

SAN GOTTARDO

Programma San Gottardo 2020

Relazione annuale 2013



Indice



1	Sintesi	3
1.1	Presentazione del PSG 2020	3
1.2	Organizzazione	3
1.3	Tematiche principali	5
1.4	Relazione della direzione del progetto	6
1.5	Progetti promossi	9
2	Raggiungimento traguardi fondamentali 2013	10
3	Finanziamenti 2013	
3.1	Sintesi sull'origine dei fondi e sul loro utilizzo	11
3.2	Approfondimenti sull'utilizzo dei fondi	12
3.3	Deviazioni rispetto al piano finanziario	13
4	Prospettive	14

1 Sintesi



1.1 Presentazione del PSG 2020

Il Programma San Gottardo (PSG 2020) è un progetto comune della Confederazione e dei cantoni Uri, Ticino, Vallese e Grigioni. Esso serve come strumento politico per lo sviluppo regionale dello spazio del Gottardo. I quattro cantoni, con il programma d'attuazione San Gottardo NPR 2012–2015 (PA PSG 2012–2015), hanno presentato al Segretariato di Stato dell'Economia (SECO) un programma quadriennale comune, sovra cantonale. Essi, con questa strategia comune, sottolineano la propria volontà di sviluppare il territorio intorno al Gottardo in uno spazio vitale ed economico unito. Il carattere trasversale del programma di attuazione lo rende un caso modello nell'ambito della Nuova Politica Regionale della Confederazione (NPR). I quattro cantoni, fra il 2008 e il 2011, hanno promosso la regione, insieme alla Confederazione, con il "Progetto San Gottardo".

Il PSG 2020 rappresenta la sua prosecuzione e sarà implementato tramite un programma di attuazione NPR quadriennale.

Il baricentro del piano si fonda su un'idea di sviluppo economico che segue i principi della NPR:

- esaurimento del proprio potenziale
- orientamento all'innovazione e alla creazione di valore
- collaborazione transcantonale e sviluppo sostenibile

A tal proposito nel PA PSG 2012–2015 sono stati definiti i seguenti campi di azione:

- A: generare prodotti
- B: utilizzare le possibilità di comunicazione
- C: promuovere lo sviluppo sociale e culturale
- D: sviluppare ulteriormente strutture e organizzazione

1.2 Organizzazione

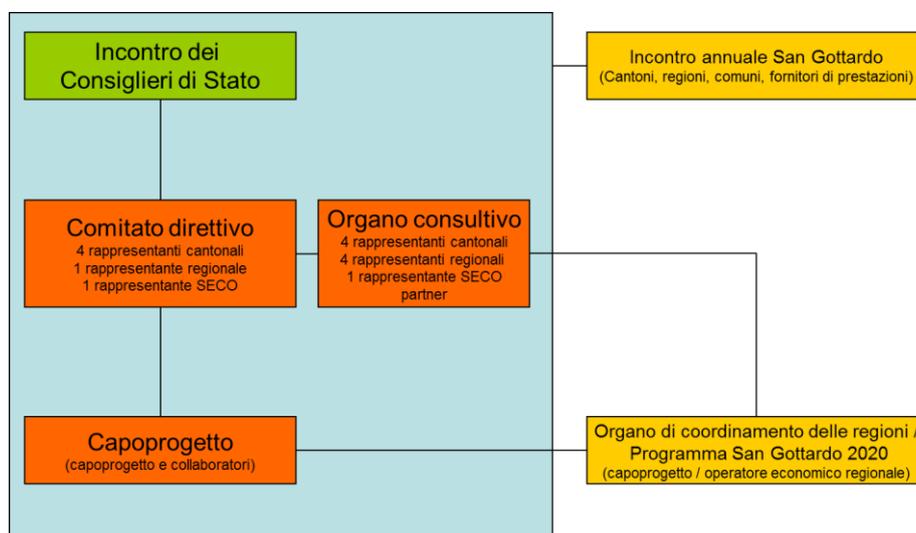


Figura 1: organigramma PSG 2020

1 Sintesi



Organi

Riunioni dei Consigli di Stato

UR:	Urban Camenzind	Direttore del dipartimento dell'economia
VS:	Jean-Michel Cina	Dipartimento economia, energia e sviluppo territoriale
TI:	Laura Sadis	Dipartimento delle finanze e dell'economia
GR:	Hansjörg Trachsel	Dipartimento economia e sociale

Rappresentanti cantonali (nel Comitato direttivo e nel Comitato consultivo)

UR:	Emil Kälin	Direzione dipartimento economia, Presidente
VS:	Helmut Ritz	Ufficio per lo sviluppo economico
TI:	Ruth Nydegger	Dipartimento delle finanze e dell'economia
GR:	Eugen Arpagaus	Ufficio per l'economia e il turismo, co-presidente

Rappresentanti regionali (nel Comitato consultivo)

UR:	Stefan Büeler	Gestione regionale Uri c/o la Direzione economia
VS:	Roberto Imoberdorf	Regione Oberwallis, Presidente Obergoms Tourismus AG
TI:	Marco Costi	Ente regionale per lo sviluppo Bellinzonese e Valli Rappresentante regionale nel Comitato direttivo
GR:	Silvia Casutt	Regione Surselva

Rappresentanti della Confederazione (nel Comitato direttivo e nel Comitato consultivo)

Annette Spörri	Segretariato di Stato dell'economia (SECO)
----------------	--

Direzione del progetto

Marc Tischhauser	Responsabile progetto	100%
Simon Coray	Responsabile progetto	100%
Hubert Gross	Responsabile progetto	50%

1 Sintesi



1.3 Tematiche principali

La seguente figura mostra gli obiettivi e le tematiche principali del PSG 2020 e indica la correlazione tra le attività.

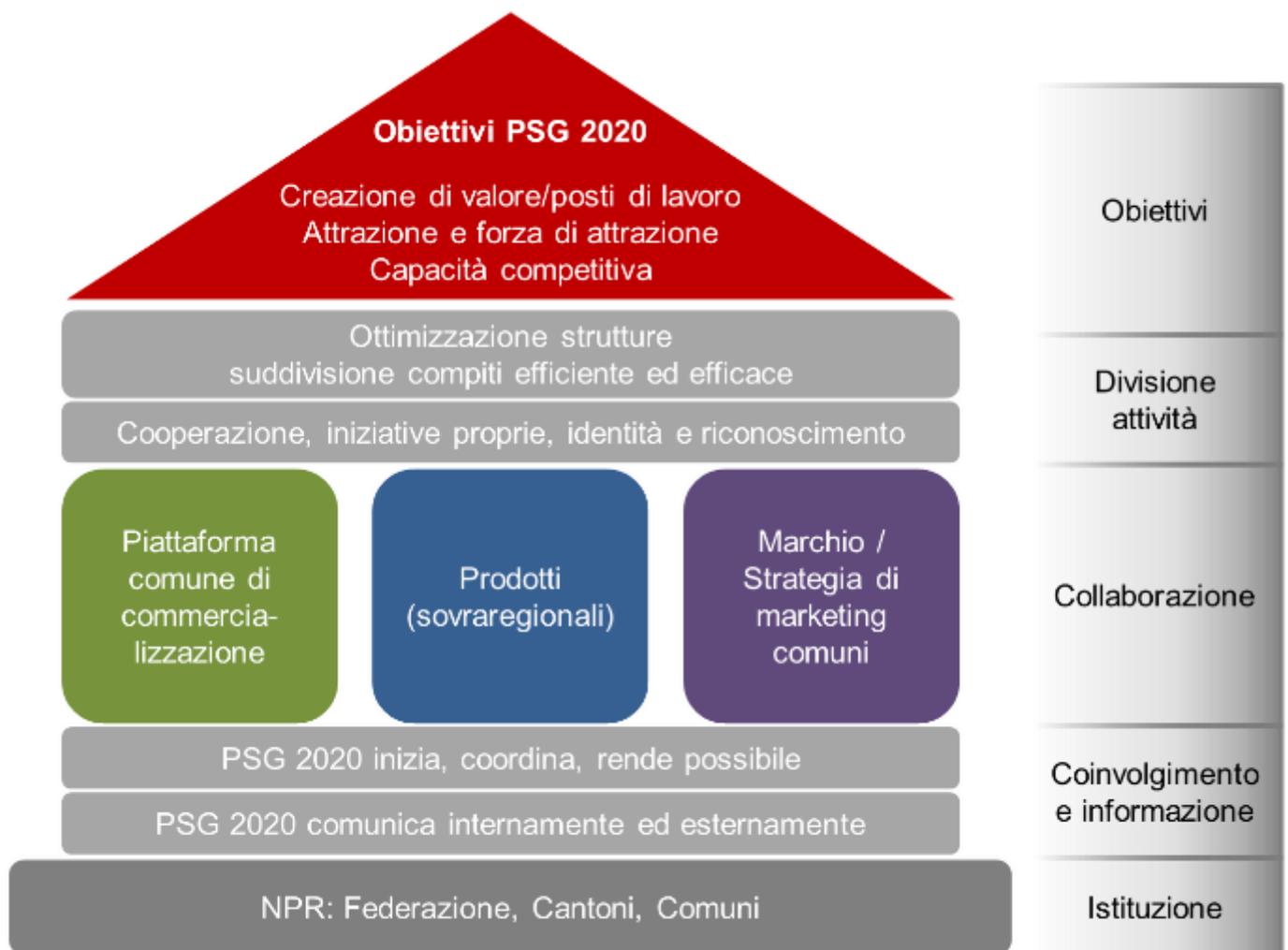


Figura 2: Tematiche principali PSG 2020

1 Sintesi



1.4 Relazione della direzione del progetto

Organizzazione

Roberto Imoberdorf sostituisce Bernhard Imoberdorf, andato in pensione, nel Comitato consultivo. Roberto Imoberdorf rappresenta la regione Goms.

Il Responsabile progetto Marc Tischhauser, in agosto, ha annunciato le proprie dimissioni per la fine di febbraio 2014. La posizione di Responsabile progetto non è stata assegnata immediatamente. La circostanza doveva essere utilizzata per ottimizzare ulteriormente la ripartizione delle attività e i cambiamenti a ciò collegati delle strutture organizzative e per consentire l'emanazione di un bando di concorso con i requisiti necessari.

Situazione attuale

Negli ultimi anni il PSG 2020, insieme agli attori locali, i cantoni e i comuni, ha mosso qualcosa e creato una situazione di partenza molto positiva per lo sviluppo ulteriore della Regione San Gottardo. Il collegamento in rete degli attori e la collaborazione transcantonale sono stati resi più intensi e rafforzati. Sono stati sviluppati insieme prodotti sovraregionali e sono in corso numerosi progetti. C'è inoltre un ampio commitment a favore della collaborazione tra gli attori locali nell'area interessata. Questo commitment è stato addirittura fissato per iscritto nell'area centrale che comprende Andermatt, Sedrun e Disentis.

Tuttavia le sfide per gli attori locali, le regioni partecipanti e il PSG 2020 rimangono ancora numerose. La situazione elaborata di partenza deve essere utilizzata e occorre dare avvio alle fasi successive di sviluppo futuro: l'ottimizzazione e il consolidamento delle strutture turistiche. Per potere competere in modo vincente nell'ambito della concorrenza

internazionale occorre, oltre a prodotti regionali comuni, unire le forze in modo consequenziale, suddividere le attività tra gli attori in modo efficiente ed efficace e avere una strategia comune per il raggiungimento dell'obiettivo comune. Ciò significa che la chiave del successo risiede in prodotti e commercializzazione comune tramite marchi e strutture comuni.

Il PSG 2020, negli ultimi anni, ha costituito una buona base a tal fine:

- la collaborazione sovra regionale è esistente,
- sono stati e sono sviluppati numerosi prodotti sovra regionali,
- è stato definito un marchio comune,
- aumenta la consapevolezza che si diventa più forti solamente se ci si unisce,
- gli attori hanno capito che, senza una suddivisione razionale delle attività con strutture confacenti comuni e efficienti, non sono realizzabili la commercializzazione, un sito web comune, prodotti e iniziative attraenti così come altri strumenti importanti, e che il decisivo successo non potrà essere raggiunto.

Il PSG 2020 è pertanto di fronte a un punto di svolta decisivo. Poiché il PSG 2020 e i progetti diventano continuamente più concreti, la suddivisione dei lavori efficace ed efficiente e, con essa, una organizzazione professionale di sostegno, diventano nella regione sempre più importanti. Il PSG 2020, per definizione, non è oggi una organizzazione di attuazione. Non è presente, nella regione, una tale organizzazione sovraregionale. A causa della micro strutturazione ci sono oggi molte piccole organizzazioni (ca. 15 organizzazioni del turismo, numerose società ferroviarie e molto altro) e, quindi, molti doppioni. Una suddivisione razionale tra gli attori partecipanti creerebbe risorse libere e diminuirebbe il rischio che più persone si occupino dei medesimi temi.

1 Sintesi



L'accettazione e la disponibilità a ottimizzare e riordinare questa divisione dei compiti nella regione sono, presso la base, presenti in parte e si rafforzano continuamente collaborando in progetti e prodotti esistenti.

Diversamente, in relazione a ciò, non si è trovato alcun consenso tra i quattro cantoni e la Confederazione. L'anno 2013 è stato caratterizzato dalle numerose discussioni nel Comitato direttivo, il cui oggetto erano la collaborazione, le regole del gioco, la filosofia e gli obiettivi dei quattro cantoni a favore della regione del Gottardo. Ci si è sempre uniti sulle comuni "regole del gioco del Gottardo". Si è potuto anche iniziare insieme alcuni progetti. Per i progetti più importanti e difficili, in particolare per la creazione di destinazioni, le discussioni sono ancora in corso e, attualmente, non è stato ancora avviato alcun progetto in relazione a essa.

Accanto all'ulteriore sviluppo dei progetti esistenti, di prodotti sovra regionali e del marchio, la creazione di destinazioni costituirà pertanto, nel 2014, un argomento centrale.

Tematiche principali 2013

Gli sforzi del PSG 2020 si orientano sulle seguenti tematiche principali: 1) prodotti sovra regionali, 2) marchio comune e strategia del marchio, 3) piattaforma comune di commercializzazione.

1) Prodotti sovra regionali

Nel 2013 sono iniziati, in questo settore, numerosi progetti portati avanti dagli attori coinvolti. Nel seguito se ne fa una breve descrizione.

Nordic St. Gotthard

Il progetto Nordic St. Gotthard persegue l'obiettivo di far diventare la regione St. Gotthard una Top Nordic Destination. Nel 2013 la scuola universitaria professionale di Berna, su incarico del PSG 2020, ha analizzato, nella fase 1, se la Regione del Gottardo dispone del potenziale per lo sviluppo di una Top Nordic Destination in grado di concorrere a livello internazionale e quali sono le condizioni necessarie per tale obiettivo. Dalla fase 1 risulta che la Regione del Gottardo dispone delle condizioni di base e del potenziale, e che tuttavia occorre assumere numerosi provvedimenti per la sua realizzazione. Si tratta di creare un ente responsabile sovra regionale e di definire una strategia Nordic St. Gotthard comune e sovra regionale nonché ulteriori e differenti provvedimenti per l'offerta. Il progetto sarà continuato nel 2014 in collaborazione con gli attori locali.

Bike St. Gotthard

Nelle singole sub-regioni dello spazio del Gottardo sono in corso numerosi progetti per lo sviluppo del turismo su bici. Il PSG 2020, per armonizzare tra loro questi progetti e con l'accordo dei responsabili del turismo su bici e gli sviluppatori regionali delle quattro regioni, ha affidato nel settembre 2013 ad Allegra Tourismus l'incarico di sviluppare un progetto bike sovra regionale. Esso deve servire come base per i progetti bike correnti, programmati e futuri nelle singole sub-regioni. Inoltre, il prodotto bike St. Gotthard si concentrerà sui collegamenti tra le sub-regioni così come su una bike-route del Gottardo che collegherà tutte le regioni. L'obiettivo è quello di far sviluppare regioni e attori, in futuro, come un'unica regione per le biciclette da mettere sul mercato, e far sorgere una regione bike St. Gotthard in grado di far provenire ulteriori visitatori.

1 Sintesi



Sviluppo prodotti turistici St. Gotthard

Le organizzazioni del turismo (OT) dell'area, in collaborazione con il PSG 2020, hanno preparato questo progetto nel 2011 e lo hanno avviato nel 2012. Le OT hanno così sviluppato, insieme e in relazione a particolari tematiche, prodotti turistici sovra regionali. Ciascuna OT comunica quindi in tutti i suoi canali lo stesso prodotto, senza che ognuna sviluppi e comunichi un prodotto per sé stessa impiegando a tal fine numerose risorse. Con questo progetto si legano insieme mezzi personali e finanziari.

Sono stati creati, a oggi, nell'ambito del Vier Quellen Weg per le passeggiate nonché per la combinazione di numerosi passi con trasporto bagagli per biciclette, bike ed e-bike, numerosi prodotti. Sono state inoltre coordinate e combinate numerose offerte, proposte agli ospiti in forma di pacchetto.

Spazio d'Esperienza - ghiacciaio del Rodano

Il potenziale turistico tra Oberwald e Realp nonché le sinergie tra gli attori locali in questo spazio non è stato ancora esaurito. Gli attori, ad oggi, non si sono ancora uniti in un progetto comune di portata globale. Per questo motivo il PSG 2020, nell'estate 2013, ha assegnato alla Planval AG l'incarico di formulare un progetto comune di portata globale, di definirne la responsabilità in modo adeguato e di garantirne il finanziamento (= fase 0). L'incarico della fase 0 sarà completamente finanziato dal PSG 2020. Il chiarimento dei tre elementi avverrà entro il febbraio 2014, per poi poter iniziare insieme un progetto comune.

Programma di impulso per gli hotel St. Gotthard

Tramite questo progetto, reso possibile dal PSG 2020, le aziende operanti nel settore alberghiero partecipanti hanno avuto la possibilità, unica, di verificare approfonditamente la propria attività insieme a tecnici della società svizzera di credito alberghiero (SCA) e, insieme con la stessa, di scoprire eventuali possibilità per il futuro. Una possibilità unica poiché, per essa, tramite il PSG

2020, sono state utilizzate sovvenzioni della NPR e, in questo modo, le aziende partecipanti hanno ricevuto a condizioni molto favorevoli un'analisi aziendale professionale. Dopo numerose lettere personali e comunicazioni personali, sul posto, del PSG 2020, 26 aziende (Uri 6, Goms 6, Sur-selva 14) hanno sfruttato l'offerta.

Memorandum of Understanding

Ad aprile 2013 i comuni di Andermatt, Tujetsch e Disentis/Mustér, l'Andermatt Swiss Alps AG, l'Andermatt Sedrun Sport AG, la Bergbahnen Disentis AG, la Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH, la Sedrun Disentis Tourismus, la Segretariato di Stato dell'Economia e il PSG 2020 hanno sottoscritto, a Sedrun, il Memorandum of Understanding (MoU). Le organizzazioni rappresentate hanno sottolineato in questo modo la propria volontà a cooperare strettamente in futuro per condividere lo sviluppo della Regione San Gottardo e per realizzare quanto indicato nel MoU. Componenti importanti sono, tra l'altro, l'ottimizzazione delle strutture turistiche, il processo di creazione del marchio St. Gotthard, lo sviluppo dei prodotti ecc.

Collegamento regione sciistica Andermatt Sedrun Disentis

Nel maggio 2013 i due cantoni Uri e Grigioni hanno assunto decisioni del Consiglio di Stato per il cofinanziamento della prima fase di investimento con costi complessivi pari a circa 135 milioni di franchi. Le sovvenzioni del PSG 2020 sono costituite da un prestito della Confederazione di 40 milioni di franchi e da 8 mio. di franchi a fondo perduto dei cantoni UR (5 mio.) e GR (3 mio.).

Expo Milano 2015

Lo Steering Committee e il gruppo di lavoro operativo si sono incontrati regolarmente per coordinare e pianificare la presenza dei partner Cantoni San Gottardo. Emil Kälin, Helmut Ritz e Eugen Arpagaus rappresentano nello Steering Committee il PSG 2020, mentre Marc Tischhau-

1 Sintesi



ser agisce come osservatore nel gruppo di lavoro. Nel 2013 il tema principale delle attività è stato quello della concezione dello stand, che nel frattempo è stata definita.

2) Marchio/st. gotthard

Nel 2013 l'agenzia di marchi Interbrand, sulla base dei principi di fondo elaborati nel 2012 con gli attori locali, ha definito il posizionamento del marchio, l'architettura del marchio e la struttura del design. Anche ciò è avvenuto con l'accordo di differenti portatori di interessi. All'inizio del 2014 sarà concluso il lavoro con il manuale CI/CD.

3) Piattaforma di commercializzazione

Non si è ancora potuto realizzare un sito web per la regione del Gottardo che leghi centralmente le offerte di tutta la regione, e questo perché la gestione e il mantenimento di una tale piattaforma dipende fortemente da una struttura organizzativa che deve assumere la responsabilità a tal fine. Poiché, a oggi, come scritto sopra, manca una tale struttura, la sua ideazione e realizzazione non ha potuto essere proseguita nel 2013.

Le FFS hanno lanciato, nell'estate 2013, la pagina www.sbb.ch/gotthard. Le FFS offrono pacchetti che contengono prodotti ferroviari e della RailAway dalla Regione del Gottardo ed elenca luoghi dove è possibile fare escursioni e pernottare.

1.5 Progetti promossi

Il PSG 2020, nell'anno in esame, ha assunto una decisione favorevole per il sovvenzionamento dei seguenti progetti, che così potranno essere sostenuti con fondi della NPR tramite il PSG 2020 e, quindi, realizzati o iniziati.

In molti altri progetti tramite il PSG 2020 sono state effettuate prestazioni preliminari che hanno previsto un aiuto e un accompagnamento ai responsabili dei progetti nella loro preparazione e sviluppo concreto.

- Spazio d'Esperienza Ritom Piora
- Nordic
- Bike
- Simposio Verkehrslandschaft Gotthard
- Agricoltura
- Sasso San Gottardo
- Programma di impulso per gli hotel
- Processo di creazione del marchio
- Strategia di destinazione integrata
- Collegamento regione sciistica Andermatt-Se-drun

2 Raggiungimento traguardi fondamentali 2013



La seguente tabella valuta il raggiungimento dei traguardi fondamentali del 2013 in base agli obiettivi concordati con il SECO nell'accordo di programma quadro ai sensi dell'appendice 2a.

Settori di intervento, provvedimenti	Valutazione del raggiungimento degli obiettivi, tappe successive
A Generazione di prodotti	
A1: Organizzazione dell'offerta turistica e sviluppo dei prodotti	Nel settore bike e golf il potenziale presente e le offerte hanno potuto essere proposte come pacchetto. Sono stati eseguiti il simposio e il Granfondo. Lo studio agricoltura è stato iniziato e, nel suo contesto, è stata trattata anche la questione dell'integrazione in AlpinaVera.
A2: Ottimizzazione dell'infrastruttura ferroviaria e collegamento in rete	Le decisioni di principio dei cantoni GR e UR sono in forma di decisioni del Consiglio di Stato.
A3: Promozione dell'infrastruttura turistica	La fase 1 è stata iniziata e conclusa.
A4: Spazio d'Esperienza e itinerari circolari	La Ritom/Piora è stata iniziata e i lavori proseguiranno secondo i programmi fino alla primavera 2014. Per il ghiacciaio del Rodano ha avuto inizio la fase 0, atta a definire i responsabili del progetto e il finanziamento.
A5: Naturalisti e turismo scientifico	Nel 2013 non è stata progettata alcuna attività
A6: Riutilizzo degli immobili militari	Nel 2013 non è stata progettata alcuna attività
A7: Pianificazione dell'offerta nel TP	Nel 2013 non è stata progettata alcuna attività
A8: Miglioramento/ristrutturazione infrastrutture alberghiere	Sono state effettuate analisi aziendali. Seguirà una relazione conclusiva con provvedimenti e suggerimenti concreti.
B Utilizzo delle possibilità di comunicazione	
B1: Commercializzazione prodotti turistici	Il progetto sulla piattaforma di commercializzazione, nel 2013, non è stato portato avanti.
B2: Sviluppo del marchio /st.gotthard	Il marchio con il manuale CI/CD sarà pronto, dopo lunghi rimandi, solo all'inizio del 2014.
B3: Summit del Gottardo	
B4: Utilizzo piattaforma di comunicazione	
C Promozione dello sviluppo sociale e culturale	
C1: Attivazione degli attori locali	Ha avuto inizio lo scambio, la collaborazione e il coinvolgimento degli sviluppatori locali. La comunicazione nei confronti dei comuni e della base deve ancora essere rafforzata.
C2: Piattaforme di rete	Nel settore Nordic, bike e agricoltura sono stati organizzati numerosi eventi.
C3: Assegnazione incarichi per servizi	
D Sviluppo ulteriore di strutture e organizzazioni	
D1: Modificazione e messa a disposizione di risorse operative	Questa tematica doveva essere trattata nell'ambito della creazione di destinazioni, che nel 2013, a causa del mancato consenso tra cantoni, non ha potuto essere avviata.
D2: Consolidamento verticale e orizzontale;	
D3: Società Gestione Destinazioni	Non è stata ancora fondata alcuna SGD principale. Questo tema dovrà essere chiarito nell'ambito della creazione di destinazioni.
D4: Sinergie con Andermatt Swiss Alps	È stato sottoscritto il Memorandum of Understanding.

3 Finanziamenti 2013



3.1 Sintesi sull'origine dei fondi e sul loro utilizzo

La seguente tabella mostra la provenienza dei fondi (ricavi) e l'utilizzo degli stessi (costi) per l'anno 2013:

Settori d'intervento in base alla struttura dei costi	Costi [Fr.]	Costi [Fr.]
A Generazione di prodotti	759 837.80	
B Utilizzo delle possibilità di comunicazione	140 188.23	
C Promozione dello sviluppo sociale e culturale	0.00	
D Sviluppo ulteriore di strutture e organizzazioni	723 725.31	
Spese / imposta preventiva	120.04	
Contributo della Confederazione		1 044 800.00
Prestito della Confederazione		
Contributi dei cantoni (UR, VS, TI, GR)		1 044 800.00
Prestiti dei cantoni (VS)		0.00
Contributi dei comuni		194 220.00
Contributi organizzazioni del turismo		75 000.00
Rimborso imposta preventiva		202.58
Interessi		81.45
Totale	1 623 871.38	2 359 104.03
Eccedenza ricavi/costi	735 232.65	
Totale	2 359 104.03	2 359 104.03

Figura 3: provenienza e utilizzo fondi 2013

Il denaro disponibile è stato pari a 2 359 104.03 franchi, mentre i costi sono stati pari a 1 623 871.38 franchi. È risultata pertanto un'eccedenza di 735 232.65 franchi. Tale saldo positivo sarà trasferito all'anno 2014.

L'eccedenza risulta principalmente dai contributi della Confederazione e dei cantoni, che non sono stati ancora erogati completamente ai responsabili del progetto, poiché i relativi traguardi fondamentali fissati negli accordi sulle prestazioni non sono stati ancora raggiunti o non sono ancora disponibili i conteggi.

3 Finanziamenti 2013



3.2 Utilizzo dei fondi in dettaglio

La seguente tabella mostra in dettaglio l'utilizzo dei fondi per il 2013.

		Costi [Fr.]
A	A Generazione di prodotti	759 837.80
A1	Turismo. Organizzazione dell'offerta e sviluppo dei prodotti	274 628.00
A2	Ottimizzazione dell'infrastruttura ferroviaria e collegamenti in rete	0.00
A3	Promozione dell'infrastruttura turistica	437 507.70
A4	Spazio d'Esperienza e itinerari circolari	47 702.10
A5	Naturalisti e turismo scientifico	0.00
A6	Riutilizzo degli immobili militari	0.00
A7	Pianificazione dell'offerta nel TP	0.00
A8	Miglioramento/ristrutturazione infrastrutture alberghiere	0.00
B	Utilizzazione delle possibilità di comunicazione	140 188.23
B1	Commercializzazione prodotti turistici	0.00
B2	Sviluppo del marchio /st.gotthard	140 188.23
B3	Summit del Gottardo	0.00
B4	Utilizzo piattaforma di comunicazione	0.00
C	Promozione dello sviluppo sociale e culturale	0.00
C1	Attivazione degli attori locali	0.00
C2	Piattaforma di rete	0.00
C3	Assegnazione incarichi per servizi	0.00
D	Sviluppo ulteriore di strutture e organizzazioni	723 725.31
D1	Modifiche organizzazione e risorse operative	585 485.31
D2	Consolidamento verticale e orizzontale	0.00
D4	Sinergie con ASA	138 240.00
Varie		120.04
	Spese	91.54
	Imposta preventiva	28.50
Totale utilizzo fondi		1 623 871.38

Figura 4: utilizzo fondi 2013

3 Finanziamenti 2013



3.3 Deviazioni rispetto al piano finanziario

Nel piano finanziario 2012-2015 le sovvenzioni sono state, all'incirca, suddivise uniformemente tra i quattro anni. La seguente tabella mostra le sovvenzioni inserite nel piano finanziario così come quelle effettivamente utilizzate.

Obiettivo / settore d'intervento	Pianificazione finanziaria A fondo perduto [Fr.]	Pianificazione finanziaria Prestiti [Fr.]	Effettivi A fondo perduto [Fr.]	Effettivi Prestiti [Fr.]
Obiettivo 1 / A	4 885 000.00	13 300 000.00	759 837.80	0
Obiettivo 2 / B	500 000.00	-	140 188.23	-
Obiettivo 3 / C	250 000.00	-	0.00	-
Obiettivo 4 / D	1 600 000.00	-	723 725.31	-
Varie	-	-	120.04	-
Totale	7 235 000.00	13 300 000.00	1 623 871.38	0

Figura 5: deviazioni rispetto al piano finanziario 2013

Poiché per generare progetti occorre, essenzialmente, più tempo, nel 2013, specie per il settore d'intervento A, sono state richieste, discusse, e utilizzate meno sovvenzioni. Inoltre, per il progetto SAGOS nel 2013, sono stati previsti 10 milioni di franchi di prestito della Confederazione e prestazioni equivalenti del valore dei 2.5 milioni di franchi. Poiché questo progetto è stato temporalmente rimandato, il denaro sarà utilizzato tra il 2014 e il 2015.

4 Prospettive



L'attività centrale del PSG 2020 sarà orientata, anche nei prossimi anni di attuazione, sui seguenti argomenti (1) prodotti sovregionali, (2) marchio comune e strategia del marchio, (3) piattaforma comune di commercializzazione.

In particolare per i progetti Nordic e Bike sono attesi, nel 2014 e nel 2015, provvedimenti concreti che dovranno essere attuati attraverso gli attori locali, in parte con il sostegno del PSG 2020. In relazione al progetto del collegamento della regione sciistica Andermatt-Sedrun dovrebbe iniziare la fase attuativa. Il progetto Sedrun-Disentis nonché la comunità tariffale per la regione del Gottardo dovrebbero essere parte costitutive dei lavori.

Il risultato del progetto agricoltura sarà presentato nel gennaio 2014. Anche da esso si dovrebbero sviluppare progetti ulteriori che potranno essere attuati dagli attori locali.

Il marchio sarà definito all'inizio del 2014. Seguirà l'acquisizione e l'attuazione dei partner del marchio e la pianificazione del suo lancio.

Un ruolo centrale, avrà, nel 2014, la suddivisione turistica dei ruoli e degli incarichi. A tal fine dovrebbe essere iniziato un progetto di creazione di destinazioni, per definire insieme agli attori locali la strategia e la visione turistica comune e, basandosi su ciò, ottimizzare suddivisione dei lavori e strutture turistiche. Lo sviluppo della piattaforma di commercializzazione e il problema della gestione futura del marchio saranno legati strettamente a questo progetto.



La chiave del successo sono i prodotti comuni, una comune commercializzazione tramite marchio e strutture comuni.

SAN GOTTARDO

Programma San Gottardo 2020

Sviluppo regionale e supporto progetto per la regione del Gottardo

Programma San Gottardo 2020
via Centrala 4
CH-7130 Ilanz

Tel. +41 (0)81 920 02 46
Fax +41 (0)81 920 02 41
info@gottardo.ch
www.gottardo.ch

www.gottardo.ch

