

Schema del Quinto atto aggiuntivo alla Convenzione di cui all'articolo 4, comma 1, punti c) ed e), del Regolamento del Comitato paritetico per la gestione dell'Intesa avente a oggetto

**“Attuazione della proposta di Programma di interventi strategici/progetti strategici relativi agli ambiti dello “studio di fattibilità traforo dello Stelvio” e del progetto sperimentale “Aree Interne Alta Valtellina” nel territorio della provincia di Sondrio”**

### **Allegato “A”**

**N. 2 NUOVE SCHEDE E NUOVA FORMULAZIONE DI UNA SCHEDA  
IDENTIFICATIVE DELLA TIPOLOGIA DI PROGETTO OGGETTO DELL'ATTO AGGIUNTIVO**

IL PRESIDENTE DEL COMITATO PARITETICO  
PER LA GESTIONE DELL'INTESA PER  
IL FONDO COMUNI CONFINANTI  
- On. Dario Bond -

IL PRESIDENTE  
DELLA REGIONE LOMBARDIA  
- \_\_\_\_\_ -

3.7 Bormio Idroelettrico-3.7 A Bormio pista di atletica

Codice Intervento	3.7 A
<b>Titolo dell'intervento</b>	<b>Rifacimento della pista di atletica dello Stadio Comunale di Bormio</b>
Soggetto beneficiario/attuatore	Comune di Bormio
Tipologia del soggetto beneficiario	Pubblico
Tipologia dell'intervento	infrastruttura
Livello attuale di progettazione/attuazione	Studio di fattibilità
Target (tipologia/e utenti finali)	Popolazione residente, turisti
Localizzazione dell'intervento	L'intervento interessa il centro abitato di Bormio (Stadio via Manzoni)
Durata dell'intervento (dalla progettazione alla messa in servizio)	3 anni
Altri interventi correlati/sinergici	3.8, 3.9, 4.1,4.2

<b>Descrizione del soggetto beneficiario/attuatore</b>	Il progetto è promosso dal Comune di Bormio
--	---

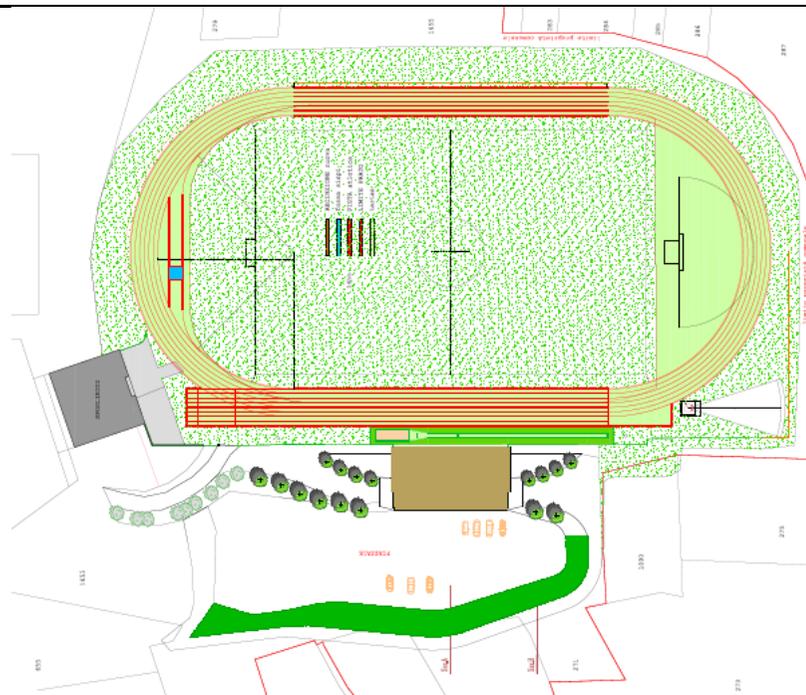
<b>Descrizione dell'intervento e definizione degli obiettivi</b>	<p>L'intervento è promosso dal Comune di Bormio con l'obiettivo di riqualificare e valorizzare la struttura dello Stadio Comunale, sita in Via Manzoni.</p> <p>L'area dell'Alta Valtellina si caratterizza per un'ampia offerta sportiva nelle diverse stagioni dell'anno. Bici da strada o una mountain-bike, trekking o running, nuoto in vasca o alpinismo, sci di fondo o da discesa: l'offerta nel comprensorio di Bormio è molto variegata e all'insegna di una vacanza attiva. Il ventaglio di opportunità è molto ampio e permette di soddisfare sia i bisogni dell'atleta più esigente, di squadre di alto livello scelgono l'area per ritiri e allenamenti in quota, sia di sportivi amatoriali e turisti. Non meno importanti sono gli eventi sportivi che qui si svolgono, e che spaziano da competizioni di respiro internazionale fino alle attività ludiche e amatoriali di scuole e associazioni sportive minori.</p> <p>La volontà di valorizzare queste opportunità, in ambito sportivo, che il territorio propone è quindi un obiettivo prioritario dell'Amministrazione, per arricchire l'offerta locale.</p>
--	---

Il centro sportivo è attualmente casa dell'U.S. Bormiese, inoltre, durante l'estate, ospita squadre di Serie A per i loro ritiri estivi.

Il centro offre ad oggi i seguenti servizi: spogliatoi, docce e servizi igienici, parcheggio in zona, uso diurno e notturno grazie all'impianto di illuminazione, tribuna scoperta.



L'obiettivo dell'intervento è quello di riqualificare l'impianto, con specifica attenzione al rifacimento dell'anello della pista di atletica, che si sviluppa attorno al campo da calcio centrale. Ciò al fine di rendere il tracciato e l'area conforme alle disposizioni vigenti perché possa essere omologato e certificato come idoneo allo svolgimento di competizioni sportive di livello locale, regionale e nazionale (nel rispetto dei requisiti minimi richiesti dalle normative vigenti IAAF, CONI e FIDAL).



L'intervento è in corso di definizione e prevede in linea di massima:

- il rifacimento completo della pista a 6 corsie,
- la realizzazione di una piazzola per il lancio del peso,
- l'ammodernamento delle tribune.

In questo modo sarà possibile potenziare le attività sportive a vantaggio non solo dei residenti, ma anche per promuovere l'organizzazione di eventi e manifestazioni di rilievo sovralocale. L'amministrazione comunale ha già stanziato nel proprio bilancio le risorse necessarie per lo sviluppo della progettazione definitivo-esecutiva dell'intervento, che verrà assegnata entro la fine del 2019, per procedere il più celermente possibile alla realizzazione dell'intervento. Si tratta infatti di opere che non richiedono tempi particolarmente lunghi e che, una volta realizzate, potranno da subito essere messe in funzione per l'utilizzo da parte di residenti e turisti.

Individuazione e descrizione dei risultati attesi e degli indicatori (cfr schema risultati attesi, indicatori di risultato e azioni)	
Risultato atteso (codice):	D
Descrizione del risultato atteso	Incremento delle presenze connesse ad attività all'aperto (sportiva e non)
Indicatori di risultato (codice)	Var % turisti che usufruiscono delle nuove proposte sportive
Indicatori di realizzazione (codice)	Km di piste realizzati/ dimensione della rete integrata

<b>Piano di lavoro e cronoprogramma</b>	<p>Le fasi di progetto prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Progetto definitivo - esecutivo</li> <li>• Procedura per affidamento lavori</li> <li>• Esecuzione lavori</li> <li>• Collaudo finale</li> <li>• Gestione e monitoraggio della struttura in esercizio</li> </ul>
---	---

## Cronoprogramma Intervento

FASE	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Preliminare, definitivo, esecutivo</i>	X	X			
<i>Esecuzione lavori</i>		X	X		
<i>Collaudo</i>			X		
<i>Gestione e monitoraggio</i>				X	X

<b>Modello di gestione</b>	<p>La progettazione definitiva ed esecutiva dovrà essere affidata ad uno o più soggetti abilitati, non disponendo l'Amministrazione di personale proprio.          Le opere verranno assegnate tramite appalto pubblico.          La gestione del centro sportivo è in capo al Comune</p>
----------------------------	---

<b>Monitoraggio</b>	Il monitoraggio circa i risultati del progetto sarà misurato attraverso il rilevamento delle presenze degli utenti che percorreranno/utilizzeranno l'impianto, anche in funzione degli eventi sportivi che qui saranno ospitati.
---------------------	--

Tipologie di spesa	Breve descrizione della spesa (se pertinente la tipologia). La lista non è garanzia di ammissibilità della voce di spesa. Lo scopo dell'analisi è l'acquisire elementi utili per approfondire la natura dell'intervento.
Costi del personale	
Spese tecniche	135.000,0 € composto indicativamente da : 79.400 € - progettazione preliminare – definitiva – esecutiva – DL 22.600 € - coordinamento sicurezza in fase di progettazione e in fase di esecuzione 27.000 € - IVA su spese tecniche 6.000 € - altri costi
Opere civili	1.000.000,0 € relativo a lavori su pista
Opere di riqualificazione ambientale	
Imprevisti	
Oneri per la sicurezza	
Acquisto terreni	
Acquisto beni/forniture	
Acquisizione servizi	
Spese pubblicità	
Spese notarili	

Piano finanziario	
Importo totale €	€ 1.135.000,0
Risorse proprie €	€ 135.000,0
Eventuale quota di cofinanziamento da altri soggetti €	€ -

Richiesta di contributo €	€ 500.000 Avviso pubblici F.C.C. – risorse annualità 2016 € 500.000 Avviso pubblici F.C.C. – risorse annualità 2017
Linea di Finanziamento (POR, PSR, Risorse statali, ecc.)	FONDO COMUNI CONFINANTI

Analisi preliminare delle procedure / autorizzazioni ambientali					
Riferimenti normativi	Verifica del campo di applicazione della procedura (barrare le voci corrispondenti)			Avanzamento della procedura (barrare le voci corrispondenti)	
<b>Valutazione di impatto ambientale</b> (D.lgs. n. 152 e sm.i, L.R. n.5 /2010 È possibile verificare l'elenco dei progetti sottoposti a VIA o verifica di assoggettabilità su: <a href="http://www.cartografia.regione.lombardia.it/silvia">www.cartografia.regione.lombardia.it/silvia</a> Sezione "Quale VIA"	<b>Il progetto è sottoposto a VIA?</b>	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> statale	<b>Se sì:</b>	
			<input type="checkbox"/> regionale	<input type="checkbox"/> procedura non avviata	
		<input checked="" type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> studio preliminare ambientale (indicare data di avvio della consultazione e allegare)		
	<b>Il progetto è sottoposto a verifica di assoggettabilità regionale?</b>	<input type="checkbox"/> Sì	<input checked="" type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> istanza di valutazione presentata (allegare istanza e studio di impatto ambientale)	<input type="checkbox"/> provvedimento di VIA emesso (allegare provvedimento e studio di impatto ambientale)
				<input type="checkbox"/> altro (specificare)	<b>Se sì:</b>
				<input type="checkbox"/> procedura non avviata	<input type="checkbox"/> istanza di assoggettabilità presentata (allegare istanza e studio per la verifica di assoggettabilità)

			" provvedimento di assoggettabilità emesso ( <i>allegare provvedimento e studio per la verifica di assoggettabilità</i> )
<b>Valutazione di incidenza ambientale</b> (DPR 357/ 1997, d.g.r. 14106/2003 e s.m.i.) È possibile verificare la localizzazione dei Siti Rete Natura 2000 su <a href="http://www.cartografia.regione.lombardia.it/vas_rn2000/showimage.aspx">http://www.cartografia.regione.lombardia.it/vas_rn2000/showimage.aspx</a>	<b>Il progetto è localizzato all'interno di un Sito Rete Natura 2000?</b>	" Sì	<b>Se sì:</b>
		" No	" procedura non avviata
	<b>Il progetto interferisce con un Sito Rete Natura 2000?</b>	" Sì	" istanza di valutazione presentata ( <i>allegare istanza e studio di incidenza</i> )
		" No	" provvedimento di valutazione di incidenza emesso ( <i>allegare provvedimento e studio di incidenza</i> ) " altro ( <i>specificare</i> )
<b>Autorizzazione beni culturali/paesaggistici</b> (D.Lgs. 42/2004 e s.m.i. l.r. 12/2005) È possibile verificare il tipo di vincolo sul SIBA (Sistema Informativo dei Beni Ambientali) regionale e sul SIRBeC(Sistema Informativo dei Beni Culturali di Regione Lombardia):	<b>Il progetto interessa:</b>	" un bene culturale così come definito dagli artt.10 e 11 del d.lgs. 42/2004 e sottoposto a provvedimento di vincolo ai sensi degli artt. 12; 13; 128 del d.lgs. 42/2004	<b>Se il progetto interessa un bene sottoposto a vincolo e/o è in area vincolata:</b>
	<b>Il progetto è localizzato:</b>	" in un area vincolata ai sensi dell'art. 136 del d.lgs. 42/2004, ambiti assoggettati a tutela con specifici provvedimenti ( <i>specificare</i> )	" procedura autorizzativa non avviata

http://www.cartografia.regione.lombardia.it/Nadir/Start.do#		<input type="checkbox"/> in un'area vincolata ai sensi dell'art. 142 del d.lgs. 42/2004 (laghi, fiumi e corsi d'acqua, territori oltre i 1600 m nelle Alpi e 1200 per gli Appennini, ghiacciai e circhi glaciali, parchi e riserve, boschi e foreste, università e usi civici, zone umide, zone archeologiche) - <i>Specificare</i>	<input type="checkbox"/> richiesta di autorizzazione presentata <i>(allegare)</i>
		<input type="checkbox"/> in un'area non vincolata	<input type="checkbox"/> autorizzazione paesaggistica rilasciata <i>(allegare)</i>  <input type="checkbox"/> altro <i>(specificare)</i>
<b>Parere idraulico</b> (R.D. 523/1904, D.G.R. n. 13950/2003, D.G.R. n. 7868/2002)	Il progetto è localizzato all'interno dell'alveo di un corso d'acqua (del reticolo idrico principale o minore) o occupa superfici appartenenti al demanio idrico?	<input type="checkbox"/> Sì	<b>Se sì:</b>
		<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> richiesta di parere idraulico presentata all'autorità competente <i>(allegare)</i>
			<input type="checkbox"/> parere idraulico emesso <i>(allegare)</i>
			<input type="checkbox"/> altro <i>(specificare)</i> .
<b>Indicare se coerente con gli strumenti urbanistici vigenti</b>	<input type="checkbox"/> Sì		
	<input type="checkbox"/> No		
<b>Altro .. (specificare)</b>			

Codice Intervento	3.7 B
<b>Titolo dell'intervento</b>	<b>Riqualificazione della palestra della Scuola primaria di Bormio</b>
Soggetto beneficiario/attuatore	Comune di Bormio
Tipologia del soggetto beneficiario	Pubblico
Tipologia dell'intervento	infrastruttura
Livello attuale di progettazione/attuazione	Studio di fattibilità
Target (tipologia/e utenti finali)	Popolazione residente
Localizzazione dell'intervento	L'intervento interessa il centro abitato di Bormio (Piazza V Alpini)
Durata dell'intervento (dalla progettazione alla messa in servizio)	3 anni
Altri interventi correlati/sinergici	3.2, 3.3, 3.4, 3.5

<b>Descrizione del soggetto beneficiario/attuatore</b>	Il progetto è promosso dal Comune di Bormio
--	---

<b>Descrizione dell'intervento e definizione degli obiettivi</b>	<p>I comuni dell'Alta Valtellina hanno sottoscritto il "Patto dei Sindaci" per l'attuazione degli impegni di riduzioni delle emissioni di CO2 ed hanno approvato il Piano d'Azione per l'energia Sostenibile (PAES) (deliberazione del Consiglio comunale n. 9 del 28.02.2013).</p> <p>In tale piano sono individuate azioni concrete per il perseguimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni climalternati, obiettivi che vengono ripresi e confermati anche dalla Strategia d'Area Alta Valtellina per le Aree Interne.</p> <p>In linea con queste finalità, l'Amministrazione Comunale di Bormio intende realizzare un intervento di ammodernamento ed efficientamento energetico della palestra delle Scuole Elementari di Bormio, situate nel centro abitato in Piazza V Alpini. Questo intervento è teso da un lato a ridurre il consumo energetico, dall'altro ad offrire agli utenti della palestra spazi adeguati, che possano essere sfruttati al meglio per le attività di studenti, scuola e famiglie in ogni periodo dell'anno.</p>
--	--

L'edificio, che è nella piena disponibilità dell'Amministrazione, fa parte del complesso scolastico composto da un corpo principale ad uso scuole elementari realizzato durante gli anni 30' del 900, soggetto peraltro a vincolo monumentale, e da un corpo separato ad uso palestra e magazzino comunale realizzato intorno al 1960.

La struttura della palestra è infatti stata edificata successivamente, ed è strutturata in un corpo di fabbrica isolato, composto da due livelli.

Al piano interrato è presente un magazzino comunale, con spogliatoi e servizi per gli operai comunali, nonché spogliatoi e servizi dedicati alla palestra.

Il livello superiore è occupato dalla palestra, che è collegata all'edificio principale delle Scuole elementari tramite un tunnel.



La struttura è in cemento armato, con tetto in orditura metallica e manto di copertura in lamiera zincata preverniciata.

L'edificio presenta una evidente vetustà ed alcune criticità legate ai seguenti aspetti:

- presenza di barriere architettoniche;
- rispondenza ai requisiti di sicurezza statica ed antisismica da verificare;
- inadeguatezza dell'isolamento termico;
- inadeguatezza delle dimensioni della palestra in quanto non è in gradi di contenere nemmeno un campo regolamentare da pallavolo;
- presenza di un controsoffitto che si stacca, spogliatoi indecorosi,
- aspetto estetico poco gradevole e posizionamento dei volumi piuttosto casuale

	<p>Per definire il migliore intervento di riqualificazione della struttura, è stato prodotto dall'Amministrazione Comunale uno studio di fattibilità, che individua come proposta progettuale quella di demolire la parte di edificio fino alla quota di campagna del terreno circostante, e quindi ricostruire un edificio con caratteristiche generali migliori e più performanti.</p> <p>Il nuovo volume della palestra permetterà di eliminare le attuali barriere architettoniche, potendo utilizzare soluzioni progettuali tese ad ottenere un edificio performante sotto ogni profilo. Verrà inoltre valutata la possibilità di collegare la caldaia a cippato, realizzata negli scorsi anni per la scuola elementare, con il museo civico e con l'asilo nido attuando così un ottimo intervento nell'ottica del risparmio energetico.</p> <p>Essendo già stati svolti in passato interventi edilizi nell'area, è possibile ipotizzare che non dovrebbero essere presenti rilevanze archeologiche.</p> <p>Dal punto di vista geologico la zona non presenta particolari pericoli, mentre dal punto di vista geotecnico la realizzazione degli scavi per i vani interrati richiederà un'analisi approfondita.</p> <p>Dal punto di vista paesaggistico la soluzione individuata tenderà a ricomporre i volumi, abbassando ed allargando il corpo palestra ed eliminando il "buco" posto tra lato nord ed est e le strade pubbliche (Via Bardea e Via Nesini).</p> <p>L'edificio in oggetto dovrà essere necessariamente realizzato in cemento armato per quanto riguarda la parte interrata, mentre fuori terra potranno essere utilizzati anche altri materiali come il metallo, il legno lamellare, il vetro ecc..</p> <p>Le parti strutturali dovranno essere adeguatamente dimensionate ai sensi della normativa vigente sotto il profilo statico e sismico.</p> <p>All'interno di questo perimetro il progettista potrà individuare le migliori soluzioni.</p> <p>Per la sicurezza degli edifici circostanti e quella degli operai si renderanno probabilmente necessarie la realizzazione di opere geotecniche specialistiche per il contenimento delle sezioni di scavo.</p> <p>Il materiale di scavo dovrà essere trasportato presso discariche autorizzate.</p> <p>Dal punto di vista compositivo i nuovi volumi tenderanno a ridurre l'altezza del volume "palestra" e mediante la realizzazione di un volume seminterrato, ma emergente da terreno, a ridurre l'effetto "buco" sul lato a monte.</p>
--	--

	<p>L'accesso al volume seminterrato da adibire a magazzino comunale avrà dalla rampa esistente, mentre la palestra avrà accesso a raso della pavimentazione in asfalto circostante, in modo da eliminare totalmente le barriere architettoniche e consentire vie di fuga perfettamente agevoli.</p> <p>I volumi riscaldati avranno caratteristiche di isolamento termico idonee alla realizzazione di edifici a zero emissioni, e potranno in ogni caso essere allacciate all'impianto termico a biomassa già presente nella scuola.</p> <p>Le finestre dovranno essere progettate in modo che la luce diretta non entri nella palestra al fine di evitare fastidiosi fenomeni di abbagliamento.</p> <p>La copertura del corpo principale potrà essere utilizzata per la messa in opera di un impianto fotovoltaico a servizio del complesso scolastico, mentre la porzione secondaria potrà essere utilizzata come impianto sportivo esterno, come parcheggio accedendo dalla Via Nesini o come giardino.</p> <p>L'inserimento materico dell'edificio dovrà essere approfondito durante le successive fasi di dettaglio progettuale, individuando le valenze già presenti nell'intorno quali le murature in pietra della scuola e le coperture in piode o rame.</p>
--	--

Individuazione e descrizione dei risultati attesi e degli indicatori (cfr schema risultati attesi, indicatori di risultato e azioni)	
Risultato atteso (codice):	C
Descrizione del risultato atteso	Contrasto alle emissioni climalternati
Indicatori di risultato (codice)	C.1 riduzione dei consumi energetici
Indicatori di realizzazione (codice)	c 1.1 n. edifici con certificazione energetica

<p><b>Piano di lavoro e cronoprogramma</b></p>	<p>Le fasi di progetto prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Progetto definitivo - esecutivo</li> <li>• Procedura per affidamento lavori</li> <li>• Esecuzione lavori</li> <li>• Collaudo finale</li> <li>• Gestione e monitoraggio della struttura in esercizio</li> </ul>
--	---

--	--

## Cronoprogramma Intervento

FASE	2019	2020	2021	2022	2023
<i>Preliminare, definitivo, esecutivo</i>	X	X			
<i>Esecuzione lavori</i>		X	X		
<i>Collaudo</i>			X		
<i>Gestione e monitoraggio</i>				X	X

<b>Modello di gestione</b>	<p>Dal punto di vista autorizzativo sarà necessario ottenere l'autorizzazione paesaggistica e monumentale, il parere igienico sanitario ed il parere preventivo dei Vigili del Fuoco di Sondrio in relazione alle problematiche antincendio.</p> <p>L'iter autorizzativo può essere affrontato mediante indizione di una conferenza dei servizi.</p> <p>La progettazione definitiva ed esecutiva dovrà essere affidata ad uno o più soggetti abilitati, non disponendo l'Amministrazione di personale proprio.</p>
----------------------------	--

<b>Monitoraggio</b>	<p>Indicatori di beneficio oggettivamente misurabili, che esplicitano il conseguimento o meno degli obiettivi specifici (risultati) di Progetto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Rendimento termico impianti: confronto tra il valore pre-intervento, quello previsto e quello reale post-intervento</li> <li>•Confronto dei risultati della diagnosi energetica pre-intervento e della certificazione energetica post-intervento</li> </ul>
---------------------	--

Tipologie di spesa	Breve descrizione della spesa (se pertinente la tipologia). La lista non è garanzia di ammissibilità della voce di spesa. Lo scopo dell'analisi è l'acquisire elementi utili per approfondire la natura dell'intervento.
Costi del personale	
Spese tecniche	170.000,0 €
Opere civili	1.539.105,0 €

Opere di riqualificazione ambientale	
Imprevisti	
Oneri per la sicurezza	
Acquisto terreni	
Acquisto beni/forniture	
Acquisizione servizi	
Spese pubblicità	
Spese notarili	

Piano finanziario	
Importo totale €	€ 1.709.105,0 €
Risorse proprie €	
Eventuale quota di cofinanziamento da altri soggetti €	-
Richiesta di contributo €	€ 709.105 Quota di finanziamento a valere sul fondo di cui al decreto n. 4297 del 13/04/2017 del Dirigente della Struttura Programmazione e Progetti Integrati per lo sviluppo delle Aree Montane, della Regione Lombardia € 500.000 Avviso pubblici F.C.C. – risorse annualità 2018 € 500.000 possibilità di opzionare su questo progetto l'annualità 2020
Linea di Finanziamento (POR, PSR, Risorse statali, ecc.)	FONDO COMUNI CONFINANTI

Analisi preliminare delle procedure / autorizzazioni ambientali				
Riferimenti normativi	Verifica del campo di applicazione della procedura (barrare le voci corrispondenti)		Avanzamento della procedura (barrare le voci corrispondenti)	
Valutazione di impatto ambientale (D.lgs. n. 152 e sm.i, L.R. n.5 /2010)	Il progetto è sottoposto a VIA?	“ Sì	“ statale	<b>Se sì:</b>
			“ regionale	“ procedura non avviata

<p>È possibile verificare l'elenco dei progetti sottoposti a VIA o verifica di assoggettabilità su:  <a href="http://www.cartografia.regione.lombardia.it/silvia">www.cartografia.regione.lombardia.it/silvia</a>            Sezione "Quale VIA"</p>			<p>.. studio preliminare ambientale (<i>indicare data di avvio della consultazione e allegare</i>)</p>
	<p><b>Il progetto è sottoposto a verifica di assoggettabilità regionale?</b></p>	<p>.. No</p>	<p>.. istanza di valutazione presentata (<i>allegare istanza e studio di impatto ambientale</i>)</p>
			<p>.. provvedimento di VIA emesso (<i>allegare provvedimento e studio di impatto ambientale</i>)</p>
			<p>.. altro (<i>specificare</i>)</p>
<p><b>Valutazione di incidenza ambientale</b>            (DPR 357/ 1997, d.g.r. 14106/2003 e s.m.i.)            È possibile verificare la localizzazione dei Siti Rete Natura 2000 su  <a href="http://www.cartografia.regione.lombardia.it/vas_rn2000/showimage.aspx">http://www.cartografia.regione.lombardia.it/vas_rn2000/showimage.aspx</a></p>	<p><b>Il progetto è localizzato all'interno di un Sito Rete Natura 2000?</b></p>	<p>.. Sì</p>	<p><b>Se sì:</b></p>
		<p>.. No</p>	<p>.. procedura non avviata</p>
	<p><b>Il progetto interferisce con un Sito Rete Natura 2000?</b></p>	<p>.. Sì</p>	<p>.. istanza di valutazione presentata (<i>allegare istanza e studio di incidenza</i>)</p>
		<p>.. No</p>	<p>.. provvedimento di valutazione di incidenza emesso (<i>allegare provvedimento e studio di incidenza</i>)</p>
			<p>.. altro (<i>specificare</i>)</p>

<p><b>Autorizzazione beni culturali/paesaggistici</b> (D.Lgs. 42/2004 e s.m.i. l.r. 12/2005)</p> <p>È possibile verificare il tipo di vincolo sul SIBA (Sistema Informativo dei Beni Ambientali) regionale e sul SIRBeC(Sistema Informativo dei Beni Culturali di Regione Lombardia): <a href="http://www.cartografia.regione.lombardia.it/Nadir/Start.do#">http://www.cartografia.regione.lombardia.it/Nadir/Start.do#</a></p>	<p><b>Il progetto interessa:</b></p>	<p>“ un bene culturale così come definito dagli artt.10 e 11 del d.lgs. 42/2004 e sottoposto a provvedimento di vincolo ai sensi degli artt. 12; 13; 128 del d.lgs. 42/2004</p>	<p><b>Se il progetto interessa un bene sottoposto a vincolo e/o è in area vincolata:</b></p>
	<p><b>Il progetto è localizzato:</b></p>	<p>“ in un area vincolata ai sensi dell’art. 136 del d.lgs. 42/2004, ambiti assoggettati a tutela con specifici provvedimenti (<i>specificare</i>)</p>	<p>“ procedura autorizzativa non avviata</p>
		<p>“ in un area vincolata ai sensi dell’art. 142 del d.lgs. 42/2004 (laghi, fiumi e corsi d’acqua, territori oltre i 1600 m nelle Alpi e 1200 per gli Appennini, ghiacciai e circhi glaciali, parchi e riserve, boschi e foreste, università e usi civici, zone umide, zone archeologiche) - <i>Specificare</i></p>	<p>“ richiesta di autorizzazione presentata (<i>allegare</i>)</p>
		<p>“ in un’area non vincolata</p>	<p>“ autorizzazione paesaggistica rilasciata (<i>allegare</i>)</p> <p>“ altro (<i>specificare</i>)</p>
<p><b>Parere idraulico</b> (R.D. 523/1904, D.G.R. n. 13950/2003, D.G.R. n 7868/2002)</p>	<p>Il progetto è localizzato all’interno dell’alveo di un corso d’acqua (del reticolo idrico principale o minore) o occupa superfici appartenenti al demanio idrico?</p>	<p>“ Sì</p> <p>“ No</p>	<p><b>Se sì:</b></p> <p>“ richiesta di parere idraulico presentata all’autorità competente (<i>allegare</i>)</p> <p>“ parere idraulico emesso (<i>allegare</i>)</p> <p>“ altro (<i>specificare</i>).</p>
	<p>“ Sì</p>		

<b>Indicare se coerente con gli strumenti urbanistici vigenti</b>			" No
<b>Altro .. (specificare)</b>			

Codice Intervento	5.7
<b>Titolo dell'intervento</b>	<b>Bormio Marketing - Attività di marketing turistico integrato e comprensoriale</b>
Soggetto beneficiario/attuatore	Comunità Montana Alta Valtellina
Tipologia del soggetto beneficiario	Ente pubblico - Comunità Montana
Tipologia dell'intervento	Servizi di promozione turistica
Livello attuale di progettazione/attuazione	Progetto operativo quinquennale (livello unico di progettazione)
Target (tipologia/e utenti finali)	Turisti
Localizzazione dell'intervento	Il progetto interessa l'intero ambito comprensoriale con ricadute che vanno oltre la dimensione locale
Durata dell'intervento (dalla progettazione alla messa in servizio)	6 anni
Altri interventi correlati/sinergici	L'attività di marketing turistico del comprensorio si sviluppa trasversalmente, rispetto ai risultati attesi della Strategia Alta Valtellina. I progetti che generano maggiore sinergia rispetto a questo intervento sono: 3.8, 3.9, 3.10 3.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6 2.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6

<b>Descrizione del soggetto beneficiario/attuatore</b>  <i>In questa sezione deve essere fornita una breve descrizione del soggetto beneficiario (in questa prima fase omettere l'informazione per Comuni e Comunità Montana)</i>	<p>Il territorio ha avviato negli ultimi anni un processo di confronto atto a definire una modalità di promozione turistica integrata del comprensorio.</p> <p>Questa attività, di importanza strategica per il comprensorio Alta Valtellina, ha visto in passato il coinvolgimento di molteplici attori (dalle Proloco di località, agli uffici della CMAV, dalle associazioni locali ai consorzi turistici privati): esito di tale molteplicità di attori una significativa frammentazione delle risorse, con risultati non sempre in linea rispetto alle aspettative.</p> <p>Al fine di modificare tale scenario, ha preso avvio un ampio processo di confronto, al termine del quale si è convenuto di ricondurre ad un unico soggetto di riferimento per il territorio le attività relative alla comunicazione e alla promozione turistica.</p>
---	--

E' così nata la struttura di "Bormio Marketing" che si pone l'obiettivo di fare sintesi tra la dimensione pubblica (proloco) impegnata nelle attività di uffici IAT (informazione ed accoglienza turistica) e di organizzazione delle attività in ambito strettamente locale, e quella privata (associazione albergatori e commercianti, impianti di risalita, terme) a cui è invece delegata l'azione di gestione dell'incoming.

Bormio Marketing è stata costituita nel dicembre 2013: il suo avvio effettivo è avvenuto nel gennaio 2016 in quanto, alla luce delle modifiche apportate dall'ultima recente legge regionale sul turismo, si è reso necessario operare alcune modifiche all'assetto organizzativo, al fine scorporare la parte commerciale da quella più strettamente legata alla promozione e comunicazione (l.r. 27/2015 "Politiche regionali in materia di turismo e attrattività del territorio lombardo", art. 12).

Bormio Marketing è espressione dei seguenti soggetti, ai sensi dell'art. 12 della legge regionale 27/2015:

- Pro Loco dei Comuni di Sondalo, Valdisotto, Bormio, Valfurva e Valdidentro

I principali interlocutori privati di Bormio Marketing sono:

- Società degli Impianti di Risalita
- Consorzio termale (Terme di Bormio, Bagni Vecchi e Bagni Nuovi) - Strutture ricettive
- Attività commerciali, artigianali e professionali in genere

Rappresenta dunque il punto di sintesi per le attività di promozione del comprensorio Alta Valtellina, proponendo un modello di gestione innovativo volto a favorire l'introduzione di quei modelli economico-aziendali basati sulla cooperazione pubblica e privata nell'ottica di migliorare l'efficienza del servizio pubblico.

L'attività di BM si integra con l'attività di monitoraggio rispetto al settore turistico, che viene svolta internamente alla CMAV attraverso l'Osservatorio del Turismo provinciale.

### Descrizione dell'intervento e definizione degli obiettivi

*In questa sezione, si deve fornire una descrizione generale dell'intervento, evidenziando in modo sintetico gli obiettivi che intendono promuovere e le interazioni con gli altri interventi dell'Area Interna. Nella descrizione deve essere posta particolare*

Obiettivo di Bormio Marketing è quello di costituire un punto di riferimento che permetta al territorio di porsi in forma proattiva, agendo sulla base di un disegno di comunicazione e di marketing integrato e univoco: la definizione di tale strategia di promozione rappresenta la condizione precondizione perché il comprensorio possa anticipare le tendenze del mercato turistico, e organizzarsi proponendo un'offerta competitiva e di livello.

BM muove infatti dalla consapevolezza che non bastano musei o paesaggi alpini per fare di una località una destinazione turistica: occorrono i servizi e, più in generale, organizzazione degli stessi. La possibilità di fare sintesi tra la parte pubblica (l'attività di BM, orientata alla promozione, alla comunicazione ed al marketing) e quella privata (incentrata sull'incoming), costituisce il punto di partenza volto a superare la frammentazione che in questi anni ha caratterizzato l'offerta locale, con risultati non sempre positivi, permette di far fronte con maggiore incisività alle tendenze di un mercato turistico sempre più globale e competitivo (l'apertura dei mercati, la globalizzazione, l'integrazione europea, la concorrenza internazionale, le trasformazioni culturali, ecc.).

Ciò anche al fine di contribuire alla destagionalizzazione delle presenze turistiche, facendo leva su una serie di risorse locali che vanno oltre gli sport invernali (che pure rappresentano un driver fondamentale dell'economia comprensoriale).

In coerenza con quanto sviluppato all'interno della Strategia Aree Interne, la destagionalizzazione delle presenze potrà avvenire grazie all'organizzazione dell'offerta sui temi:

- *attività green e outdoor (vd. schede progetto 4.1 – 4.6)*
- *cultura e storia (vd. schede progetto 5.1 – 5.6)*

Rispetto a questi due filoni tematici, all'interno della strategia, sono declinati una serie di interventi, volti a valorizzare e integrare le risorse territoriali (eccellenze storiche, itinerari di visita, sentieri per attività all'aperto rivolte a sportivi e a famiglie): attraverso BM si vuole definire un'offerta che verta su tali eccellenze, per promuoverle e comunicarle al territorio e sui mercati turistici.

Per raggiungere questo obiettivo, Bormio Marketing ha definito un programma pluriennale di marketing, per ottimizzare l'impiego delle risorse all'interno di un'immagine univoca.

Nello specifico, si è scelto e condiviso un unico brand "Bormio" (con le diverse declinazione in relazione al territorio), ed è stato realizzato un unico portale "Bormio.eu": si tratta del nome più noto e che presenta il più alto livello di competitività sul mercato turistico (rispetto alle altre destinazioni del comprensorio).



	<p>L'azione di BM mira a favorire lo sviluppo delle attività di marketing per sostenere:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- un consolidamento delle potenzialità turistiche dell'area</li><li>- un miglioramento della qualità dei prodotti turistici</li><li>- un'integrazione tra le differenti tipologie di turismo</li><li>- un costante aggiornamento professionale degli attori del sistema turistico (vd. scheda progetto 5.8)</li></ul> <p>Azioni queste che, in coerenza con l'impianto strategico complessivo, permettono di agire rispetto ai seguenti target:</p> <p>Interno</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Rafforzando il senso di identità e appartenenza al territorio</li><li>- Accrescendo il livello di partecipazione alla vita del territorio</li><li>- Favorendo forme di confronto e conciliazione tra diversi stakeholder</li></ul> <p>Esterno</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Creando una precisa identità turistica, che favorisca la percezione del vantaggio competitivo che il comprensorio dovrà essere in grado di esprimere sui mercati</li><li>- Informando i potenziali acquirenti sui fattori di successo del prodotto-territorio Alta Valtellina</li><li>- Favorendo lo sviluppo di relazioni stabili tra utenti esterni e attori locali</li></ul> <p>BM rappresenta la volontà da parte dei soggetti pubblici di gestire, in coerenza con le prescrizioni della nuova legge regionale in materia di turismo, la promozione comprensoriale in un'ottica di <b>gestione associata</b>, attraverso servizi e attività in grado di incidere sull'intero territorio.</p> <p>BM permette dunque di:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Favorire la cooperazione tra imprese in una logica di sistema</li><li>- Implementare politiche di promozione integrata incentrate su politiche di marchio</li><li>- Sostenere, consolidare e sviluppare l'imprenditorialità nella filiera del turismo green, sportivo e culturale</li></ul> <p>Bormio Marketing è un'associazione di promozione sociale, dotata di personalità giuridica e senza scopo di lucro. I soggetti fondatori e attuali associati sono le cinque Pro Loco del bormiese. L'azione di Bormio Marketing è definita operativamente all'interno di un programma di azione che prevede</p>
--	--

le modalità di coordinamento interne e le azioni di marketing previste dal progetto. E' previsto che il progetto generale copra un periodo di cinque anni, necessario per poter consolidare il nuovo assetto comprensoriale della promozione turistica e per poter considerare i risultati conseguiti al netto delle oscillazioni annuali e stagionali che caratterizzano il settore. Il progetto verrà declinato in programmi annuali di dettaglio da redigere progressivamente e tenendo conto dell'avanzamento raggiunto dalle azioni e dei cambiamenti di contesto che nell'ambito del turismo sono molto veloci.

#### Progetto Comunicazione Istituzionale

L'azione di promozione istituzionale e di comunicazione del territorio e della sua offerta, rappresenta la finalità prioritaria e si declina in tutte quelle iniziative finalizzate a sostenere la presenza sui mercati dell'offerta comprensoriale (come ad esempio: la partecipazione a fiere, la gestione della comunicazione online e off line, l'organizzazione di educational tour, le campagne pubblicitarie, ecc.), alla produzione di materiali e strumenti (web, applicativi) per aumentare la visibilità del comprensorio.

Il progetto BM agisce su:

- *Comprensorio del bormiese come destinazione unica*: il bormiese costituisce un'unica meta del viaggio e deve quindi essere in grado di presentare un'offerta molto ampia (sport, ambiente, cultura, benessere, ecc.) per soddisfare le esigenze di diversi target. L'azione di BM è quindi tesa a valorizzare questa variegata offerta che la Strategia d'Area mira a rafforzare;
- *Organizzazione di proposte turistiche*: BM dovrà avere la capacità di stimolare la creazione non tanto di pacchetti standard, ma di proposte personalizzabili e quindi "componibili" a piacimento dall'utente, sulla base di una chiarezza dei costi e dell'organizzazione;
- *Immagine del Comprensorio Alta Valtellina*: il turista cerca di acquisire valore per il tempo e il denaro che ha speso, per questo è fondamentale valorizzare l'immagine del comprensorio, facendo attenzione nel rapporto tra l'immagine proiettata sui mercati e quella percepita dal turista.

Sulla base dell'analisi di tali fattori, BM si propone come punto di riferimento comprensoriale per coordinare azioni quali:

**La comunicazione degli eventi**

La vivacità del comprensorio e la possibilità di mettere a punto un calendario annuale, articolato ed eterogeneo rappresenta uno degli elementi del piano di promozione. La comunicazione dei grandi eventi, i briefing di lavoro con i giornali e con la televisione, oltre ai già citati educational tour, rappresentano una opportunità di prioritario rilievo sul quale BM intende investire.

La possibilità di strutturare un calendario annuale ricco e articolato, che permetta di diversificare la programmazione delle iniziative e di distribuirle nelle diverse stagioni costituisce un elemento fondamentale dell'attività di Bormio Marketing.

Si tratta di iniziative, peraltro, non legate esclusivamente al tema sportivo, ma rivolte anche a temi culturali e identitari per il comprensorio.

**Media e pubblicità**

Altra linea di intervento strategica riguarda la pianificazione di campagne pubblicitarie che, attraverso un'adeguata ripartizione delle risorse economiche assegnate, porteranno alla individuazione dei canali, mezzi e veicoli più indicati in relazione ai diversi target che si vorranno raggiungere: televisione, affissioni, inserti e articoli su magazine di attualità, periodici, settimanali, riviste sportive, internet, blog, newsletter elettroniche, rappresentano a titolo esemplificativo alcuni dei canali attraverso i quali è possibile veicolare le azioni di promozione e comunicazione, per garantire ampia visibilità al comprensorio.

Verranno acquistati spazi pubblicitari su emittenti televisive e radiofoniche locali, regionali, nazionali. Così come per la stampa, anche per le TV e radio verranno realizzati i supporti tecnici necessari per la trasmissione degli spot e verrà sviluppato un rapporto contrattuale con le agenzie, nonché un controllo e una valutazione dei risultati conseguiti al fine di valutare l'efficacia delle azioni intraprese. L'utilizzo del mezzo televisivo e radiofonico può essere ottimizzato anche attraverso la realizzazione di uno o più video promozionali.

In questa azione sarà di fondamentale rilievo porre la dovuta attenzione alla gestione del posizionamento della destinazione Bormio rispetto ai canali del web.

Lo sviluppo della comunicazione virale tramite social, la presenza della destinazione sui più rilevanti motori di ricerca interessa spazi che dovranno essere presidiati con la massima attenzione e tempestività nell'aggiornamento e interazione con gli utenti. Il tema del marketing social media dovrà quindi essere presidiato prevedendo delle risorse appositamente destinate a tale attività.

Per garantire il successo di tale strategia sarà prioritario il rapporto con gli operatori, al fine di coordinare i diversi interventi secondo un approccio integrato e univoco.

### Direct marketing

Questa linea di intervento riguarderà l'organizzazione e preparazione, a supporto dell'attività di comunicazione, di brochure, volantini e altro materiale di presentazione e informativo da distribuire attraverso gli uffici locali di promozione turistica, le strutture ricettive, le associazioni sportive, i siti culturali, ecc..

Tutto il materiale e la documentazione realizzata saranno forniti in diverse versioni linguistiche (es. inglese, tedesco, russo, ecc.) per garantire un'adeguata comunicazione. Sarà prevista tramite il portale "Bormio.eu" la diffusione e via **e-mail di comunicati stampa** ai giornalisti e agli operatori del mondo economico-finanziario accreditati, nonché alle principali redazioni dei media locali e nazionali, attraverso attività di **direct marketing**. La diffusione via e-mail rappresenta, infatti, il modo più veloce ed efficace di garantire una diffusione capillare e mirata delle informazioni alla comunità giornalistica ed al mondo economico-finanziario, culturale e turistico rappresentato dagli operatori.

A lato di tali azioni di carattere più tradizionale, si agirà per lo sviluppo di **applicativi web** dedicati, che permettano al turista di orientarsi all'interno della variegata offerta locale, sviluppando delle proposte di soggiorno "taylor made" in base alle proprie preferenze.

Le applicazioni saranno scaricabili dagli utenti su smartphone, ipad e altri dispositivi, con l'obiettivo di essere di semplice fruizione e di rendere accessibili una molteplicità di informazioni utili a conoscere il territorio, la sua offerta (ambientale, culturale, sportiva), le modalità di accesso (trasporto, orari, costi).

### Ufficio Stampa

Per il successo della strategia, sarà importante la cura dei rapporti con i media e per questo si prevede la messa a punto di un gruppo di lavoro dedicato al rapporto con giornalisti e media, del settore turistico e non. L'attività dell'ufficio stampa riguarderà inoltre:

- Monitoraggio delle notizie che i mass media trasmettono con riferimento al territorio e al turismo locale
- Creazione e aggiornamento di news per sostenere la presenza continua del prodotto turistico locale sui media.

I rapporti con i giornalisti andranno mantenuti anche attraverso offerta di ospitalità a testimonial influenti, educational tour per operatori e stampa specializzata, coinvolgimento di un personaggio famoso come testimonial della destinazione, etc.

### **Gli ambienti d'azione del marketing nel bormiese**

#### Proposte ambiente e sport

Il prodotto turistico collegato al segmento del turismo ambientale e sportivo è quello di brevi soggiorni in strutture alberghiere ed extralberghiere (agriturismi e bed & breakfast, case vacanze) nonché soggiorni e soste in forme cosiddette all'aria aperta, e in strutture come i campeggi e i rifugi che sono presenti nel territorio.

La promozione delle risorse territoriali legate al tema dell'ambiente e dello sport consente di consolidare da un lato le nicchie di mercato collegate al mondo delle due ruote, ciclismo, mountain bike, mototurismo, sport di montagna, dall'altro di promuovere soggiorni di vacanza attiva che spingano gli ospiti a muoversi sul territorio del comprensorio entrando in contatto con i centri minori e con le diverse frazioni a aree attrezzate che sono presenti all'interno del comprensorio e del Parco dello Stelvio.

Ciò è reso inoltre possibile anche grazie allo sviluppo della rete dei sentieri e delle piste ciclabili che il progetto aree interne intende realizzare.

Le proposte di soggiorno qui declinate potranno quindi fare riferimento al completamento del Sentiero Valtellina (scheda 4.1), alla realizzazione dell'anello escursionistico in quota (scheda 4.2), nonché a tutte quelle località toccate dalla Strategia Aree Interne (Decauville, Val di Rezzalo, Strada dei Forni) dove si svilupperanno proposte di visita legate alle attività outdoor.

#### Proposte storia e cultura

Le opportunità fruibili dagli ospiti delle strutture alberghiere ed extra-alberghiere vengono organizzate organizzabili in soggiorni a tema, in abbinamento a manifestazioni ed eventi come mostre culturali e visite al sistema museale di Bormio, e al patrimonio storico-artistico rappresentato dal percorso della Grande Guerra dai sentieri alle trincee fino alla visita del Forte di Oga e alla valorizzazione del Passo dello Stelvio.

Si inseriscono nell'offerta turistica incentrata sulla scoperta dell'identità locale anche i progetti della strategia di taglio più rurale, come il recupero del Mulino di Migiondo o l'allestimento della Fattoria Didattica, nonché la promozione dei prodotti locali per quanto riguarda il filone enogastronomico.

Si tratta di un'offerta comprensoriale che fino ad oggi è rimasta in secondo piano rispetto ad altri segmenti trainanti, e che dovrà essere opportunamente sviluppata e promossa

A titolo esemplificativo, la visita al patrimonio storico culturale di Bormio potrà divenire una tappa fissa negli itinerari locali, al contrario di quanto avviene oggi.

*Pacchetti turistici benessere*

La strategia aree interne non prevede linee di intervento specifiche dedicate esclusivamente al polo termale di Bormio: tale scelta è stata dettata dalla volontà di inserire tale risorsa all'interno della promozione comprensoriale, al fine di creare la massima sinergia possibile tra i vari segmenti di offerta.

E' noto infatti come i centri benessere e le Spa negli ultimi anni abbiano visto rivoluzionata la loro importanza all'interno dell'offerta turistica, divenendo standard irrinunciabili del soggiorno. La promozione della risorsa termale affianca gli operatori, impegnati nel fidelizzare i clienti abituali e conquistare nuove quote di clientela, proponendo pacchetti di soggiorno a tema, cioè con servizi aggiuntivi, specializzati nel settore del benessere, della bellezza, dei trattamenti estetici, dei percorsi natura nei boschi e nelle pinete: il territorio dell'Alta Valtellina è in grado di proporre tutto ciò.

Individuazione e descrizione dei risultati attesi e degli indicatori (cfr. schema risultati attesi, indicatori di risultato e azioni)	
Risultato atteso (codice):	E (D)
Descrizione del risultato atteso	E - Incremento delle presenze connesse alla fruizione del patrimonio culturale (D - var % turisti che usufruiscono delle nuove proposte outdoor)
Indicatori di risultato (codice)	E.2 var % presenze turistiche
Indicatori di realizzazione (codice)	E 2.1 n. campagne di comunicazione realizzate

<p><b>Piano di lavoro e crono programma</b></p> <p><i>In questa cella deve essere brevemente descritto il piano di lavoro suddiviso in attività.</i></p>	<p>Per la realizzazione delle attività previste in capo a Bormio Marketing il piano di lavoro prevede le seguenti attività:</p> <p><b><u>PROGETTO MARKETING E COMUNICAZIONE</u></b></p> <p>Stesura del piano di comunicazione a valenza pluriennale che sia in grado di formulare proposte operative per lo sviluppo dei contenuti del progetto. In particolare, la proposta piano dovrà tenere conto dei seguenti aspetti:</p> <p><b>Analisi delle potenzialità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ricerche e screening di mercato</li> <li>- raccolta ed elaborazione dati statistici utili per lo sviluppo dei contenuti della comunicazione e per il corretto orientamento delle azioni di marketing, in coordinamento con l'Osservatorio Turistico della CM</li> <li>- segmentazione e posizionamento sul mercato: azione di ricerca da realizzare in coerenza con quanto previsto dal progetto presentato dal territorio e finanziato su fondo EX ODI 2012</li> </ul>
--	---

	<p><b>Elaborazione del media planning</b></p> <p>Il piano dovrà Individuare le opzioni e le azioni di marketing e comunicazione che dovranno essere attivate in funzione del raggiungimento degli obiettivi (canali, target, strumenti) Attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- individuazione dei media partner: ricerca di partnership con enti, associazioni, centri, per l'individuazione di canali preferenziali finalizzati all'incremento della penetrazione del mercato obiettivo;</li> <li>- definizione dei tempi;</li> <li>- indicazione dei risultati attesi in termini di riscontri e pubblicazioni;</li> <li>- attuazione della strategia di comunicazione;</li> <li>- adattabilità a nuovi elementi provenienti dall'interno dell'organizzazione Bormio Marketing e dai media;</li> <li>- trasformazione e diffusione delle informazioni in notizie; - controllo dell'efficacia della diffusione.</li> </ul>
--	--

## Cronoprogramma Intervento

FASE	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<i>Sviluppo piano generale</i>	X					
<i>Esecuzione programmi annuali</i>		X	X	X	X	X
<i>Direzione e coordinamento</i>		X	X	X	X	X
<i>Segreteria operativa</i>		X	X	X	X	X

### **Modello di gestione**

*In questa sezione deve essere descritto il modello di gestione del servizio/infrastruttura che si intende realizzare a conclusione del progetto.*

Il modello definito per Bormio Marketing vede una struttura articolata come segue:

- 1) Le 5 ProLoco: restano in capo ai singoli Comuni e, in coerenza con il disegno strategico complessivo, sono dedicate alla promozione a livello locale (piccoli eventi locali, informazione ai turisti). I costi riferiti a queste attività delle ProLoco restano in capo ai singoli Enti (personale, servizi di informazione, piccoli eventi), e vengono coperti con una quota degli introiti derivanti dalla tassa di soggiorno sulle presenze turistiche. La rete delle ProLoco rappresenta il front office sul territorio di BM;
- 2) BM: viene costituito un nuovo soggetto deputato alle attività di rilievo sovralocale (es. grandi eventi e promozione del comprensorio), al rapporto con gli operatori turistici, alla promozione sui media, allo sviluppo del posizionamento nel web, dei social e degli applicativi. BM opera in raccordo con le Pro Loco.

La struttura di BM prevede la seguente organizzazione:

#### Direzione e coordinamento

Il coordinamento riguarda sia l'erogazione dei servizi, che la programmazione e gestione degli stessi ed avviene a cura della direzione di BM e con la collaborazione delle ProLoco attive sul territorio e la rete dei soggetti partner. Nello specifico l'attività prevede:

- coordinamento con i soci, i ruoli delle parti coinvolte
- valutazione della sostenibilità economica dell'iniziativa: piano dei costi, gestione dei finanziamenti
- found raising quali azioni di co-marketing finalizzate al sostegno dell'attività di promozione con particolare riferimento alle singole iniziative (eventi, manifestazioni, ecc), ricerca e gestione sponsorizzazioni partecipazione a bandi di finanziamento pubblici

#### Segreteria operativa

La Segreteria Operativa, opera a supporto dell'attività del Direttore con l'obiettivo di assistere la preparazione e la comunicazione delle iniziative a livello locale che si terranno durante l'intero periodo.

La segreteria operativa sarà in diretto contatto con l'ufficio stampa, per il coordinamento generale delle attività previste dai piani di marketing e comunicazione, che si terranno durante l'intero periodo di esecuzione del progetto. A livello organizzativo è previsto:

- un Responsabile della Segreteria Operativa che avrà il compito di attuare le direttive del Direttore, nonché di organizzare tutte quelle azioni necessarie per il buon svolgimento delle attività della segreteria. Curerà inoltre i rapporti con l'ufficio stampa e con i soggetti pubblici e privati coinvolti nella diverse attività previste all'interno del piano di marketing e comunicazione,
- n. 2 collaboratori che operano a supporto delle attività svolte dal responsabile della segreteria operativa, con il compito di attuare concretamente le attività previste.

<p><b>Monitoraggio</b></p> <p><i>In questa sezione si deve descrivere il modello previsto di analisi e monitoraggio dei risultati/impatti attesi al fine di poter dimostrare e determinare l'effettivo raggiungimento degli stessi</i></p>	<p>Il monitoraggio dei risultati conseguiti verrà realizzato in collaborazione con l'Osservatorio Turistico provinciale e con le Proloco e verterà su:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rilevazioni periodiche circa le presenze turistiche (provenienza, durata e motivazione del soggiorno, capacità di spesa, ecc.)</li> <li>- indagini ad hoc circa il grado di soddisfazione degli utenti dei servizi turistici (da attivare in coordinamento con le strutture ricettive)</li> <li>- monitoraggio sui dati di accesso tramite web, copertura social e prenotazioni, n. dei download degli applicativi web</li> </ul> <p>I dati raccolti costituiranno la base di riferimento per un'analisi nel tempo dei risultati raggiunti e delle eventuali azioni correttive da intraprendere nello sviluppo dell'azione di marketing in base alla risposta del mercato.</p>
--	--

Tipologie di spesa	Breve descrizione della spesa (se pertinente la tipologia). La lista non è garanzia di ammissibilità della voce di spesa. Lo scopo dell'analisi è l'acquisire elementi utili per approfondire la natura dell'intervento.
Costi del personale	
Spese tecniche	
Opere civili	
Opere di riqualificazione ambientale	
Imprevisti	
Oneri per la sicurezza	
Acquisto terreni	
Acquisto beni/forniture	
- attrezzature/investimenti	€ 100.000,00
Acquisizione servizi	€ 2.420.000,00

Spese pubblicità	€ 980.000,00
Trasferimenti	€ 500.000,00
Spese notarili	

Piano finanziario	
Importo totale €	€ 4.000.000 + <i>Coordinamento e monitoraggio (CM Alta Valtellina) € 45.526,00</i>
Risorse proprie €	
Eventuale quota di cofinanziamento da altri soggetti €	€
Richiesta di contributo € *	€ 4.045.526,00
Linea di Finanziamento (POR, PSR, Risorse statali, ecc.)	FONDI COMUNI DI CONFINE

\* Per quanto riguarda la liquidazione del contributo FCC con Decreto regionale n. 15765 del 6/12/2017 di approvazione del progetto di fattibilità tecnico-economica è stata autorizzata la liquidazione dell'acconto del 10% pari ad € 404.552,60, liquidato dal FCC con Decreto n. 51 del 24/4/2018 alla Comunità Montana Alta Valtellina. Con Decreto n. 5851 del 15/5/2020 dell'UTR di SO è stata autorizzata la liquidazione dell'importo relativo al 1° Fabbisogno di cassa di € 804.046,40, di cui € 557.210,83 erogati dal Fondo Comuni Confinanti con decreto n. 201 del 5/11/2020.

L' intervento è stato oggetto di controlli a campione da parte di Regione Lombardia per l'annualità 2018, il cui esito ha comportato la segnalazione al Fondo Comuni Confinanti, con nota prot. V1.2020.0001848 del 10/4/2020, delle determinazioni di spesa che non presentavano i requisiti di ammissibilità al contributo, per un importo totale di € 140.489,75. Tale importo è escluso dal costo indicato di € 4.045.526,00, e pertanto non sarà rendicontato a valere sul presente progetto.