



Progetto chiave PC4 “Sviluppo integrato ed aggregato del sistema turistico nelle Prealpi e Dolomiti”

Sviluppo e potenziamento del sito infodolomiti.it

Piano di attività (C, D)

CUP F91B16000420009

Soggetto Proponente responsabile del piano di attività: Amministrazione provinciale di Belluno con sede in via S. Andrea n. 5 – 32100 Belluno BL, C.F. 93005430256 - P.IVA 00847010253. L'Amministrazione provinciale di Belluno è socio di parte pubblica della DMO Dolomiti ai sensi dell'art Art. 6 “Categorie di soci” dello statuto della stessa, approvato con delibera di consiglio n. 21 del 28 aprile 2015

Nell'ambito del progetto vengono previsti i seguenti ambiti di intervento:

1. Acquisizione di strumenti per la creazione e gestione di contenuti digitali destinati in via prioritaria al canale web ed ai social media;
2. Individuazione e georeferenziazione di itinerari con rilevazione di POI (punti di interesse);
3. Traduzione in inglese e tedesco di parte dei contenuti del sito Infodolomiti;
4. Interventi di sviluppo delle funzionalità del sito Infodolomiti;
5. Acquisizione di nuove immagini per la riduzione delle scoperture e l'aggiornamento dell'archivio fotografico, campagna di ingresso e rafforzamento della presenza nei principali social media;
6. Realizzazione di video promozionali;
7. Acquisizione di studi e ricerche per la produzione di contenuti tematici nell'ambito del progetto; “Tesori d'arte nelle chiese del Bellunese” per il completamento del ciclo e dei relativi itinerari per la zona Sinistra Piave.

Segue l'analisi in dettaglio di ciascuna delle macro azioni individuate con indicazioni analitiche delle iniziative e delle attività previste.

In allegato diagramma con il cronoprogramma di massima

1- Acquisizione di strumenti per la creazione e gestione di contenuti digitali

L'Amministrazione provinciale dispone di un proprio piccolo ma funzionale studio fotografico, realizzato sia con investimenti propri dell'Ente che con finanziamenti di altri progetti -anche nell'ambito del PSR 2007-2013, misura 313- nonché di personale specifico che si occupa della creazione, del ritocco e dell'elaborazione dei contenuti grafici destinati principalmente al sito Infodolomiti ed alla presenza nei social media che, allo stato attuale, è concentrata sul canale Facebook e solo nominalmente su Instagram. Allo scopo si renderebbe opportuno procedere all'integrazione del parco ottiche per la parte fotografica e all'acquisizione di un tablet, in quanto l'Ente non dispone di adeguati mezzi propri e si ritiene che la presenza su Instagram, il cui utilizzo tramite versione web è limitato, sia prioritario al fine di costruire una vivace comunità con cui collaborare e in grado di dare ulteriore diffusione ai contenuti veicolati.

Acquisizione ottiche		
Codice ⁽¹⁾	Descrizione ⁽¹⁾	Prezzo stimato (iva escl)
SAL2470Z2	Vario-Sonnar T* 24-70mm F2,8 ZA SSM II	€ 2.050,00
SAL50F14Z	Planar T* 50 mm F1,4 ZA SSM	€ 1.312,00
SAL135F18Z	Sonnar T* 135 mm F1,8 ZA (opz. in caso di budget suff.)	€ 1.600,00
SAL85F14Z	Planar T* 85 mm F1,4 ZA	€ 1.353,00
Totale ottiche:		€ 6.315,00
Acquisizione tablet		
Codice ⁽¹⁾	Descrizione ⁽¹⁾	Prezzo listino (iva escl)
	iPad WiPFi + Cellular 128 GB	€ 778,00
	Accessori	€ 221,00
Totale tablet:		€ 999,00
Totale Generale spesa:		€ 7.314,00

⁽¹⁾:trattandosi di prodotti tecnologici soggetti ad obsolescenza il singolo elemento potrebbe essere sostituito da altro avente caratteristiche analoghe o superiori poiché non più disponibile o adeguato alla data di indizione della procedura d'acquisto.

Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	C - realizzazione di strumenti propedeutici a supporto della promo commercializzazione dell'offerta turistica integrata
Modalità	Procedura negoziata ai sensi dell'art. 95 comma 4 lettera "b" del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 realizzata mediante RdO MePA con invito ad almeno 5 ditte (settore OFFICE103 per ottiche e ICT 2009 per tablet) con criterio di aggiudicazione del minor prezzo



Budget	€ 7.000,00
Target:	Diretto: strumentazione ad uso del personale del Servizio promozione turistica del territorio; Indiretto: l'output finale delle immagini prodotte avviene principalmente sul canale infodolomiti.it e sui social, ma le stesse possono essere utilizzate e cedute gratuitamente per la pubblicazione (anche dei partner), quindi il target indiretto finale è il visitatore del sito e i media partner.



2 - Individuazione e georeferenziazione di itinerari esistenti con rilevazione di POI

Infodolomiti presenta al proprio interno una sezione dedicata agli itinerari, sia intesi come escursioni e passeggiate a piedi che in bicicletta o mountain bike. La problematica relativa agli itinerari è che gli stessi raramente sono noti al turista e, quando lo sono, spesso sono disponibili solo come tracce su cartine cartacee. L'approccio attuale del turista è invece quello di cercare on line i percorsi e, possibilmente, scaricarli sul proprio dispositivo personale per seguirli in completa autonomia e sicurezza.

La fruibilità on line di questi itinerari può avvenire solo se è disponibile la tracciatura digitale (file .gpx) da cui creare un percorso -leggermente semplificato- che viene sovrapposto ad una cartina geografica. Al momento su Infodolomiti sono presenti, con queste caratteristiche, alcuni itinerari resi disponibili dai consorzi ed altri creati nell'ambito di progetti quali la Ciclovía dell'amicizia Monaco Venezia.

Attraverso un'azione condivisa e coordinata con i consorzi di valle sarà così possibile, all'interno di questo progetto, georeferenziare itinerari esistenti ma non al momento tracciati digitalmente, concordati e individuati in collaborazione con i consorzi, che a loro volta si impegneranno a fornire alla Provincia altre tracciature di itinerari già in proprio possesso. L'azione coordinata permetterà quindi di condividere il prodotto finito tra tutti i soggetti interessati, attivando uno scambio sistemico delle informazioni prodotte con beneficio sia dei soggetti istituzionali / consorzi che del fruitore finale.

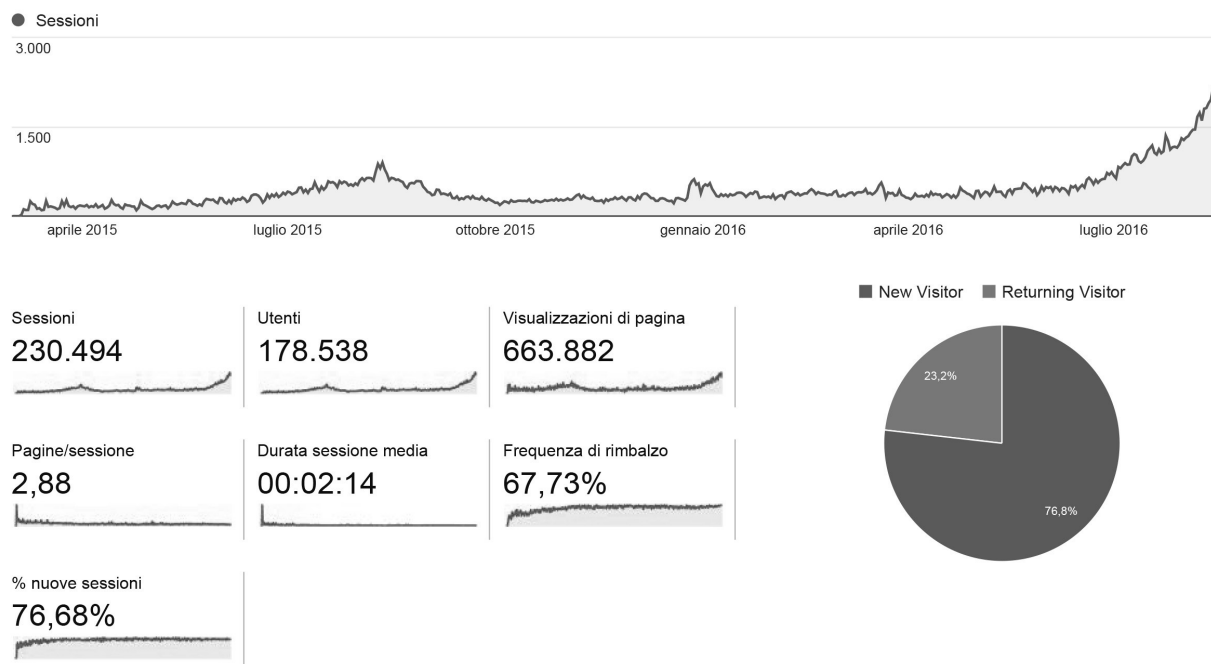
Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	D – iniziative informative finalizzate ad ampliare la conoscenza dell'offerta [...] anche attraverso formule e metodologie innovative
Modalità	Procedura negoziata ai sensi dell'art. 95 comma 2 del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 realizzata, previa pubblicazione sul sito istituzionale della Provincia di Belluno di avviso esplorativo, mediante RdO MePA con invito di ditte del settore ICT 2009 Prodotti e servizi per l'informatica e le telecomunicazioni con criterio di aggiudicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa.
Budget	€ 12.000,00
Specifiche di massima	• georeferenziazione per almeno 300 Km di percorsi con produzione anche dei tracciati KML semplificati ad 1 m. • rilevazione di 1 / 2 POI per Km⁽¹⁾ • realizzazione di almeno una vista a 360 per itinerario⁽¹⁾. • dovranno essere forniti anche dettagli quali la lunghezza complessiva, informazioni sui dislivelli, sui fondi presenti ecc. Gli itinerari potranno essere percorribili a piedi, in bicicletta o a cavallo, potranno



	svilupparsi su percorsi con fondi misti; non verrà richiesta la tracciatura di percorsi o sentieri escursionisti per cui sia necessaria la presenza di guide alpine o che prevedano protezioni o attenzioni particolari.
Altri soggetti	Consorzi dell'area del GAL Prealpi e Dolomiti per l'individuazione condivisa degli itinerari e riuso dei materiali
Target:	Turista che abbia pianificato o pianifichi una vacanza in uno dei comuni del GAL 2 (famiglia / trekking-passeggiate ecc.).

⁽¹⁾:le immagini dovranno essere realizzate in condizioni meteo ottimali

3 - Traduzione in inglese e tedesco



Come si evince dal grafico soprastante l'utilizzo e la diffusione del sito Infodolomiti è in buona ascesa, una importante riflessione è stata fatta relativamente alle lingue utilizzate dai navigatori.

Lingua	Sessioni	% Sessioni
1. it-it	100.941	43,79%
2. it	93.178	40,43%
3. en-us	8.924	3,87%
4. de	4.439	1,93%
5. de-de	3.345	1,45%
6. (not set)	3.199	1,39%
7. fr	2.303	1,00%
8. en-gb	1.853	0,80%
9. en	1.716	0,74%
10. fr-fr	1.240	0,54%

La tabella sopra riportata evidenzia come più dell'80% degli accessi avvenga in lingua italiana, mentre nettamente inferiori sono gli accessi in inglese e quasi trascurabili quelli in tedesco. Attualmente, per quanto riguarda l'area che ricade nell'ambito di competenza del GAL Prealpi e Dolomiti, quasi tutte le sezioni descrittive del sito sono disponibili in inglese e tedesco.

In Infodolomiti tuttavia è presente un'altra importantissima sezione, quella relativa all'accoglienza

PROVINCIA DI BELLUNO

5, via S. Andrea – 32100 Belluno BL

Tel. +39 (0)437 959 111 – Fax +39 (0)437 941 222

www.provincia.belluno.it – provincia.belluno@pecveneto.it

C.F. - P. IVA 93005430256



turistica denominata “dormire e mangiare”.

Il funzionamento di questa sezione è interconnesso al sistema informativo turistico regionale, da cui vengono recuperate tutte le informazioni relative all'apertura, chiusura, variazione dei dati di contatto, classificazione, capacità ricettiva e tipologia di ciascuna struttura ricettiva. Al contrario di quanto avviene nei consorzi di area, Infodolomiti non presenta solo le informazioni delle strutture associate, ma riporta fedelmente i dati di tutte le strutture aperte censite nel sistema informativo turistico regionale, dando a ciascuna pari opportunità.

Con l'ammodernamento di Infodolomiti la pubblicazione dei soli dati amministrativi delle strutture non è stato più ritenuto sufficiente per soddisfare quelle che sono le richieste di un potenziale turista che tenti di pianificare un proprio soggiorno nelle nostre terre.

L'aspetto visivo (galleria immagini) e descrittivo delle peculiarità, della localizzazione e dei servizi offerti dalla struttura ricettiva sono elementi essenziali per il turista al fine di effettuare le proprie valutazioni e scelte.

Ad oggi purtroppo proprio queste sezioni descrittive non sono tradotte in inglese e tedesco, mancanza questa che costituisce una vulnerabilità tanto forte quanto evidente. Per sanare questa lacuna si ritiene di procedere all'affido di un servizio di traduzione.

Infodolomiti non promuove brand o effettua discriminazioni arbitrarie di sorta nei confronti degli operatori⁽¹⁾ ma potrebbe verificarsi l'ipotesi che il budget possa non risultare sufficiente alla traduzione per le sezioni descrittive di tutte le strutture, pertanto si stabilisce di procedere in via sistematica alla traduzione in Inglese e Tedesco di contenuti con il criterio della classificazione più alta alla più bassa e in questo ordine:

1. Hotel
2. B&B - Bed and Breakfast
3. Alloggi turistici
4. Agriturismo
5. Rifugi alpini ed escursionistici
6. Campeggi
7. Residence
8. Altra ricettività
9. Foresteria

Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	C - realizzazione di strumenti propedeutici a supporto della promozione e commercializzazione dell'offerta turistica integrata
Modalità	Procedura negoziata ai sensi dell'art. 95 comma 4 lettera “b” del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 realizzata mediante RdO MePA con invito ad almeno 5 ditte (settore Eventi 2010 – Servizi per eventi) con criterio di aggiudicazione del minor prezzo a



	cartella
Budget	€ 18.000,00
Specifiche di massima	• Traduttore madrelingua Inglese • Traduttore madrelingua Tedesco • Tipologia di testi: testi di promozione turistica • n. caratteri per cartella: 1800
Target:	Turista straniero.

⁽¹⁾:poiché per non tutte le strutture recensite è al momento disponibile un testo descrittivo in italiano (questo poiché esse non sono presenti on line e/o non hanno risposto a precedenti inviti a fornire i materiali descrittivi) verrà inviata via mail ai contatti recensiti sui sistemi informativi regionali del turismo una mail di recall per ciascuna tipologia di struttura ricettiva /classificazione con cui si inviterà da un lato a verificare, aggiornare o integrare la scheda attuale in tempo utile per poi procedere alla traduzione.



4 - Interventi di sviluppo delle funzionalità del sito Infodolomiti

Il 20 dicembre 2013 con determinazione n. 2290 il Servizio Sistemi Informativi della Provincia di Belluno affidava il rinnovo tecnologico del sito Infodolomiti alla ditta Archimedia Srl in Rovigo mediante procedura negoziata senza previa pubblicazione del bando sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione, mediante RdO n. 286961. Tramite l'incarico è stato costruito uno specifico prodotto atto a soddisfare le esigenze di promozione turistica della provincia di Belluno, alla stessa ditta viene affidata la gestione ordinaria e straordinaria del sito in quanto esclusivista della soluzione software.

Un sito web vivo e funzionante non si conclude con il proprio lancio o messa on line, ma necessita di costanti interventi di adeguamento e sviluppo basati sulla necessità di soddisfare le nuove esigenze che emergono nel corso della sua vita o, semplicemente, perfezionare i servizi già erogati.

In quest'ottica sono stati individuati alcuni ambiti di intervento su cui si desidera agire:

- migliorare la fruizione dei percorsi/itinerari, con arricchimento dei dettagli presentati;
- implementare ulteriormente la funzionalità “il mio viaggio”, ovvero il meccanismo che permette all'utente di costruire il proprio “pacchetto vacanza” arricchendo con un automatismo intelligente la sezione “suggeriti per te”, basato sulla cronoreferenziazione e suggerendo in modo attivo altri punti di interesse in base agli interessi dimostrati;
- migliorare il meccanismo di mailing list con cui, a livello di back office, si possono inviare messaggi mirati agli operatori – gestori di strutture;
- proseguire nell'integrazione del sistema di promozione degli eventi gestito tramite DMS Veneto.

Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	D – iniziative informative finalizzate ad ampliare la conoscenza dell'offerta [...] anche attraverso formule e metodologie innovative
Modalità	Procedura negoziata ai sensi dell'art. 36 comma 2 del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 realizzata mediante trattativa diretta inMePA.
Budget	€ 18.000,00
Target:	Visitatore del sito / potenziale ospite



5 - Acquisizione di nuove immagini e rafforzamento della presenza nei principali social media (social marketing)

Il coinvolgimento emozionale su un sito di promozione turistica avviene per lo più mediante l'utilizzo di immagini di elevata qualità tecnica e realizzate con specifici accorgimenti comunicativi (come ad esempio intro o estro versione dell'immagine stessa, ovvero la capacità di “portare” il visitatore all'interno dell'immagine o quella della stessa di “spingersi oltre lo schermo”). I visitatori di questo tipo di siti sono abituati ad una ricchezza e varietà continua dei contenuti e, in particolare modo, i principali competitors di Infodolomiti delle vicine Province e Regioni Autonome investono in modo significativo nell'aspetto visivo, puntando su di uno spinto coinvolgimento emozionale.

Le ultime immagini acquisite dall'Amministrazione provinciale tramite Dolomiti Turismo risalgono al 2012. Anche le immagini sono soggette ad obsolescenza. Questa si rileva principalmente da alcuni aspetti: obsolescenza della qualità tecnica di realizzazione e obsolescenza contenutistica, ovvero la mancata aderenza alla realtà del contenuto, oppure perché l'immagine contiene elementi sufficientemente specifici per poterla datare con una certa precisione e risulta anacronistica. Oltre alla fisiologica necessità di aggiornamento dell'archivio immagini per le motivazioni sopra illustrate, si parte comunque da una situazione in cui sono presenti molteplici scoperture anche tematiche. Queste sono da un lato dovute all'obsolescenza, ma dall'altro anche alla novità di approccio comunicativo introdotto con la nuova versione del sito.

Altro aspetto essenziale, e strettamente connesso, risulta quello di rafforzare la presenza sui social media del canale turistico Infodolomiti, attività questa che si ottiene in massima parte proprio con la pubblicazione di contenuti grafici.

La presenza sui social media non è necessaria per la sola promozione del sito, ma soprattutto perché sempre più in ambito turistico si tende a creare “reti social attive”, i cui partecipanti diventano protagonisti in prima persona, con i loro contributi, con le loro opinioni, con i loro consigli e le loro esperienze. Questa tipologia di comunicazione (e con essa la relativa reputazione sociale) consente di incrementare l'efficacia della comunicazione tramite una portata che va ben oltre ciò che si può ottenere con il solo sito web.

Per far fronte a queste esigenze si intende procedere all'affido ad un'agenzia di comunicazione -o altra ditta dotata di adeguate professionalità- i servizi di:

1. Acquisizione immagini per la riduzione delle scoperture e l'aggiornamento dell'archivio fotografico;
2. Attivazione, gestione e monitoraggio di campagne di social marketing su Facebook e Instagram per la diffusione della conoscenza del sito Infodolomiti e per il rafforzamento / creazione della community.

Per quanto concerne l'aggiornamento e integrazione dell'archivio fotografico si desidera procedere all'affido di un servizio di gestione di campagne di social marketing e gestione e ricerca immagini in base ai temi ed ai criteri tecnici e qualitativi indicati in fase di gara. L'aggiudicatario fornirà le



immagini per la preselezione alla Provincia che indicherà quali andranno acquisite. L'aggiudicatario provvederà quindi alla gestione del rapporto con i fotografi, all'acquisizione e alla fornitura delle immagini in alta risoluzione con le relative liberatorie (ampio utilizzo, senza limite temporale e senza diritto di esclusiva).

Si prevede l'acquisizione di un quantitativo minimo teorico pari a 60 immagini realizzate da professionisti ed un ulteriore quantitativo minimo teorico pari a 100 immagini realizzate da foto amatori, pur con ben specifici requisiti tecnici minimi, fermo restando la possibilità, in fase di valutazione, di non rispettare strettamente questa proporzione pur restando all'interno del budget. Questo approccio da un lato consente di avere una garanzia di materiali di qualità, e dall'altro permette di coinvolgere il target del fotoamatore semiprofessionale avvantaggiandosi della "freschezza" dei loro prodotti. Un esempio della validità di questo approccio si ha visitando la galleria Instagram del canale regionale Visit Veneto, ove spesso le foto maggiormente apprezzate, condivise o oggetto di repost sono appunto quelle realizzate dai fotoamatori che, uscendo dagli schemi classici, riescono ad attrarre e coinvolgere un target di pubblico molto interessante.

Questi contenuti potranno quindi essere utilizzati, oltre che sul sito, anche proprio nelle campagne social dove, mediante l'utilizzo dei tag e delle citazioni degli Autori, si potranno raggiungere svariati segmenti di pubblico.

Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	D – iniziative informative finalizzate ad ampliare la conoscenza dell'offerta [...] anche attraverso formule e metodologie innovative
Modalità	Procedura negoziata ai sensi dell'art. 95 comma 2 del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 realizzata, previa pubblicazione sul sito istituzionale della Provincia di Belluno di avviso esplorativo, mediante RdO MePA con invito di ditte del (settore Eventi 2010 – Servizi per eventi) con criterio di aggiudicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa.
Budget	€ 20.000,00 (di cui € 15.000,00 acquisizione immagini, € 5.000,00 marketing)
Altri soggetti	Consorzi dell'area del GAL Prealpi e Dolomiti per l'individuazione condivisa dei soggetti e il riuso dei materiali
Target:	L'output finale delle immagini acquisite avviene principalmente sul canale infodolomiti.it e sui social, ma le stesse possono essere utilizzate e cedute gratuitamente per la pubblicazione (anche dei partner), il target è il visitatore del sito, i media partner e i loro relativi target.

6- Realizzazione di video promozionali

L'utilizzo di clip video appositamente montate per l'uso on line è uno strumento estremamente efficace per attrarre e coinvolgere il visitatore di un sito turistico. Lo storytelling, tra le principali strategie comunicative utilizzate nelle attuali campagne di comunicazione turistiche, trova infatti nell'audiovisivo lo strumento con il più alto impatto e le sue potenzialità dovrebbero essere sempre meglio sfruttate.

Relativamente all'area di competenza del GAL Prealpi e Dolomiti due sono gli aspetti su cui si desidera investire:

- il primo riguarda le grandi opportunità che la presenza dei mondiali di parapendio del 2017 sul Monte Avena e i mondiali di windsurf 2017 sul Lago di Santa Croce offrirà per tutta la zona;
- il secondo riguarda la necessità, dovuta ai sempre più evidenti mutamenti climatici, di valorizzare un'offerta turistica differente da quella prettamente invernale, cui la montagna sarebbe tendenzialmente vocata, quale può essere quella culturale data dalla straordinaria ricchezza e dalle opportunità offerte dal territorio.

Il turismo legato all'attività del parapendio, che trova nell'area del Feltrino una naturale e ormai "storica" vocazione per questa disciplina, verrà valorizzato attraverso un video che si vuole produrre in occasione dei mondiali, ma la cui finalità non è tanto la celebrazione dell'evento, quanto la comunicazione / rappresentazione dell'offerta turistica per questo sport.

L'altro aspetto intervento di valorizzazione / comunicazione è quello del turismo culturale, realtà che diviene risorsa sempre più importante a fronte delle sempre più evidenti difficoltà legate al turismo "in bianco".

L'intento del video non è quello di creare un documentario dell'intero patrimonio artistico e culturale del territorio, impresa peraltro impossibile in pochi minuti di girato finale, ma quella di offrire una invitante sintesi tematica della variegata offerta. Verrà richiesto infatti di produrre un filmato che riassume il tema religioso, quello del patrimonio architettonico e quello museale nelle principali declinazioni.

Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	C - realizzazione di strumenti propedeutici a supporto della promozione commercializzazione dell'offerta turistica integrata
Modalità	Procedura negoziata ai sensi dell'art. 95 comma 4 lettera "b" del D.Lgs. 18 aprile 2016 n. 50 realizzata mediante RdO MePA con invito ad almeno 5 ditte (settore Eventi 2010 – Servizi per eventi) con criterio di aggiudicazione dell'offerta economicamente più vantaggiosa
Budget	€ 15.000,00
Altri soggetti	Allo scopo l'Amministrazione provinciale si coordinerà con i responsabili dei soggetti individuati, Comuni e Diocesi in primis
Target:	Visitatore del sito / potenziale ospite, media partner.



7 - Acquisizione di studi e ricerche “Tesori d'arte nelle chiese del Bellunese”

Il progetto “Tesori d'arte nelle chiese del Bellunese”, iniziato nel 2003 con le chiese dell’Alto Bellunese e approvato dal 2008 nel Feltrino e successivamente nell’Alpago, Ponte nelle Alpi e nella Destra Piave, è nato per valorizzare il patrimonio architettonico, artistico e religioso costituito dalle chiese della nostra provincia e dai tesori d’arte in esse conservati. Con questo progetto sono stati costruiti tutta una serie di itinerari, la cui percorribilità perdura nel tempo grazie all'azione di guide, parrocchie, e pro loco che rendono fruibili – e scopribili – al pubblico i numerosissimi gioielli, anche di elavitissimo pregio, disseminati nelle varie chiese e chiesette frazionali, che si rivelano scrigni di autentici gioielli.

E' prevista l'acquisizione di studi e ricerche per il completamento del progetto “Tesori d'arte nelle chiese del Bellunese”, con l'area della Sinistra Piave. I materiali verranno utilizzati sia per la realizzazione di una monografia che per la descrizione e rappresentazione dell'itinerario specifico sulla sinistra Piave che arricchirà l'offerta di Itinerari turistico culturali presenti nel sito Infodolomiti.

La modalità di acquisizione dei testi è quella della cessione dei diritti di utilizzazione economica, in quanto si tratta di opere intellettuali tutelate dal diritto d'autore.

Il Comitato scientifico del progetto “Tesori d'arte”, presieduto dalla Soprintendenza Belle Arti e Paesaggio per le province di Venezia, Belluno, Padova e Treviso ha individuato preliminarmente il piano dell'opera suddiviso in tre parti:

- studi di inquadramento storico religioso;
- studi relativi ai Luoghi e cantieri;
- studi di approfondimento storico artistico.

Si prevede di acquisire onerosamente 125 cartelle di testo

Misura	7.5.1 Infrastrutture e informazione per lo sviluppo del turismo sostenibile nelle aree rurali
Investimento	C - realizzazione di strumenti propedeutici a supporto della promo commercializzazione dell'offerta turistica integrata
Modalità	Acquisizione dei testi / studi con cessione dei diritti di utilizzazione economica trattandosi di opera dell'intelletto tutelata dal diritto d'autore.
Budget	€ 10.000,00
Target:	Visitatore del sito / potenziale ospite, studioso.