

Allegato 2

**PNRR, M1C3 - INVESTIMENTO 3.3 – Supporto ai settori culturali e creativi per
l'innovazione e la transizione digitale**

Scheda progetto

La presente scheda progetto deve essere compilata sulla base delle informazioni necessarie per la valutazione di merito ai sensi dell'Allegato 1 all'Avviso pubblico relativo al sub-investimento 3.3.2: ogni sezione della presente scheda corrisponde direttamente ad un elemento di valutazione del sopraccitato allegato 1.

A. Soggetto Proponente e iniziativa proposta

A.1 Scheda anagrafica soggetto proponente

Ragione/Denominazione Sociale		PRO LOCO LECCE APS					
Forma Giuridica		Associazione non riconosciuta		Data di Costituzione		31 gennaio 2008	
Capitale Sociale Sottoscritto		€	di cui versato		€		
Partita iva / Codice fiscale		04119450759					
Iscrizione CCIAA di		n° Iscrizione		Data			
Codice Ateco 2007		9499 90	Numero REA				
Descrizione attività economica		Attività di altre organizzazioni associative non comprese NCA					
Dimensione di impresa		micro					
La seguente sezione va compilata esclusivamente dai soggetti no profit							
Fondazioni	(NO)	Organizzazione di volontariato	(NO)	APS	(SI)		
Altri enti no profit	(SI)	Cooperative sociali	(NO)	Impresa sociale	(NO)		
Data di Costituzione		31/01/2008		Partita iva / Codice fiscale	04119450759		
Iscrizione registri speciali (es. Registro delle organizzazioni di volontariato di cui alla legge 266/1991; Anagrafe delle ONLUS; Registro prefettizio sezione cooperative sociali; Registro regionale e nazionale delle APS; Registro CCIAA, RUNTS - Registro unico nazionale terzo settore, etc.)		(Indicare fattispecie e la data di iscrizione...)		Iscrizione UNPLI n. 664/2023 in via di trasmigrazione al RUNT come APS			
Sede Legale							
Comune	Lecce			Prov.	LE		
Via/Piazza	Lazari			N.ro	12	Cap	73100
Tel.	3462198248		Fax				
e-mail	laprolocodilecce@libero.it						
Indirizzo PEC	prolocolecce2018@pec.it						
Unità locale							
Comune				Prov.			
Via/Piazza				N.ro			
Tel.			Fax				

Legale rappresentante									
Nome	Maria Gabriella			Cognome	De Judicibus				
Codice Fiscale	DJDMGB55E66E506B								
Residente in	Lecce								
Via/Piazza	Lazari			N.ro	12	Cap	73100	Prov.	LE
Cell.	3462198248			e-mail	mgdejudicibus@gmail.com				

I. Compagine societaria:

Nome socio	Percentuale quote detenute
Come da elenco soci in allegato	//

II. Socio persona fisica/componente organo amministrativo

(da compilare per ciascuna persona fisica censita nell'anagrafica soci e per i componenti dell'organo amministrativo se non coincidenti)

Socio x: Quota di partecipazione __//__%

Cognome	de Judicibus		Nome	Maria Gabriella	
Codice fiscale	DJDMGB55E66E506B	Nato a	Lecce	il	26/05/1955
Cognome	BAMBI	Nome	ETTORE		
Codice fiscale	BMBTTR56L04E506W	Nato a	Lecce	il	04/07/1956
Cognome	BELLINO	Nome	GIACOMINO		
Codice fiscale	BLLGMN62A27D547W	Nato a	Ferrandina (MT)	il	27/01/1962
Cognome	De Giovanni	Nome	Elisabetta		
Codice Fiscale	DGVLBT74A59E506D	Nata a	Lecce	il	19/01/1974
Cognome	Sammarco	Nome	Mariangela		
Codice Fiscale	SMMMNG74B45D862V	Nata a	Galatina (LE)	il	05/02/1974

Percorso formativo e professionale e ruolo/ mansione all'interno della compagine proponente (allegare curriculum vitae)

La presidente di Pro loco Lecce, prof.ssa Maria Gabriella de Judicibus, ne è anche la fondatrice ed ha voluto fortemente che Pro Loco aderisse all'Unione Nazionale delle Pro Loco d'Italia APS (di seguito UNPLI APS), per il tramite del Comitato Regionale UNPLI Puglia APS, di cui rispetta gli Statuti nella loro interezza, riconoscendone la natura vincolante, fin dal 2008, data della sua fondazione, in quanto l'associazione cittadina si è distinta per l'attenzione al sociale ed alla promozione della cultura e del patrimonio immateriale del territorio salentino, considerando Lecce punto di partenza e non solo d'arrivo dei visitatori che si spingono fino all'estremo lembo della penisola. Il Basso Salento, infatti, è incluso nelle cosiddette "aree interne" d'Italia e la presidente che è esperta di Comunicazione e Formatrice regionale e nazionale nei temi legati alla promozione dei valori della cittadinanza attiva e docente di ruolo per Lingua e Letteratura Italiana e Storia negli Istituti d'istruzione secondaria di primo e secondo grado fino al pensionamento intervenuto a Settembre 2020, ha sempre promosso attivamente progettualità e attività in linea con l'attuale Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) che rappresenta una politica nazionale innovativa di sviluppo e coesione territoriale mirata a contrastare la marginalizzazione ed i fenomeni di declino demografico propri delle aree interne del nostro Paese. Consulente per l'ITS Turismo di Puglia, Collaboratrice di riviste legate al territorio quali Puglia&Mare e Il Pensiero Mediterraneo, curatrice dei contenuti del sito istituzionale, è stata, a contratto, redattrice e speaker in radiotelevisioni locali e testate

giornalistiche, Disciplinarista e Curatrice del Modulo di Riscrittura Testuale, e Transcodificazione per l'Università del Salento e Supervisore di Tirocinio per SISS Puglia fin dalla fondazione delle Scuole di Specializzazione e poi Coordinatrice del Tirocinio Formativo Attivo degli insegnanti di Lettere. Si è sempre dedicata alla ricerca didattica e alla formazione superiore, anche come Cultrice della Disciplina fin dal 1999 per Didattica dell'Italiano e Linguistica Italiana dell'Università del Salento. Formatrice per enti di ricerca nazionali pubblici e privati, si è occupata di ricerca sul territorio, promozione della cultura immateriale dei luoghi, valutazione e qualità degli enti di formazione. Attualmente collabora con l'ITS di Puglia per la quale conduce con INDIRE un lavoro di prototipizzazione di best practices nell'ambito della formazione superiore per il Turismo. Saggista, Poetessa e Scrittrice, ha pubblicato romanzi legati alla valorizzazione dei temi della cittadinanza e della promozione dei territori, delle minoranze e delle culture locali fino al recentissimo romanzo LA GRANDE TRUFFA edito da Albatros, Roma, che vuole promuovere la marina leccese di San Cataldo, denominata un tempo *Porto Adriano* coinvolgendo scienziati, archeologi e studiosi nel dibattito sulla sostenibilità e sull'accessibilità visto che i proventi del libro saranno devoluti a sostenere il progetto delfino per la balneazione dei disabili.

III. Socio impresa

Socio x: Quota di partecipazione // ____%

Denominazione				Forma giuridica	
Codice fiscale	Partita IVA n.				rilasciata il
Iscrizione c/o la CCIAA di	Dal		n. REA		
Codice Ateco (2007)	Attività				

(da ripetere per ogni socio impresa)

IV. Descrizione del soggetto proponente (storia e attività attualmente svolte) e del team dedicato al progetto in riferimento alle aree di operatività dell'avviso e ai processi di digitalizzazione

La Pro Loco aderisce all'Unione Nazionale delle Pro Loco d'Italia APS (di seguito UNPLI APS), per il tramite del Comitato Regionale UNPLI Puglia APS, di cui rispetta gli Statuti nella loro interezza, riconoscendone la natura vincolante. Iscritta all'UNPLI fin dal 2008, data della sua fondazione, l'associazione cittadina si è distinta per l'attenzione al sociale ed alla promozione della cultura e del patrimonio immateriale del territorio salentino, considerando Lecce punto di partenza e non solo d'arrivo dei visitatori che si spingono fino all'estremo lembo della penisola. Fin dall'inizio i progetti pro loco Lecce sono stati di elevata qualità e sempre condotti in sinergia con istituzioni scolastiche, amministrazioni e associazioni leccesi e della provincia legate dalla medesima *vision*. Attenzione è stata dedicata all'utilizzo dei diversi mezzi di comunicazione come propulsori della mission sociale e culturale dell'associazione cittadina, ivi compreso il sito istituzionale messo a punto da soci professionisti della multimedialità. D'altronde il consiglio direttivo è formato da membri le cui competenze spaziano dal campo della comunicazione pubblica e creativa al campo della ricerca arqueo-storica, al campo del turismo e dello sport finalizzati all'implementazione di attività che possano supportare il tessuto socio-produttivo della città e dell'hinterland ad essa connesso. Lecce, d'altronde, offre innumerevoli spazi insoliti di vita sociale. Spazi narrativi partecipati, non più solo luoghi di storytelling. Il suo centro storico è una grande "isola partecipata" custodita da Mura e antiche Porte che guarda al Mediterraneo ma vive nelle relazioni di prossimità: un "condominio naturale", dove le stratificazioni sociali si confondono, visto che dai vicoli spuntano insieme un palazzo nobiliare, una cripta, un vecchio tempio di clausura, un frantoio ipogeo, un'edicola votiva, un'apoteosi barocca con i fregi fra il religioso ed il pagano. Gli spazi appaiono come luoghi naturali di mediazione, capaci di dar vita a rinnovati sensi di appartenenza, dal "saper fare" degli artigiani, al "saper ospitare" dei b&b, al "saper cucinare" degli esercizi di ristoro.

Scontato allora individuare in un reticolo ridondante di storia tanti paesaggi "scorrevoli", potremmo definirli, paesaggi della condivisione, luoghi dove i turisti-visitatori si ritrovano e trovano la destinazione che cercavano.

A monte vi è una scelta ben definita operata dalla civica amministrazione: la fiducia in un diverso atteggiamento dell'anima, che Franco Arminio ha riassunto nel termine "paesologia" (Viaggio nei paesi invisibili e nei paesi giganti del sud Italia – Mondadori 2011), una svolta verso una configurazione più sostenibile della gestione del territorio, sul suo consumo e le sue plusvalenze. Con un'ipotesi attraente: che l'esperienza di visita di turisti esigenti e provocatori ed il loro rapporto con la comunità, sfocino in contenuti altrettanto innovativi sortiti insieme, messi in comune, capaci di far nascere a Gallipoli una *we-economy* del turismo, che è il contrario dell'economia capitalista che richiede una competizione ed un vincitore. Sul territorio l'"economia del noi" vuol dire pensare con creatività ad una gestione diversa dei fattori produttivi tradizionali: il mare, l'arte, le memorie, la bellezza, il gusto, l'ospitalità entrano a far parte di una *community creativa* composta da "affini" (i cittadini di Lecce) coinvolti per dare vita ad una straordinaria *factory* di paese. Obiettivo finale è trasformare Lecce in "comunità ospitale", ovvero destinazione di viaggio, dove "sentirsi a casa" per il turista non è un modo di dire e la natura e la bellezza sono esaltate dal fattore umano. In una "comunità ospitale" fra l'altro il visitatore smette di essere turista e diventa un vero e proprio cittadino temporaneo, coinvolto nei gesti di tutti i giorni, nelle tradizioni e nelle storie, diventa parte della dimensione autentica di un territorio che si riscopre non più "minore". E che rispetta tutti gli indicatori Unesco Cultura 2030, che propongono una lettura del «ruolo trasformativo» della Cultura, intesa in senso materiale e immateriale.

Alcuni esempi: il Carnevale Barocco alla Corte di Lecce, con ricerca sulle origini del Carnevale nella provincia di Lecce e coinvolgimento di scuole professionali ed ateliers legati alla produzione di abiti originali d'epoca, teatro e pièce coreografiche in grado di far rivivere corti e palazzi barocchi di Lecce ma nel coinvolgimento della provincia con studiosi e performer in grado di valorizzarne le peculiarità e le affinità con il capoluogo. Il progetto è stato portato al Carnevale di Venezia per la sezione *I Carnevali della tradizione* dall'UNPLI Puglia che l'ha scelto proprio per la sua originale rappresentatività dell'estro e dello studio delle tradizioni artistiche e artigianali. Stesso percorso per il più recente progetto *Maria D'Enghien alla corte di Lecce* corteo storico che ha rappresentato per la prima volta la storia della regina di Lecce nell'ambito della manifestazione I CORTEI STORICI DELLE PRO LOCO DI PUGLIA svoltasi a Lecce il 30 ottobre 2020. Il corteo ha suggerito uno degli itinerari sociali della *pro loco* cittadina comprendente l'esame dell'originale documento giuridico di Maria D'Enghien custodito nell'Archivio di Stato cittadino e la visita guidata al Parco di Bello Luogo con l'omonima torre, dimora estiva della celebre sovrana. Il connubio con il CESRAM oltre che con l'Archivio di Stato, la Prefettura e la Provincia ha dato luogo ad altri importanti progettualità quali la partecipazione alle diverse edizioni del Festival della Public History, fino alla sesta svoltasi nel 2022 in cui Pro Loco Lecce ha presentato il progetto regionale MARINE UN AUTORITRATTO condotto con le *pro loco* delle marine leccesi per una rivitalizzazione delle stesse attraverso la ricerca iconografica e il racconto delle comunità che hanno "abitato" i luoghi. La mostra itinerante che ne è stata l'esito, consente al progetto di continuare e coinvolgere nel 2023 la scuola elementare della Marina di Frigole che ha aderito al progetto di ricerca e che sta ricostruendo, con l'ausilio degli esperti Pro Loco Lecce e dei docenti coinvolti nel progetto, la "propria" storia di terra affacciata al mare che dal mare può e deve trarre il proprio sostentamento economico nella promozione di attività produttive legate alla valorizzazione degli sport acquatici e delle qualitative emergenze storiche, culturali, naturalistiche, agroalimentari. Il *Progetto Delfino* ha acceso per la prima volta nel lontano 2009 una luce sull'importanza di ausili di pubblica utilità in grado di consentire ai disabili la balneazione come l'ausilio *sedia job* per l'acquisto della quale con l'amministrazione comunale di Lecce nacque il progetto SALENTINCANTO che coinvolgendo la scuola di canto del maestro Tony Frassanito, portò nelle marine leccesi un concorso canoro aperto a tutti i cui proventi furono interamente utilizzati per dotare Pro Loco Lecce di quattro sedie JOB. Il *Progetto Delfino* negli anni successivi fu realizzato su spiaggia libera a San Cataldo, grazie alla collaborazione dell'Ufficio Locale Marittimo di San Cataldo e dell'USSM del Tribunale dei Minori di Lecce e nel 2023 potrà essere replicato anche grazie alla generosità della presidente

Pro Loco Lecce che ha deciso di devolvere i proventi della vendita del romanzo LA GRANDE TRUFFA edito da Albatros, Roma, alla realizzazione del progetto. Il romanzo, infatti, si svolge proprio su un luogo che richiama la marina leccese di San Cataldo, denominata un tempo Porto Adriano per i resti di un antico porto romano del II° secolo d.C. La presentazione del romanzo presso il Museo S. Castromediano di Lecce, grazie alla collaborazione tra Polo biblio-museale di Lecce e Pro Loco Lecce, ha coinvolto nel dibattito sulla sostenibilità (uno dei temi del romanzo) anche l'Università del Salento con l'archeologa Rita Auriemma e scienziati naturalistici come il Prof. Ferdinando Boero che ha disquisito sull'importanza delle piante marine quali la Posidonia che abbonda a San Cataldo ai fini della protezione dell'habitat marino e delle coste. Il modello che Pro Loco Lecce ritiene di utilizzare è in sostanza lo SROI – "ritorno sugli investimenti sociali" – nato principalmente per il terzo settore e per dare un'evidenza quantitativa a fattori intangibili come il cambiamento sociale. Ma vi è un valore in più, in una previsione di impatto di un progetto come il nostro. Offrendo l'occasione per mettere in rete escursioni ed itinerari assolutamente inediti, alla cui realizzazione concorrono tante energie pubbliche e private, si dà vita ad un repertorio di creatività che legge il passato, il paesaggio ed il patrimonio, eventi come quelli previsti da questo progetto aiutano a capire perché e come sono nate le cose e si sono sviluppate le società. E tra i possibili risultati vi sono:

- Sviluppo della conoscenza e delle competenze;
- Allargamento dei pubblici consapevoli verso una diversa community turistica;
- Comunità più aperte e culturalmente sensibili;
- Diffusione della creatività. Evidente che in questo modello un impatto fortemente marcato è quello con l'ambito turistico, in particolare con lo Slow Tourism, ovvero lo spostamento dell'attenzione dalla quantità alla qualità: dal raggiungimento di un certo volume di esperienze vissute durante le vacanze ad una valutazione di qualità delle stesse. L'idea principale del viaggio lento è la sua relazione e connessione con la cultura e le opportunità che offre ai visitatori di entrare a far parte di una comunità locale, spesso utilizzando i servizi locali e viaggiando abbastanza lentamente da godere di aspetti più dettagliati dei luoghi che si attraversano.

Questa strategia è stata individuata già per tempo dal Comune di Lecce che ha varato una strategia di promozione turistica con la quale si prende atto che un borgo storico come quello leccese si sta trasformando in un luogo connettivo, non da oggi, perchè esprime una vocazione di laboratorio antropologico glocal, dove da millenni convergono culture diverse, capacità di declinarle in creatività sociale e qualità della vita. Un luogo dove la dimensione locale del genius loci si coniuga con quella globale delle reti, dove i nuovi talenti possono sviluppare sperimentazioni che coniughino le applicazioni tecnologiche con le strategie culturali che sollecitano partecipazione qualificata.

È la definitiva presa d'atto del passaggio dal turismo di destinazione a quello di motivazione, incentrato nel nostro caso sul "prodotto cultura", dal turismo stanziale a quello attivo, in linea con le passioni, sino al turismo delle relazioni, del consumo di esperienze, con cui connettersi, da condividere, da fotografare in una frazione di tempo, da pubblicare e commentare con gli amici.

Questo nuovo modello di turismo in sharing si fonda sul requisito necessario di un forte coinvolgimento degli stakeholder locali, che sono chiamati a costruire l'identità della destinazione: nel caso di Lecce, concorreranno a questo processo il rispetto per un buon vivere e l'esistenza di una comunità solidale tipica dei borghi del mezzogiorno, la tipicità delle creazioni artigiane, la forza rinveniente dalla storia e immortalata nei suoi segni, le sue leggende, i suoi capitelli barocchi, l'autenticità delle relazioni, il fascino dei suoi colori, il mare.

In altre parole, il progetto sugellerà il ruolo della cultura immateriale come nuovo asset di sviluppo specialmente per le giovani generazioni di nativi ed integra la già ridondante offerta di attrazioni monumentali, storiche ed artistiche.

Questa visione strategica sarà la base per sostenere forme responsabili e consapevoli di accoglienza turistica, e per implementare le presenze di visitatori con i quali condividere storie di vita, rafforzamento delle relazioni, comprensione dei paesaggi, scambi positivi. I risultati previsti:

- il rafforzamento dell'economia turistica, con la valorizzazione integrata delle diverse opportunità

offerte dal progetto, lavorando molto sulla capacità di attivare relazioni durature con un target di visitatori accorti;

- la valorizzazione integrata delle risorse turistiche e il relativo miglioramento delle condizioni per la loro fruizione;
- il consolidamento della struttura economica per creare spazi all'imprenditorialità locale e invertire la tendenza alla crisi occupazionale, in modo da determinare occasioni favorevoli al mantenimento in zona della popolazione giovanile e femminile;
- la salvaguardia degli aspetti fisici ed ambientali del territorio e della sua ecosostenibilità con una diversa attenzione per la green economy e per il riuso di ambienti, spazi, contesti rurali;
- l'integrazione tra alcuni aspetti dell'economia locale (turismo, cultura, artigianato, gastronomia) secondo un modello brand oriented che trova diretta corrispondenza nell'ambizione a rendere tutto il territorio comunale un arts factory che non si limita a garantire le migliori condizioni per sviluppare la creatività ma chiede di costruire un rapporto diretto con i residenti, prima ancora che con i visitatori ed il pubblico.

V. Partecipanti ad un progetto a rete (minimo 3, massimo 5)

Da compilare solo per i soggetti (profit e no profit) facenti parte di un progetto a rete, ai sensi dell'articolo 12 dell'Avviso.

Denominazione				Forma giuridica		
Codice fiscale			Partita IVA n.			rilasciata il
Iscrizione c/o la CCAA di			Dal		n. REA	
Codice Ateco (2007)			Attività			

(da ripetere per ogni partecipante alla rete)

VI. Descrizione dell'attività che si intende svolgere ed i prodotti/servizi che si intende offrire, con focalizzazione sui contenuti culturali e creativi

L'idea è quella di trasformare il sito di Pro Loco Lecce APS in un portale editoriale di nuova generazione in grado di supportare le molteplici attività che l'associazione cittadina svolge sul territorio e per il territorio. Il portale potrebbe fungere, infatti, da punto d'incontro e smistamento per siti web, pagine social, attività multimediali e audiovisive di promozione territoriale gestiti da pro loco, amministrazioni, associazioni, istituzioni pubbliche e private, operatori free lance, cittadini portatori d'interesse che siano partner di Pro Loco Lecce o comunque concorrano a vario titolo a diffondere e implementarne la mission. Evidente che in questo modello un impatto fortemente marcato è quello con l'ambito turistico, in particolare con lo Slow Tourism, ovvero lo spostamento dell'attenzione dalla quantità alla qualità: dal raggiungimento di un certo volume di esperienze vissute durante le vacanze ad una valutazione di qualità delle stesse. L'idea principale del viaggio lento è la sua relazione e connessione con la cultura e le opportunità che offre ai visitatori di entrare a far parte di una comunità locale, spesso utilizzando i servizi locali e viaggiando abbastanza lentamente da godere di aspetti più dettagliati dei luoghi che si attraversano.

Questa strategia è stata individuata già per tempo dal Comune di Lecce che ha varato una strategia di promozione turistica con la quale si prende atto che un borgo storico come quello leccese si sta trasformando in un luogo connettivo, non da oggi, perchè esprime una vocazione di laboratorio antropologico glocal, dove da millenni convergono culture diverse, capacità di declinarle in creatività sociale e qualità della vita. Un luogo dove la dimensione locale del genius loci si coniuga con quella globale delle reti, dove i nuovi talenti possono sviluppare sperimentazioni che coniughino le applicazioni tecnologiche con le strategie culturali che sollecitano partecipazione qualificata.

È la definitiva presa d'atto del passaggio dal turismo di destinazione a quello di motivazione, incentrato nel nostro caso sul "prodotto cultura", dal turismo stanziale a quello attivo, in linea con le passioni, sino al turismo delle relazioni, del consumo di esperienze, con cui connettersi, da condividere, da fotografare in una frazione di tempo, da pubblicare e commentare con gli amici.

Questo nuovo modello di turismo in sharing si fonda sul requisito necessario di un forte coinvolgimento degli stakeholder locali, che sono chiamati a costruire l'identità della destinazione: nel caso di Lecce, concorreranno a questo processo il rispetto per un buon vivere e l'esistenza di una comunità solidale tipica dei borghi del mezzogiorno, la tipicità delle creazioni artigiane, la forza rinveniente dalla storia e immortalata nei suoi segni, le sue leggende, i suoi capitelli barocchi, l'autenticità delle relazioni, il fascino dei suoi colori, il mare. In altre parole, il progetto suggerirà il ruolo della cultura immateriale come nuovo asset di sviluppo specialmente per le giovani generazioni di nativi ed integra la già ridondante offerta di attrazioni monumentali, storiche ed artistiche.

Questa visione strategica sarà la base per sostenere forme responsabili e consapevoli di accoglienza turistica, e per implementare le presenze di visitatori con i quali condividere storie di vita, rafforzamento delle relazioni, comprensione dei paesaggi, scambi positivi. I risultati previsti:

- il rafforzamento dell'economia turistica, con la valorizzazione integrata delle diverse opportunità offerte dal progetto, lavorando molto sulla capacità di attivare relazioni durature con un target di visitatori accorti che potranno contribuire all'implementazione della galleria fotografica e contenutistica;
- la valorizzazione integrata delle risorse turistiche e il relativo miglioramento delle condizioni per la loro fruizione;
- il consolidamento della struttura economica per creare spazi all'imprenditorialità locale e invertire la tendenza alla crisi occupazionale, in modo da determinare occasioni favorevoli al mantenimento in zona della popolazione giovanile e femminile;
- la salvaguardia degli aspetti fisici ed ambientali del territorio e della sua ecosostenibilità con una diversa attenzione per la green economy e per il riuso di ambienti, spazi, contesti rurali con il sostegno di un copywriter qualitativo;
- l'integrazione tra alcuni aspetti dell'economia locale (turismo, cultura, artigianato, gastronomia) secondo un modello brand oriented che trova diretta corrispondenza nell'ambizione a rendere tutto il territorio comunale un arts factory che non si limita a garantire le migliori condizioni per sviluppare la creatività ma chiede di costruire un rapporto diretto con i residenti, prima ancora che con i visitatori ed il pubblico. Le finalità tradotte in attività operative sono:

- **innovare e connettere digitalmente attraverso un portale editoriale l'offerta e la promozione turistica del territorio evitando la dispersione e la frammentazione comunicativa**, promuovendo il turismo sociale, accessibile e sostenibile attraverso la realizzazione di un portale in grado di connettere domanda-offerta e bilanciare i flussi turistici investendo nella promozione della cultura immateriale e del patrimonio naturalistico, artistico e culturale del paesaggio salentino;
- **animare la comunicazione producendo contenuti testuali, grafici, immagini e video improntati alla qualità ed ai valori della cittadinanza attiva sostenuti da scrittura qualitativa**, per i diversi canali di marketing, in particolare per i social e il web nel valorizzare il patrimonio territoriale in un'ottica di etica imprenditoriale e per la creazione e la commercializzazione di prodotti e servizi innovativi
- **rafforzare la competitività del tessuto socio produttivo del territorio nel rispetto dell'etica**, grazie al sostentamento degli investimenti finalizzati alla riqualificazione eco-sostenibile e al miglioramento degli standard dei servizi di ospitalità nonché all'aumento dei processi di integrazione e unificazione tra imprese volte a migliorare la qualità dei servizi, riducendo le "diseconomie" dovute alla frammentazione del settore anche sostenendo la formazione attraverso percorsi PCTO e stage;
- **sostenere la transizione verde del settore turistico** attraverso l'innovazione digitale e l'uso di nuove tecnologie da parte degli operatori al fine di sostenere e accelerare la riduzione dell'impatto ambientale delle attività e dei servizi turistici.
- **pianificare e attuare le strategie di comunicazione online** e utilizzare canali di comunicazione e le più avanzate tecnologie 4.0, al fine di redigere piani di comunicazione e di digital marketing
- **rispondere ai bisogni della domanda locale, regionale, nazionale ed internazionale**, grazie alla capacità di intervenire nei processi di produzione, gestione e controllo di beni e servizi, con l'utilizzo di tecnologie avanzate
- **fare team working e networking**, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione sia per la relazione tra colleghi del settore turistico che per la gestione dei rapporti i cluster di aziende e di altri operatori
- **rispondere tempestivamente ai reclami o alle lamentele dei clienti** raccogliendo, analizzando e utilizzando funzionalmente i Big data al fine di tracciare il comportamento, le preferenze, le scelte e il sentimento degli ospiti per proporre offerte di prodotti e servizi in grado di soddisfarne le esigenze
- **definire e coordinare un piano della qualità dei servizi** offerti da operatori specializzati che a loro volta possano promuovere la formazione qualitativa attraverso azioni di tutoring nei confronti di giovani in PCTO, stagisti della formazione terziaria, operatori del servizio civile

VII. Descrizione degli elementi di innovazione del progetto proposto sotto il profilo tecnologico-digitale

Per il raggiungimento degli obiettivi descritti nel punto VI prevediamo la realizzazione di un portale web che possa essere un progetto editoriale evoluto e innovativo a servizio di tutta la gente interessata al nostro Territorio e come strumento di promozione e conoscitivo dello stesso. Innanzitutto per garantire l'operatività nella gestione, da parte del personale incaricato Pro Loco, il portale sarà realizzato attraverso un CMS che ne permetterà l'aggiornamento continuo e immediato attraverso due pannelli, uno di front-end e l'altro di back-end, di facile utilizzo senza avere alcuna conoscenza sui linguaggi di implementazione web. In realtà verranno progettati e realizzati due portali uguali e paralleli, raggiungibili al medesimo indirizzo web, per rendere i contenuti ivi presenti fruibili in doppia lingua: italiano e inglese. Entrambi saranno resi sicuri (mediante certificato SSL per la raggiungibilità delle pagine tramite protocollo HTTPS), in linea con la normativa vigente sulla privacy (GDPR) e con le nuove linee guida sulla raccolta dei cookie. Prevediamo siano presenti nel portale delle sezioni in evidenza sulla homepage e quindi da lì raggiungibili, suddivise per categorie, nelle quali inserire i prodotti multimediali realizzati e consultabili in pillole sotto forma di tour virtuali esplorabili dei possibili itinerari turistici, esperienze e/o prodotti editoriali (prodotti). Tali prodotti potranno essere consultati, condivisi attraverso canali social o altri strumenti di comunicazione come e-mail e prenotati e acquistati online attraverso i principali metodi di pagamento per essere vissuti personalmente e/o da inserire nel proprio bagaglio culturale. Tutti i contenuti saranno resi condivisibili affinché possano fungere come strumento di collegamento (link strategici) verso altre fonti di informazione come lo sono ad esempio altri siti web in maniera tale da ottenere una rete di scambio con backlink (considerati dai motori di ricerca indicatori di qualità del sito) che aiuti anche l'indicizzazione naturale sui vari motori di ricerca dei contenuti presenti nel portale. Nel portale inoltre sarà presente un'area community che fungerà da luogo di incontro virtuale tra i turisti che hanno conosciuto e visitato i luoghi e che vogliono condividere la propria esperienza con chi vorrebbe viverla. Sarà implementata un'area riservata e di accesso con diversi livelli di privilegio che permetta alla varia utenza di contribuire (previa approvazione alla pubblicazione da parte degli amministratori) ai contenuti del portale mirati alla conoscenza e all'esperienza turistica. Il Team di lavoro Pro Loco avrà sul portale una sezione dedicata di contatto. In particolare in essa sarà presente l'elenco dei professionisti, sottoforma di schede di presentazione che ne definiscono i ruoli e le professionalità che renderanno i professionisti raggiungibili mediante form contatti o canali terzi come chat whatsapp e garantiranno la gestione dei rapporti con aziende e operatori dei vari settori. In tutte le pagine del portale sarà presente un'icona per l'accesso ad una chat attiva che permette istantaneamente il contatto con l'utenza e far fronte tempestivamente alle richieste. Il canale scelto è la chat di messenger per l'integrazione della comunicazione anche sotto l'aspetto social e/o whatsapp business

per usufruire di tutti i servizi aggiuntivi che questa tipologia di canale permette di utilizzare e sfruttare per una comunicazione efficiente ed efficace con l'utenza target. Al fine di migliorare la qualità dei servizi e dei contenuti il portale sarà arricchito da strumenti di raccolta feedback attraverso aree commenti, valutazioni e segnalazioni e ad esso verrà collegato un pannello di statistiche che permetta di raccogliere dati utili che saranno la base di partenza per l'impostazione delle campagne di promozione e marketing. Infine ogni contenuto presente sarà ottimizzato a livello SEO (Search Engine Optimization) per aumentarne la visibilità, migliorandone il posizionamento tra i risultati organici (non a pagamento) dei motori di ricerca. Il portale sarà responsive in grado di adattarsi graficamente in maniera automatica a qualsiasi dispositivo su cui viene visualizzato (dai pc ai tablet, passando per smartphone e web tv) e accessibile secondo la Legge Stanca per garantire l'accesso ai servizi informatici da parte dei disabili in particolare il portale sarà fruibile per gli ipovedenti e i contenuti multimediali ivi presenti saranno sottotitolati per i sordomuti. Inoltre per la realizzazione dei contenuti multimediali e per la costruzione degli itinerari in pillole si rende necessario l'acquisto di hardware e software. In particolare una camera 360° e la licenza d'uso che permette la ricostruzione a 360° degli ambienti. Inoltre prevediamo la formazione sull'utilizzo degli strumenti al personale incaricato per la produzione. A completamento lavori con la pubblicazione del portale si attuerà un piano strategico di marketing con campagne mirate per la promozione dei prodotti presenti nel portale attraverso i principali motori di ricerca e le piattaforme social.

A.2 - A.3 Elenco riepilogativo del team di progetto, in termini di soci e/o dipendenti attuali o da assumere e/o collaboratori e consulenti entro la data di ultimazione del progetto

Nome risorsa	Qualifica (Socio o dipendente attuale/ futuro o consulente)	Ruolo nel progetto	Data di nascita	Sesso
Ilenia Fracasso	socio	Progettista portale	13/08/1979	F
Giacomo Bellino	Socio tesoriere	Piano finanziario	27/01/1962	M
Francesco Zarcone	Socio	Progettista portale	06/02/1959	M
Mariangela Sammarco	Socia consigliera	Consulente itinerari turistici settore archeologico storico extraurbano	05/02/1974	F
Elisabetta De Giovanni	Socia consigliera	consulente itinerari turistici ed eventi settore sportivo accessibilità sostenibilità	19/01/1974	F
Antonella Calavita	Socia	consulente itinerari turistici urbani	16/11/1960	F
Ettore Bambi	Socio vicepresidente	Giornalista Consulente culturale politiche del lavoro	04/07/1956	M
Maria Gabriella de Judicibus	Socia presidente	Consulente culturale promozione cultura immateriale	26/05/1955	F
Fabiola Collabolletta	Socia	Interprete e traduttrice	06/05/1981	F
Andrea Laudisa	Socio	Consulente fotografia	30/08/1982	M
Patrizia Verardo	Socia	Orientatrice	12/05/1955	F

A.4 Descrizione delle azioni di inclusione delle persone con disabilità

(Se ricorre, descrivere la capacità del progetto di favorire, attraverso la digitalizzazione, l'ampliamento e il miglioramento della fruizione del patrimonio culturale da parte di persone con disabilità)

Pro Loco Lecce APS fin dalla sua fondazione è sempre stata molto attenta a curare l'accessibilità in collaborazione con l'amministrazione cittadina e con enti ed istituzioni interessati, indagando sui sussidi e sugli ausili che possano realizzarne l'ottimizzazione sul territorio: è proprio grazie ad una ricerca sul campo che nel 2009 si pervenne alla scoperta dell'ausilio JOB, una sedia speciale in grado di condurre il disabile su qualsiasi superficie, sabbia compresa ed in grado di galleggiare, consentendogli la balneazione facile.

Il portale editoriale che potrebbe essere implementato grazie al finanziamento della presente proposta progettuale, prevede una sezione dedicata agli "Itinerari per tutti", interamente dedicata al turismo accessibile. L'offerta si arricchirebbe con link a portali e siti messi a punto sul territorio sul fronte del turismo accessibile, consentendo alle guide pro loco Lecce di mettersi in contatto con altri operatori professionali per offrire ai viaggiatori disabili o con bisogni speciali tutto il supporto necessario per l'organizzazione di percorsi e tour in tutta la provincia, permettendo un accesso comodo e preferenziale a tutte le mete turistiche più ambite.

Avvalendosi della collaborazione con importanti agenzie nazionali ed internazionali, anch'esse specializzate in turismo accessibile, il portale potrebbe contribuire all'implementazione ed alla conseguente fruizione di tour e vacanze qualitativi con offerte innovative ed adeguate alle esigenze più diversificate fino alla possibilità di "personalizzare" l'itinerario con software dedicati e con l'ausilio di un consulente Pro Loco Lecce dedicato. L'amministrazione comunale di Lecce dal Maggio 1921, infatti, ha approvato il documento elaborato dal Laboratorio comunale per l'Accessibilità coordinato dal Professor Antonio Lauria, ordinario di Tecnologia dell'Architettura presso il Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Firenze, esperto in materia di accessibilità e impegnato nella ricerca con il Firenze Accessibility Lab. che individua l'**area pilota oggetto degli interventi sperimentali previsti dal Piano per l'Accessibilità:**

una superficie di 55 ettari che si sviluppa lungo l'asse viario che da Porta Rudiae raggiunge Viale Japigia e attraversa il centro storico, Piazza Mazzini e l'area commerciale della città, con la prevista presenza di poli e servizi urbani di tipo pubblico, attrattori sociali privati di uso pubblico, mobilità lenta e trasporto pubblico locale ed eventuali interventi di ripristino dell'accessibilità laddove necessario. L'area pilota è il primo tassello del grande mosaico di Lotti Funzionali Urbani nei quali l'attività di pianificazione del Laboratorio ha suddiviso la città e sui quali si succederanno nel tempo le attività previste dal Piano dell'Accessibilità in fase di redazione. Il Piano ha l'obiettivo di rendere più accessibile, confortevole e sicuro l'ambiente urbano non soltanto per le persone che presentano maggiori limitazioni (persone con disabilità e caregiver) ma anche per altri segmenti di pubblico particolarmente vulnerabili come bambini, anziani, minoranze sociali, creando le condizioni che permettano, ad ogni persona, nella misura più ampia possibile e indipendentemente dalla condizione fisica, cognitiva o senso-percettiva di ognuno, di svolgere le attività quotidiane in condizioni di autonomia e sicurezza e di partecipare alla vita collettiva e alla crescita della propria comunità.

Il portale Pro Loco Lecce APS fungerà da amplificatore e insieme facilitatore delle risorse multimediali e strumentali poste in essere ai fini dell'accessibilità sia dall'amministrazione comunale sia da altre istituzioni pubbliche e private della città e della provincia. Sarà sufficiente consultare il portale, selezionare una proposta o richiedere un preventivo su misura ed un consulente si metterà in contatto con l'utenza per offrire la migliore soluzione alle diverse esigenze.

Inoltre, l'utilizzo di un portale di ultima generazione consente di sopperire ai deficit rivenienti dalle diverse abilità del soggetto sia esso anche un possibile operatore prevedendo l'utilizzo di speciali "ausili" nell'organizzazione delle attività. Il PC, infatti, favorisce l'autostima dell'operatore disabile in quanto non lo percepisce come una "protesi", ma come uno strumento che usano anche i colleghi nel mondo del lavoro; gli consente di adattare l'offerta alle difficoltà del singolo (per esempio permette di costruire delle diapositive sottotitolate per far comprendere l'argomento a un utente con difficoltà auditive, oppure di organizzare percorsi audio che accompagnino i poveri) e al disabile di sopperire ad alcuni suoi limiti e quindi di superare in parte la propria disabilità, per esempio un non vedente può scrivere, una persona con difficoltà di parola può comunicare attraverso fotografia ed immagini o testi e didascalie. L'utilizzo delle NT **nella loro adattabilità** favorisce per la natura stessa dei prodotti multimediali, l'apprendimento cooperativo, nella messa in rete di informazioni e di competenze informatiche, consentendo di effettuare tirocini e stage anche a corsisti con diversa abilità e in caso di lieve ritardo mentale, in quanto rende più espliciti ed in sequenza lineare i processi mentali preposti alle procedure standard.

A.5 Descrizione degli elementi che permettono la realizzazione del progetto nei termini previsti dall'Avviso

(Ad esempio individuazione dei fornitori, eventuale disponibilità dei preventivi e alla presenza di titolo di disponibilità dell'unità locale)

La presente proposta di realizzazione di progetto è stata redatta sulla base del preventivo ottenuto dalla società INGEGNART di Romano Giovanni Luca & C. s.a.s con la collaborazione della socia Ilenia Fracasso.

A.6 Progetto di spesa

NOTA BENE

Le tipologie di spesa ammissibili e i relativi limiti, divieti e condizioni sono contenuti all'articolo 7 dell'Avviso al quale si rimanda per i necessari approfondimenti. Si precisa che ai fini della valutazione del criterio a.7 dell'allegato 1 Criteri di valutazione, si terrà conto dell'incidenza delle immobilizzazioni immateriali (BP) sul totale degli investimenti richiesti (IMA+BP+OM).

Si ricorda che il progetto di spesa complessivo **non dovrà essere superiore a € 100.000,00** e che le spese richieste devono essere dettagliate (non a corpo) e corrispondere a quelle illustrate in domanda e nell'allegato "Dettaglio spese di investimento".

a) Immobilizzazioni Materiali		Importo imponibile (€)
IMPIANTI MACCHINARI ED ATTREZZATURE	Vedi scheda in allegato	3.680
TOTALE		3.680

b) Immobilizzazioni immateriali strettamente correlate alle esigenze funzionali del progetto		Importo imponibile (€)
Vedi scheda in allegato		35.250
TOTALE		35.250

c) Opere Murarie (max 20% del progetto di spesa complessivamente ammissibile)		Importo imponibile (€)
TOTALE		

Capitale circolante (max 20% delle spese di investimento di cui alle lettere a), b) e c))

Materie prime, sussidiarie, materiali di consumo e merci	Importo imponibile(€)
Toner, Cancelleria, Prodotti per pulizia e manutenzione, Materiale pubblicitario, Imballi, Acquisti vari	9.070

TOTALE	9.070
---------------	--------------

Utenze relative alla sede oggetto del progetto	Importo imponibile(€)
TOTALE	

Canoni di locazione relativi alla sede oggetto del progetto	Importo imponibile(€)
TOTALE	

Prestazioni di servizi connesse al progetto	Importo imponibile(€)
Consulenze tecniche	10.000
TOTALE	10.000

Costo del lavoro dipendente che non benefici di altre agevolazioni						
N. ULA	Qualifica	Inquadramento	CCNL	N. ore	Costo orario	Costo Tot.
TOTALE						

A.7 Descrizione della capacità del progetto di contribuire anche alla transizione verde

(Se ricorre, descrivere come il progetto intende contribuire anche alla transizione verde)

Il portale Pro Loco Lecce APS che sarà anche un portale editoriale, si pone anche come punto di riferimento per tutti quei progetti di ricerca sulla fotografia e sul paesaggio che hanno come finalità la ricostruzione del paesaggio attraverso la visione creativa di operatori multimediali in grado di rappresentare e promuovere, attraverso i diversi strumenti tecnologici posti a disposizione dell'Occhio umano, l'identità visiva della città e del suo hinterland attraverso il recupero, la produzione e la diffusione del suo patrimonio naturale ed antropico. Tra le prime performance pubbliche di Pro Loco Lecce, c'è stata quella legata ai "Percorsi di senso", percorsi isotopici attraverso la città e gli spazi aperti naturali, in grado di offrire al visitatore punti di vista nuovi, irripetibili e profondamente legati alle radici antropoculturali del Salento. Il portale darebbe unità e visibilità alle sinergie che sul territorio leccese si sono sviluppate in questi anni tra associazioni ed istituzioni pubbliche e private a sostegno della transizione ecologica. La collaborazione già instaurata con il polo biblio-museale di Lecce, con l'amministrazione comunale, con la provincia di Lecce, con la sezione Salento del WWF, con il CESRAM, con l'ITS Turismo con le associazioni riconosciute del terzo settore, si aggiunge alla rete capillare che sostiene le pro loco della provincia, con le quali Pro Loco Lecce ha già avviato con successo progettualità importanti finalizzate a sviluppare specialmente nei più giovani l'amore ed il rispetto per l'ambiente. Gli itinerari sociali di Pro Loco Lecce, infatti, comprendono e privilegiano escursioni ai luoghi green del territorio, dove sia possibile fare esperienza diretta dell'ambiente e nell'ambiente, integrando fortemente, come deve essere, cultura immateriale, storia e natura alla ricerca della "bellezza" che è armonia, equilibrio, rispetto.

B. UTILITÀ DEL PROGETTO: IMPATTO ECONOMICO, CULTURALE, SOCIALE, OCCUPAZIONALE E AMBIENTALE

B.1 Analisi dell'impatto economico (valore dell'iniziativa nell'ambito del contesto territoriale di riferimento), impatto culturale (creazione di nuovi prodotti/servizi per la filiera culturale e creativa), impatto sociale (coinvolgimento delle comunità), impatto occupazionale (assunzione di nuove risorse da impiegare nel progetto) e impatto ambientale

Nel 2022 la Puglia ha già raggiunto i risultati che erano stati prefissati per il 2025 (<https://press.regione.puglia.it/-/puglia-i-dati-del-turismo-da-record-a-settembre-e-ottobre>). Il progetto punta alla destagionalizzazione che vede ancora il Salento non in linea con le province di Bari e Bat nonostante anche queste due province abbiano registrato una flessione rispetto al 2019. Attualmente ancora il 60% delle presenze si registra nei mesi estivi. E' necessario, dunque, utilizzare messi di informazione e promozione on line come il nostro portale che può consentire una diffusione capillare di eventi, itinerari e iniziative finalizzate proprio alla destagionalizzazione. Inoltre, ancora, attualmente, le principali mete turistiche del Salento sono: Ugento, Otranto, Lecce, Melendugno, Nardò che totalizzano l'80% circa del flusso turistico provinciale. E' necessario, attraverso il nostro portale, implementare anche tutti gli altri comuni, borghi e attrattori territoriali ancora poco o per nulla conosciuti. Il futuro del turismo nel territorio salentino deve equipararsi al trend italiano: il Mibact il TdLab, il laboratorio per il turismo digitale (di cui ha fatto parte anche il Touring Club Italiano) ha presentato i suoi brillanti risultati dimostrando la spinta propulsiva del digitale. Il portale Italia.it dovrebbe far da motore di questo cambiamento entrando nel perimetro del rifondato Enit. L'agenzia nazionale italiana del turismo, nata nel lontano 1919, e nel 2005 ripensata con il compito istituzionale di promuovere l'immagine unitaria dell'offerta turistica nazionale e da favorirne la commercializzazione, si evolve con l'obiettivo di sviluppare l'economia turistica legata al marchio Italia anche e soprattutto attraverso internet e la comunicazione digitale.

E' necessario avviare un cambiamento rapido e generalizzato attraverso la digitalizzazione del sistema turistico: dalle offerte di prodotto al sistema di prenotazione, dalle vetrine online alle possibilità di creare pacchetti personalizzati semplicemente utilizzando meglio e in modo coerente le risorse digitali. E' per questo che presentiamo la presente proposta progettuale.

Pensiamo a un racconto di Lecce e del suo hinterland sfruttando tutte le tecniche di narrazione digitale per valorizzare non solo l'esperienza di viaggio a Lecce ma per rilanciare la destagionalizzazione attraverso il circuito virtuoso delle opportunità culturali, artistiche, sociali enogastronomiche, naturalistiche, dei luoghi virtuosi della provincia e delle pro loco che in rete possono potenziarne il messaggio. Non è solo un diverso modo di raccontare ma anche e soprattutto un nuovo modo di "integrare" le offerte delle località con cui si potrà interagire per offrire valori aggiunti che vadano dalle mappe consultabili off line ai percorsi da inserire nei navigatori, dai servizi su viabilità e traffico al lancio di brand e marchi made in Salento in grado di valorizzare l'identità del territorio.

I contenuti saranno adeguati ai diversi target che hanno caratterizzato il turismo negli ultimi tempi, con stili e scelte di comunicazione in grado di offrire appeal anche a popoli molto diversi da noi. Lavorare nel turismo on-line è l'opportunità che Pro loco Lecce Aps vuole offrire con il suo portale non solo dai giovani, ma anche da chi desidera ricollocarsi nel mondo del lavoro.

Lavorare nel turismo on-line, infatti, significa poter abbattere i costi di una sede istituzionale o di più sedi in quanto ogni operatore può gestire l'attività da casa o da un piccolo studio da gestire in autonomia, da operatore volontario Pro Loco Lecce APS, da freelance, oppure in qualità di collaboratore per un'azienda partner di Pro Loco Lecce APS che utilizza il portale per promuovere i propri servizi e/o prodotti. In seguito all'accelerazione nel digitale dovuta al covid quasi il 70% delle aziende italiane ha valutato l'opzione smart working per non rallentare la produzione aziendale e mantenere i sistemi di gestione attivi. Ciò ha portato alla rivalutazione

della flessibilità lavorativa che permette anche la potenziale realizzazione di nuove idee imprenditoriali. Un portale come il nostro funge anche da agenzia di viaggio on line. I potenziali viaggiatori, infatti, possono comodamente prenotare la loro vacanza in Salento on-line, attraverso figure di consulente viaggi on-line in grado di organizzare e pianificare il viaggio dalla partenza all'arrivo, sempre affiancati da sistemi di ricerca informatici all'avanguardia. Con eventuale affiliazione ad aziende on-line importanti, si può pensare anche a vendere un servizio a un costo agevolato in quanto il vantaggio dell'on-line risiede proprio nel risparmio economico e nella comodità. Figure professionali funzionali all'incoming del portale sono: il travel organizer in grado di curare il viaggio, a partire dalla sua progettazione fino alla comunicazione e commercializzazione; il travel designer in grado di curare il viaggio dei futuri clienti programmando, promuovendo e distribuendo il pacchetto turistico; il social media manager, che si occupa di comunicazione web, ricercando anche le migliori offerte, prodotti turistici e servizi, da proporre per implementare la capacità di customer del portale; il Revenue/pricing modifica e reperisce le tariffe migliori attraverso, ad esempio, i servizi di booking online. Il Destination Manager ideale anello di congiunzione tra l'on line e l'off line che instaurando rapporti territoriali concreti, idea con i blogger dei veri e propri network virtuali a cui corrispondono itinerari concreti, collegandosi anche ai travel blogger che sua sponte investono nelle vocazioni territoriali individuandone peculiarità e appeal.

Il portale ha l'ambizione non solo di favorire l'accesso alle migliori app che utilizzano la georeferenziazione, al fine di offrire contenuti informativi sempre più mirati ma di fungere da trainer per la creazione di start-up che si avvalgano del lavoro dei Web Marketing Manager o specializzate nello Storytelling dei luoghi anche grazie alla stretta collaborazione che lega da sempre Pro Loco Lecce APS e l'ITS Turismo di Puglia, eccellenza italiana tra gli Istituti Tecnici Superiori votati al turismo. Pro loco Lecce fin dal 2008, data della sua fondazione, si è distinta per l'attenzione al sociale ed alla promozione della cultura e del patrimonio immateriale del territorio salentino, considerando Lecce punto di partenza e non solo d'arrivo dei visitatori che si spingono fino all'estremo lembo della penisola. Il Basso Salento, infatti, è incluso nelle cosiddette "aree interne" d'Italia e la presidente che è esperta di Comunicazione e Formatrice regionale e nazionale nei temi legati alla promozione dei valori della cittadinanza attiva, ha sempre promosso attivamente progettualità e attività che hanno perseguito e preceduto le linee guida dell'attuale Strategia Nazionale per le Aree Interne (SNAI) che rappresenta una politica nazionale innovativa di sviluppo e coesione territoriale mirata a contrastare la marginalizzazione ed i fenomeni di declino demografico propri delle aree interne del nostro Paese, nella convinzione che una corretta ed esauriente comunicazione in grado di appassionare le nuove generazioni alla conoscenza della storia e delle risorse del proprio territorio sia alla base non solo di una buona relazione pedagogica ma anche e soprattutto di una formazione in grado di smuovere le coscienze e sostenere la progettualità e la proattività territoriale. Pro Loco Lecce ha costruito negli anni una rete di alleanze, partenariati e collaborazioni che hanno contribuito a creare legami virtuosi tra il capoluogo e l'hinterland, concretizzati in eventi organizzati in sinergia e attualmente in Itinerari Sociali da offrire alle scuole che, una volta a Lecce, possono visitare particolarità storiche, naturalistiche, culturali di località viciniori altrimenti poco o per nulla promosse dai principali circuiti comunicativi e turistici. I fattori che si intendono presidiare nella realizzazione dell'intervento che qui si vuole prefigurare sono:

- la capacità di fare rete dei sistemi sub urbani del capoluogo per rappresentare un'identità immateriale e materiale di valore condiviso
- la capacità di valorizzazione del territorio secondo un processo bottom up
- la capacità di realizzare processi di promozione condivisa e partecipata con gli stakeholder del territorio;
- la capacità di progettare modelli innovativi di promozione turistica;
- la capacità di mettere a punto un sistema di monitoraggio costante e valutazione dei risultati ottenuti da piani e progetti.

Il convincimento è quello di trovarsi davanti ad un sistema culturale locale forte e connotato, basato sulla condivisione del patrimonio immateriale (la storia, la lingua, la posizione verso Oriente ed il Mediterraneo, il mare, le tradizioni, le opere della manualità, la forza delle

relazioni) oltre che sulla attrattività paesaggistica e naturalistica.

In concreto, occorrerà agire sulla componente pubblica del patrimonio (gli spazi urbani, i parchi, il mare, le riserve naturali), e sulla componente privata, (le botteghe artigiane, i musei privati, gli operatori enogastronomici, il sistema del design thinking) tramite leve indirette che conducano alla scoperta di componenti "minori" dei luoghi: gli arredi urbani, il light design, i materiali edili, l'ingegneria naturalistica, i diversi linguaggi espressivi, i percorsi pedonali, le aree per la sosta, le sedute pubbliche; incastrando dentro il tessuto storico una serie di azioni immateriali, capitalizzando anche su questo fronte le tante iniziative già avviate, in evidente rapporto sinergico con il progetto bene avviato di riqualificazione e fruizione della città antica e dei suoi attrattori museali, monumentali e religiosi.

Gli effetti indotti di questo programma di itinerari sono molteplici e la strategia complessiva è quella di innestare un effetto a catena che parta dalla valorizzazione di tre gruppi di risorse locali: - **Il patrimonio culturale materiale: beni culturali maggiori e minori diffusi sul territorio** - **Il patrimonio culturale immateriale ed il paesaggio** - **Il patrimonio culturale eno-gastronomico**

Questa visione strategica serve a sostenere forme responsabili e consapevoli di accoglienza turistica, e ad implementare le presenze affezionate di visitatori con i quali condividere le strategie di sviluppo stesso dell'ambito territoriale. Inoltre concorre alla valorizzazione integrata delle risorse turistiche e il relativo miglioramento delle condizioni per la loro fruizione; all'implementazione della concertazione pubblico privata, all'interno di una nuova coesione territoriale rappresentata da quella che chiameremo rete del grande vicinato; al mantenimento della qualità del rapporto fra città e turisti, intesa come relazione diretta con le pratiche quotidiane dei cittadini; alla salvaguardia degli aspetti fisici ed ambientali del territorio per migliorare l'immagine dei luoghi, la cui qualità incide anche sulla capacità di accoglienza turistica; alla maggiore attenzione per il verde associandone l'uso equilibrato con la conservazione degli elementi paesaggistici; alla crescente domanda di prodotti e di servizi turistici che esprimano autenticità e tipicità.

Il risultato finale degli itinerari e la proposta di conoscenza contenute nel progetto consisterà in una soluzione che vada nella direzione opposta a quella che porta ad un turismo culturale superficiale ed invasivo, che sembra esercitare un'azione costante sul tessuto storico e sociale anche in Puglia, paragonabile a quella dell'erosione marina della pietra arenaria.

Il modello Pro Loco qui descritto invece consente:

- di soddisfare i desideri di un'utenza ormai esigente ed esperta come ormai si caratterizza l'utenza turistica pugliese, persone che hanno il gusto di viaggiare, che hanno trascorso vacanze e soggiorni in diversi tipi di alberghi e località, e che sono alla ricerca di formule autentiche di intrattenimento che rispecchino il più possibile le caratteristiche del luogo.
- di muoversi direttamente nella direzione della valorizzazione del patrimonio artistico e antropologico della città di Lecce e della sua area vasta, nonché di una visione paesologica inedita.
- di dar corpo ad un modello di che può trasformarsi da "fatto alberghiero" a episodio rilevante nella vita di chi viaggia, contributo alla formazione dell'intelletto e del gusto, all'educazione al bello, al buono ed al ricordo. Giorgio de Finis - già direttore del Museo Macroasilo di Roma - parla della "memoria" che diviene fatto culturale. I turisti entreranno in relazione con i residenti diventandone i vicini di casa per qualche tempo, partecipando ad uno stile di vita diverso, legato ai prodotti locali, all'agricoltura, ai sapori caserecci, all'artigianato, al folklore e ai ritmi semplici. Questa è una proposta turistica esente dalla stagionalità e dall'affollamento, la costruzione di una comunità temporanea di cui entrare a far parte per trovare benessere, autenticità, ecologia.

B.2 Identificazione di eventuali partnership e relazioni con altri soggetti pubblici e privati utili per la creazione di ecosistemi produttivi collaborativi tra cui, a titolo esemplificativo, patrocini, lettere di sostegno, ecc.

(Descrivere eventuali partnership e allegare evidenza documentale)

Partnership con ITS Turismo di Puglia per l'espletamento di attività formative connesse alla promozione dei "turismi" e Convenzione con Ambito Territoriale sociale di Lecce per la realizzazione di progetti finalizzati all'inclusione sociale n. 49 del 28/11/2022 firmata con protocollo n. 0198087/2022 del 29/11/2022 firmata dal Dirigente Mario Guido.

Partnership con Università del Salento, Comune di Lecce e con la cooperativa Artwork per la gestione di attività di informazione e promozione turistica con riferimento ad itinerari di turismo sociale rivolti ad istituti scolastici pubblici e privati di ogni ordine e grado e associazioni terzo settore

Partnership con Archivio di Stato, Provincia di Lecce, Polo biblio-museale.

Rete Pro Loco d'Italia e di Puglia, delegazione delle pro loco di Lecce, pro loco della provincia di Lecce

B.3 Descrizione dei singoli soggetti facenti parte del progetto a rete e i rispettivi ruoli, illustrando altresì il progetto di ciascun componente della rete, i risultati attesi, gli strumenti e l'organizzazione in relazione al valore sinergico dato dall'integrazione dei progetti.

Da compilare solo per i soggetti facenti parte di un progetto a rete, ai sensi dell'articolo 12 dell'Avviso

(Descrivere la rete e allegare evidenza documentale)



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



C. Sostenibilità del progetto: capacità del progetto di sostenersi nel tempo

C.1 Descrizione della capacità del progetto di aprire a nuove categorie di fruitori dei contenuti creativi e culturali

Lecture, rappresentazioni teatrali e anche mostre: sono alcune delle attività promosse dalle pro loco italiane in occasione e non solo della 'giornata nazionale del dialetto e delle lingue locali' che si celebra, come ogni anno il 17 gennaio in tutta Italia. Il portale editoriale di Pro Loco Lecce consentirebbe la raccolta edita di tutta la produzione ivi compresi esposizioni di vignette, recital di poesie ed esibizioni in costumi tipici, nonché gli esiti delle attività promosse dalle istituzioni scolastiche del territorio. La 'giornata nazionale del dialetto e delle lingue locali' si svolge, infatti, secondo le direttive dell'Unesco, nell'ambito della convenzione per la salvaguardia dei patrimoni culturali immateriali, ed è stata istituita nel 2013 proprio dall'unione nazionale delle pro loco per sensibilizzare istituzioni e comunità locali alla tutela e valorizzazione delle lingue locali. "Ogni singola espressione in dialetto è veicolo delle conoscenze e delle tradizioni dei nostri territori. Dialetti e lingue locali sono pertanto indispensabili alla trasmissione di tali patrimoni culturali fra le generazioni" ha affermato il presidente dell'Unpli, Antonino La Spina e Pro Loco Lecce, la cui fondatrice e presidente ad interim è una cultrice della Lingua Italiana, ha sempre curato capillarmente questo fondamentale aspetto culturale producendo nel 2022 un concorso a cui hanno partecipato pregevoli autori ed autrici di poesie dialettali i cui esiti sono visibili nella sezione dedicata al concorso (reiterato anche quest'anno) del sito www.prolocolecce.it . Il portale editoriale di nuova generazione offrirebbe l'estro per produzioni multimediali e creative che arricchirebbero visivamente e fonicamente la produzione, offrendo al visitatore peculiarità ancora inesprese legate alle radici più profonde ed antiche della territorialità salentina ma nello stesso tempo, consentendo ai più giovani di riaccendere l'interesse per la propria storia nell'ambito del proprio territorio, aguzzando l'ingegno, interpretando e reinterprestando la tradizione attraverso i canali multimediali più congeniali e vicini alla loro età ed al loro vissuto personale. L'apertura agli itinerari sociali e l'attitudine formativa che caratterizza Pro Loco Lecce e la sua progettualità fin dalla fondazione, consente all'associazione di entrare attraverso il portale e le sue potenzialità, nella vita sociale dei più giovani, delle scuole, delle individualità e delle associazioni artistiche e creative che spesso sul territorio vivono situazioni frustranti di isolamento e frammentazione, spesso in attesa del singolo sporadico evento. La multimedialità e le NT sono, invece, strumenti potentissimi di socializzazione che possono e devono essere utilizzati per promuovere creatività, arte e cultura attraverso il monitoraggio di tutor in grado di supportare i processi di crescita che caratterizzano i più giovani, spesso lasciati soli dinanzi al mare della virtualità o peggio strumentalizzati in attività virtuali e mai virtuose. Il futuro del turismo nel territorio salentino deve equipararsi al trend italiano: il Mibact il TdLab, il laboratorio per il turismo digitale (di cui ha fatto parte anche il Touring Club Italiano) ha presentato i suoi brillanti risultati dimostrando la spinta propulsiva del digitale. Il portale Italia.it dovrebbe far da motore di questo cambiamento entrando nel perimetro del rifondato Enit. L'agenzia nazionale italiana del turismo, nata nel lontano 1919, e nel 2005 ripensata con il compito istituzionale di promuovere l'immagine unitaria dell'offerta turistica nazionale e da favorirne la commercializzazione, si evolve con l'obiettivo di sviluppare l'economia turistica legata al marchio Italia anche e soprattutto attraverso internet e la comunicazione digitale.

E' necessario avviare un cambiamento rapido e generalizzato attraverso la digitalizzazione del sistema turistico: dalle offerte di prodotto al sistema di prenotazione, dalle vetrine online alle possibilità di creare pacchetti personalizzati semplicemente utilizzando meglio e in modo coerente le risorse digitali. E' per questo che presentiamo la presente proposta progettuale.

Pensiamo a un racconto di Lecce e del suo hinterland sfruttando tutte le tecniche di narrazione digitale per valorizzare non solo l'esperienza di viaggio a Lecce ma per rilanciare la destagionalizzazione attraverso il circuito virtuoso delle opportunità culturali, artistiche, sociali enogastronomiche, naturalistiche, dei luoghi virtuosi della provincia e delle pro loco che in rete possono potenziarne il messaggio. Non è solo un diverso modo di raccontare ma anche e soprattutto un nuovo modo di "integrare" le offerte delle località con cui si potrà interagire per offrire valori aggiunti che vadano dalle mappe consultabili off line ai percorsi da inserire nei navigatori, dai servizi su viabilità e traffico al lancio di brand e marchi made in Salento in grado di valorizzare l'identità del territorio.

I contenuti saranno adeguati ai diversi target che hanno caratterizzato il turismo negli ultimi tempi, con stili e scelte di comunicazione in grado di offrire appeal anche a popoli molto diversi da noi. Lavorare nel turismo on-line è l'opportunità che Pro loco Lecce Aps vuole offrire con il suo portale non solo dai giovani, ma anche da chi desidera ricollocarsi nel mondo del lavoro.

Lavorare nel turismo on-line, infatti, significa poter abbattere i costi di una sede istituzionale o di più sedi in quanto ogni operatore può gestire l'attività da casa o da un piccolo studio da gestire in autonomia, da operatore volontario Pro Loco Lecce APS, da freelance, oppure in qualità di collaboratore per un'azienda partner di Pro Loco Lecce APS che utilizza il portale per promuovere i propri servizi e/o prodotti. In seguito all'accelerazione nel digitale dovuta al covid quasi il 70% delle aziende italiane ha valutato l'opzione smart working per non rallentare la produzione aziendale e mantenere i sistemi di gestione attivi. Ciò ha portato alla rivalutazione della flessibilità lavorativa che permette anche la potenziale realizzazione di nuove idee imprenditoriali. Un portale come il nostro funge anche da agenzia di viaggio on line. I potenziali viaggiatori, infatti, possono comodamente prenotare la loro vacanza in Salento on-line, attraverso figure di consulente viaggi on-line in grado di organizzare e pianificare il viaggio dalla partenza all'arrivo, sempre affiancati da sistemi di ricerca informatici all'avanguardia. Con eventuale affiliazione ad aziende on-line importanti, si può pensare anche a vendere un servizio a un costo agevolato in quanto il vantaggio dell'on-line risiede proprio nel risparmio economico e nella comodità. Figure professionali funzionali all'incoming del portale sono: il travel organizer in grado di curare il viaggio, a partire dalla sua progettazione fino alla comunicazione e commercializzazione; il travel designer in grado di curare il viaggio dei futuri clienti programmando, promuovendo e distribuendo il pacchetto turistico; il social media manager, che si occupa di comunicazione web, ricercando anche le migliori offerte, prodotti turistici e servizi, da proporre per implementare la capacità di customer del portale; il Revenue/pricing modifica e reperisce le tariffe migliori attraverso, ad esempio, i servizi di booking online. Il Destination Manager ideale anello di congiunzione tra l'on line e l'off line che instaurando rapporti territoriali concreti, idea con i blogger dei veri e propri network virtuali a cui corrispondono itinerari concreti, collegandosi anche ai travel blogger che sua sponte investono nelle vocazioni territoriali individuandone peculiarità e appeal.

Il portale ha l'ambizione non solo di favorire l'accesso alle migliori app che utilizzano la georeferenziazione, al fine di offrire contenuti informativi sempre più mirati ma di fungere da trainer per la creazione di start-up che si avvalgano del lavoro dei Web Marketing Manager o specializzate nello Storytelling dei luoghi anche grazie alla stretta collaborazione che lega da sempre Pro Loco Lecce APS e l'ITS Turismo di Puglia, eccellenza italiana tra gli Istituti Tecnici Superiori votati al turismo.

PREVISIONI DELLE CATEGORIE DI FRUITORI			
Prodotto culturale/contenuto creativo (specificare)	Quantità Attuali	Quantità Previsionali	
		Anno 0	Anno 1
A) Promozione attraverso il portale (che è anche un portale editoriale) di location ed itinerari Lecce e provincia	L'attuale 31,3% delle presenze nel Salento rispetto alla Puglia è pari alle previsioni per il 2025	Con il presente progetto si pensa di implementare la presenza di visitatori anche in altre località salentine attualmente fuori dagli itinerari classici	Recupero delle località turistiche salentine ancora fuori dagli itinerary classi al fine di raggiungere nei mesi di destagionalizzazione una quota significativa di presenza nel Salento.

C.2 Coerenza tra le fonti di copertura individuate ed i fabbisogni finanziari inerenti alla realizzazione del progetto proposto

Come già descritto, il portale che sarà anche un portale editoriale, consentirà di autofinanziarsi attraverso la vendita di pacchetti turistici, di pubblicità per strutture ricettive qualitative e diversificate e per aziende che sul territorio di riferimento organizzano eventi, manifestazioni, tour e in generale, itinerari turistici volti alla destagionalizzazione del turismo nel Salento. Lavorare nel turismo on-line fungendo anche da agenzia di viaggio on line. I potenziali viaggiatori, infatti, possono comodamente prenotare la loro vacanza in Salento on-line, attraverso figure di consulente viaggi on-line in grado di organizzare e pianificare il viaggio dalla partenza all'arrivo, sempre affiancati da sistemi di ricerca informatici all'avanguardia. Con eventuale affiliazione ad aziende on-line importanti, si può pensare anche a vendere un servizio a un costo agevolato in quanto il vantaggio dell'on-line risiede proprio nel risparmio economico e nella comodità. Figure professionali funzionali all'incoming del portale sono: il travel organizer in grado di curare il viaggio, a partire dalla sua progettazione fino alla comunicazione e commercializzazione; il travel designer in grado di curare il viaggio dei futuri clienti programmando, promuovendo e distribuendo il pacchetto turistico; il social media manager, che si occupa di comunicazione web, ricercando anche le migliori offerte, prodotti turistici e servizi, da proporre per implementare la capacità di customer del portale; il Revenue/pricing modifica e reperisce le tariffe migliori attraverso, ad esempio, i servizi di booking online. Il Destination Manager ideale anello di congiunzione tra l'on line e l'off line che instaurando rapporti territoriali concreti, idea con i blogger dei veri e propri network virtuali a cui corrispondono itinerari concreti, collegandosi anche ai travel blogger che sua sponte investono nelle vocazioni territoriali individuandone peculiarità e appeal.

Il portale ha l'ambizione non solo di favorire l'accesso alle migliori app che utilizzano la georeferenziazione, al fine di offrire contenuti informativi sempre più mirati ma di fungere da trainer per la creazione di start-up che si avvalgano del lavoro dei Web Marketing Manager o specializzate nello Storytelling dei luoghi anche grazie alla stretta collaborazione che lega da sempre Pro Loco Lecce APS e l'ITS Turismo di Puglia, eccellenza italiana tra gli Istituti Tecnici Superiori votati al turismo.

Impieghi (€)	
	Totale
Investimenti (Immobilizzazioni materiali, immateriali)	
Opere murarie	
IVA sugli investimenti	
IVA su opere murarie	

Totale impieghi (A)	
Fonti (€)	
	Totale
Contributo fondo perduto relativo al progetto (B)	46.400
Altre fonti di copertura	
Capitale proprio	
Finanziamento soci	5.800
Finanziamenti bancari	
Fonti collegate allo svolgimento delle attività (sponsorship, contributi e sovvenzioni, ecc...)	5.800
Totale altre fonti di copertura (C)	
Totale fonti (B+C)	58.000

Specificare il calcolo dell'IVA

$$58.000 * 22\% = 12.760$$

La sottoscritta, Maria Gabriella de Judicibus, in qualità di legale rappresentante, del soggetto proponente Pro Loco Lecce, forma giuridica associazione non riconosciuta con sede legale in Via Lazari 12 prov. Lecce, CAP 73100, in qualità di soggetto proponente della domanda presentata a valere sul PNRR, M1C3 - INVESTIMENTO 3.3 - Supporto ai settori culturali e creativi per l'innovazione e la transizione digitale

Dichiara che:

- tutte le notizie contenute nel presente documento corrispondono al vero;
- autorizza l'Agenzia ad effettuare le indagini tecniche ed amministrative ritenute necessarie all'istruttoria del presente progetto;
- è consapevole che l'esame sulla funzionalità e sulla congruità delle spese presentate, rispetto allo svolgimento dell'attività prevista, sarà riservato alla fase di erogazione del SAL a saldo, di cui agli articoli 13 e 14 dell'Avviso, a meno che non emergano, nelle fasi precedenti dell'iter procedurale, elementi chiaramente incongrui.

Il/la sottoscritto/a, altresì, si impegna ad esibire l'ulteriore documentazione che l'Agenzia dovesse richiedere per la valutazione dell'iniziativa proposta ed a comunicare tempestivamente eventuali variazioni e/o modifiche dei dati e/o delle informazioni contenute nel presente documento.

I dati e le notizie contenute nel presente documento potranno essere comunicati dall'Agenzia a soggetti che intervengono nel suo processo aziendale, nonché a soggetti nei confronti dei quali la comunicazione dei dati risponde a specifici obblighi di legge, quali enti pubblici e ministeri. Le stesse informazioni potranno, altresì, essere utilizzate da Incaricati del trattamento da parte dell'Agenzia ai quali sono state fornite le istruzioni operative in ossequio al Regolamento (UE) n. 679/2016 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati, ma non saranno soggette a diffusione né a trasferimento all'estero.

Il/la sottoscritto/a dichiara inoltre di essere informato/a, ai sensi del Regolamento (UE) 679/2016 che i dati personali raccolti sono prescritti come necessari dalle disposizioni vigenti ai fini dell'istruttoria del procedimento qui avviato, e a questo unico scopo saranno utilizzati; la loro mancanza non consentirà il prosieguo dell'istruttoria che dovrà quindi essere conclusa senza provvedimento. Presso il responsabile del procedimento sarà possibile chiedere notizia e ottenere copia della documentazione relativa all'acquisizione dei dati.

Maria Gabriella de Judicibus

Firmato digitalmente

¹Titolare, legale rappresentante