOTALE*** |  |  |  |

data   \_\_\_\_\_\_\_\_\_ firma \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(del titolare/rappresentante legale)