# Lombardia, bando da 4 milioni di euro per il turismo culturale

La Regione Lombardia ha pubblicato lo scorso 14 dicembre un "Avviso pubblico per lo sviluppo di prodotti e servizi integrati per la valorizzazione degli attrattori turistico culturali e naturali della Lombardia".
L'avevamo annunciato a inizio dicembre: si tratta di un **bando da 4 milioni di euro** destinato alla valorizzazione del  Patrimonio Unesco e del Patrimonio lirico lombardo attraverso "Progetti Integrati che abbiano una connotazione sovralocale/regionale, in grado di accrescere le potenzialità in ambito turistico-culturale del territorio lombardo"

#### Chi può partecipare e come candidarsi

Il bando è rivolto a partenariati costituiti da micro, piccole e medie imprese e professionisti del settore culturale-creativo (arti visive, spettacolo dal vivo, editoria, musica, cinema e videogiochi, design, comunicazione, e marketing e digitale) o del settore turistico-commerciale (turismo alberghiero ed extra alberghiero, ricettività all'aria aperta, ristorazione e somministrazione di alimenti e bevande, commercio al dettaglio) e ci si potrà **candidare entro il 15 marzo 2016**. Per partecipare è necessario registrarsi sul portale del Siage https://www.siage.regione.lombardia.it/siage/welcome/idpc/page

#### Obiettivi del bando

Le finalità del bando sono principalmente quattro:
- favorire l'integrazione tra gli attrattori culturali individuati e altri attrattori turistici
- mettere a sistema tutte le espressioni turistico-culturali che riguardano la stessa tematica
- qualificare l'offerta di servizi per la fruizione culturale e turistica degli attrattori individuati
- sostenere un posizionamento qualificato degli operatori dei settori coinvolti

#### Spese finanziabili

Tra le spese finanziabili invece rientrano:
- spese per l'acquisizione di servizi di consulenza o servizi equivalenti;

- acquisto di attrezzature, arredi, strumenti e materiali funzionali alla realizzazione dell'intervento;
- acquisto di sistemi di analisi dei dati per la fidelizzazione della clientela, sistemi real-time marketplace last minute e di marketing di prossimità;
- acquisto di sistemi di web marketing, vetrine interattive, espositori innovativi, interfacce, vetrofanie, totem e smart poster con tag NFC,
- opere edili e impiantistiche, strettamente funzionali alla natura del Progetto Integrato;
- spese generali;
- costi per la presentazione di fidejussioni.

**Attività realizzabili**

La regione Lombardia, infine, offre anche una serie di spunti per le attività da realizzare:
**Patrimonio Unesco**

- creazione e sviluppo di itinerari turistico-culturali integrati, con particolare attenzione alla valorizzazione degli elementi culturali, per facilitarne la fruizione da parte di un pubblico non specialistico;
- realizzazione di segnaletica turistica e culturale finalizzata alla diffusione delle informazioni a favore di cittadini e turisti (ad es.: InfoPoint innovativi, segnaletica coordinata);
- realizzazione di strumenti e attività di web-marketing, campagne e materiali di comunicazione e sistemi informativi per la valorizzazione e la promozione, anche in ambito nazionale e internazionale, dell'Attrattore scelto;
- narrazione finalizzata alla promozione turistico-culturale (o utilizzo dello "storytelling", "arte" di raccontare storie impiegata come strategia di comunicazione);
- sviluppo di servizi per la fruizione immersiva, interattiva e partecipativa (ad es.: ricostruzioni 3D, realtà aumentata, mobile App);
- sviluppo di supporti editoriali e audiovisivi;
- realizzazione di videogiochi e ideazione di interventi di "gamification" per rendere più "piacevole" e interattiva la fruizione del patrimonio. "

**Patrimonio Lirico**

- sviluppo di pacchetti turistici legati al segmento del turismo culturale;
  realizzazione di segnaletica commerciale e turistica finalizzata alla diffusione delle informazioni a favore di cittadini e turisti (ad es.: InfoPoint innovativi, segnaletica coordinata)
- realizzazione di campagne e materiali di comunicazione e sistemi informativi, con particolare riferimento all'adozione di strumenti informatici quali tecnologie mobile, piattaforme social, app, local e

mobile, per il posizionamento sul mercato turistico nazionale ed internazionale

- ideazione e sviluppo di aggregazioni di prodotto finalizzate alla valorizzazione e alla promozione turistica degli attrattori individuati;
- iniziative per la valorizzazione dell’offerta enogastronomica e commerciale (shopping) unita alla disponibilità di strutture e di servizi di accoglienza di qualità e funzionali all’itinerario;
- azioni di promo-commercializzazione, con particolare riferimento alla commercializzazione di servizi e dei prodotti che caratterizzano alcuni segmenti dell’intera esperienza turistica, in sinergia con i soggetti della filiera della ricettività e anche con riferimento a target specifici di utenza (turismo scolastico, turismo per anziani, turismo sostenibile, turismo accessibile);
- estensione e potenziamento di reti e spazi wi-fi federato a disposizione dei turisti;
- interventi per la valorizzazione dello shopping, della somministrazione e della ristorazione e delle filiere territoriali di qualità;
- progettazione/realizzazione di sistemi tecnologici per il commercio online, il marketing digitale e il CRM (Customer Related Marketing), ivi inclusi sistemi di fidelizzazione attraverso Card e strumenti digitali;
- progettazione e realizzazione di strumenti informativi, di amministrazione, di gestione e di prenotazione dei servizi turistici e commerciali, creazione di piattaforme per acquisti collettivi di beni e servizi, innovazione dei sistemi di offerta culturale, turistica e commerciale, con particolare attenzione all’utilizzo di tecnologie digitali.