

Il marketing dei beni culturali del Veneto Orientale

GAL Venezia Orientale
Confartigianato del Veneto Orientale



Il contesto

Il progetto si inserisce nel:

- Docup **obiettivo 2** - Regione Veneto - periodo 2000-2006
- Misura 1.6 “**Interventi di animazione economica**”
- Il progetto è stato presentato il 27 maggio 2003 e approvato dalla Regione Veneto con Decreto della Direzione Industria n.378 del 29 dicembre 2003.

Durata del progetto

18 mesi

- dal 22 marzo 2004
- al 22 settembre 2005

I partner

Capofila

- GAL Venezia Orientale

Sottoscrittori della convenzione

- GAL Venezia Orientale
- Confartigianato del Veneto Orientale

Promotori

- GAL Venezia Orientale
- Confartigianato del Veneto Orientale
- Conferenza dei Sindaci del Veneto Orientale
- Assessorato alle attività produttive della Provincia di Venezia

Partner del progetto

- Enti associati al GAL Venezia Orientale
- Rest'Arte Alvisopoli scarl

L'area

9 Comuni della Provincia di Venezia in **obiettivo 2**:

1. Annone Veneto
2. Caorle (in parte)
3. Cinto Caomaggiore
4. Concordia Sagittaria (in parte)
5. Fossalta di Portogruaro
6. Gruaro
7. Portogruaro (in parte)
8. Pramaggiore
9. Teglio Veneto

Obiettivo generale

Valorizzazione delle **realtà storiche, artistiche e culturali**
del territorio dei comuni del **Veneto Orientale**
attraverso la realizzazione di un “**piano di marketing territoriale**”
per lo **sviluppo (creare/mantenere) di almeno 10 nuove PMI**
di supporto alla fruizione turistica del territorio.

Obiettivi operativi

Il progetto prevede di favorire la **nascita e/o la creazione di nuove sedi operative di 10/15 imprese preesistenti** nei settori:

- Restauro dei beni culturali
- Area di servizio e assistenza ai turisti
- Area di gestione dei beni
- Servizi collegati al sistema ambientale
- Servizi di animazione sul litorale
- Altri servizi

Dunque **un nuovo sistema impresa sul territorio**, che si collochi nell'area dei servizi ai turisti e finalizzato a **far crescere la fruibilità dei beni a valenza storico, culturale e ambientale** migliorando la capacità locale di sviluppare un'azione di **marketing territoriale**

Il marketing territoriale

- Per marketing territoriale s'intende una funzione che contribuisce allo sviluppo equilibrato dell'area attraverso l'ideazione e l'attuazione di un'**interpretazione delle caratteristiche territoriali** in chiave di offerta che soddisfi segmenti identificati di domanda attuale e potenziale.
- Esso consiste tradizionalmente da un lato nell'**attrazione di investimenti** in un territorio, dall'altro nel **rafforzamento delle aziende locali**.
- In realtà è uno strumento che, partendo dall'analisi degli attori, delle risorse e degli obiettivi del territorio, cerca di individuare le modalità per **affermare la competitività di questo territorio nel mercato globale**, cercando di raggiungere obiettivi condivisi.

Fasi del progetto

Il progetto si compone di **7 fasi**:

- A. Creazione di una **banca dati sui siti culturali** (Confartigianato)
- B. Analisi delle **iniziative culturali** sul territorio (GAL Venezia Orientale)
- C. Progettazione **percorsi ed offerte** (GAL Venezia Orientale e Confartigianato)
- D. **Divulgazione risultati**: convegni, cd-rom, portale web (GAL Venezia Orientale e Confartigianato)
- E. Azioni di **animazione economica** per la nascita di imprese (Confartigianato)
- F. Assistenza alla **creazione di imprese** (Confartigianato)
- G. **Coordinamento, monitoraggio, valutazione e gestione amministrativa** (GAL Venezia Orientale)

Conduzione del progetto

Il progetto viene coordinato da:

- A. Capofila:** GAL Venezia Orientale
- B. Partner attuatori:** GAL Venezia Orientale e Confartigianato del Veneto Orientale
- C. Comitato di gestione:** GAL Venezia Orientale (Giancarlo Pegoraro), Conferenza dei Sindaci del Veneto Orientale (Bruno Panegai) e Confartigianato del Veneto Orientale (Giorgio Minighin)
- D. Revisore contabile:** (Gabriele Giambruno)

SITO WEB del progetto

www.venetoorientalelive.com