

Progetto di **Marketing territoriale**

Il progetto si propone di stimolare l'incontro tra l'offerta di opportunità economiche presenti nel territorio interessato e la domanda di nuova localizzazione che può nascere da parte di aggregazioni di impresa o singole imprese fortemente orientate a lavorare in rete.

L'intervento proposto non si limita a realizzare un'azione strutturata di promozione e valorizzazione delle risorse presenti nel territorio, ma affronta contestualmente e sinergicamente, la tematica della promozione di processi aggregativi tra imprese.

Per sviluppare un percorso di incontri in grado di dare input e opportunità alle aziende si è deciso di seguire 2 temi principali:

- **l'Innovazione**
- **La responsabilità sociale**

La scelta è dettata dall'esigenza di sensibilizzare una nuova cultura dell'"essere impresa" soprattutto tra le piccole aziende. Questa apertura mentale permette di aumentare gli strumenti in possesso dei singoli per affrontare la competitività e i continui cambiamenti imposti dai mercati .

L'originalità del progetto è quindi quella di stimolare un'esigenza strategica e sentita nel Veneto, ossia favorire l'aggregazione di imprese, la collaborazione/cooperazione tra di esse (networking),(vedi successiva Tav 0a - *Albero dei problemi*) focalizzandoli su due grandi tematiche.

Questi ambiziosi obiettivi verranno approcciati nel presente progetto con azioni pratiche e calate sul territorio, stimolando la domanda e l'offerta di opportunità di business già presenti sul territorio (vedi successiva Tav 0b - *Albero degli obiettivi*).

Il progetto prevede di agire in diverse fasi:

- 1) Azioni di promozione attraverso pubblicità sui giornali e radio in grado di richiamare un numero maggiore possibile di aziende
- 2) incontri formativi su tutto il territorio della Provincia di Venezia sui temi dell'Innovazione. L'**innovazione** è l'implementazione di un prodotto nuovo o significativamente migliorato (sia esso un bene o un servizio), o di un processo, un nuovo metodo di marketing o un nuovo metodo organizzativo in ambito di business, luogo di lavoro o relazioni esterne.

Con **attività di innovazione** si intendono tutti i passaggi scientifici, tecnologici, organizzativi, finanziari e commerciali volti all'implementazione dell'innovazione. Alcune attività di innovazione sono esse stesse innovative, altre invece non sono nuove, ma sono necessarie per l'implementazione dell'innovazione, come ad esempio la Ricerca e Sviluppo non legata ad una specifica innovazione.

- 3) incontri di studio e confronto sul tema "Responsabilità sociale". Per **responsabilità sociale d'impresa** (o Corporate Social Responsibility, CSR) si intende l'integrazione di preoccupazioni di natura [etica](#) all'interno della visione strategica d'[impresa](#): è una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività.
- 4) Formazione outdoor presso il Parco Scientifico di Trieste e Fraunhofer in Germania.

NOTE:

AREA Science Park è il **primo Parco scientifico e tecnologico multisetoriale d'Italia** e uno tra i **maggiori in Europa**.

La **Società Fraunhofer** ([Germania: Fraunhofer-Gesellschaft](#)) è una organizzazione [tedesca](#) di ricerca si sviluppa con 59 istituti di tutta la Germania, ciascuno incentrato su diversi campi delle scienze *applicate*. Impiega oltre 12.500, in particolare [gli scienziati](#) e [ingegneri](#), con un budget annuale di ricerca di circa € 1,2 miliardi. Alcuni finanziamento di base per la Società Fraunhofer è fornito dallo Stato, ma circa due terzi dei finanziamenti sono guadagnati con contratto di lavoro, sia per il governo o progetti sponsorizzati dall'industria.

Alcuni progetti di rilievo

- Stanno sviluppando un programma per l'uso in negozi [IKEA](#), che permettono alle persone di scattare una foto della loro casa in un negozio per visualizzare un completamente assemblato, l'adattamento digitale della propria camera.

Periodo dell'iniziativa: dicembre 2009-giugno 2010