



Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020

Regolamento (CE) 1305/2013

Misura 19.3

<b>PARTNERSHIP PROPONENTE</b>	
<b>GAL LA CITTADELLA DEL SAPERE</b> (LEAD PARTNER)	<b>GAL START 2020</b> (PROJECT PARTNER)

*Titolo del progetto*

***BASILICATA CINETURISMO EXPERIENCE +***  
***“Cinema – Movie Tours – Experience ... and more”***

*Cooperazione interterritoriale*

**Sintesi di Progetto**

## DESCRIZIONE DEL PROGETTO

### 1. Titolo del progetto di cooperazione

**BASILICATA CINETURISMO EXPERIENCE +**  
"Cinema – Movie Tour – Experience ... and more"

### 2. Denominazione abbreviata

**BASILICATA CINETURISMO EXPERIENCE +**

### 3. Il GAL capofila

#### **Denominazione completa GAL Capofila "LA CITTADELLA DEL SAPERE"**

Indirizzo: P.zza Duca degli Abruzzi 9– 85042 – Lagonegro (PZ)

Telefono / Fax: 0973.858200 – 0973.858200

Posta elettronica: [info@lacittadelladelsapere.it](mailto:info@lacittadelladelsapere.it)

#### **Coordinatore del progetto di cooperazione**

Prof. Franco Muscolino

Posta elettronica: [segreteria@lacittadelladelsapere.it](mailto:segreteria@lacittadelladelsapere.it)

Telefono / Fax: 0973.858200 – 0973.858200

### 4. Il partner GAL

#### **Denominazione completa Partner 1: GAL START 2020 S.r.l.**

Indirizzo: Piazza Castello s.nc. 75010 Miglionico (MT)

Telefono / Fax: 0835.559751

Posta elettronica: [amministrazione@start2020.it](mailto:amministrazione@start2020.it)

#### **Soggetto referente della cooperazione**

Dr. Giuseppe Lalinga

Posta elettronica: [amministrazione@start2020.it](mailto:amministrazione@start2020.it)

Telefono / Fax: 0835.559751

### 5. Descrizione del progetto di cooperazione

"**Basilicata Cineturismo Experience +**" nasce come evoluzione di progettualità attuate negli ultimi anni da APT Basilicata, Lucana Film Commission, Fondazione ENI E. Mattei, GAL Bradanica e GAL Cittadella del Sapere, ed in particolar modo dall'ultimo progetto "*Basilicata Movie Tourism*", realizzato dalla Regione Basilicata – Ufficio Sistemi Culturali, Turistici, Cooperazione Transnazionale – e co-finanziato dal MIBACT.

La Basilicata, negli ultimi anni, è riuscita a ritagliarsi un ruolo importante sotto il profilo dell'attrattività delle location per le produzioni cinematografiche: questo crescente interessamento ha contribuito nel

tempo ad alimentare il fascino delle località lucane, con **conseguenti ricadute positive in termini di flussi turistici sul territorio**, come dimostrato dai resoconti annuali dell'APT.

Il progetto punta a valorizzare questo trend virtuoso, attraverso l'**identificazione** ed il **potenziamento gli itinerari cine-turistici** di maggiore interesse ed il **co-disegno, con i territori interessati, di sistemi di offerta turistica locale efficaci e ben strutturati**, nella logica di creare opportunità di sviluppo, di lavoro, di inclusione sociale e lavorativa.

A tali azioni preliminari seguirà una **intensa attività di promozione e diffusione dell'offerta cine-turistica locale a livello nazionale ed europeo**.

L'iniziativa rappresenta una **esperienza pilota**, la quale, come ogni attività di natura sperimentale, sarà oggetto di puntuale analisi e misurazione dei risultati conseguiti (WP4).

Il progetto "**Basilicata Cineturismo Experience +**", è stato sviluppato, inoltre, nella logica di assicurare la necessaria **sostenibilità nel tempo**. In tal senso, le attività progettuali prevedono il coinvolgimento proattivo di players istituzionali, economici e culturali, i quali saranno chiamati, non soltanto a contribuire all'implementazione dell'iniziativa, ma anche ad assicurarne il prosieguo e l'ulteriore evoluzione.

**Si riporta di seguito una sintetica panoramica delle produzioni cinematografiche di maggiore interesse realizzate sul territorio lucano.**

Con l'uscita in sala del film i luoghi in cui esso è stato girato possono contare su un'importante visibilità ricevuta attraverso il grande schermo. Il cinema, come è stato sottolineato in altri lavori (Riley, Van Doren 1992; Schoefield 1996; Beeton 2005), è destinato a un vasto pubblico a cui può offrire un messaggio di promozione dei luoghi più credibile, in quanto non dichiaratamente commerciale (Gartner 1993). Attraverso la visione del film e il racconto della storia, lo spettatore empatizza anche con la scenografia, all'interno della quale i protagonisti si muovono, e può avvertire il desiderio di visitare e conoscere dal vero la location cinematografica. In altre parole, le location delle scene di un film possono diventare delle *icon* (Riley, van Doren 1992), ovvero dei luoghi simbolo che si caricano dei valori e delle emozioni raccontate nella storia cinematografica e, quindi, hanno un potere di attrazione superiore a quelle che si osservano in una "fredda" brochure.

A ciò si associa anche il fatto che il cinema, mostrando le proprie location, offre allo spettatore un pre-consumo della destinazione (Schoefield 1992) che allontana i timori legati a un luogo sconosciuto e infonde un senso di familiarità. **Il cinema, quindi, mostra senza dubbio delle potenzialità in termini di promozione territoriale e può essere utilizzato per realizzare operazioni di marketing turistico.** Negli ultimi vent'anni vi è stata una vera e propria esplosione di studi e analisi sull'effetto turistico prodotto dal cinema, compendiate da autori come Hudson, Ritchie (2006) e Connell (2012), che confermano la relazione proficua che vi è tra film e location/destinazione. Si parla, infatti, di **film induced-tourism** o *film tourism* per indicare proprio questo fenomeno di visita delle destinazioni turistiche/location cinematografiche che nasce dalla visione di film. Vi sono casi studio emblematici come *Incontri Ravvicinati del Terzo Tipo* girato nel Wyoming (Riley, Van Doren 1992) e *Il Signore degli Anelli* in Nuova Zelanda (Tzanelli 2004; Croy 2008), oppure casi italiani, d'impatto minore ma ugualmente significativi, come le fiction *Elisa di Rivombrosa* in Piemonte e *Carabinieri* in Umbria (Rocco, Di Maira 2007) o ***The Passion*** e ***Basilicata coast to coast in Basilicata*** (Bencivenga, Chiarullo, Colangelo 2013). La Basilicata è sempre stata terra di cinema, offrendo le sue location alle produzioni cinematografiche a partire dal secondo dopoguerra. Sino ad oggi sono stati girati più di settanta film sul suolo lucano, dirette da alcuni dei più importanti registi italiani e stranieri

(Taviani, Rosi, Rossellini, Pasolini, Gibson) e che hanno proposto differenti immagini della regione. Il successo delle location lucane è determinato dai paesaggi e dalla morfologia del territorio, capaci di soddisfare le differenti esigenze stilistiche delle produzioni cinematografiche. Indubbiamente, la realizzazione del film *The Passion* da parte di Mel Gibson ha rappresentato un punto di svolta per una riflessione e per una maggiore consapevolezza sulle potenzialità economico/turistiche del cinema. Il film, infatti, girato a Matera nel 2003, è stata un'importante vetrina internazionale e ha prodotto un notevole incremento turistico negli anni successivi, soprattutto per quello che riguarda l'incoming straniero (De Falco 2006).

L'effetto di *The Passion* su Matera è stato considerato un esempio di *film tourism* (Provenzano 2007) che ha avuto, poi, in *Basilicata Coast to Coast* una sorta di evoluzione. Il film di Rocco Papaleo uscito nelle sale nel 2010, infatti, pur essendo un prodotto molto diverso da quello di Mel Gibson – sia per genere che, ovviamente, per budget e audience – è stata un'operazione consapevole e efficace di marketing territoriale. Si tratta di un primo esperimento, in Basilicata, di realizzazione di un prodotto cinematografico con finalità anche promozionali. Il film, infatti, è frutto di una co-pianificazione che ha coinvolto alcuni Enti locali (in particolare Regione Basilicata e Gruppi di Azione Locale) per la definizione dei valori/risorse da far emergere nell'opera e per l'individuazione delle location da utilizzare.

Oltre all'aspetto estetico e narrativo, nel film si può quindi rintracciare l'esplicito obiettivo di promuovere un'immagine specifica della regione e il relativo posizionamento turistico. Il risultato è stato una buona operazione di branding della regione, con un interessante ritorno turistico soprattutto nell'ambito del turismo sostenibile.

## 6. Obiettivo generale

Le SSL "S.M.A.R.T.T." e "START 2020" sono fortemente incentrate sullo **sviluppo del turismo**, settore evidentemente strategico per la crescita sostenibile ed intelligente dei territori di riferimento.

Il progetto "**BASILICATA CINETURISMO EXPERIENCE +**" punta a contribuire al raggiungimento degli obiettivi previsti in tali strategie, **incoraggiando e promuovendo la diffusione del cineturismo nelle aree LEADER interessate, come nuova chiave di lettura per la scoperta dei territori.**

**Il cineturismo, infatti, non è più soltanto una nicchia del grande mercato turistico**, caratterizzata da un'utenza di appassionati, che visita le location cinematografiche e televisive: si tratta, al contrario, di un **fenomeno in forte crescita** e con **margini di ulteriore sviluppo** decisamente significativi, soprattutto in un contesto emergente come quello della Regione Basilicata, che tanto ha investito negli ultimi anni per l'espansione del settore dell'audiovisivo.

## 7. Obiettivi operativi

Il progetto persegue i seguenti obiettivi operativi:

1. **Consolidare gli itinerari cine-turistici** sui territori LEADER di riferimento
2. **Favorire la messa in rete degli operatori economici, istituzionali e culturali** attivi nei comuni interessati dagli itinerari cine-turistici
3. **Promuovere gli itinerari cine-turistici** su circuiti culturali nazionali ed europei
4. **Fornire raccomandazioni e linee di indirizzo strategico** alle autorità regionali e ai players attivi nel settore del turismo e dell'audio-visivo.

L'iniziativa, pertanto, si inserisce nel perimetro dell'obiettivo generale "**Miglioramento della competitività**

**economica e sociale del territorio**", di cui all'art. 9 del bando della sottomisura 19.3. Tale obiettivo sarà perseguito attraverso *posizionamenti su nuovi mercati che possano contribuire alla promozione dei prodotti (turistici) locali e della relativa zona di origine.*

Infine, il progetto include numerose **attività comuni**, il cui fine è quello di *valorizzare il patrimonio storico-culturale e ambientale dei territori attraverso la realizzazione di azioni informative e formative, il trasferimento di buone pratiche, la creazione di servizi, itinerari turistici tematici e strategie di comunicazione.*

## 8. Ambiti tematici di intervento del progetto

- **Turismo Sostenibile** (SSL GAL La Cittadella del Sapere; SSL GAL Start 2020)

## 9. Attività di supporto tecnico preparatorio alla definizione del progetto

Il processo di preparazione del progetto si è svolto attraverso:

- Meeting tra i GAL
- Skype conferences
- Lavoro su documenti elettronici condivisi in cloud.

Il progetto non prevede alcun tipo di rimborso per il supporto preparatorio.

## 10. Descrizione delle attività previste per la realizzazione del progetto

Le attività progettuali sono riportate nella tabella di seguito riportata. I partner hanno optato per l'attivazione di **numerose attività comuni**, le quali saranno implementate in totale cooperazione tra i GAL ed a beneficio di entrambi i territori LEADER interessati.

**Il progetto, altresì, include:**

- **N.8 azioni individuali di tipo "tecnico"**, il cui **soggetto attuatore** sarà uno dei due GAL. Per maggiori informazioni sui soggetti attuatori di tali azioni si rimanda al successivo paragrafo "Metodi e procedura di attuazione del progetto". Tali azioni individuali, saranno realizzate dal GAL competente a beneficio dell'intero progetto e di entrambe le aree LEADER interessate.
- **N.2 azioni locali:**
  - Azione 3.4 – Organizzazione e Gestione di Eventi Culturali
  - Azione 5.3 – Management

WORK PACKAGE	COD. ATTIVITA'	ATTIVITA'	DESCRIZIONE
WP 1 MOVIE TOURS	1.1	INDIVIDUAZIONE DEI MOVIE TOURS	<p>I GAL opereranno una <b>mappatura intelligente ed un aggiornamento dei siti di maggiore interesse dal punto di vista cineturistico</b>, al fine di includere tali location nell'ambito di specifici <b>Movie Tours</b> destinati non soltanto ai potenziali turisti, ma anche alla popolazione residente. Tale lavoro sarà eseguito partendo dalle risultanze di cui al progetto <b>Basilicata Movie Tourism</b>.</p> <p>Si tratterà, pertanto, di un'<b>azione intelligente di capitalizzazione ed ulteriore sviluppo dei risultati già conseguiti in precedenza</b>.</p> <p>Il deliverable consisterà in un report con indicazioni strategiche per i successivi step progettuali. Tale documento, sarà completato secondo il timing indicato nel cronoprogramma e consegnato all'Autorità di Gestione del PSR Basilicata 2014/2020.</p>
	1.2	INDIVIDUAZIONE DEI MOVIE POINT	<p>Partendo dalle risultanze dello studio, di cui all'azione 1.1, i GAL procederanno all'individuazione dei <b>Movie Point sui territori di propria competenza</b>. Si tratterà, in sostanza, di <b>sportelli informativi</b> ubicati nei comuni interessati dai Movie Tour.</p> <p>L'individuazione dei Movie Point sarà eseguita attraverso la pubblicazione di una <i>call for expression of interest</i> sui siti dei GAL. A tale procedura potranno accedere gli <b>Enti Locali o le organizzazioni no profit</b> (es. pro loco o associazioni culturali), con sede nei comuni interessati, che intendano contribuire alla <b>diffusione di informazioni utili ai turisti ed ai residenti</b> rispetto ai Movie Tour.</p> <p>Al fine di garantire la massima trasparenza, alla <i>call for expression of interest</i> sarà allegato il template di agreement tra il GAL territorialmente competente e l'organizzazione che inoltra la manifestazione di interesse. Il template sarà redatto congiuntamente dai GAL.</p> <p><b>Si precisa che nessun tipo di contributo o agevolazione sarà riconosciuto ai soggetti che si proporranno per l'istituzione del Movie Point.</b> I GAL, tuttavia, provvederanno a dotare i Movie Point del materiale promozionale di cui al successivo WP2.</p>
	1.3	PILOT ACTION: ISTITUZIONE DEI MOVIE POINTS	<p>A seguito dell'analisi delle <i>expressions of interest</i> pervenute, <b>i GAL procederanno alla sottoscrizione dell'agreement con le organizzazioni interessate</b>. Tale protocollo disciplinerà le modalità di lavoro e gli impegni da rispettare.</p> <p>Le sedi dei GAL, inoltre, saranno altresì utilizzate come Movie Point, ossia sportelli informativi a disposizione di turisti e residenti.</p>
	1.4	REPORT SUI MOVIE POINTS	<p>A seguito della selezione dei Movie Point il GAL procederanno alla stesura di un <b>report congiunto contenente la descrizione analitica di</b></p>

			<p><b>tutto il processo che ha portato all'istituzione di tali sportelli.</b></p> <p>Il report dovrà includere le seguenti informazioni minime: descrizione della procedura amministrativa, descrizione delle manifestazioni di interesse pervenute, descrizione del processo di istituzione dei Movie Points territoriali, conclusioni e <i>lessons learned</i>.</p>
	1.5	LIVING LABS PER PREPARAZIONE DEL TERRITORIO ALLA GESTIONE DEI MOVIE TOURS	<p>A seguito dell'istituzione dei Movie Point, ciascun GAL procederà all'organizzazione di specifici <b>Living Labs</b> con gli stakeholders locali (soggetti pubblici e privati attivi nell'area di riferimento, direttamente o indirettamente interessati allo sviluppo del sistema turistico locale) con <b>l'obiettivo di co-disegnare un sistema organizzativo per la corretta ed efficace gestione dei Movie Tours.</b></p> <p>Si procederà, in sostanza, alla definizione di una vera <b>partnership pubblico-privata</b> in grado di contribuire proattivamente allo sviluppo del territorio interessato.</p> <p>Si prevede l'organizzazione di <b>almeno n.2 incontri da parte di ogni GAL.</b> Il numero di questi meeting potrà essere anche incrementato, in funzione dell'interesse manifestato dal territorio. Tali meeting saranno organizzati non soltanto come momenti di "ascolto" ma anche come <b>sessioni in-formative a beneficio degli operatori presenti.</b></p> <p>I GAL, in qualità di soggetti promotori dello sviluppo locale sui territori di riferimento, <b>coordineranno tali incontri e metteranno le proprie competenze a disposizione degli stakeholders</b>, nella logica di agevolare i processi di organizzazione dell'offerta turistica e cineturistica locale.</p> <p>Risultato finale del Living Lab sarà un <b>accordo di partenariato tra tutti i players locali</b> che decideranno di cooperare nell'ambito del mini-indotto locale connesso al settore del cineturismo.</p> <p><b>L'azione 1.5, pertanto, rappresenta l'attività chiave dell'intero progetto.</b></p>
	1.6	REPORTS SULL'ESITO DEI LIVING LABS	<p>A seguito della stipula dell'accordo di partenariato di cui all'azione 1.5, i GAL rilasceranno un apposito report sull'intero processo che ha portato all'istituzione della partnership locale.</p>
	1.7	MEMORANDUM OF UNDERSTANDINGS	<p>I GAL individueranno <b>almeno n. 4 soggetti istituzionali, attivi in Basilicata o in Italia, con i quali siglare un Memorandum of Understanding (MoU)</b> finalizzato a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>acquisire la disponibilità di tali players per la promozione del progetto</b> e delle relative opportunità per il territorio ed i turisti;</li> <li>- <b>acquisire la disponibilità di tali players a contribuire, con fondi propri, all'attuazione del progetto</b> (es. partecipazione agli eventi, distribuzione del materiale di comunicazione, etc.)</li> <li>- <b>acquisire la disponibilità di tali players ad accrescere la sostenibilità del progetto</b>, subentrando nella gestione delle azioni o degli strumenti sviluppati a seguito della conclusione del progetto.</li> </ul> <p>Resta inteso che la mission dei players da convenzionare dovrà essere pertinente con gli ambiti di intervento del progetto (turismo, cineturismo, produzioni audio-visive; etc.).</p>
WP 2 PROMOZIONE	2.1	DOCUFILM	<p>Il Docufilm è uno degli strumenti più immediati per trasferire ad una platea televisiva le <b>peculiarità autentiche del territorio</b>, sfuggendo agli stereotipi dei programmi ad oggi generalmente trasmessi all'interno dei palinsesti delle tv generaliste.</p> <p>Tale prodotto sarà realizzato con una <b>linea editoriale innovativa ed in grado di dare voce agli abitanti del luogo</b>, narrando da un lato il fascino delle migliori location cinematografiche delle due aree di riferimento (Movie Tours), dall'altro le tradizioni, la cultura e lo stile di vita della popolazione residente. Particolare attenzione sarà inoltre attribuita anche al fenomeno Matera 2019 – Capitale Europea della Cultura.</p>

			<p><b>Il docufilm avrà durata pari a 50 minuti</b> e sarà distribuito sui canali RAI / SKY e presso i Festival del Cinema individuati nell'ambito dell'azione 3.1. Il prodotto sarà realizzato in lingua italiana e corredato da sottotitoli in inglese. Dal docufilm sarà estratto anche un <i>trailer</i> di circa 3 minuti. La realizzazione del docufilm sarà a cura del GAL La Cittadella del Sapere, il quale opererà nel rispetto della normativa vigente in materia di public procurement (D.LGS. 50/2016).</p>
	2.2	WEB SERIES	<p>Il fenomeno delle <b>Webseries</b> è ormai una realtà nella rete; una realtà che ormai si è affermata in particolar modo per le nuove generazioni. I costi contenuti di realizzazione e distribuzione sul web, rendono le web series appetibili per mirate azioni di marketing territoriale, grazie alla <b>capacità di tali prodotti di diventare virali e di garantire una visibilità straordinaria ai territori di riferimento</b>.</p> <p>Nel caso specifico la serie (14 puntate da max 4/5 minuti) sarà realizzata da <b>addetti ai lavori</b> (produttori, registi, attori e altri players del settore dell'audiovideo), con l'obiettivo di attirare e promuovere le due aree LEADER di riferimento oltre che le location cinematografiche di interesse e prestigio, in una logica di sinergia con il progetto Matera 2019 – Capitale Europea della Cultura.</p> <p>In tale logica il prodotto sarà presentato e distribuito in almeno</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N. 5 Fiere e borse di settore</li> <li>- N. 3 Festival del Cinema</li> <li>- N.2 Festival/eventi legati al WEB</li> <li>- Web e Social networks, attraverso i canali istituzionali dei GAL promotori e dei soggetti convenzionati nell'ambito del WP1</li> </ul> <p>La realizzazione della <b>web series</b> sarà a cura del GAL START 2020, il quale opererà nel rispetto della normativa vigente in materia di public procurement (D.LGS. 50/2016).</p>
	2.3	CATALOGHI TURISTICI "VACANZE IN BASILICATA"	<p>Il GAL START 2020 sarà il partner responsabile del coordinamento dei processi finalizzati allo <b>sviluppo, realizzazione e distribuzione del catalogo turistico "Vacanze in Basilicata"</b>, ossia dipliant e brochure (di diversi formati) contenenti proposte <i>tailor made</i> connesse al cineturismo. Tale prodotto avrà ad oggetto entrambe le aree LEADER interessate.</p> <p>Il concept ed i contenuti di tale output saranno co-definiti in concerto con il GAL La Cittadella del Sapere e gli altri soggetti convenzionati con il MoU nell'ambito dell'azione 1.7.</p> <p>Il catalogo sarà prodotto in lingua italiana ed inglese e distribuito presso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- N. 5 Fiere e borse di settore</li> <li>- N. 3 Festival/eventi di settore.</li> </ul> <p>Il prodotto sarà presentato e distribuito anche presso gli eventi di settore individuati nell'ambito dell'azione 3.1.</p> <p>La realizzazione (logo progetto, lay out grafico, contenuti e stampa) del catalogo sarà a cura del GAL START 2020, il quale opererà nel rispetto della normativa vigente in materia di public procurement (D.Lgs. 50/2016).</p>
	2.4	WEB MARKETING	<p>Il GAL La Cittadella del Sapere curerà il <b>potenziamento del sito <a href="http://www.basilicatamovietourism.it">www.basilicatamovietourism.it</a></b>, per veicolare tutte le informazioni sul progetto (finalità, obiettivi, movie tours, produzioni filmiche sui territori di riferimento, contatti dei movie points, eventi a cui si è partecipato, eventi da organizzare ed organizzati, servizi di potenziale interesse turistico presenti sul territorio, etc.).</p> <p>La realizzazione del portale sarà operata nel rispetto della normativa vigente in materia di public procurement (D.LGS. 50/2016).</p>
	2.5	SOCIAL MEDIA MARKETING	<p>Il GAL START 2020 curerà la <b>gestione dei social network dedicati al progetto</b> (FB, Twitter, Youtube, Instagram), con l'obiettivo di raggiungere una platea quanto più ampia e mirata di potenziali utenti interessati a fruire dell'offerta cineturistica locale.</p>



			La realizzazione di tale azione sarà operata nel rispetto della normativa vigente in materia di public procurement (D.LGS. 50/2016).
WP3 ANIMAZIONE CULTURALE	3.1	PIANO DI ANIMAZIONE CULTURALE	<p>Il GAL La Cittadella del Sapere sarà il soggetto responsabile dello <b>sviluppo di un piano di animazione culturale</b> da attuare insieme al GAL START 2020. Il piano individuerà:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>gli eventi culturali italiani ed europei a cui i partner parteciperanno, ivi incluse le fiere e le borse di settore. Complessivamente dovranno essere individuati n. <b>6 eventi</b>.</li> <li>gli eventi culturali da organizzare e gestire. Complessivamente dovranno essere individuati n. <b>4 eventi</b>.</li> </ol> <p><u>Si precisa che l'evento di lancio del progetto non rientra nella pianificazione dei cui alla presente azione.</u> Tale evento, infatti, si svolgerà nel primo trimestre di attuazione del progetto.</p> <p>Per tutti gli eventi individuati, di cui ai punti a. e b., dovrà essere specificato nel piano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descrizione dell'evento;</li> <li>- Il partner GAL ed i soggetti partecipanti (ivi inclusi i professionisti e gli addetti ai lavori nel settore del cinema lucano);</li> <li>- Motivazioni della partecipazione;</li> <li>- Modalità di partecipazione;</li> <li>- Risultati attesi.</li> </ul> <p>Il deliverable 3.1 sarà pertanto un vero e proprio <b>documento di indirizzo strategico</b>.</p> <p>La partecipazione agli eventi sarà gestita in modo paritario ed equilibrato tra i GAL (50% + 50%). Eventuali successive modifiche a tale impostazione, risultanti dal Deliverable 3.1, saranno tempestivamente comunicate all'AdG del PSR Basilicata.</p>
	3.2	QUESTIONARI PER L'ACQUISIZIONE DI FEEDBACK	<p>Il GAL START 2020 procederà alla stesura di <b>questionari ad hoc da somministrare ai partecipanti presenti agli eventi individuati nell'ambito dell'azione 3.1</b>.</p> <p>Obiettivo di tali questionari sarà quello di <b>misurare l'impatto del progetto e la percezione dei Movie Tour attraverso i feedback degli stakeholders intervistati</b>. I dati raccolti saranno elaborati al fine di individuare azioni correttive in grado di migliorare l'esecuzione del progetto e delle successive attività.</p> <p>In questionari dovranno essere tradotti in inglese nel caso di partecipazione ad eventi all'estero.</p>
	3.3	PARTECIPAZIONE AD EVENTI CULTURALI ITALIANI ED EUROPEI	<p>La partecipazione agli eventi nazionali ed europei, ivi inclusi i festival cinematografici, consentirà di <b>promuovere, non soltanto i prodotti audiovisivi realizzati in Basilicata, ma anche le location di riferimento ed i professionisti del cinema lucano</b> (attori, autori, registi, scenografi) i quali potranno essere coinvolti nella partecipazione a tali manifestazioni, coerentemente con le risultanze di cui al Deliverable 3.1.</p> <p>Nell'ambito di questi eventi si procederà, altresì alla proiezione dei prodotti promozionali di cui alle azioni 2.1 e 2.2 (se previsto nell'azione 3.1), alla distribuzione del Catalogo Turistico, alla somministrazione dei questionari di cui all'azione 3.2.</p> <p>Si tratterà, pertanto, di una vera e propria <b>azione di guerrilla marketing</b>.</p>
	3.4	ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DI EVENTI CULTURALI	<p><b>Gli eventi da organizzare e gestire sui territori di competenza dei GAL sono quelli individuati nell'ambito dell'azione 3.1</b>, la quale disciplinerà, altresì, le modalità di lavoro ed i risultati da conseguire. Anche in questo caso saranno somministrati i questionari di cui all'azione 3.2</p> <p>Non rientra nella pianificazione di cui all'azione 3.1 <b>l'evento di lancio del progetto</b>, il quale si svolgerà nel <b>primo trimestre di attuazione</b>.</p>
	3.5	REPORTS SUGLI EVENTI CULTURALI	<p><b>A seguito di ogni partecipazione / organizzazione di eventi culturali, ciascun GAL interessato produrrà un report</b>, contenente le seguenti informazioni: descrizione dell'evento, descrizione degli obiettivi della</p>

			partecipazione, descrizione dei risultati raggiunti (in termini di promozione e nuove reti o opportunità acquisite), analisi quali-quantitativa dei questionari, <i>lessons learned</i> , foto e/o video.
WP 4 - MISURAZIONE DEI RISULTATI E DISSEMINAZIONE	4.1	REPORT SUI RISULTATI CONSEGUITI	<p>I partner provvederanno alla stesura di un report contenente una <b>descrizione analitica, sotto il profilo quali-quantitativo, delle performance dei Movie Tours.</b></p> <p>Le informazioni contenute in tale report dovranno: dare la <b>misura dell'impatto</b> del progetto, fornire <b>raccomandazioni e linee di indirizzo strategico alle autorità regionali e ai players convenzionati</b> nell'ambito dell'azione 1.7, affinché possano subentrare efficacemente nella gestione delle azioni e degli strumenti sviluppati.</p> <p>Tale output sarà sviluppato congiuntamente dai partner di progetto.</p>
	4.2	EVENTI FINALI DI DISSEMINAZIONE	<p>Il progetto terminerà formalmente con <b>due eventi finali di disseminazione e trasferimento da svolgersi su entrambe le aree LEADER interessate.</b> Tali eventi saranno seguiti dal rilascio di due report contenenti: informazioni sull'evento (descrizione, obiettivo dell'evento, partecipanti, ordine del giorno, interventi, conclusioni e <i>lessons learned</i>).</p>
WP5 - MANAGEMENT	5.1	STEERING COMMITTEE	<p>I GAL istituiranno un <b>organo di governo del progetto</b>, il quale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- curerà i processi decisionali e strategici</li> <li>- indirizzerà e supervisionerà le attività, sotto il profilo fisico, amministrativo e finanziario</li> <li>- individuerà eventuali azioni correttive da attivare per migliorare l'attuazione e l'impatto del progetto</li> <li>- curerà le relazioni con gli stakeholders e la Regione Basilicata</li> <li>- curerà la corretta attuazione del progetto sotto il profilo amministrativo e procedurale</li> <li>- gestirà le relazioni con i fornitori di servizi</li> </ul> <p>Lo Steering Committee (SC) sarà istituito nell'ambito del Kick Off meeting e si riunirà periodicamente.</p> <p>Tale organo sarà composto da almeno un rappresentante di ciascun GAL individuato dai rispettivi CdA.</p> <p><b>Alle riunioni dello SC potranno partecipare, in qualità di soggetti esterni, anche gli Stakeholders istituzionali individuati nell'ambito dell'azione 1.7.</b> Ciò è importante soprattutto nella logica di garantire la sostenibilità del progetto.</p>
	5.2	PROJECT MEETINGS	<p>Al fine di garantire una corretta ed efficace attuazione del progetto, si prevede l'esecuzione di project meetings tra i partner. Tali incontri si svolgeranno con <b>cadenza semestrale presso le sedi dei GAL o comunque presso le location individuate dai partner.</b> Nell'ambito di tali meeting si riunirà anche lo SC, al fine di limitare e contenere le spese per viaggi e trasferte. Al termine di ciascun incontro il partner organizzatore / ospitante procederà alla stesura di un apposito verbale. Eventuali altri meeting, se necessari, potranno essere organizzati anche in modalità telematica (es. Skype).</p>
	5.3	MANAGEMENT	<p><b>La corretta gestione del progetto richiede non soltanto un efficace coordinamento delle azioni comuni, ma anche una attenta gestione delle attività individuali in capo a ciascun GAL.</b> Tali attività (monitoraggio fisico, finanziario, studio ed implementazione delle procedure amministrative, predisposizione e stesura dei contratti, controllo del rispetto del cronoprogramma, gestione dell'implementazione tecnica dell'iniziativa, rendicontazione, aggiornamento periodico dei contenuti del website, coordinamento tecnico/operativo, adempimenti pubblicitari, etc.) saranno svolte dallo <b>staff dei singoli Gruppi di Azione locale</b>, con il supporto specialistico di <b>oggetti esterni con elevata expertise.</b></p>

## 11. Indicatori del progetto

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
<b>Indicatori di realizzazione</b>		
Partner	Numero	2
<i>di cui GAL</i>	Numero	2
<i>di cui Partner no Gal</i>	Numero	-
Regioni coinvolte	Numero	1
Stati coinvolti (per i progetti transnazionali)	Numero	-
Struttura comune	Numero	-
Rete tra operatori locali	1	80 operatori a vario titolo coinvolti nella filiera della ricettività
Prodotti comuni	Numero	
<b>Indicatori di risultato</b>		
Numero di organizzazioni messe in rete nell'ambito del mini-indotto locale connesso al settore del cineturismo (Attività 1.5)	Numero	80
Questionari sui Movie Tours consegnati ai partecipanti agli eventi	Numero	150
Valutazione media sui Movie Tours risultante dai questionari	Rating	Molto buona
Partecipanti agli eventi finali di disseminazione (Attività 4.2)	%	150

## 12. Metodi e procedura di attuazione del progetto

### 12.1 Forma giuridica e gestionale

Per la corretta ed efficace attuazione del progetto non si ritiene necessaria l'attivazione di un soggetto giuridico comune. **L'iniziativa, pertanto, sarà implementata in cooperazione tra i GAL La Cittadella del Sapere ed il GAL Start 2020.** Le modalità gestionali, di raccordo e gli impegni in capo a ciascuna organizzazione sono definiti nel presente progetto e nel *partnership agreement*.

### 12.2 Modalità di attuazione

WP	COD. ATTIVITA'	ATTIVITA'	PARTNER RESPONSABILE	MODALITA' ATTUATIVA
WP 1 - MOVIE TOURS	1.1	INDIVIDUAZIONE DEI MOVIE TOURS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	1.2	INDIVIDUAZIONE DEI MOVIE POINT	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	1.3	PILOT ACTION: ISTITUZIONE DEI MOVIE POINTS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	1.4	REPORT SUI MOVIE POINTS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	1.5	LIVING LABS PER PREPARAZIONE DEL TERRITORIO ALLA GESTIONE DEI MOVIE TOURS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	1.6	REPORTS SULL'ESITO DEI LIVING LABS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	1.7	MEMORANDUM OF UNDERSTANDINGS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
WP 2 - PROMOZIONE	2.1	DOCUFILM	GAL LCDS	REGIA DIRETTA
	2.2	WEBSEIES	GAL START 2020	REGIA DIRETTA
	2.3	CATALOGHI TURISTICI "VACANZE IN BASILICATA"	GAL START 2020	REGIA DIRETTA
	2.4	WEB MARKETING	GAL LCDS	REGIA DIRETTA
	2.5	SOCIAL MEDIA MARKETING	GAL START 2020	REGIA DIRETTA
WP3 - ANIMAZIONE CULTURALE	3.1	PIANO DI ANIMAZIONE CULTURALE	GAL LCDS	REGIA DIRETTA
	3.2	QUESTIONARI PER L'ACQUISIZIONE DI FEEDBACK	GAL START 2020	REGIA DIRETTA
	3.3	PARTECIPAZIONE AD EVENTI CULTURALI ITALIANI ED EUROPEI	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	3.4	ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DI EVENTI CULTURALI	AZIONE LOCALE individuale per entrambi i GAL: GAL LCDS GAL START 2020	REGIA DIRETTA
	3.5	REPORTS SUGLI EVENTI CULTURALI	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
WP 4 - MISURAZIONE DEI RISULTATI E DISSEMIN	4.1	REPORT SUI RISULTATI CONSEGUITI	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	4.2	EVENTI FINALI DI DISSEMINAZIONE	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA

WP	COD. ATTIVITA'	ATTIVITA'	PARTNER RESPONSABILE	MODALITA' ATTUATIVA
AZIONE				
WP 5 - PROJECT MANAGEMENT	5.1	STEERING COMMITTEE	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	5.2	PROJECT MEETINGS	AZIONE COMUNE	REGIA DIRETTA
	5.3	MANAGEMENT	AZIONE LOCALE individuale per entrambi i GAL: GAL LCDS GAL START 2020	REGIA DIRETTA

### 13. Aspetti organizzativi

#### 13.1 Crono - programma delle attività del progetto

Data di inizio progetto: 01/07/2018

Data di fine progetto: 30/06/2020

Durata del progetto in mesi: 24

WP	COD. ATTIVITA'	1° ANNO				2° ANNO			
		1° TRIM	2° TRIM	3° TRIM	4° TRIM	1° TRIM	2° TRIM	3° TRIM	4° TRIM
<b>WP 1 - MOVIE TOURS</b>	1.1	X							
	1.2	X							
	1.3		X						
	1.4		X						
	1.5		X	X					
	1.6			X					
	1.7								
<b>WP 2 - PROMOZIONE</b>	2.1		X						
	2.2		X						
	2.3		X						
	2.4		X	X	X	X	X	X	X
	2.5		X	X	X	X	X	X	X
<b>WP3 - ANIMAZIONE CULTURALE</b>	3.1	X	X						
	3.2		X						
	3.3	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.4			X	X	X	X	X	X
	3.5		X	X	X	X	X	X	X
<b>WP 4 - MISURAZIONE DEI RISULTATI E DISSEMINAZIONE</b>	4.1								X
	4.2								X
<b>WP5 - PROJECT MANAGEMENT</b>	5.1	X	X	X	X	X	X	X	X
	5.2	X	X		X		X		X
	5.3	X	X	X	X	X	X	X	X