

P.O.R. SICILIA 2000-2006 - Misura 6.0.6 C - Punto d)

- Provincia Regionale di Catania -

**Marketing, partenariati internazionali e reti per l'
internazionalizzazione dei centri storici e delle maggiori
valenze culturali della Provincia di Catania**

SCHEDA SINTETICA

Obiettivi del progetto:

Con il presente progetto la Provincia Regionale di Catania intende offrire alle aziende nonché alle organizzazioni turistiche, alle aziende no profit e agli altri enti privati e pubblici dediti alla promozione e valorizzazione dei beni culturali locali uno strumento integrato di marketing e di internazionalizzazione applicata ai processi di promozione turistico- culturale della Provincia.

Il progetto si integra con gli altri progetti presentati dallo stesso Ente in materia di beni culturali e con altri per la costituzione dell'Agenda Provinciale per lo sviluppo locale.

Le azioni principali sono due :

- 1. marketing territoriale e assistenza al partenariato internazionale*
- 2. creazione di reti e di un portale turistico culturale tra i Comuni di piccole dimensioni.*

La finalità specifica delle azioni di marketing territoriale è quella di incentivare l'investimento privato (anche estero) nel settore dei beni culturali in project financing o con sistemi di sponsorizzazione.

Altra finalità specifica è la ricerca di collegamento e di integrazioni delle azioni con i programmi PHARE, TACIS e, in particolare, con il MEDA della Commissione Europea.

A livello settoriale culturale l'integrazione forte è quella con il programma Cultura 2000 della Commissione Europea.

A livello settoriale specifico per l'internazionalizzazione si cercherà nelle azioni un raccordo e un integrazione con l'attività svolta dall'ICE, dalla Sace, dalla Simest, dallo Sportello Regionale Sicilia per l'internazionalizzazione delle imprese (l'Intesa istituzionale firmata tra la Regione Siciliana e il Ministero del Commercio Estero il 2 maggio 2001 prevede che lo Sportello abbia sede presso l'ICE di Palermo e che ad esso partecipino Sace, Simest e le Camere di Commercio provinciali).

Si promuoverà presso le imprese del settore turistico culturale l'accesso alle normative di sostegno all'internazionalizzazione quali la L. 1083/54, L. 83/89, L. 394/81, L. 580/93, L. 304/90, L. 212/92, etc..

1° obiettivo : il marketing territoriale dei beni culturali provinciali

Nell'ambito degli interventi di sviluppo locale (Patti Territoriali, PIT, Leader, etc..) finalizzati alla creazione di condizione economiche idonee per lo sviluppo imprenditoriale, alla crescita produttiva ed all'aumento della competitività si colloca il presente progetto di promozione del settore dei beni culturali locali, con i seguenti obiettivi specifici:

- creare una dotazione di servizi di marketing territoriale e la disponibilità di eventi comunicazionali;
- incentivare l'investimento privato (anche estero) nel settore dei beni culturali in project financing o con sistemi di sponsorizzazione.
- rafforzare la competitività internazionale del sistema locale del turismo culturale in un ottica di sviluppo sostenibile;
- ridurre il differenziale socio- economico del settore;
- adeguare e potenziare nonché valorizzare i beni culturali anche attraverso la riconversione delle fasce occupazionali e dei disoccupati, con il sostegno della ricerca, di strutture di servizio e di assistenza;
- prevenire i danni derivanti da uno sfruttamento non equilibrato delle risorse culturali

Si intendono pertanto ottenere, a livello indiretto, nel periodo considerato:

- maggiori investimenti ed un maggior valore aggiunto diretto ed indiretto sul territorio interessato, attraverso il rafforzamento della filiera turistico-culturale-culturale;

- un incremento del numero e del livello di operatività dei consorzi, intese, accordi e programmi generati da imprese e operatori pubblici del settore turistico-culturale-culturale;
- un maggior reddito per i lavoratori del settore turistico-culturale culturale;
- la riconversione degli addetti e disoccupati verso il settore turistico-culturale culturale;
- un incremento della fruizione delle risorse culturali.

2° obiettivo : il partenariato internazionale

- convenzioni con tour operators esteri e compagnie di navigazione aerea estere al fine della distribuzione del materiale promozionale sui centri storici e le altre valenze paesistico culturali;
- rafforzare la competitività internazionale del sistema locale del turismo culturale in un ottica di sviluppo sostenibile;
- erogare servizi al fine della creazione di partenariati e joint ventures con operatori turistico culturali esteri ;
- creazione di un osservatorio quotidiano aggiornato sui prezzi del mercato internazionale dei prodotti turistico culturali ;
- definizione degli strumenti di commercializzazione internazionale del prodotto turistico-culturale locale, dell'attività e dell'immagine del sistema delle aziende turistico-culturali locali;

Si intendono pertanto ottenere, a livello indiretto, nel periodo considerato:

- maggiori investimenti ed un maggior valore aggiunto diretto ed indiretto sul territorio interessato, attraverso la creazione dei partenariati turistico-culturali;

- un incremento del numero e del livello di operatività dei consorzi, intese, accordi e programmi generati da imprese e operatori pubblici del settore turistico-culturale;
- un maggior reddito per i lavoratori del settore turistico-culturale culturale;
- la riconversione degli addetti e disoccupati verso il settore turistico-culturale;
- un incremento della fruizione delle risorse culturali.

3° obiettivo : la rete e il portale comune

La creazione di una rete che connetta i centri storici minori della Provincia di Catania, per promuovere in modo effettivo gli interessi turistico culturali della comunità provinciale, deve contenere:

- Un canale, che deve fornire un insieme di informazioni e di servizi integrati on line: servizi all'impresa turistico culturale, agenzie, alberghi, etc. e al cittadino nonché al turista
- una banca dati distribuita (web based work-flow) sul patrimonio artistico culturale della Provincia
- valorizzare la realtà costituita dai tanti soggetti pubblici e privati diffusi nel territorio, che esprimono creatività ed innovazione;
- rispondere alle esigenze degli imprenditori del settore del turismo culturale;
- sviluppare un'efficace promozione del prodotto turistico-culturale catanese, soprattutto perché mirata a raggiungere gli interlocutori essenziali per incrementare i flussi turistici (agenzie di viaggio, tour operators, ambasciate e consolati, aziende per l'incremento turistico-culturale, centri per il turismo degli anziani, associazioni sportive e culturali, Università, ecc.).

