

Promozione del territorio e attrazione di investimenti tra l'Adige e il Po

Il marketing territoriale è un insieme di strumenti e attività per valorizzare il territorio, le sue caratteristiche e le sue potenzialità in modo da attrarre investimenti e visitatori dall'esterno, riorganizzare e semplificare le procedure amministrative per garantire agli operatori economici facilità di interazione con gli amministratori del territorio. Il progetto si propone di attivare un piano di marketing territoriale analizzando le vocazioni del territorio, e sottolineando l'esigenza di valorizzazione del territorio attraverso "idee-forza" e percorsi progettuali innovativi, facendo costantemente riferimento all'indispensabile utilizzo delle tecniche comunicative e relazionali, e ad una valutazione puntuale in termini di costi e risultati attesi.

Il lavoro è strutturato in tre parti, ciascuna diretta ad indagare una differente problematica connessa al processo di marketing territoriale con l'obiettivo di rispondere a tre quesiti-chiave:

1. Perché investire in un territorio determinato;
2. Dove investire in questo territorio;
3. Quali sono gli interlocutori per il potenziale investitore.

Un'analisi, dunque, strumento di orientamento e supporto decisionale volta, da un lato, ad identificare la "vocazione attuale" dell'ambito territoriale in esame sulla base delle risorse esistenti, dall'altro ad individuarne il potenziale di sviluppo sulla base della progettualità in atto. Scopo ultimo è l'evidenziazione dei fattori di attrazione dell'area in una logica di marketing territoriale. La "lettura" e la conseguente interpretazione dell'area esaminata sono quindi effettuate sulla base di due livelli d'analisi:

1. Analisi delle opportunità in ottica di marketing territoriale;
2. Il nuovo Piano Assetto Territoriale Intercomunale.

Il Comune di Badia Polesine (soggetto beneficiario dell'intervento) è promotore di un accordo con i centri più importanti dell'Alto Polesine, Trecenta, Lendinara, Castelmasse e Fratta Polesine, dando vita ad un tavolo di concertazione capace di svolgere un ruolo trainante l'intera economia locale. Da questo accordo trarranno beneficio anche tutti gli altri comuni che vedranno accresciute le potenzialità in termini di attrazione d'investimenti e di partecipazione al coordinamento delle strategie di sviluppo economico del territorio. L'area è infatti interessata dalla presenza, da una parte, di un originale patrimonio culturale, che si estrinseca in una numerosa serie di richiami architettonici e archeologici, storici e politici, che ne determinano una condizione di vantaggio competitivo che aspetta solo di essere adeguatamente messo a frutto; dall'altra parte da una consolidata funzione di attrattore sovracomunale, che avrà a breve una più marcata enfaticizzazione con il prolungamento di una rilevante infrastruttura viaria che darà al territorio una strategica uscita autostradale: tutto ciò può avere, se opportunamente messo a frutto, importanti ricadute che possono andare a beneficio del tessuto economico e sociale di tutta la comunità. Oltre agli altri Comuni Altopolesani, il progetto si rivolge anche alle Associazioni di Categoria e alle Organizzazioni imprenditoriali fra le quali hanno già concesso il patrocinio Varie Associazioni di Categoria dell'Artigianato del Commercio e dell'Agricoltura. Inoltre hanno aderito al progetto già una quindicina di comuni.

La strategia suggerita per la realizzazione del progetto è la seguente:

- individuare le possibili forme di finanziamento comunitario, nazionale e regionale a supporto dello sviluppo delle iniziative individuali o aggregate a sostegno delle vocazioni economiche espresse dal territorio;
- proseguire nell'azione di coordinamento territoriale attraverso "piani integrati" (ad es. il P.A.T.I., Piano di Sviluppo Locale, ecc.), e iniziative di supporto;
- sostenere la concertazione locale in supporto alla Conferenza dei Sindaci formatasi a seguito della realizzazione del progetto al fine di far crescere nel territorio locale i soggetti (aggregati ed intersettoriali) che avranno il compito futuro di far crescere la domanda e l'offerta locale;
- individuare iniziative di animazione economica finalizzate a supportare ed integrare l'imprenditoria locale a servizio di questa nuova ed articolata offerta nei settori economici emergenti (II e III fase del progetto).

Il modello si sviluppa attraverso tre fasi:

1. analisi del sistema locale, finalizzata a fornire una fotografia del territorio, a valutarne i fattori critici e a focalizzarne le vocazioni;
2. definizione della strategia, volta al posizionamento delle risorse territoriali rispetto alla domanda potenziale e all'individuazione di linee di sviluppo coerenti con gli indirizzi individuati a livello locale e nazionale;
3. progettazione competitiva del territorio, attraverso la specificazione degli interventi per assi e obiettivi strategici e la definizione di strumenti di promozione dell'area.

La prima fase fa riferimento alla realizzazione di una serie di analisi e indagini volte specificamente all'individuazione degli elementi da valorizzare, che costituiranno la chiave di sviluppo del territorio, mediante interventi di promozione dei punti di forza del sistema e ideazione di azioni di contrasto dei fattori risultati critici. La seconda fase fa diretto riferimento alle azioni di promozione, informazione e quindi marketing diretto, finalizzate a diffondere la conoscenza del territorio, le opportunità da questo offerte e fornire ai potenziali utenti (imprenditori e aziende) gli elementi di valutazione e giudizio circa la possibilità di avviare delle attività imprenditoriali nell'area. La terza fase ha lo scopo di individuare le linee operative tese ad accelerare le dinamiche dello sviluppo locale attraverso la specificazione degli interventi per assi e obiettivi strategici e la definizione di strumenti di promozione dell'area.

Tratto dal sito www.impresaltopolesine.it