

e-Create

MOTIVAZIONI ALLA BASE DEL PROGETTO

Il progetto parte dall'idea che le politiche pubbliche usano risorse significative per promuovere il itinerari turistici culturali, naturali e storici ma falliscono nel rafforzamento della competitività delle PMI che si occupano di promozione turistica. Si ritiene inoltre che le politiche si siano concentrate soprattutto sulle attività inerenti il lato della domanda (ad es.: *destination marketing* per aumentare i flussi turistici). I tentativi di promuovere attività economiche dal lato dell'offerta e dei servizi turistici è invece stata limitata dalla mancanza di capacità di utilizzare le TIC e di introdurre servizi web per i turisti. Dal punto di vista del turista, infatti, il livello di attrattività di una meta dipende non solo dalle bellezze storiche, culturali e naturali della stessa, ma anche dall'accessibilità ai servizi e alle fonti di informazione.

OBIETTIVO

L'obiettivo principale è il miglioramento delle politiche pubbliche che promuovono la competitività delle imprese nelle aree rurali, in particolare delle imprese che forniscono servizi lungo gli itinerari turistici. Per raggiungere tale obiettivo occorrerà fornire degli incentivi alle imprese affinché sviluppino i propri *e-skills* (in particolare occorre migliorare la loro capacità di utilizzo delle TIC e di strumenti web per i turisti). Il rafforzamento dei programmi pubblici in questo senso è complementare ad altri sforzi volti a promuovere la diversificazione delle economie delle aree rurali.

Il sotto-obiettivo è quindi lo sviluppo delle capacità dei *policy-makers* pubblici locali e regionali e l'aumento della loro consapevolezza rispetto alle potenzialità delle moderne TIC e degli strumenti web.

Il progetto mira inoltre a identificare, scambiare e trasferire buone pratiche relative alla promozione di *e-services* e ai rispettivi programmi pubblici. L'elaborazione di raccomandazioni rivolte ai *decision-makers* responsabili e agli attori chiave di altre regioni europee mira a diffondere gli approcci sviluppati dai partner e ad ancorarli agli obiettivi post-2013 dei fondi strutturali europei.

Infine, un ulteriore sotto-obiettivo è la sensibilizzazione degli *stakeholder* nel settore turistico e delle PMI legate agli itinerari culturali così come di altri attori chiave .

ATTIVITÀ

Le principali attività del progetto includono quindi la raccolta, integrazione e pubblicazione di buone pratiche, la realizzazione di *Interregional Capacity Building Workshops* (ICB workshop) e la formulazione di *Policy Recommendations*. Sono inoltre previste l'elaborazione di Piani di Implementazione per le regioni partecipanti e di un Progetto Dimostrativo sulle applicazioni concrete delle TIC nel settore turistico.

RISULTATO GENERALE

In termini generali il risultato principale è l'ottimizzazione delle politiche pubbliche e dei programmi finanziati dai fondi strutturali post-2013 in modo tale da rappresentare strumenti adeguati che sono utilizzati dalle regioni europee per promuovere la competitività delle PMI che si occupano della fornitura di servizi nelle aree rurali. Pertanto la spesa pubblica per il marketing degli itinerari turistici conduce ad effetti di livello più alto in quanto l'attrattività delle destinazioni turistiche è migliorata grazie alla promozione e all'introduzione di moderne TIC e di servizi web per il turista.

OUTPUT

- Identificazione di buone prassi e loro raccolta in una "Good Practice Wiki" facilmente aggiornabile.
- 2 *Interregional Capacities Building Workshops* e visite di studio indirizzate a *policy-makers* e attori chiave delle regioni partner (50 partecipanti per ciascuno)
- 1 set di *Policy Recommendations* che forniscono consigli e suggerimenti ai *policy-makers* per il trasferimento e l'integrazione delle buone pratiche identificate nei programmi finanziati dai fondi strutturali post-2013
- 12 Piani di Implementazione approvati dai rispettivi enti decisionali locali o regionali
- 1 Progetto Dimostrativo Interregionale con risultati messi a disposizione a tutto il partenariato per lo sfruttamento commerciale

TARGET GROUPS

Il progetto si rivolge ai *policy-makers* pubblici di livello locale e regionale, ma prevede anche il costante coinvolgimento degli *stakeholders* e di tutti i soggetti coinvolti nello sviluppo rurale e degli itinerari culturali, in modo particolare nello scambio di buone pratiche e nel processo di sviluppo delle capacità.

FASI

- I) Mesi: 1-8: ricerca collettiva, identificazione e valutazione delle buone pratiche (anche attraverso il coinvolgimento delle regioni vicine che possono contribuire con le proprie buone pratiche).
Output: Conferenza di Avvio del progetto a Milano (giugno 2012); "Good Practice Wiki" on line; brochure del progetto e azioni di comunicazione
- II) Mesi 9-28: preparazione del trasferimento delle buone pratiche e dell'integrazione delle politiche.
Output: 2 *Interregional Capacities Building Workshops* con visite di studio indirizzati a dipendenti pubblici e attori chiave; sviluppo di *Policy Recommendations* per assistere i *policy-makers* nell'integrazione delle buone pratiche nei programmi post-2013 dei fondi strutturali; Conferenza Intermedia a Katowice (Polonia) (settembre 2013) per discutere e approvare le ; bozze di Piani di Implementazione *Policy Recommendations* e decidere in via definitiva la natura del Progetto Dimostrativo.
- III) Mesi 13-36: realizzazione tecnologica di Progetto Dimostrativo e sua presentazione pubblica (sarà reso disponibile al fine di attrarre investimenti privati)
- IV) Mesi 29-36: Conclusione delle attività e loro disseminazione
Output: Conferenza Finale a Magdeburg (Germania)

FINANZIAMENTO

Budget totale: 1.917.546,00

Budget Provincia di Modena: 91.024,00 (68.268,00 FESR, 22.756,00 Fondo di Rotazione)

Suddivisione budget Provincia di Modena: vedere allegato

PERIODO

Gennaio 2012 – Dicembre 2014 (36 mesi)

PARTNERS

Ministry of Regional Development and Transport Saxony – Anhalt (DE)

Ústí Region (CZ)

Niverlan (FR)

Province of Modena (IT)

West-Pannon Regional Development Company (HU)

TRANSROMANICA Association (DE)

Lombardia Region – General Directorate for Culture (IT)

VALSOUSA - Association of Municipalities of Sousa Valley (PT)

MARR - Malopolska Regional Development Agency (PL)

Upper Silesian Agency for Enterprises Restructuring Co. (PL)

Sor-Trondelag County Authority (NO)

Donegal County Enterprise Board (IE)

Castilla & Leon Regional Authority (ES)