

Scheda progetto

TITOLO PROGETTO	NATURALMENTE STABILI, PER NATURA DINAMICI
DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO (<i>max 500 caratteri</i>)	Il progetto avvia il processo di valorizzazione dell'area dei "Prati Stabili", colture tipiche naturali della pianura mantovana, quale nuova proposta turistica. Caratterizzati da un forte legame coi cicli stagionali, portano alla scoperta di percorsi di rigenerazione nel rapporto tra uomo e natura, benessere e produzioni locali. La qualità del tempo è il driver che unisce diverse dimensioni progettuali: eccellenze naturali, innovazione sostenibile rigenerazione dei sensi, innovazione digitale.

Ogni sezione può essere compilata nell'ordine massimo di 3 cartelle formato A4.

QUALITÀ PROGETTUALE																																															
Descrizione del progetto con particolare riguardo al prodotto turistico da posizionare/riposizionare in termini competitivi ai fini di attrattività turistica																																															
<p>A. CONTESTO DI PROGETTO</p> <p>Il progetto valorizza il territorio dei “prati stabili” (Comuni di Goito, Marmirolo, Porto Mantovano, Roverbella e Volta Mantovana), colture tipiche della Valle del Mincio formate grazie ad un processo naturale, che non vengono mai arate e da cui si raccoglie solamente il fieno per le vacche da latte, quale nuova meta per il turismo sostenibile in Lombardia. Il contesto dei Prati Stabili riveste un importante ruolo sia per la biodiversità floristica sia per gli habitat e funge da collegamento tra la città di Mantova e l’area delle colline Moreniche, lungo la dorsale del fiume Mincio.</p> <p>B. LA LINEA DI PROGETTO: IL POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO</p> <p>I report sulla presenza turistica nel mantovano presentano una variazione positiva sugli arrivi nelle aree dell’Alto Mantovano (arrivi +7,03) e del Medio Mantovano (presenze +10,94%). Anche la permanenza media dei turisti nell’alto mantovano risulta essere la più alta del territorio della Provincia di Mantova (tab.1).</p> <p>Tabella 1: Arrivi e Presenze in Provincia di Mantova - Fonte: Provincia di Mantova – dati 2017</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin: 5px 0;"> <thead> <tr> <th colspan="6" style="text-align: center;">ARRIVI E PRESENZE PER ZONE</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Arrivi</th> <th>Presenze</th> <th>Permanenza media</th> <th>Variazione arrivi</th> <th>Variazione presenze</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alto MN</td> <td>71.912</td> <td>187.839</td> <td>2,61</td> <td>7,03</td> <td>4,13</td> </tr> <tr> <td>Mantova</td> <td>126.389</td> <td>216.268</td> <td>1,71</td> <td>5,82</td> <td>2,19</td> </tr> <tr> <td>Medio MN</td> <td>79.154</td> <td>147.024</td> <td>1,86</td> <td>6,21</td> <td>10,94</td> </tr> <tr> <td>Oglio Po</td> <td>13.776</td> <td>29.363</td> <td>2,12</td> <td>-0,81</td> <td>7,93</td> </tr> <tr> <td>Oltrepo MN</td> <td>20.826</td> <td>52.845</td> <td>2,54</td> <td>5,02</td> <td>3,72</td> </tr> </tbody> </table> <p>Il trend positivo è un segnale positivo per il posizionamento di una offerta turistica dedicata alla sostenibilità, all’esperienza naturale, alla qualità della vita, allargando il portafoglio delle proposte presenti sul territorio attraverso un elemento inedito che ben si coniuga con gli ambiti culturale, naturalistico e agroalimentare in parte già esplorati.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La definizione del prodotto <p>Il prodotto turistico “NATURALMENTE STABILI, PER NATURA DINAMICI” si caratterizza per la connessione tra l’unicità ambientale che fa perno sulle intrinseche caratteristiche della coltivazione e gli elementi simbolici (storico/artistici, sociali ed enogastronomici) collegati con il territorio: lo scenario della Colline Moreniche e della zona umida di importanza internazionale delle “Valli del Mincio”, una fauna particolare nella quale spicca la Cicogna bianca, una presenza antropica che - nel cuore della Pianura Padana – è decisamente limitata. E poi i riti della tradizione correlati ad una peculiare produzione gastronomica che unisce terra ed acqua. L’incrocio di questi elementi non è tuttavia ancora un fattore unitario e coordinato, sganciato da una logica territoriale di sistema che opera nell’ottica di attrarre le forme di turismo presenti nell’area di Mantova e del Basso Garda.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il concept di progetto <p>Il <i>driver</i> identificato per lo sviluppo del progetto è quello della rigenerazione naturale, il rapporto tra tempo, natura e qualità della vita declinato in 2 <i>dimensioni</i>: ECCELLENZE NATURALI e RIGENERAZIONE DEI SENSI. La proposta individua le vocazioni territoriali per elaborare una strategia di valorizzazione e promozione mediante una linea di comunicazione e branding di una nuova destinazione turistica NATURALMENTE STABILI, PER NATURA DINAMICI, declinata in azioni specifiche con la logica dello storytelling, in grado di sintetizzare i molteplici aspetti suggestivi e valoriali propri di questo territorio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le attività di progetto 						ARRIVI E PRESENZE PER ZONE							Arrivi	Presenze	Permanenza media	Variazione arrivi	Variazione presenze	Alto MN	71.912	187.839	2,61	7,03	4,13	Mantova	126.389	216.268	1,71	5,82	2,19	Medio MN	79.154	147.024	1,86	6,21	10,94	Oglio Po	13.776	29.363	2,12	-0,81	7,93	Oltrepo MN	20.826	52.845	2,54	5,02	3,72
ARRIVI E PRESENZE PER ZONE																																															
	Arrivi	Presenze	Permanenza media	Variazione arrivi	Variazione presenze																																										
Alto MN	71.912	187.839	2,61	7,03	4,13																																										
Mantova	126.389	216.268	1,71	5,82	2,19																																										
Medio MN	79.154	147.024	1,86	6,21	10,94																																										
Oglio Po	13.776	29.363	2,12	-0,81	7,93																																										
Oltrepo MN	20.826	52.845	2,54	5,02	3,72																																										

L'intento è quindi fornire gli strumenti utili alla creazione di un'esperienza "personalizzabile" o taylor made specifica, che soddisfi le aspettative del turista consegnando un ricordo che, alimentato dalle emozioni vissute grazie al contatto con luoghi e sapori locali, resterà nel vissuto del visitatore. Ogni attività opera in forma integrata rispetto ai target individuati e agli operatori del territorio.

A. BRANDING "NATURALMENTE STABILI"

io delle più grandi battaglie del Risorgimento Italiano, ricca di proposte e di attrattività dal punto di viste del turismo storico e culturale, questa zona non ha ancora sviluppato una strategia complessiva di valorizzazione di questo tratto unico e distintivo legato alla naturalità dei Prati Stabili e delle iniziative di fruizione che intorno a questo tema si sono sviluppate nel tempo (eventi singoli, itinerari, fiere, produzioni artigianali ed enogastronomiche).

B. EXPERIENCE "NATURALMENTE STABILI"

Target: Famiglie, turisti gardesani, giornalisti, tour operator

L'identificazione delle eccellenze naturali coinvolge l'intera area dei Prati Stabili della Valle del Mincio. Un legame stretto tra uomo e ambiente intrecciato con una filiera della naturalità e una varietà di produzioni locali che si trasformano in pregiati elementi della tradizione culinaria locale.

Azioni previste:

1. Creazione di percorsi ed itinerari nella Valle del Mincio (scoperta dei borghi e del patrimonio monumentale e offerta delle produzioni eno-gastronomiche locali) ponendo a sistema le diversificate offerte attualmente presenti;
2. Educational: coinvolgendo i Comuni partner, con un transfer elettrico privato, i partecipanti saranno accompagnati in quelli che saranno i punti di sosta di famiglie, cicloturisti, turisti che visiteranno le "Vie del Gusto" dei prati stabili;
3. Laboratori didattici: attività a stretto contatto con la natura, coinvolgimento nelle fasi di mungitura e produzione del formaggio, dal foraggio al 'grana da fieno', attività pratiche e semplici che riportano ai mestieri di una volta;

Matrice segmenti/mercati/target

Le esperienze proposte sono rivolte ad un turista con sensibilità per l'ambiente e attratto dalla dimensione naturale dei luoghi e delle tradizioni del territorio, interessato ad una scoperta dei luoghi che risponde ai tempi della natura. Il concept di progetto identifica la value proposition territoriale nei "processi lenti", in un contesto ideale rivolto a tre target specifici quali il turismo ambientale (con riferimento anche al cicloturismo), le famiglie e i turisti presenti nell'area del lago di Garda. L'identificazione dei target è coerente coi flussi turistici presenti nel territorio mantovano.

Matrice segmenti/prodotti

Prodotto / Segmento	Turismo ambientale	Famiglie	Turisti Lago di Garda
Le eccellenze naturali	x	x	x
Rigenerazione		x	x

Swot analysis

<p>Punti di forza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coesione dei Comuni partner - Ricchezza ed unicità di risorse culturali (patrimonio gonzaghese e risorgimentale) - Ricca offerta enogastronomica (20 prodotti tipici, di cui 2 DOP, 1 IGP, 2 DOC, 3 DE.CO) - Forte valore naturalistico: habitat dei Prati Stabili, Parco regionale del Mincio, Riserva naturale Bosco della Fontana, Parco delle Bertone - Presenza di ciclovie nazionali ed europee 	<p>Punti di debolezza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mancanza di una strategia di comunicazione integrata sul territorio - Mancanza di stazioni FFSS (solo nei Comuni di Porto Mantovano e Roverbella) - Corse ridotte domenica e festivi per trasporto pubblico (APAM) nei collegamenti con alcuni borghi - Scarsa offerta ricettiva nei Comuni più piccoli - Servizi inadeguati ad un forte flusso turistico
<p>Opportunità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vicinanza al Lago di Garda 	<p>Minacce</p>

Allegato C
BANDO VIAGGIO #INLOMBARDIA SECONDA EDIZIONE

<ul style="list-style-type: none"> - Vicinanza alla città di Mantova - Vicinanza alla ciclabile Mantova – Peschiera - Crescita del turismo ambientale - Presenza del Consorzio di Tutela del Grana Padano - Produttori locali d'eccellenza 	<ul style="list-style-type: none"> - Mancanza di fondi per l'incremento e il miglioramento del servizio di trasporto pubblico locale
---	---

Descrizione dell'attività di comunicazione (almeno una)

L'intervento prevede la creazione e lo sviluppo del brand del progetto, utile a favorire la connessione e la collaborazione tra i territori, e la definizione di una serie di attività tra cui:

- presenza ad alcuni eventi fieristici di rilievo, coerenti con i target turistici individuati, come la Fiera del Camper di Parma e le fiere legate al cicloturismo presenti nel Nord Italia;
- strutturazione di una campagna social che veicoli, attraverso videoclips, la proposta turistica;
- pianificazione di uscite a pagamento con una azione mirata per interessi e target di riferimento;
- creazione di corner Kit: il brand e il progetto verranno lanciati e veicolati ai partecipanti delle principali manifestazioni del territorio di riferimento (naturalistiche, culturali, sportive, enogastronomiche) e i luoghi di grande flusso (infopoint, musei, centri storici, centri commerciali).

Descrizione dell'azione b2b (almeno una)

LE ECCELLENZE NATURALI: L'area dei prati stabili si inserisce in una direttrice privilegiata che collega il Lago di Garda a Mantova grazie alla ciclovia Mantova-Peschiera, la quale, in stretta connessione con le piste ciclabili della zona morenica, diviene un elemento prezioso per la valorizzazione turistica dell'area. Azioni previste, due educational tour:

- educational giornalisti, promuovere il territorio e fornire tutte le informazioni utili per descrivere sui media generalisti e specialistici (es. turismo ambientale e cicloturismo);
- educational con gli operatori turistici per la costruzione di pacchetti turistici rivolti al territorio promuovendo un turismo sostenibile in collaborazione con aziende private ed enti pubblici: attraverso tutte le attività previste (dalla mungitura alla degustazione dei prodotti tipici) si confronteranno con gli attori locali e scopriranno il territorio attraverso le sue tradizioni.

Declinazione dell'itinerario tematico esperienziale (almeno uno)

RIGENERAZIONE: (Target: famiglie, turisti dell'area del Lago di Garda). La dimensione della rigenerazione accoglie la possibilità di tornare ad una gestione del tempo in collegamento con la natura e rigenerare i sensi: lo sguardo, l'udito, l'olfatto, il gusto. Le azioni previste sono:

- Famiglie: giro dei prati stabili a stretto contatto con la natura. Coinvolgimento nelle fasi di mungitura e produzione del formaggio, dal foraggio al 'grana da fieno' con attività pratiche e semplici che riportano ai mestieri di una volta, giocando con i cinque sensi.
- Turismo gardesano: mediante mezzi pubblici o privati, incluso il noleggio di biciclette direttamente dal Garda, il visitatore avrà la possibilità di soffermarsi nei luoghi dell'itinerario e conoscere la realtà dei prati stabili attraverso i prodotti locali;
- Cicloturismo: un giro ad anello di circa 50 km, un percorso sostenibile dei Prati Stabili identificando gli habitat protetti, il paesaggio e il territorio.

Descrizione di eventuali ulteriori attività/azioni

Il gusto sarà un fattore trasversale a tutte le esperienze. Sarà infatti possibile acquistare i prodotti dei prati stabili e assaggiare i primi piatti nei quali il Grana Padano è protagonista (i capunsei, il risot menà), accompagnati dai vini del territorio e dai dolci "di una volta". I produttori coinvolgeranno in prima persona i visitatori nella trasformazione dei prodotti, così da replicare l'esperienza e raccontarla ad amici e parenti una volta tornati a casa.

Ogni sezione può essere compilata nell'ordine massimo di 3 cartelle formato A4.

PIANO DI COMUNICAZIONE DELL'OFFERTA TURISTICA
Descrivere il piano di comunicazione di progetto
<p>Il concept si relaziona coerentemente con il brand inLombardia viste le azioni di brand identity, definite per posizionare l'offerta turistica in chiave di "travel experience", oltre che a promuovere il turismo sostenibile del territorio in oggetto. Il brand rappresenta così l'aggregatore del turismo dell'esperienza definendo il prodotto turistico nella sua unicità, capace di sviluppare una visione sistemica ed integrata in grado di innalzare il valore della produzione.</p> <p>La comunicazione prevede:</p> <ol style="list-style-type: none">1) La definizione di una linea di comunicazione propria, originale, riconoscibile, efficace nei vari supporti di applicazione digitali e non.2) La mappatura e raccolta del materiale già esistente sui territori e la realizzazione del materiale video-fotografico e testuale (storytelling) e la sua divulgazione attraverso il coordinamento dei partner, i canali web attivi oltre alla definizione di contenuti e strategia social.3) La creazione del materiale digitale informativo e in minima parte cartaceo (kit corner, QRcode) per azioni promozionali in stand fieristici del settore del turismo sostenibile, del turismo ambientale, del cicloturismo ed eventi sul territorio.4) La creazione di una newsletter periodica in grado di riunire in un unico supporto gli elementi di programmazione culturale e di eventi coerenti con il progetto. <p>Il risultato finale garantisce un effetto moltiplicatore delle azioni, così da superare i confini territoriali e valorizzare le relazioni consolidate.</p> <p>Ogni azione sarà accompagnata da uno strumento di comunicazione dedicato.</p> <p>Il target raggiungibile è il turista con sensibilità per l'ambiente, famiglie, turisti dell'area gardesana con una discreta conoscenza delle nuove tecnologie.</p> <p>Strumenti di ingaggio:</p> <p>Turismo ambientale: canali social dell'ente capofila e dei partner (Facebook, Instagram, YouTube), sito web inLombardia, portale nazionale delle aree protette, sito web "Area Parchi" di Regione Lombardia, eventi e appuntamenti fieristici a tema green, educational tour;</p> <p>Famiglie: percorsi didattici, comunicazione generalista canali social (Facebook, Instagram, YouTube), sito web inLombardia e portale nazionale delle aree protette e sito web "Area Parchi";</p> <p>Turismo gardesano: canali social (Facebook, Instagram, YouTube), partnership con operatori del territorio, educational tour appuntamenti fieristici a tema green e bike;</p> <p>Cicloturismo: sito regionale inLombardia, canali social e appuntamenti fieristici a tema green e bike, educational tour.</p>

Ogni sezione può essere compilata nell'ordine massimo di 3 cartelle formato A4.

POTENZIALITÀ DI PROGETTO
<p>Descrivere lo scenario strategico a tendere</p> <p>La lettura dei dati dei flussi turistici indica, nel triennio 2014-2017, una crescita degli arrivi e delle presenze con un trend positivo costante. Gli arrivi di turisti italiani si sono largamente concentrati nella regione di appartenenza ed in quelle immediatamente limitrofe (56,18%). La provenienza dei turisti stranieri è invece prevalentemente concentrata dalla Germania (28,13%) mentre è decisamente più contenuta rispetto agli altri paesi europei. Ancora contenuto l'arrivo da parte dei turisti russi e cinesi mentre non vi sono presenze registrate per quanto riguarda i turisti provenienti da paesi importanti come quelli di cultura araba.</p> <p>La relazione con le presenze del lago di Garda diviene anch'essa un elemento centrale della proposta poiché intende proporre una nuova articolazione dell'esperienza turistica, anche per i turisti stranieri. Lo sguardo crescente dei turisti gardesani verso le aree interne diviene quindi un elemento importante per una offerta caratterizzata dalla produzione, la trasformazione dei prodotti fino alla vita dei borghi che formano i prati stabili, dove il tempo guida la rigenerazione naturale.</p> <p>Questa caratterizzazione si affianca alla presenza del Parco del Mincio e delle Colline Moreniche. Il collegamento con l'ambiente è vissuto infatti in termini intensi anche dalla popolazione attraverso la partecipazione agli eventi locali che abbinano osservazioni della natura a degustazione dei prodotti locali, le Camminate lungo i percorsi che abbracciano l'area dei Prati Stabili, i ciclotour lungo i percorsi o sentieri rurali o la discesa lungo il Mincio in percorsi combinati bici/barca.</p> <p>Naturalmente Prati Stabili è un progetto pensato per attrarre persone interessate ad esperienze di turismo sostenibile, capace di soddisfare le esigenze dei turisti di oggi e del territorio ospitante prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro. I prodotti turistici sostenibili sono infatti quelli che agiscono in armonia con l'ambiente, la comunità e le culture locali, in modo tale che essi siano i beneficiari e non le vittime dello sviluppo turistico.</p> <p>Il turismo sostenibile guarda quindi al futuro: si tratta di un insieme di pratiche e scelte che non danneggiano l'ambiente e favoriscono uno sviluppo economico durevole, non danneggiano i processi sociali locali, ma contribuiscono al miglioramento della qualità della vita dei residenti. Economia, etica e ambiente sono i principi fondamentali su cui si basa il turismo sostenibile grazie alla possibilità di esplorare il territorio con forme sostenibili, a partire dalla mobilità dolce come la bicicletta e la mobilità elettrica.</p>
<p>Descrivere l'articolazione, la varietà, la diversificazione e le modalità di coordinamento delle attività di progetto</p> <p>Il progetto prevede la creazione di una cabina di regia coordinata dal capofila (Parco del Mincio) con la partecipazione di ciascun partner di progetto. L'attivazione delle azioni previste è posta in capo ai partner rispettando le peculiarità e le vocazioni espresse così da garantire un collegamento più efficace con le attività già in essere in ogni territorio.</p> <p>Le modalità si traducono quindi in una organizzazione di tipo orizzontale per quanto riguarda la possibilità di mantenere la coerenza del progetto ed in processi di tipo verticale per quanto riguarda la realizzazione delle singole azioni, garantendo quindi interventi omogenei per aree e per vocazioni.</p>
<p>Ruolo degli stakeholder e dei locals coinvolti</p> <p>Costruendo una rete di operatori del territorio interessati a promuovere lo stesso attraverso i loro prodotti, conoscenze e storie, si andrà a costituire una vera e propria "Via del gusto dei prati stabili", in cui sarà possibile fermarsi, assaggiare, provare, condividere e ripartire, portando a casa i sapori e le tradizioni di un territorio ad oggi poco conosciuto. L'accoglienza verso il turista è un dovere in</p>

carico a tutti gli elementi del sistema turistico, siano essi strutture o persone, per questo motivo, affinché dell'esperienza lasci un 'bel ricordo', si lavorerà per la costituzione di sinergie ad oggi inesistenti. Il successo di una destinazione dipende fortemente dal grado di coesione di tutti i suoi elementi costituenti per questo motivo si andrà a costituire una cabina di regia che periodicamente valuterà punti di forza e debolezza delle esperienze proposte, focalizzandosi sul prodotto, ma soprattutto sul viaggiatore, analizzandone i bisogni e coinvolgendolo dove possibile nelle fasi del processo di rimodulazione dell'esperienza turistica. I visitatori avranno come punto di riferimento, in caso di necessità, gli uffici turistici del territorio, in cui sarà possibile ritirare gli opuscoli e il materiale utile. Si terrà conto inoltre dell'intensa attività fieristica e delle manifestazioni locali che coinvolgono la rete associativa territoriale:

- manifestazioni locali quali Calici di Stelle, Mostra Nazionale dei vini passiti, Convivium Voluptatis, Fiera del Grana padano dei Prati Stabili, Festa del Luccio
- eventi quali Giro dei Prati Stabili in bicicletta, la Mincio Run (corsa podistica non competitiva), il Roundabike, la fiera della bicicletta nel Parco del Mincio

Ruolo dei partner

I partner di progetto sono responsabili del progetto in termini generali e della attuazione delle singole azioni in capo a ciascuno. Il coinvolgimento dei partner si inserisce nella più complessiva azione di coordinamento e messa a sistema delle singole iniziative presenti attualmente sul territorio. Il ruolo di ciascun partner in riferimento alle singole azioni previste dal progetto è indicato all'interno dell'accordo di partenariato.

Ciascun partner è chiamato a realizzare un'azione del progetto e a collaborare con la rete per la promozione e diffusione delle iniziative, la valorizzazione e il potenziamento delle risorse presenti su ciascun territorio, la tessitura di una rete di relazioni e collaborazioni che superino i confini amministrativi.

Descrizione delle potenziali fonti di finanziamento

Il progetto prevede di attivare, per quanto riguarda i singoli partner, tutte le voci presenti a bilancio che intervengono sulle azioni di comunicazione e valorizzazione del territorio, sul versante culturale, promozionale, associativo e della gestione dell'ambiente. Anche la parte educativa riveste un ruolo significativo nell'ottica della trasmissibilità del patrimonio territoriale alle future generazioni in un'ottica di rete territoriale. Alle azioni di parte pubblica si affiancano le iniziative dei soggetti privati presenti sul territorio che verranno coordinate al fine di creare un sistema unitario rispetto al brand "Prati stabili delle Valli del Mincio". In quest'ottica si inserisce ad esempio l'intervento in fase di realizzazione da parte della società a capitale pubblico SISAM Spa relativa all'installazione in ciascun comune del territorio di riferimento di centrali di ricarica per auto elettriche.

Ogni sezione può essere compilata nell'ordine massimo di 3 cartelle formato A4.

POTENZIALITÀ DI PROGETTO

Descrizione degli indicatori di progetto con particolare riguardo alle azioni del piano di comunicazione dell'offerta turistica

- presenza ad alcuni eventi fieristici di rilievo coerenti con i target turistici di riferimento: almeno 1

Allegato C
BANDO VIAGGIO #INLOMBARDIA SECONDA EDIZIONE

- strutturazione di una campagna social: attivazione di 1 profilo social unitario
- realizzazione di videoclip relativi alla proposta turistica:
- realizzazione di corner Kit: 1 per ciascuna realtà territoriale coinvolta
- realizzazione di educational tour: almeno 2, uno per giornalisti ed uno per tour operator

<p>INVESTIMENTO COMPLESSIVO PRESENTATO <i>(indicare investimento di ciascun partner) anche di ciascun partner)</i></p>	<p>99.000 € investimento complessivo</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Parco del Mincio (ente capofila)</td> <td style="text-align: right;">5.000 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Goito</td> <td style="text-align: right;">5.000 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Marmirolo</td> <td style="text-align: right;">5.000 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Porto Mantovano</td> <td style="text-align: right;">5.000 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Roverbella</td> <td style="text-align: right;">5.000 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Volta Mantovana</td> <td style="text-align: right;">5.000 €</td> </tr> </table>	Parco del Mincio (ente capofila)	5.000 €	Comune di Goito	5.000 €	Comune di Marmirolo	5.000 €	Comune di Porto Mantovano	5.000 €	Comune di Roverbella	5.000 €	Comune di Volta Mantovana	5.000 €
Parco del Mincio (ente capofila)	5.000 €												
Comune di Goito	5.000 €												
Comune di Marmirolo	5.000 €												
Comune di Porto Mantovano	5.000 €												
Comune di Roverbella	5.000 €												
Comune di Volta Mantovana	5.000 €												
<p>CONTRIBUTO COMPLESSIVO RICHIESTO <i>(indicare anche contributo richiesto da ciascun partner)</i></p>	<p>69.300 € contributo complessivo</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Parco del Mincio (ente capofila)</td> <td style="text-align: right;">11.550 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Goito</td> <td style="text-align: right;">11.550 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Marmirolo</td> <td style="text-align: right;">11.550 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Porto Mantovano</td> <td style="text-align: right;">11.550 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Roverbella</td> <td style="text-align: right;">11.550 €</td> </tr> <tr> <td>Comune di Volta Mantovana</td> <td style="text-align: right;">11.550 €</td> </tr> </table>	Parco del Mincio (ente capofila)	11.550 €	Comune di Goito	11.550 €	Comune di Marmirolo	11.550 €	Comune di Porto Mantovano	11.550 €	Comune di Roverbella	11.550 €	Comune di Volta Mantovana	11.550 €
Parco del Mincio (ente capofila)	11.550 €												
Comune di Goito	11.550 €												
Comune di Marmirolo	11.550 €												
Comune di Porto Mantovano	11.550 €												
Comune di Roverbella	11.550 €												
Comune di Volta Mantovana	11.550 €												

FIRMA DIGITALE DEL LEGALE RAPPRESENTANTE CAPOFILA