

PROGRAMMA DI RETE D'IMPRESE

“Rocca di Papa va in rete”

**Candidatura della Rete d'Impresa di “Rocca di Papa va in rete” in riferimento all’
Avviso pubblico per il finanziamento dei programmi relativi alle “Reti di Imprese tra
Attività Economiche”. DGR n. 68 del 22/02/2022. Approvazione delle disposizioni
attuative dell’art. 94 della Legge regionale 6 novembre 2019 n. 22 “Testo unico del
commercio”, relative alle forme aggregative tra imprese commerciali – Reti di Imprese.**

PROGRAMMA DI RETE

Indice

1.Solidità e composizione del soggetto	4
<i>1.a Relazione generale illustrativa e vocazione tematica della Rete</i>	<i>4</i>
<i>1.b Assortimento merceologico dell'area e della Rete d'impresa.....</i>	<i>9</i>
<i>1.c Cosa vedere a Rocca di Papa.....</i>	<i>11</i>
<i>1.d Analisi Swot.....</i>	<i>19</i>
<i>1.e Viabilità.....</i>	<i>20</i>
2.Motivazioni , Obiettivi, Finalità.....	23
3.Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività	27
4.Cartografia in scala adeguata rappresentativa dell'area in cui insiste la Rete, con la visualizzazione grafica delle attività aderenti	27
5.Elenco di altri Comuni o Municipi di Roma Capitale, qualora interessati.	27
6.Sintetica descrizione degli interventi proposti all'interno delle diverse Macro Aree e dettaglio dei costi di ciascuna azione	28
<i>Introduzione</i>	
<i>Livello di coinvolgimento della Cittadinanza</i>	
<i>Addizionalità e Sostenibilità</i>	
6.1 Macroarea 1-	33
6.2 Macroarea 2 -	36
6.3 Macroarea 3 –	39
6.4Macroarea 4 -	44
7 – Sintesi del quadro finanziario	50
8. Monitoraggio.....	51
<i>8.1 Obiettivi del Monitoraggio</i>	<i>51</i>
<i>8.2 Gli indicatori per il monitoraggio.....</i>	<i>52</i>
<i>8.3 Monitoraggio Finanziario</i>	<i>53</i>
<i>8.4 Monitoraggio Fisico.....</i>	<i>53</i>
<i>8.5 Monitoraggio Procedurale</i>	<i>54</i>

9. Valutazione	55
10. Workplan e Cronoprogramma	56

1.Solidità e composizione del soggetto

1.a Relazione generale illustrativa e vocazione tematica della Rete

L'area commerciale della Rete d'impresa "Rocca di Papa va in Rete" si sviluppa nel Comune di Rocca di Papa ed ha l'obiettivo di sviluppare un metodo per la creazione di network e reti di impresa finalizzati a condividere i processi di ricerca, innovazione e di marketing integrato insistenti sull'area individuata nel territorio della città.

Rocca di Papa si trova nella zona dei **Castelli Romani**, afferente al territorio della Città Metropolitana di Roma Capitale. Dista circa 20 km dall'Urbe, ed è un comune italiano di 17.263 abitanti.

Pittoresco borgo medievale mirabilmente situato alle pendici di Monte Cavo, conserva memoria dell'antica Cabum latina, luogo sacro a Giove Laziale.

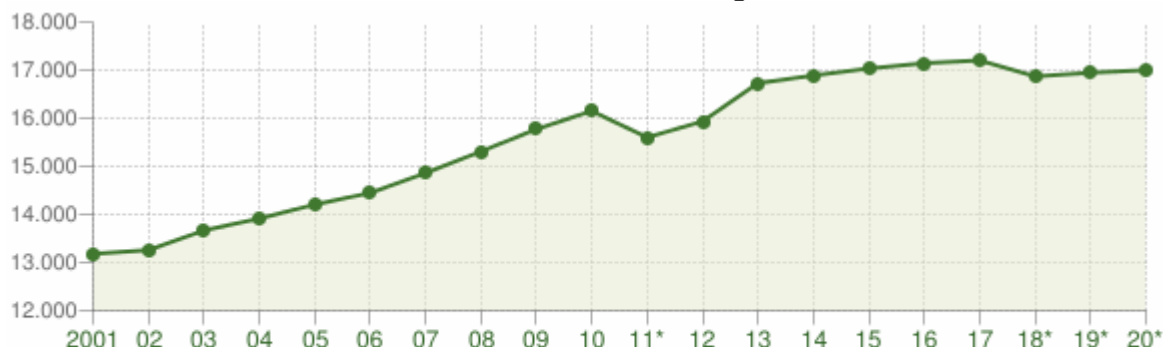
Ciò che immediatamente colpisce in Rocca di Papa è la sua splendida posizione panoramica: arrampicata, a 681 m. di altitudine, sul fianco interno di Monte Cavo, consente di gettare lo sguardo su vedute paesaggistiche fra le più belle della zona. Anche la visita del borgo - l'unico fra i Castelli Romani ad aver conservato intatto l'assetto medievale - regala scorci pittoreschi delle case aggrappate alla roccia e dell'intricato labirinto di ripidi vicoletti nascosti fra gli edifici.

L'abitato è dominato dal Belvedere della **Fortezza Medievale**, sito archeologico di grande valore, dal quale si gode un panorama unico che giunge sino al mare. Il territorio di Rocca di Papa è molto esteso e si affaccia su di un'ampia vallata pianeggiante, il Vivaro, che ospita il **Centro Federale di Equitazione del CONI**, una delle mete preferite dai romani per le gite fuori porta, e da esperti cavalieri ed amazzoni che praticano l'attività di equitazione nell'immensa distesa.

Caratterizzata da un clima mediterraneo, **Rocca di Papa** presenta temperature miti in estate, con una media di 22-24 °C, circa 6 gradi in meno di Roma, e degli inverni piovosi e freddi, quando le temperature non di rado scendono sotto lo zero, potendosi verificare anche dei fenomeni a carattere nevoso.

Popolazione Rocca di Papa 2001-2020

Andamento demografico della popolazione residente nel comune di **Rocca di Papa** dal 2001 al 2020. Grafici e statistiche su dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno.



Andamento della popolazione residente

COMUNE DI ROCCA DI PAPA (RM) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT

(*) post-censimento

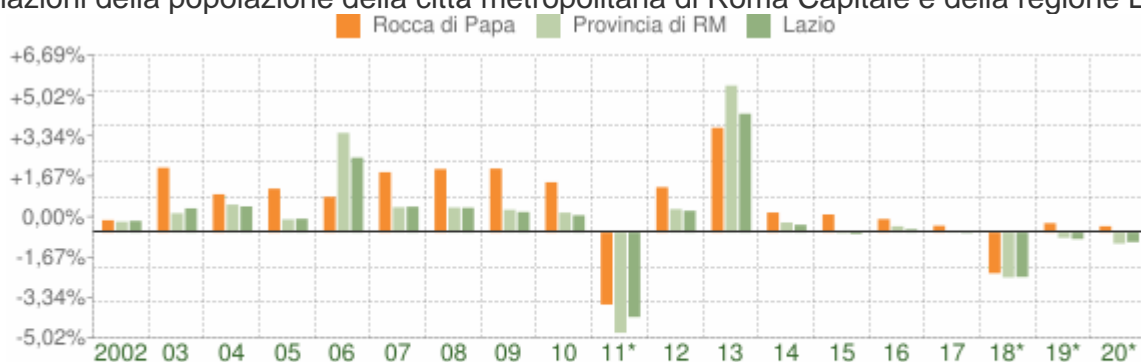
Dal **2018** i dati tengono conto dei risultati del **censimento permanente della popolazione**, rilevati con cadenza annuale e non più decennale. A differenza del censimento tradizionale, che effettuava una rilevazione di tutti gli individui e tutte le famiglie ad una data stabilita, il nuovo metodo censuario si basa sulla combinazione di rilevazioni campionarie e dati provenienti da fonte amministrativa.

La [popolazione residente a Rocca di Papa al Censimento 2011](#), rilevata il giorno 9 ottobre 2011, è risultata composta da 15.576 individui, mentre alle Anagrafi comunali ne risultavano registrati 16.348. Si è, dunque, verificata una differenza negativa fra *popolazione censita* e *popolazione anagrafica* pari a 772 unità (-4,72%).

Il confronto dei dati della popolazione residente dal 2018 con le serie storiche precedenti (2001-2011 e 2011-2017) è possibile soltanto con operazioni di **ricostruzione intercensuaria** della popolazione residente.

Variazione percentuale della popolazione

Le variazioni annuali della popolazione di Rocca di Papa espresse in percentuale a confronto con le variazioni della popolazione della città metropolitana di Roma Capitale e della regione Lazio.



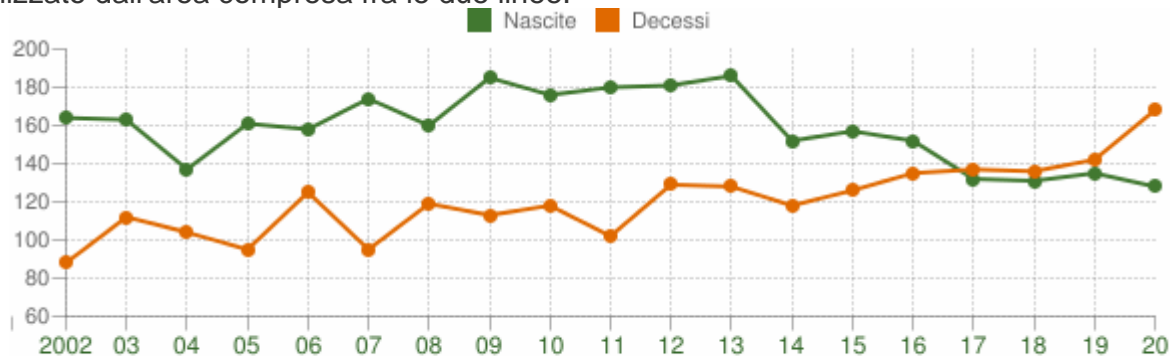
Variazione percentuale della popolazione

COMUNE DI ROCCA DI PAPA (RM) - Dati ISTAT al 31 dicembre di ogni anno - Elaborazione TUTTITALIA.IT

(*) post-censimento

Movimento naturale della popolazione

Il movimento naturale della popolazione in un anno è determinato dalla differenza fra le nascite ed i decessi ed è detto anche **saldo naturale**. Le due linee del grafico in basso riportano l'andamento delle nascite e dei decessi negli ultimi anni. L'andamento del saldo naturale è visualizzato dall'area compresa fra le due linee.



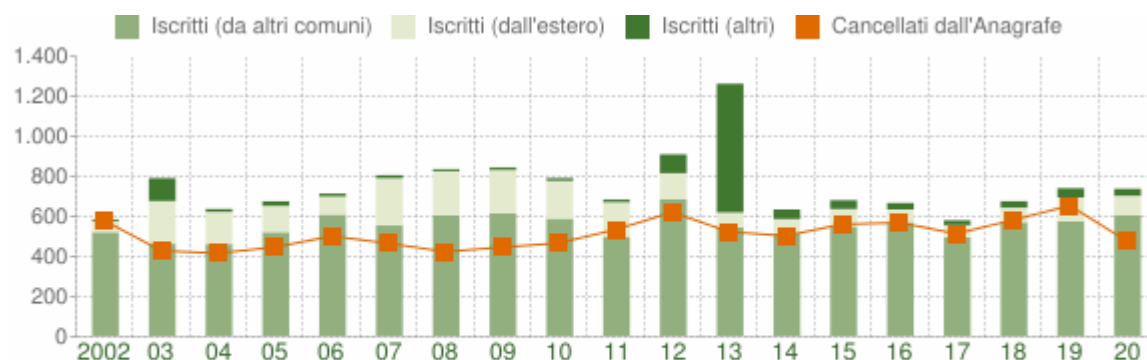
Movimento naturale della popolazione

COMUNE DI ROCCA DI PAPA (RM) - Dati ISTAT (bilancio demografico 1 gen-31 dic) - Elaborazione TUTTITALIA.IT

Flusso migratorio della popolazione

Il grafico in basso visualizza il numero dei trasferimenti di residenza da e verso il comune di Rocca di Papa negli ultimi anni. I trasferimenti di residenza sono riportati come **iscritti** e **cancellati** dall'Anagrafe del comune.

Fra gli iscritti, sono evidenziati con colore diverso i trasferimenti di residenza da altri comuni, quelli dall'estero e quelli dovuti per altri motivi (ad esempio per rettifiche amministrative).



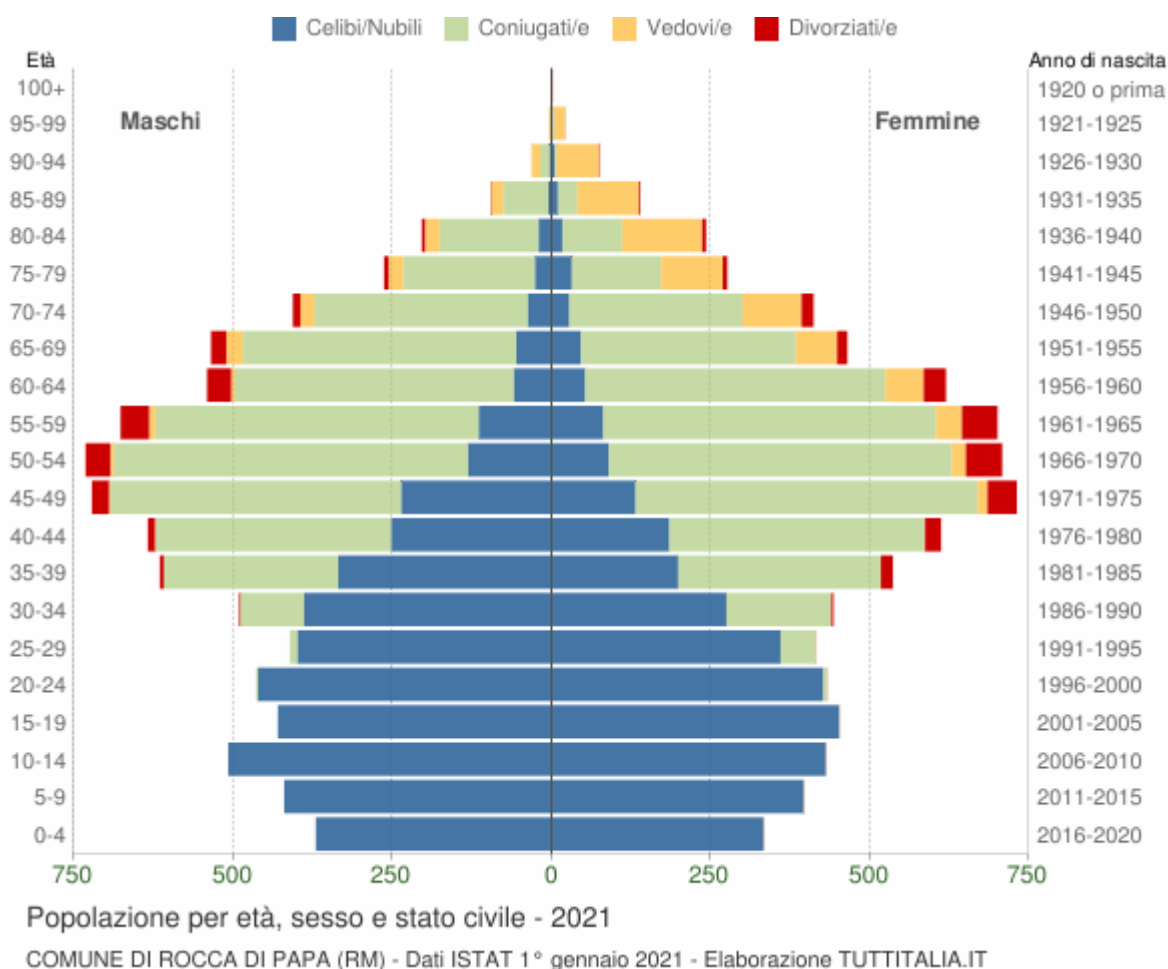
Flusso migratorio della popolazione

COMUNE DI ROCCA DI PAPA (RM) - Dati ISTAT (bilancio demografico 1 gen-31 dic) - Elaborazione TUTTITALIA.IT

Popolazione per età, sesso e stato civile 2021

Il grafico in basso, detto **Piramide delle Età**, rappresenta la distribuzione della popolazione residente a Rocca di Papa per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 2021. I dati tengono conto dei risultati del Censimento permanente della popolazione, ma quelli riferiti allo stato civile sono ancora in corso di validazione.

La popolazione è riportata per **classi quinquennali** di età sull'asse Y, mentre sull'asse X sono riportati due grafici a barre a specchio con i maschi (a sinistra) e le femmine (a destra). I diversi colori evidenziano la distribuzione della popolazione per stato civile: celibi e nubili, coniugati, vedovi e divorziati.



In generale, la **forma** di questo tipo di grafico dipende dall'andamento demografico di una popolazione, con variazioni visibili in periodi di forte crescita demografica o di cali delle nascite per guerre o altri eventi.

In Italia ha avuto la forma simile ad una **piramide** fino agli anni '60, cioè fino agli anni del boom demografico.

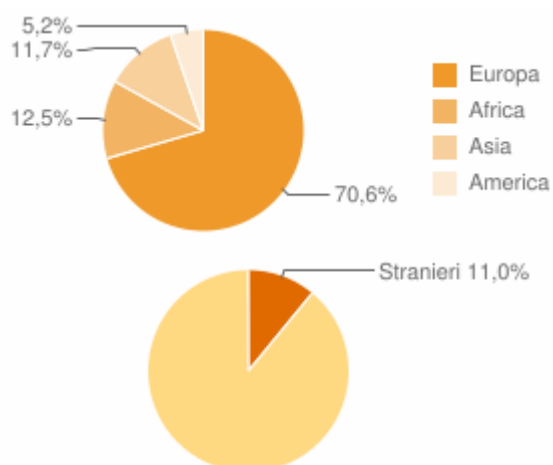
Gli individui in unione civile, quelli non più uniti civilmente per scioglimento dell'unione e quelli non più uniti civilmente per decesso del partner sono stati sommati rispettivamente agli stati civili 'coniugati/e', 'divorziati/e' e 'vedovi/e'.

Cittadini stranieri Rocca di Papa 2021

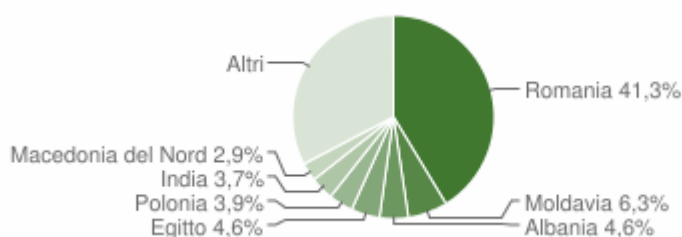
Popolazione straniera residente a **Rocca di Papa** al 1° gennaio 2021. I dati tengono conto dei risultati del Censimento permanente della popolazione. Sono considerati cittadini stranieri le persone di cittadinanza non italiana aventi dimora abituale in Italia.



Gli stranieri residenti a Rocca di Papa al 1° gennaio 2021 sono **1.875** e rappresentano l'**11,0%** della popolazione residente.



La comunità straniera più numerosa è quella proveniente dalla **Romania** con il **41,3%** di tutti gli stranieri presenti sul territorio, seguita dalla **Moldavia** (6,3%) e dall'**Albania** (4,6%).

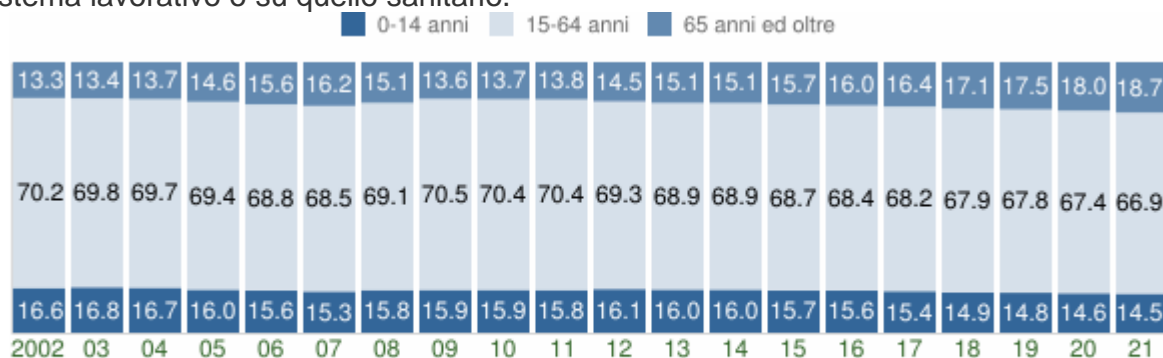


Indici demografici e Struttura di Rocca di Papa

Struttura della popolazione e indicatori demografici di **Rocca di Papa** negli ultimi anni. Elaborazioni su dati ISTAT

L'analisi della struttura per età di una popolazione considera tre fasce di età: **giovani** 0-14 anni, **adulti** 15-64 anni e **anziani** 65 anni ed oltre. In base alle diverse proporzioni fra tali fasce di età, la struttura di una popolazione viene definita di tipo *progressiva*, *stazionaria* o *regressiva* a seconda che la popolazione giovane sia maggiore, equivalente o minore di quella anziana.

Lo studio di tali rapporti è importante per valutare alcuni impatti sul sistema sociale, ad esempio sul sistema lavorativo o su quello sanitario.



Struttura per età della popolazione (valori %)

COMUNE DI ROCCA DI PAPA (RM) - Dati ISTAT al 1° gennaio - Elaborazione TUTTITALIA.IT

1.b Assortimento merceologico dell'area di Rocca di Papa

Unità locali e addetti - Territorio anno riferimento dati ⓘ : Classe di addetti, settori economici (Ateco 2 cifre) - com. - da I.Stat

Tipo dato		numero addetti delle unità locali delle imprese attive (valori medi annui) ⓘ			
Territorio anno riferimento dati ⓘ		Rocca di Papa			
Selezione periodo		2019			
Classe di addetti		0-9 ▲▼	10-49 ▲▼	50-249 ▲▼	totale ▲▼
Ateco 2007					
0010: TOTALE		745		10 3	758
■ C: attività manifatturiere		20		20
10: industrie alimentari		5		5
16: industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili), fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio		3		3
23: fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi		2		2
25: fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)		2		2
32: altre industrie manifatturiere		2		2
33: riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature		6		6
■ D: fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata		1		1
35: fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata		1		1
■ E: fornitura di acqua reti fognarie, attività di gestione dei rifiuti e risanamento		1		1
37: gestione delle reti fognarie		1		1
■ F: costruzioni		136		136
41: costruzione di edifici		14		14

"Rocca di Papa va in rete"

Tipo dato		numero addetti delle unità locali delle imprese attive (valori medi annui)			
Territorio anno riferimento dati		Rocca di Papa			
Selezione periodo		2019			
Classe di addetti		0-9	10-49	50-249	totale
Ateco 2007					
42: ingegneria civile		1		..	1
43: lavori di costruzione specializzati		121		..	121
G : commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli		185		3	188
45: commercio all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di autoveicoli e motocicli		16		..	16
46: commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)		76		..	76
47: commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)		93		3	96
H : trasporto e magazzinaggio		11		1	12
49: trasporto terrestre e trasporto mediante condotte		9		1	10
52: magazzinaggio e attività di supporto ai trasporti		1		..	1
53: servizi postali e attività di corriere		1		..	1
I : attività dei servizi di alloggio e di ristorazione		50		5	55
55: alloggio		2		..	2
56: attività dei servizi di ristorazione		48		5	53
J : servizi di informazione e comunicazione		27		..	27
58: attività editoriali		1		..	1
59: attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore		2		..	2
62: produzione di software, consulenza informatica e attività connesse		18		..	18
63: attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici		6		..	6
K : attività finanziarie e assicurative		24		..	24
64: attività di servizi finanziari (escluse le assicurazioni e i fondi pensione)		3		..	3

"Rocca di Papa va in rete"

Tipo dato	numero addetti delle unità locali delle imprese attive (valori medi annui)			
Territorio anno riferimento dati	Rocca di Papa			
Seleziona periodo	2019			
Classe di addetti	0-9	10-49	50-249	totale

Ateco 2007

66: attività ausiliarie dei servizi finanziari e delle attività assicurative	21		21
L: attività immobiliari	20		20
68: attività immobiliari	20		20
M: attività professionali, scientifiche e tecniche	120		1	..	121
69: attività legali e contabilità	28		28
70: attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale	16		16
71: attività degli studi di architettura e d'ingegneria, collaudi ed analisi tecniche	32		32
73: pubblicità e ricerche di mercato	2		1	..	3
74: altre attività professionali, scientifiche e tecniche	37		37
75: servizi veterinari	5		5
N: noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	32		..	2	34
77: attività di noleggio e leasing operativo	1		1
79: attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività connesse	7		7
81: attività di servizi per edifici e paesaggio	11		..	2	13
82: attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese	13		13
P: istruzione	4		4
85: istruzione	4		4
Q: sanità e assistenza sociale	83		..	1	84
86: assistenza sanitaria	70		..	1	71
87: servizi di assistenza sociale residenziale	10		10
88: assistenza sociale non residenziale	3		3
R: attività artistiche, sportive, di intrattenimento e	11		11

"Rocca di Papa va in rete"

Tipo dato		numero addetti delle unità locali delle imprese attive (valori medi annui)			
Territorio anno riferimento dati		Rocca di Papa			
Seleziona periodo		2019			
Classe di addetti		0-9	10-49	50-249	totale
		▲▼	▲▼	▲▼	▲▼

Ateco 2007

divertimento					
90: attività creative, artistiche e di intrattenimento	8	8	
91: attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali	1	1	
92: attività riguardanti le lotterie, le scommesse, le case da gioco	1	1	
93: attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	1	1	
■ S: altre attività di servizi	20	20	
96: altre attività di servizi per la persona	20	20	

Dati estratti il 25 lug 2022, 07h29 UTC (GMT) da [I.Stat](#)

1.c Cosa vedere a Rocca di Papa

Rocca di Papa è una località turistica frequentata sia in estate che in inverno. Storicamente, è possibile affermare che i primi villeggianti nel territorio rocchigiano furono forse i monaci cistercensi dell'abbazia delle Tre Fontane, che fin dal 1225 ottennero la possibilità di trasferirsi in estate nel loro più salubre feudo di Nemi e presso il convento di Santa Maria *ad Nives* di Palazzolo sul lago Albano, loro dipendenza dal 1237.

Tra i motivi che spingono a una visita nel paese c'è il paesaggio sull'Agro Romano, il richiamo della quota relativamente alta, la celebrata cucina casareccia dei Castelli Romani e, in misura minore, la devozione mariana per il santuario del Tufo.

Monumenti e luoghi d'interesse



Fontana monumentale posta nel tratto terminale di Corso della Costituente.



La parrocchiale di Santa Maria Assunta.



La chiesa del Santissimo Crocifisso nel Quartiere Bavarese.



Una statua di papa Giovanni Paolo II



La Fontana di Piazza XX Settembre



Piazza XX Settembre (Piazza Vecchia).

Architetture religiose

- Chiesa di Santa Maria Assunta, arcipretale e parrocchiale,^[19] venne commissionata dal feudatario cardinale Girolamo Colonna e progettata dall'architetto Antonio Del Grande. I lavori terminarono nel 1754, ma l'edificio crollò rovinosamente già nel 1814. La ricostruzione ricominciò nel 1817, dietro interessamento del cardinale vescovo della sede suburbicaria di

Frascati Bartolomeo Pacca e con un contributo economico di papa Pio VII, e i nuovi lavori terminarono nel 1827: il nuovo progetto fu opera degli architetti Domenico Palmucci e Pietro Bracci. Al suo interno è conservata la tela dell'*Assunzione della Vergine* di Corrado Giaquinto.

- Chiesa del Santissimo Crocifisso, è una piccola costruzione che si trova poco distante sia dalla parrocchiale sia dalla località dei Campi d'Annibale, e conserva al suo interno alcune opere dell'artista tedesco Theodor Wilhelm Achtermann, di cui si ritrovano lavori anche nella chiesa della Trinità dei Monti a Roma. Dopo un lungo periodo di decadenza, fu sottoposta a restauri, terminati nel 1994. Sulla facciata lunga è stata collocata una statua di Padre Pio da Pietrelcina.
- Chiesa del Sacro Cuore, inaugurata nel 1998, raccoglie i fedeli dei Campi d'Annibale. Concepita con un'architettura moderna, presenta una facciata monocuspidale, con un richiamo al gotico; l'interno è semplice, e decorato dalle vetrate verticali del lato lungo. Di fronte alla chiesa è stata posta una statua di papa Giovanni Paolo II, che più volte fece visita nel paese.
- Santuario della Madonna del Tufo, edificato in memoria di un miracoloso intervento della Madonna attorno a un'immagine sacra dipinta sul tufo, risulta come già esistente (e soggetto alla giurisdizione della parrocchiale di Santa Maria Assunta) nel 1592. La facciata venne edificata nel 1792 per interessamento del principe Andrea Doria-Pamphilj, mentre nel 1810 il santuario venne ampliato e venne rifatto il presbiterio, grazie ad elemosine dei fedeli della comunità rocchigiana. Nel 1830 papa Pio VIII dotò il santuario di un altare privilegiato. L'edificio attuale risale al 1931, mentre alcuni interventi conservativi sono stati compiuti nei primi anni 2000.
- Chiesa e convento di Santa Maria *ad Nives* di Palazzolo, nacquero come eremo nell'XI secolo, e nel 1237 fu affidato ai monaci cisterciensi dell'abbazia delle Tre Fontane a Roma, che ne fecero il loro luogo di villeggiatura estiva assieme all'altra loro proprietà di Nemi. Nel 1244 il convento fu reso autonomo e dotato di ingenti proprietà nell'area del lago Albano,^[63] tra cui il romitorio di Sant'Angelo *in Lacu*. All'inizio del Trecento tuttavia il convento era in crisi, fu istituito in commenda e finì semi-abbandonato: nel 1449 fu assegnato ai frati minori osservanti che vi rimasero fino al 1629, quando nel convento entrarono i frati minori conventuali o riformati. Grandi restauri furono eseguiti al convento da papa Alessandro VII nel 1662 e soprattutto dal cardinale portoghese Josè Maria de Fonseca de Evora nel 1735-1738, che volendo fare del convento la sede dell'ambasciata portoghese a Roma non si risparmiò nelle spese,

modificando in stile tardo barocco l'originaria architettura gotica del complesso. Il convento si salvò dalla chiusura in forza delle leggi eversive delle proprietà ecclesiastiche emanate dopo l'annessione del Lazio al Regno d'Italia nel 1870 solo appellandosi alla protezione del Regno del Portogallo: il complesso fu così una zona extra-territoriale portoghese dal 1880 fino alla data della rivoluzione portoghese del 1910. I frati furono così cacciati ed il convento venduto a privati nel 1915. Dal 1920 è di proprietà del Venerable English College di Roma.

Architetture civili

- Palazzo Comunale, venne edificato negli anni trenta del Novecento sulla strada principale, corso della Costituente, come sede degli uffici comunali e delle scuole.
- Villa del Cardinale, costruita nel 1629 dal cardinale Girolamo Colonna, feudatario di Marino e Rocca di Papa, presso il convento di Santa Maria *ad Nives* di Palazzolo, la villa è oggi adibita a ristorante ed albergo. L'edificio, probabilmente costruito su una preesistente struttura di avvistamento medioevale, sorge in posizione panoramica sul Lago Albano.

Architetture militari

- Fortezza pontificia - La prima menzione di un luogo fortificato a Rocca di Papa coincide con la prima menzione del paese stesso, avvenuta in una lettera di papa Lucio III datata al 1181, nella quale si rivendicava la sovranità pontificia sulla "*Roccam de Papa*" occupata dai tuscolani. La fortezza, collocata nel punto più alto del centro abitato, a 753 m s.l.m., pare sia stata restaurata durante il pontificato di papa Paolo III. Nell'Ottocento, venne utilizzata come luogo di esperimenti da Guglielmo Marconi e Michele Stefano De Rossi. Durante i primi anni duemila sono stati avviati importanti lavori archeologici sul sito, che hanno portato alla riscoperta delle fondamenta della fortezza e gli scavi sono stati aperti al pubblico.

Strade e piazze


- Piazza della Repubblica, piazza principale del paese chiamata anche piazza Margherita per via della vecchia denominazione durante l'epoca monarchica. Il restauro, radicale e di impronta rinnovativa, è stato completato nel 2003.

- Piazza Giuseppe Garibaldi, la piazza principale del centro storico, di architettura semplice. Viene anche detta piazza dell'Erba, in virtù dell'usanza di svolgervi il mercato ortofrutticolo.
- Piazza di Vittorio, La piazza principale dei Campi d'Annibale, di architettura moderna in quanto restaurata pochi anni addietro. Al centro di questa, durante il restauro, è stata posta una fontana con giochi d'acqua.
- Piazza Vecchia, (piazza XX Settembre), Antico centro del castello, conserva la forma originale assunta nel XIV secolo, durante la dominazione di Ludovico il Bavaro.

Fontane

- La Barcaccia, sita in piazza Garibaldi, fontana che per la sua forma vagamente rassomigliante a una barca ha preso questo nome, opera seicentesca, attribuita a Gian Lorenzo Bernini, attivo in quel periodo specialmente a Castel Gandolfo, e costituita di un unico blocco di pietra tufacea
- Piazza della Repubblica, Al centro di piazza della Repubblica, che ha subito un completo restauro nel 2003, si erge una fontana del XIX secolo.
- Piazza Vecchia, In piazza XX Settembre vi è una fontana antica, con vasca unica rettangolare in pietra tufacea, e che rappresenta la storia del *Quartiere Bavarese*, in quanto fu costruita all'interno dell'antico castello, ed era luogo di ritrovo per i pochi paesani che abitavano il quartiere, circa 600 anni fa.
- Fontane gemelle, in piazza della Repubblica e ai Campi d'Annibale.

La salita/discesa

Tra Ariccia e Rocca di Papa, la strada provinciale al chilometro 1 provenendo dalla via dei Laghi ( 41°44'05"N 12°41'30"E), è oggetto di un interessante fenomeno. Il tratto di strada in questione, di breve lunghezza, è infatti una discesa che appare tuttavia una salita: l'apparenza di salita è infatti smentita, ad esempio, osservando rotolare un oggetto. Scientificamente, si è spiegato questo fenomeno con l'affermazione che nel piano della strada c'è un breve tratto in piano tra due discese, e ciò provocherebbe l'effetto ottico di una salita in mancanza di una linea di orizzonte chiaramente definibile. Il caso ha suscitato l'interesse del CICAP e di tanti curiosi a vario titolo, ed ogni analisi ha dato responso più o meno ambiguo a favore dell'anomalia gravitazionale o dell'illusione ottica. Si è anche ipotizzato che il fenomeno sarebbe dovuto alla presenza proprio sotto la strada di un misterioso, quanto inesistente, passaggio sotterraneo tra il lago Albano ed il lago di Nemi, che sarebbe stato scavato in età romana.

Siti archeologici



La *Via Sacra* di Monte Cavo

I reperti archeologici più antichi rinvenuti nel territorio di Rocca di Papa consistono in alcune tombe preistoriche datate attorno al VII secolo a.C., presso San Lorenzo Vecchio. Più o meno a questa epoca sono riconducibili i rinvenimenti -collegati alla mitica *Alba Longa*-effettuati tra la località di *Palazzolo* e la località di *Tofelli* in comune di Ariccia, risalenti al *periodo laziale II B* (830 a.C. - 770 a.C.).

Tra Ottocento e Novecento sono stati effettuati scavi archeologici a più riprese (1876, 1912, 1914 1929) sulla vetta di Monte Cavo, per individuare i resti del tempio di Giove Laziale. Gli unici risultati ottenuti da questi scavi furono il rinvenimento di alcune tarde tombe a cappuccina sulla pendice sud dell'altura, e il rinvenimento di una struttura complessa sulla sommità del monte, probabilmente un'abitazione o comunque un edificio non religioso: ad ogni modo, non fu rinvenuta traccia del tempio.

In compenso, la "*via Sacra*" di accesso al tempio è molto ben conservata: la carreggiata, fiancheggiata da marciapiedi in peperino, è larga 2.55 metri. La strada partiva dalla via Appia Antica presso *Ariccia* e, passando per *Palazzolo* -in un complesso residenziale di Monte Gentile ne restano alcuni tratti- saliva alla sommità di Monte Cavo.

Proprio a *Palazzolo*, presso il convento di Santa Maria *ad Nives*, si trova un importante monumento sepolcrale rupestre scavato nel peperino per circa 40 metri di larghezza. La cella interna è grande 2.60 x 2.26 metri, e i bassorilievi raffigurano un trionfo consolare: i fasci littori vennero utilizzati dall'archeologo Giacomo Boni come modello per i fasci utilizzati come simbolo dal Partito Nazionale Fascista.

1.d ANALISI SWOT

Punti di Forza

- Ricchezza del patrimonio storico-culturale
- Potenziale aggregativo del progetto
- Presenza di caratteristiche uniche e facilmente riconoscibili: eccellenze enogastronomiche, usi e tradizioni locali ben radicati, manifestazioni e feste tipiche locali
- Strutture adeguate e produttive

Punti di Debolezza

- Limitata valorizzazione del territorio
- Scarsa visibilità delle aziende e assenza di comunicazione promozionale online
- Mancata attivazione di iniziative di co-marketing
- Presenze turistiche stagionali
- Assenza di figure professionali per incentivare lo sviluppo socio-economico
- Frammentazione delle realtà aziendali
- Carenza di obiettivi condivisi tra enti pubblici e locali
- Arredo urbano disomogeneo

Opportunità

- Ottimizzare l'offerta turistica, valorizzare il patrimonio e puntare sugli attrattori
- Destagionalizzare l'offerta turistica
- Sostenere l'adeguamento dei servizi
- Consolidare i rapporti e le collaborazioni e intraprendere iniziative di co-marketing
- Adeguare ed aggiornare la comunicazione
- Promuovere il turismo esperienziale grazie ai contenuti multimediali
- Rilanciare il turismo legato alle feste e ai prodotti locali
- Intercettare i flussi turistici

Minacce

- Isolamento e assenza di sinergia con il territorio circostante
- Carenza di servizi alle imprese e alle persone
- Perdita di opportunità legate alle partnership locali e agli sponsor
- Perdita di identità e concorrenza delle aree limitrofe
- Turismo mordi e fuggi che non giova alle imprese
- Peggioramento degli standard di vita sociale
- Riduzione dei servizi e degli investimenti
- Decentramento delle attività produttive
- Perdita di risorse giovanili, di forza lavoro e di risorse economiche

Suggerimenti:

- Generare nuovo interesse turistico ed economico per il territorio;
- Porre rimedio alla perdita di abitanti e risorse giovanili;
- Rendere produttivo il patrimonio culturale e storico;
- Dare nuova visibilità al territorio.

Una nuova Governance degli attrattori turistici, genera immediatamente un'opportunità di crescita che potrà raggiungere successi consistenti e continuativi, con la messa a sistema dell'intero compendio territoriale e la valorizzazione delle imprese del territorio che potranno godere dell'arrivo di nuovi flussi di visitatori.

1.e - VIABILITA'

Strade

Il territorio rocchigiano è attraversato dalla *strada statale 511 Via Anagnina*, che collega Roma al *compitum Anagninum* - ovvero all'incrocio con la via Casilina presso Anagni - ricalcando l'antico tracciato della via Latina, che fu la prima strada consolare romana.

Oltre a questa strada statale il comune è attraversato da due arterie la cui gestione è stata devoluta dall'ANAS alla Provincia di Roma nel 2001. Si tratta della *strada statale 218 di Rocca di Papa*, che collega il paese a Grottaferrata e Ariccia, e della *strada statale 217 Via*

dei Laghi, che lambisce il lago Albano e il lago di Nemi collegando la strada statale 7 via Appia Nuova a La Rete; il percorso di questa strada ricalca quello dell'antica via corriera postale tra Roma e Napoli utilizzata tra il Medioevo e il 1780.

Altre strade provinciali importanti del territorio sono la *strada Provinciale 18/d del Vivaro*, che attraversa la località *Pratoni del Vivaro* tra i comuni di Nemi, Rocca di Papa e Rocca Priora, e la *strada Provinciale 45/b di Costa Caselle*, che attraversa la località Costa Caselle tra i comuni di Marino, Grottaferrata e Rocca di Papa.

Ferrovie

Fino al 1963, il paese fu servito sia dalle Tranvie dei Castelli Romani che collegavano il quartiere Appio Claudio di Roma a tutti i Castelli Romani e sia dalla funicolare, che venne inaugurata nel 1906. Con l'evoluzione moderna, il tram fu abolito e sostituito da una linea di autobus pubblici, gestiti dalla COTRAL, che permane tuttora.

Rocca di Papa non è raggiunta da una ferrovia. Le due stazioni ferroviarie più vicine sono quella di Frascati, sulla linea ferroviaria Roma-Frascati, e quella di Marino, sulla linea ferroviaria Roma-Albano Laziale.

Impianti a fune



La funicolare nel 1907

Il 12 agosto 1907 la S.T.F.E.R. inaugura (era già in servizio dal 10 ottobre 1906) la prima funicolare rocchigiana, di stile alpino, che collegava *Valle Oscura* a *viale Silvio Spaventa* e funzionava grazie ad un sistema di cassoni comunicanti, con il movimento fornito dai contrappesi dei medesimi mossi dall'acqua, ogni volta regolata a seconda del numero di passeggeri da trasportare.

La funicolare di Valle Oscura venne poi smantellata ed il 28 luglio 1932 fu inaugurata la funicolare elettrica, che collegava la stazione di Valle Vergine (detta anche Anello) con piazza Margherita; rimase in funzione fino al 15 dicembre 1963, per poi cedere il passo ai nuovi mezzi di trasporto. La stazione superiore, ove ora è il capolinea degli autobus, ha ancora al suo interno una cabina della funicolare elettrica, che servì al trasporto dei passeggeri per oltre 30 anni. La cabina inferiore è andata parzialmente distrutta durante un incendio nel 2003.

A seguito dell'assegnazione di uno stanziamento di 6 milioni di euro da parte della Regione Lazio per la rimessa in opera della funicolare, il 29 ottobre 2013, dopo una cerimonia alla quale ha preso parte il governatore del Lazio Nicola Zingaretti, sono iniziati i lavori per la ricostruzione dell'opera e la messa in esercizio, a oltre mezzo secolo dalla dismissione^[125]. Il progetto prevede la ricostruzione della funicolare sul vecchio sito, la costruzione di opere accessorie e quella ex-novo di una strada che colleghi la stazione con la strada che congiunge Rocca di Papa alla vicina Grottaferrata.

Mobilità urbana

I trasporti urbani e interurbani di Rocca di Papa vengono svolti con autoservizi di linea gestiti da COTRAL

2.Motivazioni , Obiettivi, Finalità

Coerenza tra strategia di sviluppo, obiettivi individuati e singoli interventi previsti.

L'obiettivo principale della rete d'impresa è riuscire a consolidare il mercato delle imprese che la costituiscono ed a penetrare in nuovi. Mettendo in comune le conoscenze e le tecnologie, le PMI che compongono la rete vogliono conquistare nuovi clienti, troppo grandi o lontani perché possano riuscirci da sole.

La rete d'impresa vuole essere per loro il mezzo per affrontare la crisi, facendo gruppo e potendo così confrontarsi con competitor dei territori limitrofi.

Tale obiettivo può essere perseguito attraverso le seguenti azioni strategiche:

- Piena collaborazione tra le aziende, ma anche con enti esterni, con l'università e con centri di ricerca. La rete d'impresa è inoltre interessata alla cooperazione internazionale per attività di benchmarking e per progetti di innovazione,
- Individuazione di un'offerta completa e sviluppo di prodotti a marchio "rete d'impresa".

Di conseguenza, la mission della rete d'impresa è quella di relazionarsi con il mercato adottando due strategie di marketing diametralmente opposte: una prima, chiamata logica pull, con la quale il cluster si propone di realizzare commesse su specifiche del cliente, ed una logica push, con la quale la rete, attraverso collaborazioni con università e centri di ricerca, intende sviluppare progetti innovativi da proporre al mercato con il proprio brand.

L'obiettivo generale del progetto consiste nel promuovere la realizzazione di reti tra imprese che operano all'interno del Comune di Rocca di Papa, partendo dalla identificazione di un nucleo di imprese che, per caratteristiche e interesse a cooperare, possano costituire un cluster di riferimento nello sviluppo e rilancio del settore di riferimento delle imprese che compongono la rete d'impresa.

Le aziende della rete "Rocca di Papa va in Rete" è stata definita come una rete complementare. Le aziende che la compongono infatti presentano lavorazioni differenti, che coprono l'intera catena del valore. Le aziende che hanno aderito alla rete lavorano quindi in diversi ambiti di mercato e presentano varie competenze.

Innovazione tecnologica

Tra i settori in maggiore trasformazione grazie al mondo delle tecnologie e dell'innovazione, il commercio ed il turismo stanno vivendo oggi una profonda rivoluzione dell'esperienza d'acquisto da parte del cliente. Cambia il cliente, cambia il punto vendita e cambiano le abitudini di acquisto, sempre più integrate tra interno al punto vendita ed esterno allo stesso, tra online e offline, tra portali ecommerce e interazione con l'addetto alle vendite, tra siti di recensioni e consulente di viaggio. L'acquisto diventa una vera e propria esperienza multicanale per il consumatore, dai suggerimenti condivisi online nei social al nuovo rapporto con il commesso in-store, dai sistemi di pagamento innovativi, in mobilità e con la smaterializzazione degli scontrini, con il check-in in camera o addirittura già durante il trasferimento, fino alla gestione e fidelizzazione del cliente stesso che diventa protagonista di una vera e propria strategia post vendita.

Per operare nella nuova era digitale occorre un nuovo modello di marketing strategico e operativo, nuove competenze, un nuovo modo di pensare e agire per farle competere sia con la grande distribuzione commerciale (Centri commerciali-Grandi strutture) che con i nuovi operatori dell'e-commerce (Amazon - E-Bay ecc.).

Scopo del progetto è quello di dotare la rete di sistemi tecnologicamente innovativi in grado di mettere in condizioni anche il piccolo imprenditore di fidelizzare i clienti e di ampliare il numero degli stessi.

Lo strumento individuato è ciò che viene descritto nella specifica macroarea.

Valorizzazione del territorio

Il valore dell'impresa oltre che dai clienti è fortemente determinato dal territorio, dalla sua fruibilità, dai servizi che lo stesso offre, dal decoro, dalla sicurezza. Il successo dei centri commerciali, oltre che dalla varietà dell'offerta è certamente determinato da un contesto sicuro, decoroso e ricco di servizi (wi-fi, refrigerazione o riscaldamento, accoglienza ecc.).

Scopo del progetto è quello di migliorare e valorizzare il contesto urbano attraverso la migliore conoscenza dei valori dello stesso (ambientali, monumentali, culturali, enogastronomici e di intrattenimento), il miglioramento del decoro, la sicurezza.

Tale obiettivo assume un valore particolare nei confronti dei flussi turistici. La promozione della città è generalmente ristretta ai grandi beni monumentali. Obiettivo della rete è quello di

valorizzare le peculiarità del territorio. Lo strumento che si utilizza è la realizzazione di una applicazione multilingue che permetta al turista di conoscere attraverso itinerari predefiniti il valore storico-ambientale del territorio.

Di pari importanza è nei confronti dei cittadini la conoscenza degli eventi sia di intrattenimento che culturali programmati nel territorio. Rendere disponibili questi contenuti in maniera coordinata e su dispositivi di uso comune contribuisce a migliorare la percezione dello stesso.

Questo obiettivo verrà realizzato inserendo nell'applicazione gli eventi del territorio.

Obiettivi generali della Rete da realizzarsi anche attraverso gli strumenti suindicati possono essere sintetizzati in:

- promuovere la realizzazione di progetti volti ad accrescere la **competitività**, la **soddisfazione del cliente** e il **marketing**;
- favorire il dialogo tra Cittadini e Pubblica Amministrazione;
- contribuire a innescare un **processo collaborativo bottom up** per la riqualificazione territoriale nell'area commerciale in cui s'inserisce la Rete d'Imprese in oggetto;
- **ricercare collaborazioni per nuove opportunità di business**;
- contribuire ad un'analisi di mercato finalizzata ad una maggiore razionalizzazione delle attività commerciali;
- favorire l'animazione territoriale attraverso eventi e iniziative partecipate;

La realizzazione del presente progetto concorre a garantire lo start up della Rete d'Imprese.

Le iniziative infrastrutturali, da un lato, e quelle immateriali di promozione e comunicazione, dall'altro, sono tese a far sì che:

- Le imprese aderenti **percepiscano e traggano vantaggio dall'opportunità offerta dalla partecipazione alla Rete**, al fine di sperimentare un nuovo modello di gestione

e di collaborazione che, in prospettiva, si sviluppi e si consolidi sempre più, integrando la partecipazione di altre attività commerciali;

- si sviluppi un programma di comunicazione omogeneo per l'intero territorio distrettuale, anche tramite la creazione del "marchio" del commercio locale, che permetta di incrementare la visibilità dello stesso;
- l'area commerciale si connoti sempre più come ambito privilegiato per iniziative di promozione, animazione e qualificazione territoriale del commercio, così da attrarre visitatori e utenti anche dalle aree limitrofe;
- Si consolidi il rapporto, oggi ancora in divenire, tra il segmento commerciale e quello turistico, anche grazie a un'adeguata azione di marketing.

Eventi a Rocca di Papa

- *Sagra delle Castagne*: inaugurata nel 1979, si tiene in genere la terza domenica di ottobre. Durante la sagra ci sono concerti di paese, stand di prodotti tipici, ma soprattutto gli stand delle caldarroste, le tipiche castagne cotte su delle enormi padelle bucate messe sul fuoco e quelli dei funghi porcini che vengono serviti con la polenta. In questa occasione veniva anche organizzato, dal 1998 e per un decennio circa, uno dei più importanti tornei di scacchi d'Italia
- *Sagra del fagiolo Regina*
- *Festa di Sant'Antonio abate*
- *La mangialonga* si tiene a giugno e consiste in una marcia non competitiva tra i boschi e i siti archeologici di Rocca di Papa con soste durante le quali degustare i prodotti della gastronomia locale. La prima edizione (fine anni novanta) fu un evento a cui parteciparono più di 600 persone; dalla prima edizione l'evento richiama sempre più persone provenienti principalmente dai vicini paesi o dalla città di Roma.
- *Festa del Sacro Cuore*
- *Festa patronale di Santa Maria Assunta*
- *Festa della Madonna del Tufo*, domenica successiva a Ferragosto.
- *Festa della Madonna della Speranza*
- *Festa della Madonna della Pietà*, terzo sabato di settembre

3.Elenco delle attività economiche su strada aderenti al soggetto promotore, con

l'indicazione della loro localizzazione, merceologia e/o settore di attività.

Alla costituenda Rete d'Imprese hanno attualmente aderito compilando il relativo modulo, come previsto dal bando in oggetto attività commerciali su strada.

Si rimanda all'**ALLEGATO C** per l'elenco completo e il numero degli aderenti.

4.Cartografia in scala adeguata rappresentativa dell'area in cui insiste la Rete, con la visualizzazione grafica delle attività aderenti

Hanno aderito alla costituenda Rete d'Imprese le imprese dislocate nel Comune di Rocca di Papa.



Per la cartografia in scala dell'area si rimanda all'**ALLEGATO D.**

5.Elenco di altri Comuni o Municipi di Roma Capitale, qualora interessati.

La Rete d'impresa si sviluppa esclusivamente all'interno del Comune di Rocca di Papa.

6.Sintetica descrizione degli interventi proposti all'interno delle diverse Macro Aree e dettaglio dei costi di ciascuna azione

Introduzione

Il programma di Rete, predisposto dal soggetto promotore, formalmente sottoposto al Comune di Rocca di Papa, in qualità di soggetto beneficiario del finanziamento, è il risultato di un processo condiviso di progettazione urbana democratizzato e reso pubblico per permettere agli esercenti dei negozi di vicinato e botteghe artigianali e storiche, ai cittadini, ai privati, alle associazioni e alla PA di collaborare per la riqualificazione dell'area commerciale relativa a "Rocca di Papa va in Rete".

Il rapporto dialogico instaurato con le realtà associative del territorio ha coinvolto tutti gli stakeholders del progetto che, attraverso confronti e indagini campionarie hanno contribuito significativamente all'analisi del territorio e all'individuazione delle azioni realmente utili ad uno sviluppo territoriale volto a raggiungere risultati concreti, misurabili a breve e a lungo termine.

Tali confronti hanno permesso d'inserire nel programma di Rete alcune azioni che saranno realizzate attraverso la collaborazione delle Associazioni culturali del territorio e di ulteriori

"supporter" privati, **sponsorizzazioni**, **convenzioni**, attività di **crowdfunding** e volontariato.

La proposta progettuale esposta di seguito, con la quale la Rete d'impresa "Rocca di Papa va in Rete" si candida all'ottenimento di un **finanziamento di 100.000€** si articola in singole azioni, ciascuna delle quali ricade all'interno di almeno una delle macroaree previste dal bando.

E' prevista la costituzione di un contratto di rete di impresa che verrà **redatto per atto pubblico**; verrà prevista l'istituzione di un fondo patrimoniale comune e la nomina di un organo comune incaricato di gestire in nome e per conto dei partecipanti l'esecuzione del contratto o di singole parti di esso.

Obiettivo generale è quello di rilanciare il commercio e al contempo altri settori come l'offerta culturale e l'attrattività turistica, attraverso l'aggregazione: la creazione di un'area commerciale integrata con il proprio territorio, organizzata, capace di utilizzare pienamente

le nuove tecnologie, per migliorare la promozione e **rispondere in maniera competitiva alle nuove sfide di un mercato in forte evoluzione.**

Un modello di integrazione che può garantire un futuro di sviluppo, di miglioramento e diversificazione dell'offerta commerciale e turistica e che non può prescindere dalla collaborazione tra la sfera pubblica e quella privata.

Pertanto una proficua collaborazione tra il pubblico e il privato risulta sempre più fondamentale per garantire il successo di progetti e di interventi di sviluppo locale soprattutto quando s' intende affrontare e sostenere il settore commerciale.

Compito di questi soggetti è quello di impegnarsi ad assicurare la completa realizzazione degli interventi per i quali è stata fatta richiesta di inserimento nel presente programma, nel rispetto della previsione dei tempi, fasi e modalità individuate e descritte nel **Cronoprogramma.**

Livello di coinvolgimento della Cittadinanza

Inoltre, nell'ambito del progetto sono inserite una serie di azioni specifiche volte a informare e formare la cittadinanza relativamente alle Reti d'impresa e ai servizi attivati attraverso la realizzazione del progetto:

- **Workshop formativi**, che consentono agli esercenti di fruire dei servizi messi a disposizione per la promozione dell'impresa (Macroarea 5 – Marketing territoriale);
- **Meeting per i monitoraggio e la valutazione del programma di Rete**, per la condivisione con i cittadini e la PA dello stato di avanzamento lavori in maniera tale da garantire la trasparenza dell'informazione (Monitoraggio);
- Eventi per la **condivisione dei risultati** raggiunti e per la promozione dell'area commerciale;
- Campagne promozionali attraverso l'APP di rete per un **coinvolgimento innovativo**, ludico, in grado di raggiungere target molto differenti tra loro.

Già nella fase di progettazione gli aderenti alla Rete d'Imprese hanno coinvolto associazioni culturali e Cittadini, condividendo e raccogliendo opinioni e idee che hanno contribuito ad

arricchire il presente progetto e ad avvalorarne il **carattere partecipativo**, per una progettazione dal basso (**bottom up**) finalizzata ad una piena democratizzazione del programma di Rete.

Addizionalità e Sostenibilità.

Come emerge dalle **Descrizione sintetica degli interventi** previsti dal Programma di Rete, attraverso il supporto del Manager della Rete, la Rete d'impresa "Rocca di Papa va in Rete" ha potuto programmare già in fase preliminare alcune azioni finalizzate a garantire **l'addizionalità e la sostenibilità del progetto**.

Relativamente **all'ottenimento di finanziamenti integrativi** la Rete potrà ottenere **sponsorizzazioni** per iniziative specifiche; in particolare si svilupperà la **collaborazione** con quelle realtà imprenditoriali che, pur avendo manifestato interesse per il Programma di Rete, non hanno potuto aderire alla stessa a causa dei requisiti richiesti dal bando (par. 5 punto 2.a) e attiverà una piattaforma **crowdfunding** a sostegno di una ulteriore progettazione d'iniziativa di sviluppo territoriale condivise con la Cittadinanza (processo bottom up). Relativamente alle possibilità finanziarie in entrata è da considerare l'introito che la pubblicità venduta tramite il pullman elettrico ci circa 600,00€ mensile per un totale presunto l'anno di 7.200,00.

Ulteriori entrate previste provengono dalla "Festa della Ciambella degli Sposi" i cui introiti si prevedono per circa €.10.000,00.

In oltre, al fine di garantire una sostenibilità finanziaria reale al presente programma "Rocca di Papa va in Rete", il Comune si impegna a concedere l'utilizzo in via del tutto gratuita delle aree pubbliche e degli immobili di proprietà dell'amministrazione necessari allo svolgimento delle attività di promozione e comunicazione inerenti la realizzazione degli eventi, come meglio descritto nella parte dedicata alle iniziative informative e all'intervento concernente la comunicazione.

Inoltre tutta la segnaletica informativa installata dalla rete non sarà soggetta al **pagamento dell'ICP** (Imposta Comunale di Pubblicità).

A titolo gratuito il Comune concede occupazione di Suolo e in cambio i soggetti appartenenti alla Rete si occuperanno di mantenere gli impianti in buono stato. Dunque per assicurare maggiore efficacia al Programma di Rete, anche dopo aver sollecitato le istituzioni, è stata recepita dunque la volontà dell'Ente di promuovere e sostenere lo sviluppo della Rete attraverso una serie di misure quali:

- garanzia a titolo gratuito degli spazi e dei materiali necessari alla promozione degli eventi legati alla Rete
- riduzione della tassazione in materia di occupazione suolo pubblico (la commissione competente ha approvato lo schema di regolamento che prevede la riduzione per le attività produttive, e quindi per gli aderenti alla Rete di impresa)
- individuazione di nuove aree carico e scarico per gli aderenti alle reti
- stipula di un protocollo di intesa volto a favorire una fruizione più diretta dei parcheggi per i clienti della Rete di impresa
- avvio di uno studio per il marketing territoriale.

Le imprese aderenti alla Rete si impegneranno inoltre a predisporre accordi con Società Assicurative e banche per ottenere servizi a condizioni vantaggiose per la Rete stessa.

La Rete d'Imprese "Rocca di Papa va in Rete" ha inoltre stabilito **convenzioni con aziende erogatrici di servizi pubblici locali e della municipalità**. In particolare con :

- **SERVIZIO EASY PARK** (easyparkitalia.it) ai clienti della rete d'impresa, al momento dell'acquisto verrà ricaricato il proprio credito relativo al pagamento dei parcheggi blu del Comune di Rocca di Papa. Il servizio permette di razionalizzare il tempo, evitando lunghe code e quindi spreco di tempo e di rendere ancora più economica la spesa;
- **COMUNE DI ROCCA DI PAPA** – la rete di imprese, una volta acquistato il pullman elettrico lo cederà in comodato d'uso al Comune di Rocca di Papa, il quale provvederà ad effettuare il servizio di trasporto di collegamento tra i parcheggi ed il centro della città a sue spese. In oltre si effettuerà l'analisi dei percorsi ed eventuale intensificazione delle linee in base alle necessità della popolazione residente e dei frequentatori abituali, nonché collegamento informativo costante relativo alle corse e al trasporto pubblico.
- **RETE PUBBLICA WIFI METROPOLITANA (ex Provincia Wi Fi)** - Diffusione e intensificazione della rete Wi-Fi pubblica
- **PROLOCO ROCCA DI PAPA** – realizzazione di attività che consentano la valorizzazione, la gestione e la realizzazione di contenuti informativi turistico culturali specifiche delle aree in cui le Reti di impresa si sviluppano
- **MINISTERO DELL'INTERNO** – per rafforzare il livello di sicurezza e di protezione dei cittadini e delle imprese, il ministero consente di effettuare tramite software il controllo e

l'intervento da parte delle centrali operative del pronto intervento dei Carabinieri e della Polizia di Stato (112-113) in situazioni di pericolo e di criminalità nelle aree in cui le Reti di impresa si sviluppano.

Le macroaree di intervento previste

Macro area 1. Interventi di manutenzione, arredo dell'ambiente urbano e sicurezza

6.1 - Macro area 1. Interventi di manutenzione, arredo dell'ambiente urbano e sicurezza

Progetto "Street Art"

La street art per definizione è un'arte inclusiva, accessibile a tutti e capace di dialogare con la comunità. Si presta dunque per essere realizzata **in modalità partecipata** coinvolgendo i passanti, gli abitanti del quartiere, gli studenti, che danno il loro supporto o nella fase progettuale o spesso nella fase pratica di realizzazione dell'opera. Si tratta di **interventi di grande impatto visivo** che hanno l'obiettivo di **vitalizzare e valorizzare vie, quartieri o edifici anonimi** e al tempo stesso migliorare la vita di chi li vive facendoli **sentire protagonisti**.

Il progetto vuole far portare "allo scoperto" la pratica artistica contemporanea ed in particolare l'arte urbana, come arte di frontiera, ponendola a stretto contatto con il territorio al fine di stimolare un processo di interazione e contaminazione reciproca.

La Rete attraverso l'**obiettivo principale di "Street Art"** vuole sostenere l'ideazione e la creazione di opere di street art dando ad esse la possibilità di occupare numerosi spazi della città di Rocca di Papa. Il progetto punta a mettere **in contatto alcune zone della città, contraddistinte da contesti sociali e territoriali delicati, con la realtà creativa contemporanea portando quest'ultime alla ribalta del palinsesto delle offerte artistiche e performative promosse dalla Rete**.

Accanto alla **concreta riqualificazione fisica delle zone che verranno coinvolte nel progetto**, "Street Art" promuove la diffusione della cultura della Sostenibilità attraverso l'arte. Infatti i quartieri della città scelti per ospitare le nuove opere di giovani street artists si trasformeranno in vettori di "Educazione, sensibilizzazione, comunicazione" che rappresenta una delle dimensioni chiave per l'effettivo raggiungimento degli obiettivi della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile "SNSvS"; la "cultura della sostenibilità", da promuovere a tutti i livelli (impresa, società civile, istituzioni, ricerca) e in tutte le sedi educative - in un'ottica di *lifelong learning* - è essenziale, difatti, per innescare la trasformazione del modello di sviluppo attuale, nonché per la diffusione di conoscenze, competenze, stili di vita e modelli virtuosi di produzione e consumo sostenibili andando ciascuno a visualizzare i relativi temi di fondamentale importanza per il futuro dell'uomo.

Attraverso una serie di strategie di **coinvolgimento attivo che comprendono incontri con gli artisti, dibattiti aperti, performances combinate e mostre di fotografia delle varie fasi del progetto**, si punta a stimolare un'attenzione ed un sentimento di interesse e di cura nei confronti dei luoghi in primis e delle tematiche generali vicine alla Sostenibilità che lo stesso territorio presenta.

"Street Art" vuole essere un progetto concreto, primo passo verso **una buona pratica con un alto grado di scalabilità** che possa essere nuovamente promossa sul territorio in forme sempre nuove e aggiornate; che possa essere capace di ergere la discussione a comune intento; che possa infine **allargare i limiti di un evento fino a raggiungere il concetto di esperienza duratura e condivisa del proprio paesaggio**.

Tutti i cittadini devono avere la possibilità di scegliere un modo diverso di vivere la propria realtà all'interno del proprio territorio e **hanno il diritto e il dovere di partecipare alla discussione sulle necessità impellenti dell'epoca contemporanea** apportando il proprio contributo attraverso aspettative, idee e punti di vista per contribuire alla trasformazione della quale vogliamo essere partecipi.

"Street Art" punta a rendere i muri di Rocca di Papa **un museo a cielo aperto**, ma anche e soprattutto **le ambasciatrici di un cambiamento possibile**.

Opere di questo tipo realizzano un grande impatto sulla scena urbana, veicolano contenuti e messaggi importanti, rimarcano a vario titolo le identità locali e consegnano al pubblico, residenti e passanti, una grande prova di implementazione della bellezza di dimensioni e di qualità pregevoli per mano di giovani e a volte giovanissimi street artisti. La nota tuttavia è da centrare sul coinvolgimento dei gruppi territoriali, di frequente focalizzati addirittura in perimetri ampi quanto una frazione di quartiere o un parco, così che l'opera possa incidere concretamente su un numero contabile di destinatari.

Il progetto "Street art" avrà inizio coinvolgendo una decina di artisti di street art del nostro territorio (fra i 15 ed i 40 anni) appassionati a queste espressioni artistiche. Questa fase sarà determinante per il ruolo di "attivatori sociali" che il gruppo avrà con i coetanei e per rendere i ragazzi stessi protagonisti di tutto il progetto. Il gruppo verrà infatti accompagnato all'ideazione, organizzazione, comunicazione e realizzazione di un grande evento a risonanza regionale che intreccia le loro passioni.

Con questo evento la Rete mira alla:

- Diffusione della street art e delle espressioni culturali giovanili fra preadolescenti ed adolescenti;

- Creazione di buone opportunità di socializzazione, di lotta alla sedentarietà e di prevenzione del disagio giovanile;
- Attivazione e valorizzazione di un gruppo di giovani del territorio, protagonisti in tutte le fasi del progetto;
- Realizzazione di un evento finale (jam), a risonanza regionale, dove i ragazzi possono confrontarsi con i coetanei provenienti da altre regioni e paesi. L'evento vuole quindi essere occasione di scambio giovanile (youth exchange).
- Abbattimento del pregiudizio delle amministrazioni e della cittadinanza verso queste pratiche e favorire così un costruttivo dialogo intergenerazione;
- Attivazione di una collaborazione tra writers e comuni, individuando zone cittadine "adatte" ("hall of fame) a far sì che i writers abbiano a disposizione spazi dove praticare forme di writing libero, ponendo regole condivise di rispetto del decoro ed individuando dei "responsabili".

Macro area 1.	
Interventi di manutenzione, arredo dell'ambiente urbano e sicurezza	
Progetto "Street Art"	
✓ Rimozione intonaco esistenze e formazione nuovo intonaco pronto per la pittura:	€ 3.500,00
✓ Materiale spray e tappini erogatori :	€ 500,00
✓ Vernici per l'imbiancatura del muro, con due mani di vernice per l'esterno (anche colorato, non solo bianco) ed eventuale aggrappante :	€ 700,00
✓ Materiale di consumo, ovvero pennelli rulli, secchi, etc...	€ 300,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 5.000,00

6.2 - Macro area 2. Azioni complementari alle politiche di mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale, nonché dirette al miglioramento dell'accessibilità all'area su cui insiste la Rete e alla fruizione degli spazi pubblici interessati

Pulmino Elettrico

Al fine di migliorare l'accesso al centro storico della Città e per fare in modo di ovviare allo spinoso argomento dei parcheggi si vuole verificare l'acquisto, da parte della rete di imprese, di un pulmino elettrico che colleghi i parcheggi più vicini al centro storico con un tempo di percorrenza e, quindi di frequenza, di 10 minuti.

Il Comune di Rocca di Papa, interessato a potenziare il servizio di mobilità cittadino ed a favorire con proprie risorse lo sviluppo ed il consolidamento del concetto di rete di impresa, tra gli operatori commerciali, ha manifestato disponibilità alla copertura di parte dei costi di gestione che la rete di imprese dovrà sostenere per la gestione del servizio

Questa fase di progetto ha lo scopo di incentivare la mobilità urbana ecosostenibile, attraverso la promozione di tecnologie innovative e l'implementazione di un cambiamento significativo nello stile di vita dei cittadini, invitandoli a limitare l'utilizzo delle auto a favore dei mezzi pubblici.

Gli OBIETTIVI che intendiamo perseguire sono i seguenti:

- Riduzione tempi di percorrenza e dei costi di trasporto;
- Riduzione al minimo del rischio di inquinamento causato dai sistemi di trasporto;
- Sostegno allo sviluppo sostenibile dei sistemi di trasporto;
- Più facile accesso ai servizi di informazione e lo sviluppo attrattivo della zona del centro.

L'utilizzo dell'auto elettrica, garantirà la diffusione di veicoli "puliti" a basso consumo energetico per il trasporto di passeggeri. Veicoli più puliti diminuiranno l'inquinamento dell'aria a livello locale e le emissioni di gas a effetto serra, contribuendo a migliorare la qualità della vita dei cittadini .

Le auto saranno personalizzate da messaggi promozionali e pubblicitari relativi al fine di rendere quanto più possibile attuabile la sostenibilità economica della Rete di Imprese.

L'utilizzo di mini-bus elettrici, garantirà la diffusione di veicoli pubblici puliti a basso consumo energetico per il trasporto di passeggeri.

Veicoli più puliti diminuiranno l'inquinamento dell'aria a livello locale e le emissioni di gas a effetto serra, contribuendo a migliorare la qualità della vita dei cittadini

Tale percorso verrà inserito in forma sperimentale nel piano comunale dei trasporti (TPL). Va, quindi, concordata con l'Amministrazione Comunale la gestione di tali servizi che può essere inserita come cofinanziamento del presente progetto di rete.

La navetta sarà personalizzata da messaggi promozionali e pubblicitari relativi al fine di rendere quanto più possibile attuabile la sostenibilità economica della Rete di Imprese.

STAZIONI DI RICARICA SMARTPHONE AD ENERGIA SOLARE

Al fine di sensibilizzare alla sostenibilità energetica la cittadinanza verranno installate tre stazioni di ricarica smartphone ad energia solare innovative e socialmente responsabili.

La stazione di ricarica di cellulari e powerbank è in legno ed è prodotta in Italia da artigiani falegnami che ne permettono la personalizzazione del logo e del colore.

Durante la ricarica i dispositivi possono essere custoditi, al sicuro dal loro surriscaldamento, nell'apposito box di ricarica sul retro della stazione dotato di chiavi di sicurezza.

La colonnina di ricarica solare per smartphone e powerbank, completamente indipendente dalla rete elettrica e personalizzabile nel logo e nel colore, si compone di :

Pannello Solare con 16W di potenza con percentuale di ricarica sino ad 1% al minuto a pieno sole

PowerBank in legno inclusa nel prezzo per poter accumulare l'energia solare e renderla disponibile ai clienti anche al tavolo, all'ombrellone o al lettino come servizio di cortesia o a pagamento sul conto

Dimensioni ridotte (66X24cm) e design accattivante per integrarsi perfettamente in qualsiasi contesto, indoor o outdoor per posizionare il pannello dove si preferisce spostandolo con estrema facilità

Cavo di ricarica 3 in

2 Box posteriori porta cellulare per limitare il surriscaldamento durante la ricarica. Ciascun box ha una serratura per custodire gli apparati durante la ricarica portando via con sé la chiave di sicurezza

1 Box frontale porta batteria di accumulo (SunPowered Station) per avere energia pulita 24h su 24 anche dove non c'è corrente elettrica.

Il box ha una serratura di sicurezza con chiave

Solo **1.9kg di peso**, escluso il totem

Ricarica Smart che evita sovratensioni per gli apparati collegati

Efficienza di conversione dell'energia solare del 24%

Progetto di arredo urbano "Belverde"

Il progetto della Rete prevede la riqualificazione dei giardini della piazza della Pace. La città di Rocca di Papa ha un'architettura a raggiera, dove il centro è questa piazza con la chiesa, da cui si irradiano le strade. Al fine di garantire l'abbattimento delle barriere architettoniche e migliorare la qualità estetica del punto panoramico rafforzando il concetto di sosta al fine di supportare un turismo lento ed attento ai percorsi paesaggistici.

Attraverso la dotazione di nuovo arredo urbano si mira al potenziamento ed al miglioramento dell'offerta fruitiva.

ELENCO INTERVENTI:

Dotazione di:

- N 4 nuove panchine in ferro e legno;
- N 3 nuovi cestini porta rifiuti
- N 1 rastrelliera per bici;
- N 2 corpi illuminanti da incasso e arredo urbano;
- Realizzazione rampa per i disabili con relativa ringhiera con pendenza inferiore all'8 %.

Macro area 2.	
Mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale	
Pulmino elettrico	
Stazioni di ricarica smartphone	
N. 1 Pulmino elettrico	€ 46.360,00
N. 4 Stazioni di ricarica smartphone	€ 1.596,00
Istallazione stazioni	€ 450,00
- N 4 nuove panchine in ferro e legno;	€ 1.400,00
- N 3 nuovi cestini porta rifiuti	€ 1.050,00
- N 1 rastrelliera per bici;	€ 500,00
- N 2 corpi illuminanti da incasso e arredo urbano;	€ 500,00
Realizzazione rampa per i disabili con relativa ringhiera con pendenza inferiore all'8 %.	€ 2.500,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 54.356,00

6.3 - Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di formazione, promozionali e di valorizzazione delle eccellenze.

Nell'ambito di riqualificazione dell'area commerciale la costituzione della rete e quindi l'attuazione di un piano di Town Centre Management si traduce in un miglioramento dei "servizi comuni" a vantaggio della qualità di vita dei residenti e dei frequentatori dell'area commerciale. Tali servizi (accessibilità, decoro e arredo urbano, sicurezza, ecc.) contribuiscono a qualificare e caratterizzare il "contesto di acquisto" modificando l'esperienza e la **vision** del consumatore. Ciò, come vedremo di seguito, è realizzabile attraverso accordi con aziende municipalizzate al fine di stimolare insieme all'Amministrazione Pubblica un maggior coordinamento, una maggiore efficacia, della fornitura dei servizi, oppure attraverso interventi diretti o, ancora, attraverso la gestione di alcuni servizi da parte della Rete.

Si vuole prevedere una cartellonistica utile agli automobilisti per raggiungere i parcheggi, sia quelli strutturati e di dimensioni maggiori, sia quelli di dimensioni minori ed in oltre si prevede una segnaletica che indichi l'itinerario pedonale da percorrere per raggiungere il centro. Studio grafico e installazione di elementi di segnaletica specifica e personalizzata che segnalano l'ingresso all'area interessata dalla Rete d'Impresa.

Realizzate delle segnalazioni della attività in prossimità degli ingressi delle vie commerciali, in particolare delle vie secondarie dell'area con degli **elementi cumulativi**, che favoriscono l'identificazione dei commercianti in un progetto unitario. Questi costituiscono elementi di arredo che promuovono e valorizzano le imprese in Rete contribuendo al decoro urbano.

IMPIANTI DI SEGNALETICA TURISTICA

La segnaletica turistica interattiva, dotata di Qr Code, guida il visitatore alla scoperta del Comune, fornisce indicazioni per raggiungere i siti di maggiore interesse e ne permette l'approfondimento grazie ai contenuti multimediali. Molto semplice ed intuitiva, è allo stesso tempo accurata nelle informazioni. Un vero e proprio punto di riferimento importante nella conoscenza della storia del Comune o di un particolare sito di interesse.

La segnaletica turistica sarà integrata con:

- 1) Proposte di itinerari per agevolare il traffico di turisti;
- 2) Mappa del territorio con siti d'interesse geolocalizzati;
- 3) Contenuti informativi e interattivi in doppia lingua;
- 4) Virtual Tour 360° con audioguida professionale

Le principali caratteristiche tecniche:

- Design ritenuto idoneo dalla Soprintendenza ad essere installato all'interno del Centro Storico
- Gli impianti sono realizzati in ferro con zincatura elettrolitica protettiva antigraffio
- Gli impianti sono verniciati con polveri epossidiche resistenti agli agenti atmosferici
- Stampa su vinile polimerico laminato con protezione UV 80% e durata pluriennale garantita

Gli impianti di segnaletica turistica sono suddivisi nelle seguenti tipologie:

- 1) Impianti di Benvenuto o di informazione generale

Si tratta di un impianto caratterizzato da un pannello (200*100 cm) dotato di mappa del territorio, QR Code e descrizioni sintetiche in 2 lingue (italiano e inglese) per segnalare e mettere in risalto i siti di maggiore interesse, generalmente corredati dalla loro posizione geografica. Verranno installati nelle principali piazze del Comune.

- 2) Impianti di identificazione del Monumento

Impianto per evidenza dei singoli attrattori turistici con pannello in forex (pannello 55*80 cm) con spiegazione in doppia lingua e QR Ccode. Struttura ad arco in ferro (tubolare di diametro 60mm) zincato, verniciato color grigio micaceo con sfera in acciaio.

- 3) Targa di identità Territoriale – 40*60cm

Si tratta di un impianto caratterizzato da un pannello (40*60 cm) per l'evidenza delle informazioni del singolo monumento.

- 4) Impianti di Benvenuto/arrivederci

Si tratta di un impianto caratterizzato da un pannello (150*100 cm) per l'accoglienza del turista.

Il pannello è bifacciale e riporta la dicitura **BENVENUTI /ARRIVEDERCI**. Questo tipo di impianto può sostituire l'impianto di Benvenuto (Scheda tecnica A). Abbiamo pensato di collocarli ai 4 ingressi al Comune, per identificare il territorio.

5) Maxi scritta in Polistirene

Scritta con **MAXI LETTERE** – altezza lettere 60 cm, spessore 20 cm. La scritta è in polistirene espanso resinato (polistirolo ad alta densità).

La scritta sarà colorata in due colori

Le singole lettere presentano una staffa e perni in metallo per l'ancoraggio al terreno.

I PANNELLI REALIZZATI SARANNO TRADOTTI ANCHE IN BRAILLE.

Logo e grafica

Realizzazione di un **logo** e di una **linea grafica coordinata che favorisca la divulgazione** dell'immagine unitaria della Rete d'impresa e che caratterizzi l'utilizzo di elementi decorativi e iconografie specifiche.

Brochure turistico-promozionale

Brochure f.to A5, Aperto A4, carta 170gr, autocopertinato, spillato al centro, 20 pagine. Le copie saranno destinate all'Amministrazione del Comune, alla Pro loco e agli Info Point.

La brochure è dotata di QrCode interattivo. Le aziende hanno diritto ad un banner promozionale con Coupon per offerte e sconti riservati. Saranno messi in evidenza gli Itinerari, il Calendario degli eventi e feste, per richiamare il ritorno dei turisti, l'enogastronomia e i prodotti tipici.

La distribuzione del materiale promozionale coinvolgerà anche le strutture e gli organi non appartenenti alla Rete, come il PIT o la Pro Loco.

Festa della Ciambella degli Sposi

Un evento non rappresenta solo un'occasione di spettacolo e di intrattenimento per il pubblico ma è anche uno strumento con cui generare ricadute economiche positive attraverso la spesa attivata dai visitatori e dagli organizzatori che, a seconda della portata dell'iniziativa e del livello territoriale, può sostenere il tessuto economico locale e, nel caso dei grandi eventi, anche la crescita e lo sviluppo economico di un territorio più ampio.

Può inoltre favorire l'attrazione di investimenti, la crescita e la promozione socio-culturale, la valorizzazione territoriale e lo sviluppo turistico, la conoscenza e la promozione dell'immagine di un territorio.

Un evento può generare quindi impatti di natura economica, socio-culturale, ambientale, di marketing e politico (riferiti cioè alla consapevolezza e al senso di appartenenza e di orgoglio della comunità).

Con queste premesse la Rete vuole sviluppare la domanda turistica e la diffusione dei prodotti tipici e degli eventi fieristici sul territorio di Rocca di Papa mediante la creazione della "Festa della Ciambella degli Sposi".

La Ciambella degli sposi è un tipo di dolce nuziale di Rocca di Papa che viene donato agli sposi come augurio e porta fortuna per un futuro solido dolce e piacevole così come risulta il gusto della ciambella.

Un prodotto dagli ingredienti semplici: zucchero, uova, farina, liquore, scorza di limone, olio extravergine di oliva e lievito, e zucchero in granella per la guarnizione, intorno a cui gravita un rituale ben preciso e distintivo della comunità roccheggiana.

La distribuzione segue una regola condivisa:

- sei ciambelle per gli amici e il vicinato (coloro, cioè che non sono invitati);
- otto per gli invitati e i cugini;
- dodici per gli zii e i nonni;
- diciotto per le comari e i compari di battesimo;
- ventiquattro per le comari e i compari di cresima.

In caso di "doppio ruolo le ciambelle si sommano.

La tradizione vuole che la sposa non debba in alcun modo partecipare alla preparazione delle ciambelle e che siano poi consegnate da bambini, solitamente nipoti degli sposi, che ricevono per ogni consegna una piccola mancia in denaro.

La storia delle ciambelle a Rocca di Papa testimonia un'usanza antica e benaugurale che affonda le radici nel passato, frutto di arcaiche tradizioni; ottime e croccanti, sia asciutte che bagnate nel vino, fanno sì che chi le assapora di cuore àuguri agli sposi un futuro solido, come sono croccanti le ciambelle di Rocca di Papa, dolce e piacevole come la loro degustazione.

La ciambella degli Sposi di Rocca di Papa **è ufficialmente un prodotto tradizionale regionale così come segnalato dall'Arsial** (Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione dell'Agricoltura del Lazio).

Particolare attenzione verrà data alla pianificazione degli obiettivi, alla prenotazione di eventuali complementi d'arredo, al sistema di registrazione presenze, alla preparazione dei gadget ed il report dell'evento.

Parte integrante della missione della Rete è creare sviluppo e vuole agire affinché la sua attività generi una ricaduta positiva sul territorio, direttamente e indirettamente, alimentando sia il mercato del lavoro legato alle specifiche competenze del settore fieristico sia l'indotto. La Rete dedicherà impegno e riserverà risorse alla crescita del tessuto socio-economico in cui opera e al benessere della collettività di cui è espressione attraverso una costante opera di consolidamento, sostenuta dall'innovazione e proiettata verso l'internazionalizzazione. Con questa Festa della Ciambella degli Sposi la Rete punta a costruire dialogo e valore coinvolgendo gli stakeholder economici e culturali del territorio in una innovativa e fruttuosa strategia di valorizzazione dello stesso, di cui fanno parte anche attività e iniziative slegate dalle logiche espositive e gestite al di fuori del territorio di Rocca di Papa.

La "Festa della Ciambella degli Sposi" verrà effettuata il terzo weekend del mese di Maggio.

Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di Formazione e promozionali e di valorizzazione delle eccellenze	
N. 4 - Impianti di Benvenuto o di informazione generale	€ 2.700,00
n° 6 - Impianti di identificazione del Monumento	€ 2.100,00
N. 4 - Targa di identità Territoriale – 40*60cm	€ 1.200,00
N. 4 - Impianti di Benvenuto/arrivederci	€ 2.200,00
Maxi scritta in Polistirene "Rocca di Papa"	€ 2.550,00
Logo e grafica	€ 2.000,00
Brochure turistico-promozionale	€ 2.000,00
Festa della Ciambella della Sposa	€ 3.394,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 18.144,00

6.4 - Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini

Fidelity Card

Sarà inoltre possibile fidelizzare la clientela anche attraverso l'introduzione di una FIDELITY CARD che permette l'identificazione puntuale dei clienti e l'associazione con gli accessi e le transazioni.

L'azione è destinata sia alla fidelizzazione del cliente, che all'ampliamento della clientela attraverso delle fidelity Card personalizzate in quadricomia. Con queste fidelity Card, il cliente al momento dell'acquisto accumula "punti" che può riscattare nel circuito, risparmiando, così denaro sui suoi acquisto successivi.

L'adozione della fidelity card permette di fidelizzare anche quella parte di clientela che non utilizza abitualmente APP e Smartphone. Ad essa sono inoltre legati una serie di altri vantaggi:

- La fidelity Card consente di accumulare "punti" spendibili in tutti i negozi del circuito dando la possibilità di avere un abbattimento dei costi al momento dell'acquisto
- Promozione di azioni stagionali;
- Fidelizzazione grazie ad acquisti a condizioni di favore;
- Servizi al cittadino;
- Coinvolgimento dei cittadini allo sviluppo della Rete d'impresa.

D'altro canto, nell'ambito del marketing territoriale, la promozione delle attività operanti nel territorio, dei luoghi d'interesse e delle attività culturali, dunque lo sviluppo del *knowledge marketing*, permette all'utente consumatore di aumentare la propria conoscenza del territorio e di conseguenza di apprezzare maggiormente l'offerta complessiva dell'area. Il risultato è l'aumento della competitività dell'area commerciale della Rete d'Imprese che può caratterizzare l'offerta e i servizi in base alle richieste della clientela e valorizzare l'esperienza d'acquisto.

L'idea progetto consiste nel realizzare una rivista che racconti ciò che accade nella progettualità della rete di imprese da un punto di vista sociale, degli eventi, delle iniziative commerciali, ecc..

L'obiettivo è quello di creare e diffondere le attività della rete di imprese e di cercare di raccontarne tutti i suoi aspetti culturali e di vita quotidiana.

PORTALE DI DESTINAZIONE TURISTICA

Oggi i nuovi media digitali ci potrebbero permettere senza grande fatica di **proporre le attrattive e i servizi del nostro territorio** presentandoli anche al di sopra delle reali potenzialità, ma non sarebbe questa la strada giusta per conquistare e fidelizzare il nostro target di clientela.

Per questo è importante che un **portale di destinazione** sia la trasposizione online di quello che il turista si troverà di fronte nella realtà dei fatti quando sarà in loco sul territorio. E per fare questo è fondamentale che prima di arrivare alla costruzione di un portale di destinazione degno di questo nome ci sia stato alla base un lavoro di preparazione, in grado di creare e consolidare nel tempo una **rete territoriale** che coinvolga tutti gli stakeholder nella costruzione di un **prodotto turistico integrato** e organizzato.

La destinazione oggi è un prodotto e come ogni prodotto che deve essere promosso e venduto, non può prescindere dall'avere una presenza in rete.

Nel caso del turismo poi, si rileva come proprio questo settore da solo, muova quasi la metà dell'intero e-commerce.

La vendita e la promozione online di prodotti e servizi turistici è in costante aumento, non è una novità, il turismo rappresenta oggi uno dei settori più orientati al digitale, con una crescita doppia rispetto agli altri settori e con una progressione in notevole crescita prevista almeno per i prossimi 20 anni.

Per quanto riguarda il turismo digitale, i dati diffusi dall'**Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo**, indicano che il mercato dei viaggi in Italia è in ripresa, in particolare grazie al turismo digitale. Ecco alcuni numeri che rafforzano ulteriormente questo dato ed indicano quali sono i comportamenti abituali del turista digitale:

- 86% **usa almeno una app durante il viaggio** creando nuove opportunità di engagement
- 86% utilizza la rete per **prenotare**
- 83% utilizza la rete per **cercare informazioni**

- 36% utilizza la rete per **scrivere una recensione**
- 33% **condivide l'esperienza online** alla fine del viaggio

Oggi chi viaggia dispone di una quantità enorme di informazioni direttamente sul proprio smartphone, attraverso cui è in grado di pianificare e organizzare in modo dettagliato il proprio viaggio. Ecco perché nello scenario attuale, **un territorio che voglia proporsi come una destinazione turistica non può prescindere dal diventare essa stessa un prodotto turistico**, trovare la sua identità e promuoversi attraverso un brand ed una presenza online efficace e dotata di tutti i crismi per rispondere alle esigenze del turismo digitale.

Il **portale di destinazione turistica** è lo strumento preposto a fare questo, una porta d'ingresso attraverso cui il visitatore può andare alla scoperta dell'**offerta turistica** del territorio e delle sue attrattive, guidato da contenuti interessanti e ben costruiti.

Finalità dei portali di destinazione turistica

Un portale di destinazione dovrebbe avere due principali funzioni:

1. informare e "convincere" il potenziale visitatore
2. agire come strumento di marketing territoriale

Attraverso il **portale di destinazione** il turista dovrebbe essere supportato e guidato verso la sua scelta di viaggio, ottenere un'informazione completa sulle **attrattive**, gli **eventi**, le **offerte** degli operatori e le **esperienze** che è possibile fare in loco, pronti a guidarlo con strumenti semplici che lo conducano con pochi clic al termine del processo di prenotazione. Il portale deve essere anche un mezzo attraverso cui fidelizzare il turista anche dopo il viaggio, un mezzo per rafforzare l'immagine e il **brand della destinazione**, uno strumento per mettere in atto azioni di **marketing territoriale**, per supportare gli operatori turistici nella promozione delle loro offerte, in grado di posizionare e vendere la destinazione sul mercato.

La check list con le caratteristiche del portale di destinazione

Il portale dovrà:

- essere in grado di raggiungere il maggior numero di clienti potenziali e per fare ciò condizione essenziale che sia realizzato in modalità responsive: un portale di destinazione deve essere pensato per essere fruito prima di tutto da dispositivi mobile, cioè da smartphone, con contenuti chiari, leggeri e facilmente accessibili.

- essere completo di informazioni, ricco di contenuti relativi alle attrattive del territorio, ai prodotti e alle offerte, per indurre alla prenotazione.
- essere sempre aggiornato con novità ed eventi che si svolgono sul territorio.
- stabilire un contatto/dialogo con il potenziale visitatore, attraverso strumenti quali RSS (Really Simple Syndication), newsletter, blog, wiki etc.
- prevedere un alto livello di qualità dei contenuti e l'utilizzo delle nuove tecniche di marketing territoriale come lo storytelling, una modalità che utilizza uno stile di narrazione coinvolgente per raccontare il territorio.
- gestire il social networking ed integrare contenuti propri e contenuti generati dagli utenti grazie alla condivisione dei contenuti di Instagram, Facebook, TripAdvisor: gli user-generated content vengono percepiti come reali e naturali, interessanti e coinvolgenti, in grado di ispirare altri utenti.
- incentivare e facilitare la prenotazione e la vendita diretta o indiretta del prodotto turistico.
- prevedere un'offerta ampia, ben costruita e targettizzata.
- coinvolgere il maggior numero di operatori turistici locali, affinché collaborino a creare e diffondere il prodotto turistico.
- coinvolgere e responsabilizzare il territorio nella produzione di contenuti aggiornati e di valore.
- garantire la distribuzione dell'informazione a visitatori e turisti.
- generare report periodici sui risultati ottenuti.

Verrà creato un sito Web della rete d'Impresa a vantaggio delle attività commerciali che la costituiscono attrarre nuovi consumatori.

Anche la scelta di sviluppare siti di E-commerce singoli per ogni azienda facente parte della Rete d'impresa "Rocca di Papa va in rete" è motivata dall'obiettivo di sviluppare un piano di **direct marketing** che permetta al consumatore di essere sempre aggiornato, in base ai propri interessi, sulle offerte e le iniziative che riguardano la Rete.

Governance e Manager di rete

Costituzione della Rete

In caso di ottenimento del finanziamento regionale, coloro che hanno sottoscritto l'impegno alla costituzione della rete procederanno, entro i tempi previsti dal bando, alla

formalizzazione della Rete d'Imprese attraverso una delle forme previste dal bando che sancisce la costituzione del soggetto promotore e affida il supporto tecnico operativo e progettuale della Rete al **Manager di Rete Dott.ssa Cristina Blasi**.

La costituzione della Rete d'Imprese, nonché l'attivazione e lo sviluppo del presente progetto, programma di Rete, contribuisce a facilitare il dialogo tra la piccola e media imprenditoria locale e la Pubblica Amministrazione, garantendo un confronto diretto, regolare (Cronoprogramma) collaborativo e programmatico tra le parti.

Il Manager di Rete

Il **Manager di Rete**, coordina la Rete d'Imprese facilitando il dialogo della stessa con la Pubblica Amministrazione e ponendosi, quale facilitatore di rapporti tra le parti e promotore di ulteriori progetti di sviluppo e supporto per il rilancio dell'attività commerciale locale.

Lo sviluppo di un programma di attività complesso come quello della Rete d'Imprese, costituisce l'occasione per ristabilire rapporti di fiducia e instaurare un processo di coesione e coordinamento fra la Amministrazioni Pubblica locale e i referenti delle parti private (attività su strada).

A tal fine, la metodologia organizzativa adottata è quella di un processo di sviluppo dal basso (bottom up) legato al territorio, alle realtà che vi operano, alle variabili socioeconomiche che localmente si esprimono.

Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini	
Fidelity Card	€ 3.200,00
PORTALE DI DESTINAZIONE TURISTICA	€ 6.500,00
Costituzione della Rete	€ 2.800,00
Manager di rete	€ 10.000,00
TOTALE ECONOMICI DI MACROAREA	€ 22.500,00

La presente proposta progettuale quindi, oltre a fondarsi sui concetti di **integrazione e di addizionalità**, si pone l'obiettivo di intervenire sul territorio utilizzando e valorizzando le risorse presenti in maniera **equilibrata e competitiva**, rispetto a quelli che sono gli scenari di mercato in divenire.

L'obiettivo generale è quello di realizzare un modello strategico di sviluppo integrato, nella consapevolezza che lo sviluppo non può prescindere dall'integrazione degli elementi di pianificazione e di competenza pubblica, di partecipazione e concertazione, di pertinenza dei livelli pubblici o privati che stanno alla base del territorio e lo rendono vivo, vitale.

In tale prospettiva il ruolo ricoperto dalla Rete d'Imprese risulta fondamentale, quale reale motore di crescita e di avvio dei processi.

Lo sviluppo del soggetto promotore Rete d'Imprese "Rocca di Papa va in rete" ha rappresentato, dunque, un passaggio fondamentale per lo sviluppo territoriale, ed è stato impostato sulla seguente logica:

- 1) Prima definizione dell'idea forza del programma e individuazione dell'area di intervento
- 2) Azione di confronto e di sintesi, raccolta di proposte dei commercianti e delle adesioni;
- 3) Individuazione dei privati interessati all'iniziativa.

La Rete ha scelto di optare per un accordo di supporto tecnico ed operativo con il Manager di Rete Dott.ssa Cristina Blasi. Il Manager di Rete organizza e coordina le risorse assegnate creando un collegamento tra gli interessi di tutti i soggetti del partenariato: amministrazioni comunali, associazioni imprenditoriali, imprese, consumatori e altri soggetti profit/no profit.

7. Sintesi del quadro finanziario

Sintesi del quadro Finanziario	
Macroarea 1 Interventi di manutenzione e Arredo dell'Ambiente urbano	€. 5.000,00
Macro area 2. Mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale	€. 54.356,00
Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di Formazione e promozionali e di valorizzazione delle eccellenze	€. 18.114,00
Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini	€. 22.500,000
TOTALE PROGRAMMA DI RETE	€.100.000,00

Costo complessivo del progetto di Rete: **euro 100.000,00.**

Finanziamento richiesto alla Regione Lazio in riferimento al bando Avviso pubblico per il finanziamento dei programmi relativi alle "Reti di Imprese tra Attività Economiche". DGR n. 68 del 22/02/2022. Approvazione delle disposizioni attuative dell'art. 94 della Legge regionale 6 novembre 2019 n. 22 "Testo unico del commercio", relative alle forme aggregative tra imprese commerciali – Reti di Imprese.: euro 100.000,00.

8. Monitoraggio

8.1 Obiettivi del Monitoraggio

Il Programma della Rete d'impresa è per sua natura un programma complesso in continua evoluzione, che necessita di un costante processo di analisi e di valutazione dello stato di attuazione degli interventi, sia da un punto di vista procedurale, che da un punto di vista fisico (n. degli interventi realizzati) e finanziario (valore degli investimenti effettuati, ammontare dei contributi ricevuti).

Ciò può essere realizzato solo attraverso specifici strumenti di monitoraggio che consentono di verificare sia lo stato di attuazione dei singoli interventi previsti nel programma di sviluppo, sia di valutare *in fieri* se il programma nel suo complesso richieda modifiche e miglioramenti nonché aggiornamenti in funzione di quei bisogni e di quelle richieste e aspettative di sviluppo territoriale che dovessero emergere in futuro.

Il presente capitolo ha, quindi, l'obiettivo di fornire alcune indicazioni circa le procedure e gli strumenti che potranno essere messi in campo, nella consapevolezza che solo attraverso una attenta attività di controllo e di *reporting* sarà possibile verificare se gli obiettivi generali e specifici perseguiti dalla Rete vengano raggiunti, verificando che questi siano condivisi con gli *stakeholder*. La fase di monitoraggio dei progetti è, quindi, un'attività di fondamentale importanza in vista della realizzazione efficace degli interventi. Mettere a sistema ed integrare le diverse fasi che portano nel loro complesso all'attuazione dei progetti, risulta una condizione necessaria sia per il buon andamento delle attività sia per la loro attuazione del programma di sviluppo.

È evidente che per poter svolgere l'attività di analisi dei risultati, sarà necessario dotarsi di un modello di gestione, quindi di una serie di indicatori (finanziari, fisici, di risultato e d'impatto) in grado di consentire alla Rete la possibilità di mantenere un costante controllo circa lo stato di realizzazione dei progetti, con lo scopo di poter intervenire prontamente per far fronte ad eventuali problemi o criticità che dovessero sorgere nel corso del programma.

Per ogni macroarea e azione prevista dal presente progetto, sono stati individuati tempistiche e priorità di realizzazione, oltre agli obiettivi e ai costi.

Al fine di verificare la correttezza dei dati e delle informazioni riportate nel documento di programmazione, il manager di Rete dovrà assicurare una revisione continua degli obiettivi conoscitivi del programma, ovvero, garantirà nel corso dell'attuazione dello stesso, una serie di analisi finalizzate ad una valutazione dei risultati, allo scopo di verificare i progressi compiuti in relazione al grado di raggiungimento degli obiettivi specifici preventivati.

Alla luce di tali considerazioni ed in relazione agli obiettivi perseguiti dal programma, l'attività riguardante il monitoraggio si concentrerà sui risultati attesi, inattesi, tangibili e intangibili che la Rete sarà in grado di raggiungere nel corso della sua programmazione.

Alla luce di tali considerazioni l'approccio proposto per l'analisi dei risultati non può che prescindere dall'utilizzo dei dati del monitoraggio e del sistema di indicatori (di realizzazione, di risultato e di impatto), ma anche dalle informazioni qualitative e quantitative prodotte da una costante attività di azione-ricerca sul campo, attraverso interazioni dirette con i soggetti interessati a vario titolo dall'attuazione dei progetti previsti dal programma.

Gli obiettivi dell'attività di monitoraggio possono essere in sintesi individuate nei seguenti punti:

- verificare gli esiti conseguiti dall'attività di informazione e diffusione circa le opportunità offerte dal programma in relazione agli strumenti di programmazione regionale;
- valutare la corrispondenza tra le modalità di selezione degli interventi e gli obiettivi specifici perseguiti tramite il programma;
- dare vita ad un flusso costante di informazioni per il monitoraggio dello stato di avanzamento delle attività rispetto alla tempistica ipotizzata e alle risorse finanziarie richieste in ogni singolo progetto;
- individuare eventuali aspetti critici che possano ostacolare l'efficiente attuazione dei progetti e delle iniziative contenute nel programma;
- verificare l'effettivo impatto dei progetti selezionati e il raggiungimento degli obiettivi prefissati tramite la loro attuazione;
- acquisire le necessarie conoscenze per la valutazione dei risultati conseguiti dal programma.

8.2. *Gli indicatori per il monitoraggio*

Allo scopo di monitorare gli elementi qualitativi e quelli quantitativi (e di conseguenza predisporre un quadro generale circa l'andamento del programma e delle ricadute dello stesso), saranno utilizzati una serie di indicatori, di diversa natura, in grado di evidenziare gli aspetti:

- finanziari,
- fisici

Tramite la definizione di tali indicatori sarà possibile concorrere al conseguimento di uno degli obiettivi più rilevanti delle attività di gestione del programma, ovvero quello di offrire un contributo per l'accelerazione e l'attuazione degli interventi proposti, nel rispetto dei tempi previsti per la realizzazione e il completamento del programma stesso.

Il sistema di monitoraggio garantirà l'acquisizione, l'organizzazione ed il coordinamento di dati relativi agli indicatori procedurali, finanziari, fisici e d'impatto e degli aspetti qualitativi della realizzazione del programma (in particolare gli aspetti socioeconomici, operativi, giuridici e procedurali) e consiste nel rilevare i progressi compiuti nell'attuazione dei singoli progetti e nel redigere le relazioni mensili e la relazione finale.

L'oggetto delle attività di monitoraggio riguarda in particolare la rilevazione, il trattamento e la restituzione periodica di informazioni dettagliate inerenti ai seguenti aspetti:

- stato di attuazione finanziaria del programma (monitoraggio finanziario);
- livello di realizzazione fisica degli interventi programmati (monitoraggio fisico);
- efficienza delle procedure di attuazione del programma (monitoraggio procedurale).

8.3. Monitoraggio Finanziario

Il monitoraggio finanziario consiste in un'attività di rilevazione puntuale degli impegni di spesa e dei contributi pubblici ricevuti che accompagnano l'attuazione del Programma di Rete: attraverso esso è possibile rilevare le informazioni inerenti lo stato di avanzamento finanziario del programma e dei singoli progetti. I dati rilevati concernono essenzialmente l'attuazione degli impegni e dei pagamenti.

Nello specifico l'attività, da un punto di vista operativo, sarà finalizzata a fornire periodicamente informazioni dettagliate circa lo stato di attuazione finanziaria del programma. A fronte di tale attività di monitoraggio verranno elaborati report sintetici informativi che il manager di rete sottoporrà alla Rete e all'amministrazione pubblica.

8.4. Monitoraggio Fisico

Il monitoraggio fisico consiste nella misurazione degli output prodotti; costituisce il risultato dell'analisi di quei dati e di quelle informazioni che sono immediatamente misurabili e che costituiscono nella loro natura la logica conseguenza delle attività ed azioni che sono poste in essere durante la realizzazione degli interventi e/o durante la gestione del progetto di Rete. L'attività di monitoraggio sarà svolta in relazione a due aspetti prioritari:

- stato di avanzamento degli interventi per i quali è stata presentata la candidatura al bando regionale e la richiesta di contributo;
- stato di avanzamento degli interventi per i quali non è stato chiesto il finanziamento, pur essendo stati inseriti nel programma di Rete.

L'attività di monitoraggio rispetto alla realizzazione fisica degli interventi programmati, avrà l'obiettivo di verificare l'effettiva attuazione degli interventi finanziati, nei tempi e secondo le modalità previste dal programma. Tale attività sarà, quindi, finalizzata alla verifica del progressivo raggiungimento dei risultati fisici previsti, risultati che potranno essere agevolmente quantificati man mano che i singoli progetti si avviano a conclusione, fino al completamento del programma. Ciò consentirà di esprimere giudizi in merito, non solo sulla verifica delle performance delle procedure attuative del programma, ma permetterà anche di formulare precise indicazioni circa lo stato di attuazione delle iniziative sia in relazione al raggiungimento degli obiettivi assunti a base della programmazione, che in funzione delle eventuali azioni correttive da porre in essere.

Attraverso il monitoraggio fisico, e in particolare grazie alla capacità di elaborazione dei dati, sarà possibile svolgere una precisa attività di valutazione delle informazioni e dei risultati elaborati.

8.5. Monitoraggio Procedurale

Per quanto riguarda il monitoraggio di tipo procedurale, gli indicatori di avanzamento misureranno gli aspetti della qualità relativi alla gestione del programma. Gli indicatori di avanzamento procedurale misurano alcuni aspetti della qualità della gestione del progetto. L'analisi fondata sulle procedure può consentire di ottenere utili informazioni sulla tempistica di attuazione dell'intervento e di individuare lo «*step*» dell'iter attuativo in cui si può collocare l'operazione, permettendo di stabilirne il ritardo o la speditezza nella realizzazione (tempi di espletamento delle procedure).

Il monitoraggio procedurale consente di effettuare una prima valutazione complessiva della bontà del programma, in quanto permette di valutare l'efficienza delle procedure di attuazione: obiettivo dell'attività quello di verificare, rispetto alle linee di intervento inizialmente individuate, l'effettivo livello di realizzazione dei progetti così come previsto nel programma per i diversi ambiti di intervento.

Tale attività, si sostanzia nelle seguenti azioni:

- scomposizione di ciascuna procedura in singoli *step* e passaggi procedurali identificando le micro attività, le macro attività e le fasi alle quali si riferiscono;
- previsione dei tempi occorrenti all'espletamento di ciascun passaggio individuando ex-ante le procedure che consentono di considerare espletato ciascun passaggio in esame;
- definizione del grado di propedeuticità di ciascun passaggio eventualmente previsto rispetto agli adempimenti programmati;
- aggiornamento dei cronoprogrammi procedurali di ciascun intervento, secondo uno schema dinamico di rilevazione che permetta di tenere sotto costante controllo il processo di attuazione procedurale dell'intero programma.

Operativamente, per quanto riguarda gli indicatori di realizzazione, mensilmente saranno redatti dei report per monitorare lo stato di avanzamento delle attività e per permettere di intervenire sugli operatori che non dovessero realizzare il progetto o che abbiano incontrato ostacoli nella realizzazione.

Il monitoraggio procedurale consiste nella misurazione degli output prodotti; costituisce il risultato dell'analisi di quei dati e di quelle informazioni che sono immediatamente misurabili e che costituiscono nella loro natura la logica conseguenza delle attività ed azioni che sono poste in essere durante la realizzazione degli interventi e/o durante la gestione dei progetti previsti. Per una maggiore utilità gli indicatori verranno elaborati per tipologia di investimento.

9. Valutazione

Sulla base del sistema degli indicatori sarà possibile procedere all'analisi dei risultati, quindi, esprimere le valutazioni circa gli obiettivi raggiunti dal progetto. Al fine di poter effettuare tale valutazione le azioni di controllo, relative all'attività di monitoraggio, porteranno alla realizzazione delle seguenti attività:

- valutazione ex-ante: realizzata attraverso incontri tra i partner di progetto con somministrazione di questionari e tabelle per rilevare idee e aspettative rispetto alla realizzazione dei progetti in programma, definendone altresì le priorità;
- valutazione in itinere e intermedia: realizzata analizzando il rapporto tra i dati rilevati con gli obiettivi prefissati.

La fase di valutazione intermedia è essenziale in quanto consente di monitorare attraverso forum partecipativi, sondaggi guidati e forme di coinvolgimento attivo dei soggetti interessati, l'impatto degli interventi proposti dal progetto cercando di leggere il valore e le caratteristiche delle singole attività implementate attraverso la percezione dell'utente/operatore. I punti di vista e l'esperienza dei gruppi coinvolti incrementa la capacità di fare sistema. In particolare la valutazione intermedia permetterà di conoscere:

- l'Identificazione dei fattori organizzativi o di contesto che inibiscono o facilitano la realizzazione del progetto;
- l'Identificazione delle modifiche rispetto al progetto iniziale;
- i primi risultati ottenuti;
- la corrispondenza rispetto alle aspettative definite nella valutazione ex-ante.

Valutazione ex-post: prevede una fase di valutazione finale che rilevi l'impatto del programma al fine di ottenere le considerazioni conclusive in merito a:

- il successo del programma;
- la soddisfazione dei soggetti coinvolti;
- la qualità delle competenze acquisite da ciascun attore del progetto;
- il livello di raggiungimento degli obiettivi;
- la qualità dei risultati ottenuti;
- l'idoneità delle strutture di gestione e coordinamento;
- l'adeguatezza, congruenza e tempestività dei resoconti, dei report e della comunicazione.

La valutazione non può essere una risorsa utilizzabile se non si diffondono i risultati del progetto: per questo motivo la valutazione non si conclude con la sola stesura del rapporto finale, ma con tutte le azioni operative di divulgazione, di sensibilizzazione e di eventuale implementazione delle attività del progetto in fase di riuso. I dati e le informazioni raccolte saranno diffuse sotto forma di report (iniziale, intermedio e finale).

10. Workplan e Cronoprogramma

Per la realizzazione del progetto si procederà per ciascuna macroarea d'intervento secondo fasi specifiche di realizzazione.

Fase 1 – attivazione: scelta delle aziende incaricate di svolgere gli interventi previsti;

Fase 2 – pianificazione: start up meeting e distribuzione dei lavori per la realizzazione degli interventi. Definizione dei dettagli.

Fase 3 – realizzazione: realizzazione delle singole azioni/interventi. Attivazione di processi e servizi. Formazione degli esercenti. Predisposizione di eventuali modifiche al programma a causa di imprevisti sorti in fase di realizzazione.

Fase 4 – completamento: svolgimento dell'evento di presentazione delle azioni svolte;

Fase 5 – monitoraggio: raccolta dati attraverso profilazione di questionari e ricerche campionarie;

Fase 6 – valutazione: – *ex ante, in fieri*.

Valutazione post: incontro finale e conferma della ripetibilità dell'evento. Produzione di report. La Macroarea d'intervento 1, governance e manager di Rete, quindi la costituzione e lo sviluppo della

Rete d'Imprese, il lavoro del manager di Rete rappresenta in tal senso un'eccezione, perché descritta da un *workplan* specifico che si riassume nelle seguenti fasi di realizzazione:

- Fase1 - formalizzazione della Costituzione della Rete;
- Fase 2 - attivazione del Supporto Tecnico operativo MANAGER DI RETE;
- Fase 3 - ricerca sponsor e ulteriori finanziamenti;
- Fase 4 - governance e sviluppo della Rete;
- Fase 5 - monitoraggio;
- Fase 6 – valutazione.

La fase di ideazione del progetto non viene riportata in quanto da considerarsi preliminare alla redazione del presente Progetto di Rete.

Il diagramma di Gaantt riportato di seguito illustra il ciclo di vita del progetto. Tale descrizione è di carattere generale e dovrà essere ampliata e continuamente aggiornata durante la realizzazione e il monitoraggio del progetto, come descritto nel paragrafo "Monitoraggio Procedurale".

"Rocca di Papa va in rete"

CRONOPROGRAMMA**Macroarea 1 Interventi di manutenzione e Arredo dell'Ambiente urbano**

	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione				In fieri				In fieri					Ex post		

CRONOPROGRAMMA**Macro area 2. Mobilità intelligente, sostenibilità energetica e ambientale**

	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	I	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione				In fieri				In fieri					Ex post		

CRONOPROGRAMMA**Macro area 3. Comunicazione, marketing di Rete, animazione territoriale, iniziative di Formazione e promozionali e di valorizzazione delle eccellenze**

	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Ideazione (programma eventi e linea grafica)															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Sviluppo piano di comunicazione															
Monitoraggio															
Valutazione	Ex ante					In fieri			In fieri				ex post		

CRONOPROGRAMMA**Macro area 4. Innovazione di filiera, gestione di servizi in comune e percorsi di formazione all'uso degli strumenti digitali, rivolti alle imprese e/o ai cittadini**

	M E S E														
Fasi di realizzazione	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XII	XIV	XV
Attivazione															
Pianificazione															
Realizzazione															
Completamento															
Monitoraggio															
Valutazione															