

GREEN LINE

GREEN LINE

Integrazione tra risorse naturali, turismo e produzioni locali

Versione italiana

PREMESSA	3
IL PARTENARIATO	4
OBIETTIVO GENERALE	6
OBIETTIVI OPERATIVI	7
DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE	9
Fase 2 – Realizzazioni territoriali (informazione, animazione e interventi)	11
Fase 3 – PROMOZIONE COORDINATA della Green Line.....	13
Fase 4 – VALUTAZIONE	15
ASPETTI FINANZIARI	16
Crono - programma di spesa	17

GREEN LINE

Integrazione tra risorse naturali, turismo e produzioni locali

PREMESSA

Il progetto Green Line si basa sull'attivazione di un dialogo tra le opportunità di sviluppo turistico di costa ed entroterra rurale, organizzando in modo coordinato una strategia di sviluppo sostenibile dove l'offerta rurale possa integrarsi nel settore turistico tradizionale.

Le aree rurali che gravitano attorno a importanti centri di turismo sono i territori coinvolti nel progetto, in particolare:

- Lago di Garda: il più grande lago italiano, condiviso da 3 Regioni e 4 Province. Muove milioni di turisti ogni anno, ma l'offerta turistica balneare necessita di rinnovarsi introducendo in modo coordinato aspetti connessi ad ambiente, enogastronomia e sport eco-compatibili. Tali aspetti sono disponibilità dell'entroterra e delle aree montane limitrofe al lago, ma ancora non sono organizzati in modo unitario, sia dal punto di vista territoriale che progettuale. L'area di riferimento per il Lago di Garda viene identificata non solo nei territori Leader prossimi alla costa quali il territorio del GAL GardaValsabbia, ma con l'intero bacino benacense.
- Lago d'Idro e Lago d'Iseo: il complesso dei laghi Idro e Iseo è altro riferimento per i poli turistici che si legano a entroterra di grande valenza per risorse e biodiversità. Si considera importante che anche i bacini del Sebino e dell'Eridio possano mantenere un legame con un'importante azione di sviluppo territoriale.
- Lago Balaton: l'interesse per l'iniziativa da parte dell'Agenzia di Sviluppo del Lago Balaton e del GAL Balaton Uplands Action Group offre l'occasione per una cooperazione internazionale, verso l'attivazione di un Network europeo tra le destinazioni turistiche rurali dei grandi laghi Europei.

Tutti i territori coinvolti e in particolare il bacino Gardesano intendono sviluppare nuovi metodi di lavoro quali

il trasferimento del metodo Leader all'attuazione del progetto di cooperazione e all'organizzazione del partenariato. In particolare la costituzione di una cabina di regia permanente quale luogo di confronto e di costruzione di progettualità è uno strumento di straordinaria potenzialità per lo sviluppo del turismo Green. La possibilità di costruire delle piattaforme di regia e di progettualità rappresenta quindi la principale motivazione del progetto Green Line.

In quest'ottica il Garda rappresenta il centro di un nuovo approccio capace di proiettare il progetto all'interno del dibattito europeo sui nuovi modelli di sviluppo rurale.



IL PARTENARIATO

Al fine di costruire un progetto partecipato e capace di integrare le diverse componenti operanti per lo sviluppo sostenibile dei territori coinvolti si è costituito un significativo partenariato:

A - GRUPPI DI AZIONE LOCALE E SOGGETTI ASSIMILABILI OPERANTI NELLO SVILUPPO RURALE:

GAL GardaValsabbia codice fiscale/Partita IVA 02356600987 con sede in Via Ragazzi del '99, 5 - Salò (BS), beneficiario della misura 421 del PSR – Regione Lombardia, nella persona del proprio rappresentante legale Gianpiero Cipani, nato a Santa Margherita Ligure (GE), il 11/03/1948

GAL Baldo Lessinia, codice fiscale/Partita IVA 93102010233 con sede in Piazza Borgo,52 - Bosco Chiesanuova (VR), beneficiario della misura 421 del PSR – Regione Veneto, nella persona del proprio rappresentante legale Stefano Marcolini, nato a Verona, il 04/01/1964

GAL Colline Moreniche del Garda, codice fiscale/Partita IVA 02278400201 con sede in Piazza Castello,8/f - Cavriana (MN), beneficiario della misura 421 del PSR – Regione Lombardia, nella persona del proprio rappresentante legale Maurizio Pellizzer, nato a Monzambano (MN), il 25/12/1961

Gal Gólem, codice fiscale/Partita IVA 03157650981 con sede in Via Roma,41 - Sale Marasino (BS), beneficiario della misura 421 del PSR – Regione Lombardia, nella persona del proprio rappresentante legale Laura Boldi, nata a Brescia, il 24/09/1971

Balaton Uplands Action Group, codice fiscale/Partita IVA 19383475-1-19 con sede in H-8330 Sümeg, Váralja u. 6.; H-8294 Kapolcs, Jókai u. 6.; H-8272 Balatoncsicsó, Fő u. 25., beneficiario dei fondi per la cooperazione Leader 2007-2013 – Ministero dello Sviluppo Rurale, nella persona del proprio rappresentante legale Dr. Zsolt Rédei, nato a H-8300 Tapolca, il 16.06.1967

Lake Balaton Development Coordination Agency, codice fiscale/Partita IVA 206381192-14 con sede in Siófok (HQ), Balatonfüred e Keszthely, Hungary, beneficiario dal Ministero dello Sviluppo Rurale, nella persona del proprio rappresentante legale Gábor Molnár, nato a Gyula, il 27/09/1969, in qualità di partner associato

Comunità Alto Garda e Ledro, codice fiscale/Partita IVA 02190130225 con sede in Via Rosmini,5/b - Riva del Garda (TN), nella persona del proprio rappresentante legale Salvador Valandro, nato a Rovereto (TN), il 25/05/1975, in qualità di partner effettivo

B - SOGGETTI ISTITUZIONALI O GESTORI DEL TERRITORIO:

Comunità Montana del Baldo, codice fiscale/Partita IVA 80010140236 con sede in Loc. Platano,6 I - Caprino Veronese (VR), nella persona del proprio rappresentante legale Stefano Sandri, nato a Caprino Veronese (VR), il 17/05/1962, in qualità di partner associato

Comunità Montana Parco Alto Garda Bresciano, codice fiscale/Partita IVA 87001990172 con sede in Via Oliva,32 - Villa di Gargnano (BS), nella persona del proprio rappresentante legale Roberto Righettini, nato a Salò (BS), il 12/01/1966, in qualità di partner associato

Comunità Montana Valle Sabbia, codice fiscale/Partita IVA 87002810171 con sede in Via Reverberi,2 - Vestone (BS), nella persona del proprio rappresentante legale Ermano Pasini, nato a Gavardo (BS), il 10/01/1962, in qualità di partner associato

ERSAF, codice fiscale/Partita IVA 03609320969 con sede in Via Copernico,38 - Milano, nella persona del proprio rappresentante legale Roberto Albetti, nato a Abbiategrasso (MI), il 17/07/1945, in qualità di partner associato

Comunità del Garda, codice fiscale/Partita IVA 01504230986 con sede in Villa Mirabella - Via dei Colli,15 - Gardone Riviera (BS), nella persona del proprio rappresentante legale Aventino Frau, nato a Piovene Rocchette (VI), il 03/03/1939, in qualità di partner associato

C - SOGGETTI OPERANTI DEL SETTORE TURISTICO:

InGarda Trentino SpA codice fiscale /Partita IVA 01855030225 con sede in Largo Medaglia d'Oro al Valor Militare,5 - Riva del Garda (TN), nella persona del proprio rappresentante legale Marco Benedetti, nato a Arco (TN) , il 07/08/1954, in qualità di partner associato

Consorzio Riviera dei Limoni e dei Castelli codice fiscale/Partita IVA 02149890986 con sede in Via Oliva,32 - Villa di Gargnano (BS), nella persona del proprio rappresentante legale Franceschino Risatti, nato a Limone sul Garda (BS), il 21/11/1952, in qualità di partner associato

Consorzio Lago di Garda è ... codice fiscale /Partita IVA 02564550230 con sede in Lungolago Regina Adelaide,3 - Garda (VR), nella persona del proprio rappresentante legale Giuseppe Greco, nato a Fasano (BR), il 17/04/1943, in qualità di partner associato

Colline moreniche del Garda – Associazione per la promozione turistica codice fiscale/Partita IVA 90001980201 con sede in Piazza Torelli,1 - Solferino (MN), nella persona del proprio rappresentante legale Luigi Lonardi, nato a Solferino (MN), il 17/04/1950, in qualità di partner associato

Consorzio Garda Colline-Garda Hills codice fiscale/Partita IVA 02761770987 con sede in Via Fontanelle,3 - Pozzolengo (BS), nella persona del proprio rappresentante legale Marco Santini nato a Milano, il 02/07/1942, in qualità di partner associato

D - SOGGETTI OPERANTI NELLE PRODUZIONI LOCALI DI QUALITÀ:

Distretto Rurale Franciacorta Sebino Val Trompia codice fiscale/Partita IVA 03302870989 con sede in Via F. Filzi,17 – Gardone Val Trompia (BS), nella persona del proprio rappresentante legale Imerio Lucchini, nato a Sarezzo (BS), il 02/07/1961, in qualità di partner associato

Federazione Provinciale Coltivatori Diretti di Brescia codice fiscale/Partita IVA 80016750178 con sede in Via San Zeno,69 - Brescia, nella persona del proprio rappresentante legale Ettore Prandini, nato a Leno (BS) , il 27/07/1972, in qualità di partner associato

OBIETTIVO GENERALE

L'identificazione delle criticità e delle potenzialità che caratterizzano i territori rurali, in particolare quelli geograficamente collocati nelle aree prossime ai laghi di interesse turistico, evidenziata affrontando le motivazioni che stanno alla base del progetto, consente ora di definire in modo puntuale l'obiettivo generale del progetto stesso.

“ Attivare, mediante politiche decisionali condivise e partecipate, uno scambio/integrazione tra opportunità turistiche tradizionali delle zone costiere lacuali e l'offerta innovativa di risorse dell'entroterra rurale e montano, supportando la valorizzazione e lo sviluppo sostenibile dei territori coinvolti”: questo l'obiettivo generale.

Che può essere declinato in modo più articolato, consentendo di evidenziare al suo interno tre “sotto – obiettivi” di pari rilevanza strategica.

1. perseguire la **cooperazione attiva** fra mondi (quello *turistico costiero* e quello *rurale* dell'entroterra) che fino ad oggi poco collaborativi, presuppone di fare leva su nuovi meccanismi decisionali e di governance. In tal senso l'approccio Leader, fondato su scelte partecipate e condivise, può risultare determinante. Il progetto intende affermare l'idea che le problematiche e le occasioni di sviluppo dei bacini lacustri interessati e dei relativi entroterra sono gestibili solo mediante una governance coordinata e condivisa. L'esistenza stessa dell'ipotesi progettuale, considerato il partenariato prodotto, è un primo risultato positivo di grande valore; la gestione del progetto intende confermare e consolidare l'obiettivo.
2. lo **scambio/integrazione fra settore turistico tradizionale costiero e i settori agro-alimentare, delle risorse naturali, ambientali e culturali, propri dei territori circostanti** rappresenta l'obiettivo strategico del progetto più immediatamente leggibile nella definizione di cui sopra. I laghi mettono sul tavolo la propria storia e vocazione turistica, l'abitudine ed abilità a promuoversi, i milioni di presenze turistiche annue; il territorio rurale mette sul tavolo il proprio patrimonio eno-gastronomico, una ricettività più vocata alla tranquillità ed al silenzio, un ambiente ancora risparmiato, i propri retaggi culturali, gli spazi di cui dispone per le attività fisico-sportive. Insieme i due mondi vogliono così affrontare la sfida di un turismo che cambia, più esigente, diversificato e meno fedele rispetto al passato. Insieme, nell'interesse di entrambi: il lago può vantare un'offerta turistica più differenziata e completa, l'ambito rurale può godere di un forte supporto in chiave turistica al proprio sviluppo socio-economico. Ecco allora “Green Line” (l'insieme degli elementi costitutivi offerti dal territorio rurale), una ideale linea verde che rappresenta lo scambio/integrazione di cui si è detto e che rappresenta soprattutto la portata innovativa dell'offerta derivante dal progetto.
3. Non è casuale il richiamo all'innovazione nella chiusura del punto precedente. **Innovazione** è generalmente inteso come sinonimo di evoluzione in senso positivo, di evoluzione nel segno della qualità. Ed è questo il terzo obiettivo del progetto, meno leggibile degli altri nella definizione ma altrettanto importante. Attivare lo scambio/integrazione non significa mettere acriticamente insieme tutto quello che esiste nei due mondi che si incontrano: il lago deve fornire una proposta turistica di qualità, il territorio rurale una “Green Line” di qualità. Mentre il primo, sotto la spinta della serrata competizione di altre mete turistiche, ha fatto passi concreti e decisi in questo senso, le aree rurali dell'entroterra, fatte salve lodevoli eccezioni, offrono ampi spazi di crescita e miglioramento sotto questo profilo. Si esplicita quindi un terzo obiettivo: **“Green Line”_non identifica solo una serie di elementi territoriali, ambientali, culturali e risorse eno-gastronomiche ma, mediante specifiche linee guida che nasceranno nella gestione del progetto, metterà anche in evidenza una serie di parametri e regole, ispirati al concetto di qualità, da rispettare per entrare nell'offerta verde.**
4. Vi è infine un ultimo obiettivo ambizioso: costituire una **esperienza pilota**, una sorta di *laboratorio Leader*, capace di generare nuove progettualità e in grado di diventare un buon esempio da estendere ad altre aree in cui l'integrazione tra turismo e ruralità può rappresentare fattore di sviluppo.

OBIETTIVI OPERATIVI

In considerazione dell'obiettivo di avviare l'integrazione tra l'offerta turistica rurale dell'entroterra e il turismo costiero, si ritiene importante attraverso il progetto il raggiungimento dei seguenti obiettivi specifici:

1) Sostenere la capacità dell'entroterra di **costituire un'offerta turistica rurale coordinata** (offerta green).

In prossimità di attrazioni turistiche di grande rilievo e in presenza di numerose risorse frammentate, l'organizzazione è ciò che crea attrazione. Attraverso il progetto si intende dunque sostenere la capacità dei territori rurali periferici a elementi geografici di grande attrattività quali i laghi, di organizzare un'offerta integrata (risorse naturalistiche e ambientali, produzioni locali, sport ecocompatibili, ricettività rurale diffusa...) che sia coordinata grazie all'adozione di strumenti comuni.

In particolare, l'obiettivo viene raggiunto attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

- **Definizione e organizzazione della linea Green:** sulla base degli ambiti preliminarmente identificati dai partner di progetto, vale a dire gli ambiti di Produzione locale, Risorse Naturali e Rete Natura2000, Sport ecocompatibili, Ricettività rurale diffusa, individuazione definitiva di temi e modalità per organizzare l'offerta rurale che verrà proposta a integrazione del turismo tradizionale legato all'elemento lago. Tale definizione comprende anche interventi locali necessari ad alcune aree partner per avviare nodi strategici per la promozione del turismo rurale in integrazione con il turismo tradizionale: il GAL Baldo Lessinia attiva anche un centro multifunzionale per la valorizzazione e la promozione della biodiversità botanica
- **Attivazione Cabina Regia:** costituzione di un tavolo di lavoro nel laboratorio gardesano sul tema dell'integrazione delle risorse rurali nelle strategie e nelle iniziative turistiche tradizionali, per garantire la sostenibilità a lungo termine di attività e risultati del progetto. Tale azione è strategica per la crescita della capacità di governance locale. Anche gli altri laghi partner potranno attivare tale cabina di regia.
- **Programma comune:** Definizione di un programma comune di attività coordinate tra aree partner, che consentano valorizzazione e promozione dell'offerta turistica rurale nell'ambito del turismo tradizionale. Creazione di una rete di animazione europea capace di sviluppare promozione coordinata anche in vista di Expo 2015.

Al raggiungimento dell'obiettivo lavoreranno tutti i partner di progetto: i referenti con ruolo istituzionale segnaleranno le risorse locali da considerare quale offerta green del territorio di propria competenza, la rappresentanza degli operatori turistici contribuiranno a definire le linee guida per facilitare l'inserimento delle risorse rurali nei circuiti turistici tradizionali, mentre i GAL avranno ruolo di mediazione nel dialogo tra territorio e settore turistico utilizzando l'approccio leader alla pianificazione di iniziative di sviluppo locale integrato.

2) Animare il tessuto economico locale sull'integrazione di turismo ed entroterra, facilitando l'incontro tra operatori e portatori di interesse del turismo rurale.

Il progetto è fondato sull'integrazione tra ambiti. Semplicemente, ma rinnovando il concetto per cui semplice non è sinonimo di facile, attraverso questa seconda azione si cerca di facilitare la conoscenza reciproca e diretta tra i referenti delle risorse rurali (quali per esempio piccoli produttori locali del settore agro alimentare, gestori delle aree protette e dei Siti Natura 2000, gestori delle strutture museali ed eco museali,

associazioni ed enti legati al turismo outdoor ed agli sport ecosostenibili, ...) e le realtà costiere che operano nel turismo tradizionale (albergatori, associazioni di categoria, ristoratori, pubblici esercenti...etc).

In particolare, l'obiettivo viene raggiunto attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

- **Animazione comune:** una serie di conferenze sui temi centrali del progetto saranno organizzate presso i territori coinvolti, per innovare ed attivare le conoscenze sull'offerta Green,
- **Incontri ed eventi di animazione e informazione:** In ogni territorio viene promosso l'incontro tra referenti rurali e operatori turistici, facilitando la conoscenza delle opportunità reciproche.

Al raggiungimento dell'obiettivo lavoreranno tutti i partner di progetto: i referenti con ruolo istituzionale sosterranno e promuoveranno la partecipazione dei portatori di interesse locali e degli operatori all'attività di animazione de territorio di propria competenza, la rappresentanza degli operatori turistici contribuirà con le proprie conoscenze specialistiche del settore, mentre i GAL (o soggetti ad essi assimilabili) saranno i responsabili delle attività di animazione e informazione.

3) **promozione coordinata** dell'offerta rurale delle aree coinvolte, favorendo l'ottimizzazione di sforzi e risorse.

In particolare, l'obiettivo viene raggiunto attraverso la realizzazione delle seguenti attività:

- Realizzazione materiale promozionale
- Realizzazione e adozione strumenti comuni di promozione
- Realizzazione attività promozionale in Italia e all'estero.

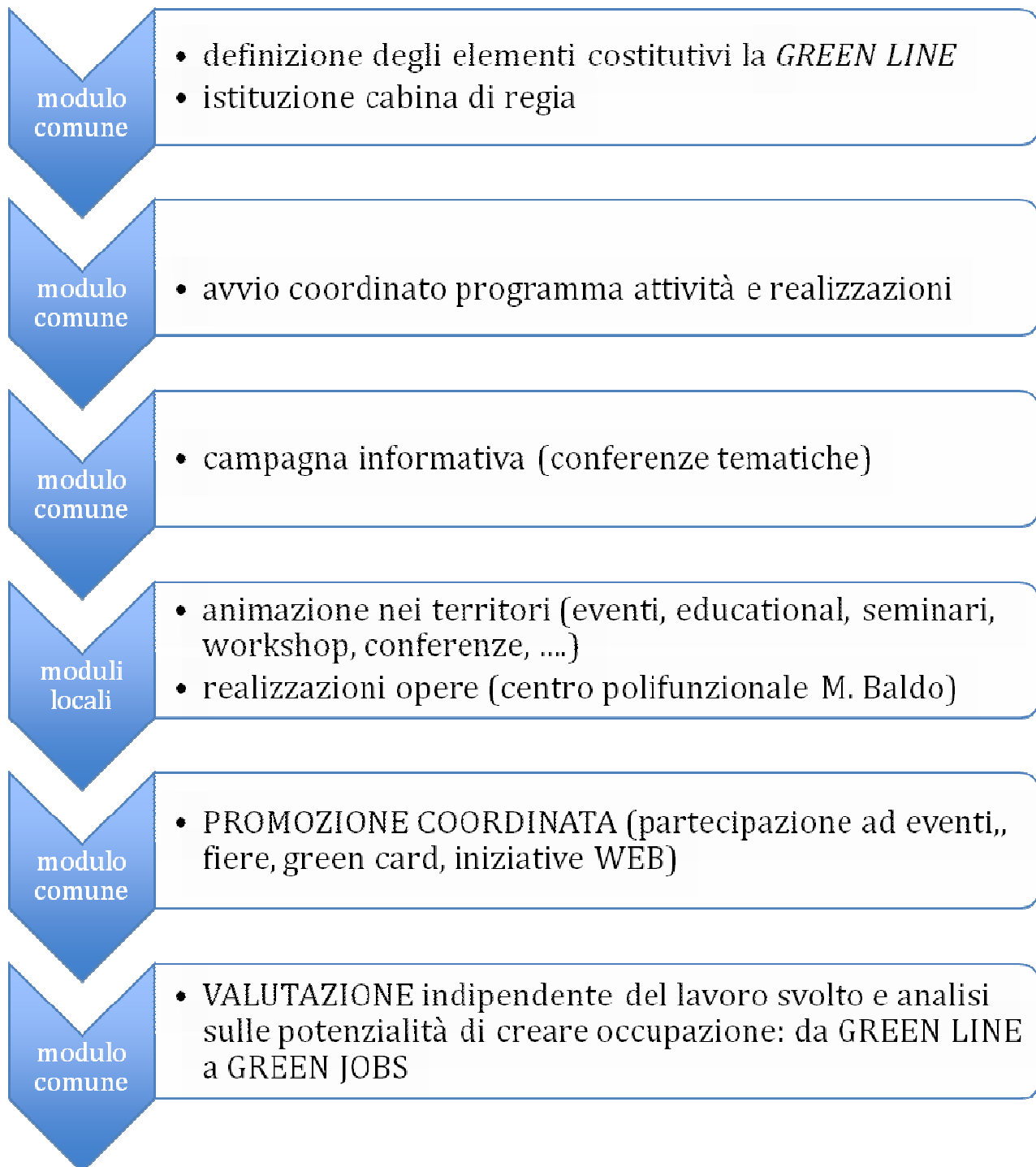
Al raggiungimento dell'obiettivo lavoreranno tutti i partner di progetto: i referenti con ruolo istituzionale faciliteranno l'ottenimento dei contenuti da promuovere, la rappresentanza degli operatori turistici contribuirà a realizzare l'attività, mentre i GAL svolgeranno ruolo di sostegno al coordinamento dei territori nella azione comune.

4) **Creare una capacità progettuale permanente dei soggetti/territori tra loro cooperanti:** l'attivazione della cabina di regia è vista quale attività centrale del progetto, dal momento che consente di attivare uno strumento di governance sul tema per i territori coinvolti. La cabina di regia è costituita da tutti i partner aderenti al progetto.

5) **Analizzare le nuove opportunità occupazionali (Green Jobs):** tramite la valutazione ex post del progetto verrà inserito un particolare focus sulle potenzialità di creare occupazione Green Line e Green Jobs: valutazione circa le opportunità occupazionali in relazione alla valutazione del progetto e dei suoi risultati.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ PREVISTE

Il progetto prevede attività di pre-sviluppo da parte di tutti i GAL coinvolti, attività di coordinamento da parte del capofila e attività di gestione del progetto locale da parte dei GAL partner. Si elencano inoltre le attività previste per il raggiungimento degli obiettivi progettuali:



Nello specifico il progetto mira a innalzare il valore degli elementi GREEN caratterizzanti i territori coinvolti. La definizione dei suddetti elementi viene fatta sulla base dei fattori qualitativi definiti dalle analisi di progetto e sottoposti al vaglio di una Cabina di regia, quale strumento operativo fondato sul metodo Leader. Gli elementi evidenziati come Green costituiranno la base per realizzare una rete di beni e servizi definita come LINEA GREEN, che rappresenta il cardine dell'integrazione tra ruralità e turismo.

Un ulteriore elemento fondante il progetto è la forte azione di governance ambientale, caratterizzante il laboratorio Gardesano, dove territori appartenenti a 3 diverse realtà regionali (Lombardia, Veneto e Trentino Alto Adige) condividono un'importante operazione progettuale ricca di significato attuale e futuro a partire dall'approccio Leader.

Fase 1 – Start up

La fase di start up si compone di due attività:

1 – Definizione elementi costitutivi Linea Green (Azione comune)

La definizione degli elementi costitutivi dell'offerta green, attività che fa leva sulla qualità delle aree rurali, tramite l'identificazione di realtà e connessioni sui temi green (prodotti tipici di qualità, mercati contadini, sport ecocompatibili, natura 2000 e risorse botaniche, ricettività rurale diffusa).

Tale attività comporta la realizzazione di un documento guida, contenente: linee guida per la definizione dell'offerta green e della grafica unificante, i dati e le informazioni necessarie per l'organizzazione dell'offerta omogenea ai territori secondo le tematiche sopra citate; le proposte operative per l'implementazione dell'offerta comune e il programma di attività (attività di animazione e attività di promozione). Nell'ambito dell'attività sono previsti personale/consulenze dedicati e realizzazione di incontri.

2 – Cabina di Regia (Azione comune)

Cabina di Regia: Attivazione della cabina di regia che fa da centro di coordinamento sul tema dell'integrazione tra le attività dei partner sul tema dell'integrazione tra turismo rurale e turismo tradizionale. Creazione, secondo il metodo Leader, della capacità di regia e progettuale dei territori sul tema. La cabina di regia è composta da tutti i partner di progetto

L'attività riferita alla cabina di regia si concretizza con incontri tra partner di progetto in funzione del presente progetto e di tutti i possibili spazi di cooperazione sul tema.

1.1 Definizione degli elementi costitutivi l'offerta Green (Azione Comune)		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
Realizzazione documento guida che orienta le attività di progetto.	GAL in qualità di realtà di collegamento tra i partner territoriali Consorzi Turistici quali esperti del settore, Comunità Montane, Comunità di Valle, Distretti Agricoli	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
1.2 Istituzione Cabina di Regia (Azione comune)		
CONTENUTI	CONTENUTI	CONTENUTI
Tutti i partner di progetto partecipano alla cabina di regia che si concretizza in incontri, riunioni e gruppi di lavoro.	Tutti i partner	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)

Fase 2 – Realizzazioni territoriali (informazione, animazione e interventi)

La fase si compone di azioni comuni e azioni territoriali.

1 – Informazione (Azione comune)

La capacità di organizzare le risorse turistiche rurali nell'offerta Green da integrare con il turismo tradizionale fa leva anche su una maggiore conoscenza delle tematiche che orientano l'organizzazione stessa.

Questa attività consiste quindi nell'organizzazione di una serie di conferenze di approfondimento dei cosiddetti temi green (es...Rapporti tra Rete Natura 2000 e comunità locali; Sport eco-compatibili e ruralità; Prodotti locali e distretti agricoli; Biodiversità botanica e tradizioni locali..)

Ogni territorio Leader organizza una conferenza sul tema, aperta alla partecipazione di tutti i partner di progetto e ai portatori di interesse interessati dalle azioni di progetto.

L'attività viene promossa e diffusa anche a mezzo stampa tramite la redazione di comunicati stampa ad hoc e attivando un profilo del progetto su strumenti di social network quale per esempio facebook.

2 – Animazione territoriale (Azioni locali)

Per il presente progetto la partecipazione e il coinvolgimento dei portatori di interesse e dei referenti del settore turistico sono fondamentali: questo è legato sia al metodo utilizzato, vale a dire un approccio partecipativo utilizzato nello strumento di governo progettuale (la cabina di regia), che alle opportunità di prospettiva della presente iniziativa di cooperazione.

La presente attività, pur realizzandosi in modo parallelo in tutti i territori, è implementata localmente secondo le diverse caratteristiche di partenariato territoriale. Si configura perchè come attività di informazione e animazione nei singoli territori, per facilitare il coinvolgimento e la collaborazione tra operatori del turismo balneare e referenti delle risorse rurali di qualità per ogni area partner.

3 – Centro polifunzionale sulla botanica e la biodiversità del Baldo (Azione locale GAL Baldo Lessinia)

Il GAL Baldo Lessinia potenzia la sua offerta rurale in termini turistici attraverso l'avvio di un centro polifunzionale sulla botanica e la biodiversità. A metà tra lago e monti, il centro sarà un riferimento multifunzionale per visitatori e turisti sul tema della biodiversità e la flora del Baldo, ma sarà anche luogo di confronto e scambio con altre realtà simili delle aree partner. Ne è un esempio il Museo Don Pietro Porta situato nel Parco Alto Garda Bresciano nel comune di Valvestino.

L'avvio del centro si concretizza in:

- Completamento e allestimento dell'edificio dedicato a centro polifunzionale su botanica e biodiversità
- Attività di promozione del centro, compresa di richiami a centri botanici vicini
- Attività di formazione sulla biodiversità, da realizzarsi nel centro allestito.

2.1 Informazione (Azione comune)		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
Realizzazione 5 conferenze sulle tematiche di progetto.	GAL in qualità di realtà di collegamento tra partner territoriali Consorzi Turistici quali esperti del settore. Distretti agricoli	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
2.2 Animazione territoriale (Azione locale)		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
Attività di animazione nei	GAL GardaValsabbia in qualità di	Realtà referenti in campo turistico per

singoli territori	<p>realità di collegamento tra partner territoriali</p> <p>Consorzi Turistici quali esperti del settore</p>	ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
Attività di animazione nei singoli territori	<p>GAL Colline Moreniche del Garda in qualità di realtà di collegamento tra partner territoriali</p> <p>Consorzi Turistici quali esperti del settore</p>	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
Attività di animazione nei singoli territori	<p>GAL Golem in qualità di realtà di collegamento tra partner territoriali</p> <p>Consorzi Turistici quali esperti del settore</p>	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
Attività di animazione nei singoli territori	<p>GAL Baldo - Lessinia in qualità di realtà di collegamento tra partner territoriali</p> <p>Consorzi Turistici quali esperti del settore</p>	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
Attività di animazione nei singoli territori	<p>GAL Balaton Upland in qualità di realtà di collegamento tra partner territoriali</p> <p>Consorzi Turistici quali esperti del settore</p>	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)
2.3 Centro polifunzionale sulla botanica e biodiversità del Baldo (Azione locale)		
2.3a Completamento e allestimento del centro polifunzionale del Baldo	GAL Baldo Lessinia	Visitatori e turisti
2.3b Promozione centro multifunzionale per la	GAL Baldo Lessinia	Visitatori e turisti

biodiversità del Baldo		
2.3c Formazione collegata alla valorizzazione e la promozione della biodiversità del Baldo. Collegamento con il centro museo botanica Don Pietro Porta Valvestino	GAL Baldo Lessinia	Operatori economici

Fase 3 – PROMOZIONE COORDINATA della Green Line

La fase prevede l'organizzazione di una promozione coordinata sia tra territori che tra settori turistici di riferimento.

In particolare, questa fase si contraddistingue per attività comunicativa verso l'esterno: Green Line viene promossa e divulgata presso i potenziali fruitori della stessa.

L'offerta Green definita nelle fasi precedenti viene elaborata in chiave comunicativa e promozionale, in modo tale che sia realizzata un'immagine unitaria dell'offerta Green e promossa in modo coordinato attraverso materiale cartaceo da distribuire presso gli uffici turistici dei singoli territori e da utilizzare presso le fiere nazionali e internazionali; attraverso strumenti di marketing turistico quali carte promozionali di scoutistica, pacchetti turistici, strutture/allestimenti mobili per la promozione itinerante presso eventi e fiere; attraverso la partecipazione a fiere ed eventi di rilievo internazionale e la pubblicazione di informative sulla Green Line su riviste di settore.

Nello specifico:

1 – Materiale promozionale coordinato (Azione comune)

Il materiale promozionale si compone di supporti diversi:

a) Realizzazione studio grafico e stampa di brochure/opuscoli sui temi definiti dalle linee guida della cabina di regia. Materiale di presentazione e promozione della Linea Green che dia visibilità complessiva e unitaria alla Linea Green. A titolo esemplificativo, i temi coerenti con la linea Green potranno essere: Prodotti locali e mercati contadini, Natura e biodiversità, Sport ecocompatibili, L'acqua, risorsa del territorio, Via degli Alpeggi, dal lago al monte, La via del biologico.

b) Catalogo/guida dell'offerta Green.

Secondo le indicazioni fornite dai territori partner, espresse dalla cabina di regia, viene realizzata una grafica e la stampa di un catalogo/guida da integrare nei cataloghi dei consorzi turistici dei territori.

Questo consentirà di promuovere in modo integrato le diverse tematiche dell'offerta Green.

c) La realizzazione di una cartografia informatizzata basata su un geo data base, consentirà di aggiungere ai supporti promozionali dell'offerta green anche la cartografia informatica, da integrare nei siti web turistici e a disposizione dei turisti che da ogni parte del mondo potranno scaricare i contenuti così organizzati.

2 – Strumenti di promozionale coordinata (Azione comune)

Questi gli strumenti di promozione turistica che organizzano l'offerta Green per il turista che visita il territorio.

a) Realizzazione di un sistema promozionale di scontistica (es. Green card) che garantisce agevolazioni di prezzo e di servizio a visitatori e turisti che intendono usufruire dell'offerta Green. Uno strumento simile consente di facilitare al turista l'identificazione di soggetti e servizi che sono compresi nella Green Line e può attivare anche una dinamica di riscontro grazie alla raccolta di informazioni sul turista che ne usufruisce. La Green Card coinvolgerà il maggior numero possibile di strutture/realtà/servizi che nei diversi territori partner sono considerati parte della Green Line.

b) Pacchetti Green: Organizzazione di pacchetti dell'offerta Green secondo le tematiche definite dalla cabina di regia (es Sport ecocompatibili, produzioni locali di qualità, natura e biodiversità..etc). Tale attività consente di definire l'offerta Green secondo i diversi target correlati alle tematiche della Linea Green (sport eco-compatibili, produzioni locali, natura e biodiversità..etc).

c) Green corners – L'offerta Green verso expo 2015: tramite la realizzazione di strutture/allestimenti mobili tipo stand o roll up/pop up per la partecipazione a fiere ed eventi. Le strutture/allestimenti mobili dovranno garantire la visibilità unitaria di Green Line, che presenterà un'unica immagine dell'offerta Green a tutte le fiere in cui viene promossa.

d) Implementazione web dell'offerta Green – Realizzazione contenuti da pubblicare on line sui siti dei partner di progetto. Dal momento che quasi tutti i partner di progetto presentano già dei siti web, la realizzazione di contenuti da pubblicare su ognuno dei siti dei partner amplifica le possibilità di visita da parte di utenti interessati alla tematica, contenendo la spesa ed evitando sovrapposizioni con i siti dedicati al turismo già attivi.

3 – Fiere e riviste specializzate

La fase riguarda l'attività promozionale da realizzarsi verso l'esterno, partecipando a fiere del settore e promuovendo su riviste specializzate la Linea Green.

a) Promozione in Italia e all'estero dell'offerta green, attraverso la partecipazione comune a fiere di livello internazionale quali per esempio: BIT Milano, Fiera del Turismo di Berlino, Fiera del Turismo di Monaco, Fiera del turismo di Norimberga...

b) Attività di promozione territoriale della offerta Green per inserire il prodotto Green nell'ambito delle principali riviste del settore. Tale attività promozionale è molto efficace soprattutto in direzione dell'utenza internazionale.

3.1 Materiale promozionale coordinato		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
3.1a Realizzazione materiale cartaceo promozionale comune	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.1b Catalogo/guida dell'offerta Green.	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.1 c Cartografia informatizzata dell'offerta Green: creazione di un geo data base.	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.2 Strumenti di promozione coordinata		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
3.2 a Realizzazione Green Card utilizzabile da tutti i territori partner	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.2 b	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte

Pacchetti Green –		
3.2 c Green corners	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.2 d Implementazione web dell'offerta Green	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.3 Attività promozionale		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
3.3a Promozione in Italia e all'estero dell'offerta green, attraverso la partecipazione di livello internazionale.	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte
3.3 b Attività di promozione territoriale della offerta Green per inserire il prodotto Green nell'ambito delle principali riviste del settore.	Consorzi Turistici e/o GAL	Turisti e visitatori delle aree coinvolte

Fase 4 – VALUTAZIONE

La fase mira ad analizzare e valutare la connessione tra il progetto e le opportunità occupazionali del settore nei territori coinvolti dall'iniziativa. In collaborazione con il Centro Internazionale di Formazione dell'Organizzazione internazionale del Lavoro (ONU), si prevede una attività di analisi e di valutazione ex ante ed ex post su Green Line e opportunità occupazionali (green jobs).

4.1 Valutazione ex ante/ex post - Green Jobs (Azione Comune)		
CONTENUTI	ATTUATORI	DESTINATARI
Attività di analisi e valutazione ex ante ed ex post del progetto e dei suoi effetti in riferimento alle potenzialità di occupazione in relazione al tema di progetto.	Centro Internazionale di Formazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (U.N.) GAL, enti locali	Realtà referenti in campo turistico per ogni ambito identificato nei temi green (produttori locali di qualità; realtà impegnate nel servizio al turista e accompagnamento negli sport sostenibili; centri/musei botanici, ecomusei, enti competenti; operatori del turismo minore quali B&B, affittacamere, casevacanza..etc)

ASPETTI FINANZIARI

PROGETTO GREEN LINE TURISMO			IMPORTO DEL PROGETTO
FASI OPERATIVE	ID	ATTIVITÀ	COSTO TOTALE
Fase 0 - Pre-sviluppo	0.1	Redazione proposta progettuale di cooperazione	€ 3.000,00
CC - Coordinamento	CC	Costi coordinamento costi di gestione progetti territoriali	€ 20.000,00
CG - Gestione progetti territoriali - Azioni Locali	CG	Costi di gestione progetti territoriali	€ 36.000,00
Fase 1 – Start up - Azione comune	1.1	Definizione degli elementi costitutivi della Green Line	€ 38.000,00
	1.2	Attivazione cabina di regia	€ 25.500,00
Fase 2 – Realizzazioni territoriali (informazione, animazione e interventi) - Azione comune	2.1	Animazione, informazione e interventi	€ 37.000,00
Fase 2 – Realizzazioni territoriali (informazione, animazione e interventi) - Azioni locali	2.2a	Animazione territoriale - Garda Valsabbia	€ 16.000,00
	2,2b	Animazione territoriale - Baldo Lessinia	€ 5.000,00
	2.2c	Animazione territoriale - Colline Moreniche	€ 14.000,00
	2.2d	Animazione territoriale - Golem	€ 12.500,00
	2.2e	Animazione territoriale - Balaton	€ 7.000,00
	2.3a	Centro Multifunzionale Botanica	€ 140.000,00

	2.3b	Promozione Centro Botanica	€ 30.000,00
	2.3c	Formazione	€ 10.000,00
Fase 3 - Promozione coordinata - Azione comune	3.1a	Brochure, studio grafico	€ 53.000,00
	3.1b	Catalogo Guida Green	€ 31.850,00
	3.1c	Cartografia informatica	€ 10.950,00
	3.2a	Green Card	€ 32.550,00
	3.2b	Pacchetti Green	€ 53.550,00
	3.2c	Green Points	€ 42.250,00
	3.2d	Implementazione web green	€ 10.400,00
	3.3a	Fiere	€ 72.950,00
	3.3b	Educational	€ 49.500,00
Fase 4 - Valutazione - Azione comune	4.1	Valutazione ex ante/ex post - Green Jobs	€ 24.000,00
COSTO TOTALE PROGETTO:			€ 775.000,00

Crono - programma di spesa

Con riferimento al periodo di realizzazione del progetto e a ciascuna delle attività indicate nel piano finanziario del progetto, indicare la ripartizione dei costi per annualità.

DATA DI INIZIO PROGETTO: Gennaio 2012
DATA DI FINE PROGETTO: Aprile 2013

FROM THE LAKES



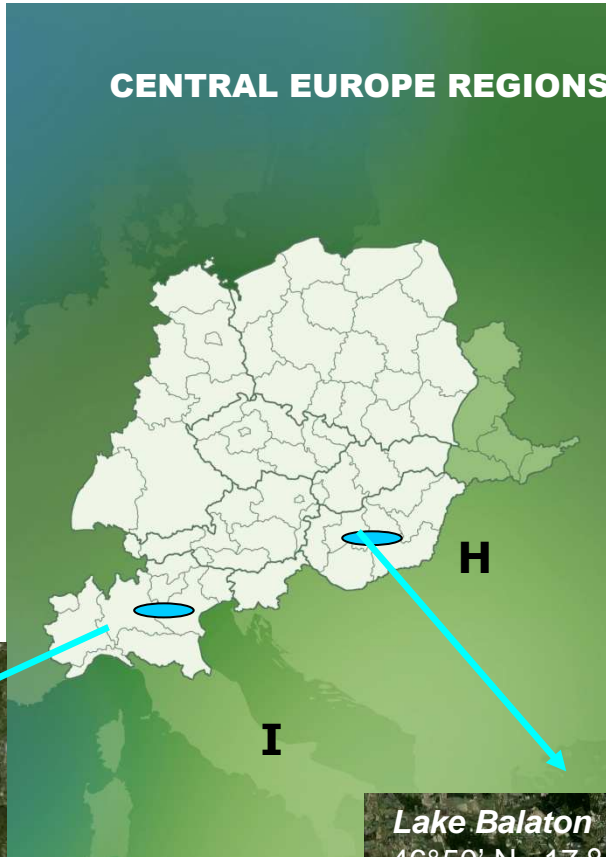
TO THE BASINS



KEEP THEM GREAT !!!



CENTRAL EUROPE REGIONS



Lake Garda

45°42' N 10° 43' E
altitude: 65 m a.s.l.
max. depth: 350 m
mean depth: 133 m
area = 368 km²
volume = 49.03 km³



Lake Balaton

46°50' N 17° 44' E
altitude: 105 m a.s.l.
max. depth: 12.2 m
mean depth: 3.1 m
area = 593 km²
volume = 1.90 km³

