

La montagna ha grandi opportunità d'impresa Ascom e Assoartigiani delineano il percorso

E' stato presentato il progetto Nuovo marketing territoriale che coinvolge 26 comuni vicentini dell'Obiettivo 2

TURISMO
L'Ascom Confcommercio e l'Associazione Artigiani di Vicenza hanno presentato il progetto "Nuovo marketing per la montagna vicentina", che riguarda l'ampia area montana e pedemontana, formata dai 26 Comuni individuati Obiettivo 2 (Altissimo, Asiago, Caltrano, Calvene, Chiampo, Cismòn Del Grappa, Cogollo Del Cengio, Conco, Crespadoro, Enego, Foza, Gallio, Laghi, Lastebase, Lugo Di Vicenza, Lusiana, Nogarole Vicentino, Pedemonte, Posina, Recoaro Terme, Roana, Rotzo, San Pietro Mussolino, Valdistico, Valli Del Pasubio, Valstagna). L'iniziativa congiunta, così come hanno sottolineato Sergio Rebecca, presidente provinciale dell'Ascom - Confcommercio e Giuseppe Sbalchiero, presidente dell'Associazione Artigiani di Vicenza, ha lo scopo di favorire l'avvio di nuove attività commerciali, turistiche, di servizi alla persona o all'impresa, nonché di attività artigianali finalizzate alla valorizzazione del territorio e al recupero ambientale. All'incontro di presentazione del progetto hanno partecipato anche Agostino Bonomo, presidente mandamentale dell'Assoartigiani e il direttore dell'Ascom di Vicenza Andrea Gallo. L'impegno delle due tra le associazioni più rappresentative del territorio provinciale nasce dalla convinzione che la Montagna Vicentina sia un patrimonio unico di inconfondibile bellezza paesaggistica e ambientale, di storia e di cultura, ma

altresi un territorio che, se correttamente mantenuto o recuperato, è fonte di molteplici opportunità economiche e sociali. Chi, allora, se non le Associazioni di categoria devono stimolare gli imprenditori a investire nelle cosiddette zone rurali o "aree in ritardo di sviluppo" e far sì che il tessuto commerciale/artigianale della zona si mantenga vivo e dinamico? Il progetto "Nuovo marketing per la montagna vicentina" si propone di dare un contributo positivo allo scopo, in piena sintonia con quanto previsto dal bando della Regione Veneto da cui deriva, e che è stato promosso a valere su risorse dell'Unione Europea (Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, nell'ambito del DOCUP Obiettivo 2 - Mis. 1.6 "Interventi di animazione economica"). E' anche la continuazione del precedente progetto dal titolo "Marketing territoriale per le PMI della Montagna Vicentina", realizzato dall'Ascom e dall'Associazione Artigiani di Vicenza da marzo 2004 a novembre 2005. L'attuazione del nuovo progetto prevede diverse fasi, che si concluderanno nel maggio 2008 con la rendicontazione delle nuove imprese o delle nuove unità locali nate per effetto delle attività progettuali di cui si compone l'iniziativa. L'obiettivo è di almeno dieci nuove attività. A tal fine, la promozione dei fattori di attrazione imprenditoriale, individuati come caratteristici dell'area interessata e come possibili occasioni di sviluppo dell'imprenditoria locale, sarà effettuata attraverso un'estesa campagna di comunicazione che comprende, oltre agli incontri formativi e la diffusione di sportello delle informazioni sul progetto, un intenso utilizzo dei canali radio tv e stampa locale, nonché della rete internet e l'organizzazione di "road show" in occasione di eventi e manifestazioni già conosciuti sul territorio. La scelta di avvalersi di un ampio mix di strumenti di comunicazione, tra quelli più diffusi, diretti e familiari, è stata fatta appositamente dalle due Associazioni per moltiplicare i contatti con i potenziali nuovi imprenditori e il loro coinvolgimento nella realizzazione del progetto. L'individuazione

Vicenza

Anno XII - N 12 del 25 giugno 2007

delle nuove opportunità territoriali e dei fattori di sviluppo socio economico, compatibile e duraturo, delle comunità locali che compongono l'area sarà preceduta da una approfondita verifica del "perché" e del "come" una potenziale nuova impresa dovrebbe insediarsi in un determinato contesto territoriale per "sfruttarne" al meglio le potenzialità: il tutto senza perdere di vista i limiti di compatibilità con l'ambiente di riferimento.

Il filo conduttore di tutta l'iniziativa è, infatti, quello di perseguire lo sviluppo di attività nelle zone rurali in stretta simbiosi con l'ambiente montano. L'impegno dei promotori del progetto è anche contribuire a preservare e a far crescere la realtà esistente, mantenendo un tessuto socio economico sufficientemente diversificato, costituito da piccole imprese.

Come detto, l'attività progettuale prevede l'attuazione di più fasi, tra cui una prima parte dedicata allo studio e all'analisi per individuare le nuove opportunità imprenditoriali presenti nei 26 Comuni di interesse del progetto. L'analisi riguarda gli interventi di urbanizzazione realizzati di recente, in fase di attuazione o programmati nei singoli Comuni, che possono favorire l'insediamento di nuove attività commerciali, turistiche, di servizi o artigianali; come pure quelli di riqualificazione di centri storici o di riconversione di aree dismesse in residenziali o commerciali; o ancora, la verifica di opportunità derivanti dallo sviluppo dei punti di forza del territorio che possono incentivare l'utilizzo delle buone prassi di turismo commerciale, quali, ad esempio: il Museo diffuso della grande Guerra, la promozione dei prodotti tipici locali (formaggio Asiago), nuovi collegamenti o piste di sci.

Contemporaneamente in questa fase si individuano alcuni punti di debolezza delle varie aree, derivanti dall'analisi dei dati dell'Osservatorio della CCIAA di Vicenza (confronto dati 2003 con quelli del 2005), per evidenziare la carenza di determinate tipologie di esercizi commerciali, di pubblici

esercizi, di attività di servizio alle imprese.

In particolare l'Associazione Artigiani di Vicenza intende sviluppa-

re 4 specifiche aree tematiche:

- 1) l'agroalimentare, con la valorizzazione dei prodotti tipici locali;
- 2) l'edilizia in zona montana, incentivando le attività inerenti alla manutenzione delle seconde case, il controllo a distanza, la domotica;
- 3) l'utilizzo di biomasse legnose a fini energetici;
- 4) formazione e informazione agli operatori sulle opportunità imprenditoriali del territorio.

Le due Associazioni sono presenti ed attive da molti anni sul territorio di riferimento del progetto con un totale di 4 sedi operative e assicurano sia il supporto logistico alle diverse azioni che l'esistenza di relazioni consolidate con le differenti realtà territoriali.

Monica Rossato

