

COMUNICATO STAMPA

“IL PIANO OPERATIVO LOCALE DI MARKETING TERRITORIALE E’ UNA ESPERIENZA INNOVATA E VA PROSEGUITA” DALLA GIORNATA DI BILANCIO DEL PROGETTO DELLA PROVINCIA DI PISTOIA LA RICHIESTA DEI PARTECIPANTI

Una esperienza da ripetere sicuramente. E’ questo il primo risultato del Piano operativo Locale di Marketing Territoriale coordinato dalla Provincia di Pistoia con una serie di enti e operatori locali.

Il progetto nasceva dal Piano Operativo Locale, P.O.L., di Marketing territoriale ed è stato realizzato dalla Provincia di Pistoia in collaborazione con Toscana Promozione nell’ambito del Docup ob. 2 della Regione Toscana, anni 2000 – 2006, all’interno dell’azione “Marketing di area” destinata all’attrazione di investimenti diretti esteri.

I partner del progetto sono stati: Comuni di Cutigliano, Marliana, Piteglio, Sambuca p.se, S. Marcello p.se, Agliana, Montale, Quarrata, Pistoia, Pescia, Comunità Montana Appennino Pistoiese, Confcommercio Pistoia, Camera di Commercio Pistoia, Cosp, Centro di Impresa e Innovazione di Pistoia, Confartigianato di Pistoia, Cgil, Cisl, Uil, Ugl, Conferesercenti di Pistoia.

Martedì 12 luglio si è svolta a Villa Baldi Papini a Pistoia una giornata di bilancio su questo progetto che ha visto i partners confrontare le loro opinioni e raccontare le loro esperienze. In pratica due gruppi di lavoro, uno per la montagna e uno per la piana pistoiese, hanno svolto incontri per individuare le priorità a livello di marketing territoriale per la propria area. Lo scopo del progetto era infatti quello di analizzare, da parte di operatori locali e soggetti istituzionali, per zone cosiddette svantaggiate, le potenzialità esistenti a livello di attrazione di investimenti, anche esteri, e proporre idee per aumentare questa attrattività. Marketing territoriale significa infatti proporre un territorio per investimenti economici, come un prodotto, anche attraverso le sue capacità di sviluppo.

“Dai gruppi di lavoro sono arrivate proposte molto interessanti – dice il Vice Presidente, Assessore Politiche Comunitarie e Innovazione produttiva, della Provincia di Pistoia Giovanni Romiti - Era la prima volta che a Pistoia veniva sperimentato un metodo partecipativo del genere: una rete così specializzata di operatori, con la presenza di molti imprenditori locali, che si riuniva per identificare i punti di forza ma anche di debolezza delle nostre aree che l’Unione Europea aveva incluso nell’obiettivo 2, per le zone svantaggiate. Quello che abbiamo compreso è che, in questa società della conoscenza, è proprio il trasferimento delle capacità che rende competitivi. Non abbiamo avuto la pretesa di creare un modello risolutore ma di mettere in sinergia le idee di chi vive e opera su un territorio e chi lo gestisce, una strada che intendiamo continuare anche in futuro. E’ per questo anche che questo progetto è stato voluto dalla Provincia. La richiesta di chi ha partecipato ai gruppi di continuare l’esperienza è certamente un segnale della positività del metodo”.

In particolare è stata presentata in questa occasione la pagina internet di georeferenziazione (appunto tutte le caratteristiche territoriali: da quelle geografiche a quelle di vocazione industriali, dalle risorse naturali a quelle di comunicazione) che aiuterà imprenditori, anche stranieri, interessati a trovare opportunità di investimenti nella nostra area. La pagina è stata realizzata dal Cosp della Camera di Commercio (indirizzo internet: www.cosp.camcom.it/marketing.html). Inoltre sono stati presentati un cd rom con materiale di promozione dell'area montana realizzato dal Centro Innovazione Impresa e la pubblicazione sui risultati dei workshop aperti agli operatori locali, realizzati nell'ambito del piano, dalla stessa Provincia. Il cd rom verrà distribuito su larga scala a un indirizzario di investitori e giornalisti specializzati.

Per informazioni Ufficio Politiche Comunitarie Provincia di Pistoia piazza S. Leone 1, Pistoia tel. 0573 – 374269.

Pistoia 15 luglio 2005