



|    |       |      |       |   |            |     |     |     |  |
|----|-------|------|-------|---|------------|-----|-----|-----|--|
| a) | 17905 | 100% | 17905 | 0 | %          | 20% | 50% | 30% |  |
| b) | 22879 |      | 22879 | 0 | attuazione |     |     |     |  |
| c) | 15975 |      | 15975 | 0 |            |     |     |     |  |
| d) | 53655 |      | 53655 | 0 |            |     |     |     |  |

| <b>Risultati attesi</b>   |  |
|---|--|
| <b>Indicatori fisici di realizzazione</b>   |  |
| n. sedute del Comitato : 20   |  |
| n. associazioni o enti coinvolti : 12   |  |
| n studi eseguiti : 1  |  |
| n. settori normati dal regolamento: 6   |  |
| tipologie di materiali promozionali prodotte : 4  |  |
| <b>Indicatori di risultato</b>  |  |
| % enti e associazioni coinvolti nell'iniziativa: 80%  |  |
| <b>Indicatori di impatto</b>  |  |
| Incremento flussi turistici   |  |
| Incremento occupazione in settori innovativi  |  |
| Incremento dell'incidenza economica del settore turistico e delle produzioni di qualità nell'area |  |

| <b>Modalità di attuazione e di gestione</b>   |  |
|---|--|
| Il progetto sarà attivato direttamente dal GAL con le modalità seguenti:  |  |
| a) Istituzione del Comitato: si avvierà un'attività di concertazione con tutti gli enti interessati (Comuni, Parco, Comunità Montane, Provincia, Consorzi Intercomunali, Consorzio Frasassi), le associazioni di categoria (commercio, artigianato, agricoltura, agriturismo) e culturali, operatori turistici principali (Consorzio Frasassi, Hesis s.r.l.) ed altri soggetti, al fine di addivenire ad una condivisione degli obiettivi ed alla costituzione di un comitato rappresentativo delle realtà locali. Il contributo pubblico sarà utilizzato per le spese strettamente inerenti l'attività del Comitato: attività di segreteria, cancelleria, rimborsi spese vive ai componenti, compensi per attività ispettiva, altre consulenze eventualmente necessarie. |  |
| b) Redazione del regolamento e studio: il GAL provvederà alla redazione del regolamento, avvalendosi della consulenza di consulenti ed attraverso un confronto con i soggetti pubblici e privati coinvolti. Lo studio di impostazione del Distretto, per un importo massimo di 15.000 euro, sarà commissionato, con le modalità previste dalle norme, ad un'istituzione universitaria o ad un gruppo di esperti..   |  |
| c) Definizione dell'immagine coordinata: il GAL, mediante gara pubblica, che probabilmente sarà concepita nella forma dell'appalto concorso, attribuendo un peso alla qualità delle proposte ed un peso al prezzo, selezionerà uno studio grafico cui affidare l'attività in questione e la progettazione grafica del materiale promozionale.   |  |
| d) Produzione di materiale promozionale: sulla base della progettazione effettuata dalla Società specializzata, e tenendo anche come base il materiale già prodotto nell'ambito del Leader II, che potrà essere parzialmente integrato, il GAL procederà ad una gara pubblica di appalto per l'affidamento delle attività tipografiche di stampa del materiale e di distribuzione del materiale stesso.   |  |
| Successivamente al periodo di sostegno Leader+, l'attività del Distretto proseguirà a cura della Società Colli Esini S.Vicino, oppure si provvederà alla costituzione di un'associazione che, riunendo tutti gli aderenti al distretto, ne curerà la gestione futura. La modalità di prosecuzione delle attività sarà regolamentata in sede di costituzione del distretto, e gli aderenti sottoscriveranno un impegno alla gestione successiva.   |  |
| Le modalità di realizzazione degli interventi e le spese ammissibili saranno conformi a quanto previsto dalle norme comunitarie in vigore, con particolare riferimento ai regolamenti CE n 1257/99, CE n.1260/99, CE n.1783/99, CE n.1784/99, CE n.1685/00 (come modificato dal REG. CE 1145/2003), CE n.69/01, CE n.70/01, CE n.445/02. Le attività di controllo saranno conformi a quanto previsto dal regolamento CE n.438/01, il GAL provvederà a svolgere le attività di controllo prescritte ed un monitoraggio trimestrale dell'avanzamento dei progetti, anche mediante schede di rilevamento da compilarsi a carico dei beneficiari ultimi.  |  |

| <b>Requisiti richiesti dal bando e criteri di selezione/valutazione</b>  |  |
|--|--|
| Gli interventi "c" e "d" saranno attuati mediante bandi pubblici.  |  |
| Per l'intervento "c" si procederà ad un appalto concorso. Il capitolato sarà redatto dal personal e del GAL. Il bando sarà pubblicizzato sulla stampa regionale e presso le associazioni dell'artigianato e gli albi dei Comuni, e sarà rivolto a studi di grafica e pubblicità. I requisiti di partecipazione comprenderanno, oltre a quelli minimi di Legge, l'aver maturato documentate esperienze in attività analoghe, concernenti la promozione dei territori, la promozione turistica, lo studio di marchi territoriali, per conto di Enti pubblici, GAL, altri soggetti assimilati e sarà richiesto un adeguato livello di fatturato, da determinare, relativo al triennio precedente. La valutazione sarà effettuata attribuendo al prezzo un peso del 40%, mentre un 20% sarà attribuito alla valutazione del curriculum del soggetto ed un 40% sarà riservato alla valutazione della proposta grafica presentata. |  |

Per l'intervento "d" la gara sarà svolta nella forma della licitazione privata. Sulla base del progetto e del capitolato redatti dallo Studio selezionato come precedentemente illustrato, il GAL espletterà una gara pubblica cui potranno partecipare tipografie specializzate nel settore. Come requisiti di partecipazione saranno richiesti un fatturato minimo da determinare, nel triennio precedente, ed una documentata esperienza per lavori analoghi. La valutazione sarà effettuata esclusivamente in base al prezzo offerto su ogni singolo prodotto da stampare o realizzare. Nel caso in cui si dovessero produrre anche materiali multimediali (es. CD rom o filmati) si valuterà l'opportunità di procedere all'espletamento di gare separate, con analoghi criteri di ammissibilità e valutazione. L'azione sarà impostata di concerto ed in collaborazione con l'istituendo Sistema Turistico Locale introdotto con la nuova normativa regionale in materia di promozione turistica.

| <b>Coerenza interna e integrazione</b>  |
|---|
| <b>Sinergia e complementarietà con altre azioni del piano</b>   |
| Le iniziative di cui alla presente sub-azione sono sinergiche rispetto all'intera azione del Piano, costituendo lo strumento di base per le attività di valorizzazione e promozione che ne costituiscono il contenuto. La sub-azione è direttamente complementare alle sub-azioni 2a, 2b, 2c, 2d, 1c, 3b3 |
| <b>Coerenza con il tema catalizzatore</b>   |
| L'azione è relativa alla istituzionalizzazione del Distretto Rurale di Qualità e pertanto presenta una stretta e diretta coerenza con il tema catalizzatore   |
| <b>Integrazione tra le categorie economiche</b>   |
| L'istituzione del Distretto ha la finalità dell'integrazione in un sistema organizzato delle attività dell'agricoltura, del turismo, dell'artigianato e del commercio del territorio.   |

| <b>Coerenza con DOCUP Ob.2 e con PSR Marche</b>  |
|--|
| <b>Sinergia e/o complementarietà con azioni del DOCUP o del PSR</b>  |
| L'intervento trova coerenza con l'impostazione generale del Docup, che, tra gli obiettivi, generale e degli assi 1 e 3, individua lo sviluppo di politiche di distretto e la gestione dei progetti in modo integrato, a livello di sottosistemi locali. Anche rispetto al PSR, l'approccio individuato trova piena coerenza, sia in relazione alla finalità di migliorare il posizionamento di mercato, sia grazie alla sinergia rispetto alle azioni di cui alle Misure A,G,P del PSR stesso. |