



# VISION 2020 Piano Strategico di Area Vasta del Nord Barese Ofantino

## AZIONI PARTENARIALI: SCHEDA PER LE PROPOSTE DI INTERVENTO

### Parte I - Proposta

<b>Titolo dell'intervento</b>	CORSO IN PRODUCT MANAGER DI EVENTI MODA E SPETTACOLO		
<b>Localizzazione dell'intervento</b>	PROVINCIA BAT		
<b>Area di realizzazione dell'intervento</b>	<input type="checkbox"/> Comune	<input type="checkbox"/> Provincia	<input type="checkbox"/> Interprovinciale

Proponente		Non compilare
Denominazione Ente	C.S.F. ENAIP PUGLIA SEDE DI ANDRIA	Scheda n.
Indirizzo	C.DA BARBADANGELO, 2	
Rappresentante legale	VINCENZO PURGATORIO	Data
Telefono	0883599944	
Responsabile del procedimento	FRANCESCO CRACA	Settore
Data	23/10/2008	

### Descrizione dell'intervento (da compilare a cura del proponente)

<b>Tipologia d'intervento</b>	<input type="checkbox"/> Infrastrutture	<input type="checkbox"/> Risorse umane	<input type="checkbox"/> Sensib. e promozione
	<input type="checkbox"/> Animazione territoriale	<input type="checkbox"/> Sviluppo imprenditoriale	<input type="checkbox"/> Riqualificazione urbana
	<input type="checkbox"/> Innovazione	<input type="checkbox"/> Altro _FORMAZIONE_	
<b>Descrizione generale dell'intervento</b>	CORSO DI FORMAZIONE FINALIZZATO AL POTENZIAMENTO E ALLA PROMOZIONE DELLE ATTIVITÀ E DEI SERVIZI AL TURISMO E AL TEMPO LIBERO, IN PARTICOLARE NELL'AMBITO DEGLI SPETTACOLI E FESTIVAL DAL VIVO		
<b>Descrizione dettagliata dell'intervento (Obiettivi, risultati attesi, effetti e ricadute territoriali)</b>	<p><b>Obiettivi:</b> L'obiettivo del corso di formazione professionalizzante proposto è quello di formare figure altamente specializzate nell'area della gestione di eventi, nel campo della Moda e dello Spettacolo. Obiettivo del Corso in Eventi e' anche quello di trasferire competenze necessarie per l'elaborazione di un progetto imprenditoriale non solo riferito ad un o piu' eventi ma anche alla creazione di strutture: associazioni, cooperative, societa' di servizi. Il corso in progettazione ed organizzazione di eventi forma una figura che è in grado di progettare ed organizzare tipologie di eventi anche eterogenei. Il corso in "Product Manager degli Eventi Moda&amp;Spettacolo", offre una formazione specialistica e mira a creare figure professionali in grado di pianificare strategie e di gestire azioni operative; le competenze in materia di marketing degli eventi completano la figura che è in grado di promuove la valorizzazione del territorio e delle sue risorse umane in termini di capacità artistiche, imprenditoriali e creative. Tale figura sarà capace di creare valore, di gestire risorse finanziarie, di definire le trame culturali, di dirigere lo svolgimento operativo e l'organizzazione di un evento. La comunicazione intersoggettiva e la capacità di analisi e di marketing completano la figura.</p> <p>In sintesi, il "Product Manager degli Eventi Moda&amp;Spettacolo"</p>		

organizza e progetta per conto di enti privati e pubblici, eventi comunicativi ed aggregativi, di intrattenimento, animazione, culturali, della Moda e dello Spettacolo. E' in grado di ideare e pianificare un evento attraverso gli strumenti tecnici a sua disposizione, flessibilità definendo in dettaglio i contenuti, i tempi, le risorse materiali, umane e finanziarie necessarie, occupandosi altresì delle relazioni con i committenti, i fornitori e il pubblico. E' in grado di decifrare le tendenze di consumo e trasformarle in idee-progetto.

**Risultati Attesi:** Formare professionisti in grado di ideare, progettare, realizzare e promuovere diverse tipologie di eventi, da quelli di carattere culturale, come l'allestimento di mostre permanenti, eventi culturali, spettacoli teatrali, musicali fino alla realizzazione di sfilate di moda, convention, meeting e congressi. Esiste infatti un numero elevato di occasioni, situazioni che coinvolgono le imprese, le associazioni, le istituzioni a vivere dei momenti di aggregazione per comunicare, informare, confrontarsi. Ognuno di essi deriva da una specifica strategia, possiede ed esprime una sua dimensione, importanza, modello organizzativo ed impatto: la comunicazione che dovrà essere dispiegata, sia per preparare che per gestire, che per seguire ogni evento, dovrà necessariamente essere commisurata alle sue peculiarità. Queste sono le fasi nelle quali il "Manager dell'Evento" deve essere in grado di dimostrare che possiede un modello unitario di approccio, da calibrare secondo le specifiche variabili ed esigenze di ogni evento, ed esprimere il più alto grado di competenza e capacità progettuale e gestionale. È evidente che chi si candida a rivestire questo ruolo di "Organizzatore di Progetti", cioè di eventi, deve possedere un profilo professionale e culturale complesso ed altamente qualificato. In corrispondenza di tale sviluppo delle funzioni di progettazione, organizzazione e comunicazione, si è determinata una forte domanda di professionalità specializzate in grado di gestire le diverse attività, sia direttamente presso le aziende interessate, sia sotto forma di professioni e attività indipendenti. Pertanto i risultati attesi sono:

- Alta professionalità e specializzazione delle figure formate
- Incremento del livello occupazionale
- Creazione di una nuova figura professionale

**Effetti e Ricadute sul territorio:** Ci si aspetta di creare delle figure in grado di essere anche portavoci in Italia ed all'estero di ciò che è la produzione tessile locale, dall'intimo all'abbigliamento attraverso l'organizzazione di eventi dove *buyers* ed *offers* si incontrano, e cioè creare i c.d. "workshop". Questa tipologia di eventi sono mirati alla presentazione delle aziende locali e dei loro prodotti, durante i quali si svolgono attività di pubbliche relazioni, commerciali e anche di scambio di

	<p>idee e crescita professionale. Inoltre la figura del Product Manager con la realizzazione dell'evento Moda (es: sfilata modanare), può presentare giovani stilisti e quindi risorse umane del territorio, alle aziende locali e non proponendo loro di realizzare le nuove collezioni dai giovani artisti presentate. In questo modo la moda diviene rappresentante sia dei nuovi talenti che delle aziende che sviluppano le loro opere creative. Anche fiere, convegni e congressi di settore rientrano nell'ambito organizzativo del Product Manager, che a questo punto apporta diversi contributi al territorio soprattutto se tutti gli eventi sono realizzati nel contesto provinciale, ovvero:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilità alle aziende locali</li> <li>• Valorizzazione e presentazione di giovani stilisti</li> <li>• Un nuovo indotto turistico di tipo 'business'</li> <li>• Dinamismo negli scambi commerciali nazionali ed internazionali</li> </ul>	
<p><b>Struttura del progetto (specificare se si tratta di un singolo intervento o di un pacchetto di interventi)</b></p>	<p>IL CORSO PREVEDE 1000 ORE DI FORMAZIONE, DA SUDDIVIDERSI IN 7 MESI PER 5 GIORNI A SETTIMANA , IN GIORNATE DI 6 ORE. LE LEZIONI IN AULA SI TERRANNO PRESSO LA SEDE DI ANDRIA DELL'ENAIP PUGLIA.</p> <p>IL PIANO DIDATTICO CONSTA DI LEZIONI IN AULA, ORE DI WORKSHOP, VISITE GUIDATE, VIAGGI DI ISTRUZIONE E STAGE PRESSO STRUTTURE DEL SETTORE.</p> <p>AL FINE DI FORNIRE UNA PREPARAZIONE CONCORRENZIALE SUL PIANO NAZIONALE, L'ENAIP STA CONCORDANDO PARTNERSHIP CON AZIENDE LOCALI E NAZIONALI DEL SETTORE SPETTACOLO E TURISMO QUALI : AGENZIE DI ORGANIZZAZIONE EVENTI, COMPAGNIE TEATRALI, ASSOCIAZIONI CULTURALI ATTIVE SUL TERRITORIO DELLA BAT.</p>	
<p><b>Descrizione della comune strategia territoriale (se pacchetto di progetti)</b></p>		
<p><b>Progetto inserito in</b></p>	<input type="checkbox"/> Piano triennale delle OOPP	<input type="checkbox"/> Elenco annuale delle OOPP
<p><b>Ruolo e coerenza del progetto rispetto al Piano Strategico di Area Vasta</b></p>	<p>IL PROGETTO è COERENTE CON IL <b>PIANO STRATEGICO TERRITORIALE – VISION 2020</b> IN PARTICOLARE RISPONDE ALLE ISTANZE DI:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LA CITTÀ DELLA CULTURA, IN QUANTO TESO ALLA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE, ALLA PROMOZIONE DELL'IDENTITÀ E ALL'ATTIVAZIONE DI FORTI FILIERE DI FORMAZIONE, RICERCA E PRODUZIONE CULTURALE NELL'AMBITO DELL'ECONOMIA DELLA CULTURA,</li> <li>• LA CITTÀ DELLA MODA, IN QUANTO MIRA AL POTENZIAMENTO, ALLA RIQUALIFICAZIONE E ALLA INNOVAZIONE COMPETITIVA DEL DISTRETTO DELLA MODA, INCREMENTANDO LE AZIONI DI MARKETING E DI INTERNAZIONALIZZAZIONE SUI MERCATI DI QUALITÀ;</li> <li>• LA CITTÀ DELLO SPETTACOLO, IN QUANTO ORIENTATO ALLA PRODUZIONE DI EVENTI CULTURALI DI RILEVANZA INTERNAZIONALE.</li> </ul>	

## Parte II - Approfondimenti

### Aspetti tecnico-progettuali *(da compilare ove possibile)*

Indicazione delle scelte tecniche di base		
Illustrazione delle condizioni istituzionali, amministrative, tecniche		
Planimetria e cartografia dell'area di intervento		
Elenchi catastali delle aree e degli immobili		
Stima parametrica del costo di costruzione e realizzazione		
Stato della progettazione tecnica	<input type="checkbox"/> Studio di fattibilità	<input type="checkbox"/> Progetto preliminare
	<input type="checkbox"/> Progetto definitivo	<input type="checkbox"/> Progetto esecutivo
Compatibilità urbanistica dell'intervento		
Compatibilità ambientale dell'intervento		
Impatti paesaggistici e misure compensative previste		

### Quadro economico dell'intervento *(da compilare ove possibile)*

Costi di realizzazione	150.000 EURO (STIMA DI MASSIMA)
Descrizione e quantificazione dei costi per la manutenzione straordinaria	
Stima dei costi di gestione e/o erogazione del servizio	
Breve indicazione della struttura istituzionale, organizzazione, competenze ed esperienze del soggetto che assumerà la gestione dell'opera	
Piano finanziario	IL PIANO FINANZIARIO COMPLETO E DEFINITIVO SARÀ APPRONTATO INSIEME AL PROGETTO DEFINITIVO E CONSEGNATO IN ALLEGATO AD ESSO NEI TEMPI STABILITI.

## Vision, mission e macro-strategie: indirizzi per la compilazione delle schede

Il Sistema Territoriale Nord Barese Ofantino si presenta come un territorio fortemente complesso, capace di sviluppare un intenso sistema di variegate relazioni tra il contesto fisico e la comunità che lo abita, configurandosi come un nodo da potenziare nell'ottica dello sviluppo transcalare (locale, regionale, sovraregionale, nazionale, comunitario).

Le diverse risorse territoriali chiedono allo stato attuale una forte azione di riequilibrio e di incremento dei livelli di coesione e competitività, per cui l'avvio del processo di pianificazione strategica di area vasta rappresenta un importante punto di svolta per attivare le risorse presenti, per intraprendere un percorso di sviluppo comune e condiviso e per contribuire attivamente allo sviluppo dell'intero sistema regionale.

In questo contesto la visione al futuro proposta dal Piano Strategico di Area Vasta denominato **Vision 2020** è fondata su una prima definizione di **Sette Città Creative** del territorio Nord Barese Ofantino, sette *vision* e altrettanti luoghi-tema, proposti come "intuizioni territoriali", che interpretano i temi e le occasioni per lo sviluppo del NBO e, con approccio creativo e non puramente analitico, ne indirizzano l'evoluzione. Le sette città sono:

- la *Città della Ruralità*, orientata a promuovere lo sviluppo rurale, la formazione di distretti rurali, la diversificazione produttiva e il mantenimento dei paesaggi rurali nell'ambito del *capitalismo di territorio*;
- la *Città della Produzione tipica*, mirata alla promozione della produzione tipica come fattore di eccellenza territoriale, alla costituzione dei distretti agroalimentari di qualità e dei marchi delle aree locali di pregio nell'ambito della *soft economy*;
- la *Città della Cultura*, fondata sulla valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, sulla costituzione di distretti culturali e turistici, sulla promozione dell'identità e sull'attivazione di forti filiere di formazione, ricerca e produzione culturale nell'ambito dell'*economia della cultura*;
- la *Città del Mare*, che a partire dalla fruizione del mare e dalla valorizzazione integrata delle risorse costiere ecologiche, turistiche, infrastrutturali e produttive è in grado di produrre nuovi *progetti di territorio*;
- la *Città della Moda*, mirata al potenziamento, alla riqualificazione e alla innovazione competitiva del distretto della moda, del tessile e del calzaturiero, incrementando le azioni di marketing e di internazionalizzazione sui *mercati di qualità*;
- la *Città dello Spettacolo*, orientata alla produzione di eventi culturali di rilevanza internazionale, alla infrastrutturazione del territorio orientata al *loisir* e all'*edutainment* nell'ambito della *experience economy*;
- la *Città del Governo*, costituita attorno all'armatura dell'amministrazione e dei processi decisionali, orientata a rafforzare la città metropolitana in un'ottica di *sviluppo reticolare policentrico*.

Le Sette Città, quindi, si configurano non solo come luoghi fisici in cui realizzare specifici progetti di trasformazione, ma come modi di interpretare la *multipolarità del territorio Nord Barese Ofantino* e, come tali, potranno essere reinterpretate e definite nelle fasi di definizione, approfondimento ed attuazione del PSAV.

La capacità delle Sette Città di essere commutatori per l'intero NBO, consente di immaginare le nuove polarità come "elementi aggregatori" negli obiettivi strategici dei settori di intervento e delle azioni che verranno posti in essere a partire dalle fasi operative del PS, svolgendo tre ruoli fondamentali:

- **aggregazione di azioni settoriali** già in corso di programmazione o con progettazione in atto o da attivare nel prossimo periodo di programmazione al fine di catalizzare le scelte su tematiche condivise;
- **focalizzazione delle strategie** del Piano Strategico di area vasta con lo scopo di definire le sub-strategie;
- **selezione del partenariato** attivo a partire dal quale definire le coalizioni di soggetti per l'azione.

Le risorse presenti consentono a questo territorio di svolgere ruoli di rilievo su gran parte dello scacchiere dell'economia regionale, tuttavia, per ciascuna delle sette città del NBO bisogna verificare quale tipo di contributo operativo può apportare allo sviluppo regionale, definendo:

- contributi *strategici imprescindibili* per lo sviluppo equilibrato del sistema regionale e nazionale;
- contributi *strategici di spessore sovralocale* che contribuiscono alla formazione dello sviluppo regionale;
- contributi *strategici di livello locale* che potranno diventare utili per l'individuazione di mercati di nicchia o per la creazione di liquidità e la definizione di nuove economie territoriali.

In virtù della varietà di contributi del piano strategico del NBO (regionale, sovralocale, locale) la visione al futuro dovrà essere costruita in ottica multilivello e multiattore, e per tale ragione bisognerà tenere in considerazione tutti gli elementi di valore che attengono alle specializzazioni delle “città creative”.

I **primi macroprogetti** individuati nella prima fase analitica, concertativa e diagnostica come strategici per la crescita della competitività del territorio Nord Barese Ofantino, di seguito elencati, rappresentano gli elementi su cui incardinare tutte le proposte progettuali per le quali sarà possibile aprire eventuali canali di finanziamento al livello locale (pubblico-privato), regionale, nazionale e comunitario.

Questi macroprogetti intercettano già la programmazione dei Fondi Strutturali 2007-2013 e sono già stati selezionati insieme al partenariato come prioritari. **Altri macro-progetti saranno individuati attraverso la ulteriore concertazione con il partenariato.**

### **1. Promozione e valorizzazione delle risorse culturali e naturalistiche**

- Costruzione di **reti di valorizzazione e di potenziamento del sistema naturale protetto** con la realizzazione del Parco Regionale dell'Ofanto come dorsale ecologica del Nord Barese Ofantino integrata con le politiche rurali e le politiche di riduzione del consumo del suolo;
- Azioni per la realizzazione del **circuito delle grandi aree archeologiche**
- Azioni di potenziamento dei **centri storici normanno-svevi** per la realizzazione di un sistema integrato di fruizione e ricettività turistica capace di intessere trame virtuose con gli altri valori del territorio;
- Azioni di valorizzazione delle risorse culturali nell'ambito della **nuova economia creativa** (incubatori, centri di produzione, parchi tematici, etc.).

### **2. Potenziamento e promozione delle attività e dei servizi al turismo e al tempo libero**

- Azioni per la fruizione turistico culturale della **rete dei tratturi**;
- Azioni per il potenziamento dei **servizi per il tempo libero** nell'area del turismo balneare e del benessere;
- Riqualficazione delle **coste e potenziamento delle attività balneari** in un'ottica di sistema;
- Azioni di potenziamento e di adeguamento standard internazionali dei **porti di Trani, Margherita di Savoia e Bisceglie** in un ottica sistema anche con il porto di Barletta;
- Politiche di potenziamento degli **spettacoli e festival dal vivo**;
- Incremento del regime di **multifunzionalità dello spazio rurale** anche in chiave turistica attraverso la messa a sistema dei borghi rurali e delle masserie.

### **3. Potenziamento e promozione delle produzioni tipiche e di pregio**

- Politiche e azioni per la valorizzazione, comunicazione dei valori dei **paesaggi agrari e promozione dei prodotti tipici** agricoli e agroalimentari anche attraverso l'impiego di **nuove tecnologie**, attività di ricerca e interventi di *branding* per l'internazionalizzazione dei prodotti vitivinicoli, cerealicoli e della filiera olivicola e olearia;
- Azioni per la realizzazione di un **“Centro della ruralità”**, per la formazione e gestione dei **distretti rurali**, la ricerca e l'**innovazione** tecnologica;
- Potenziamento e **interconnessione delle filiere e delle specializzazioni produttive** relative a tessile, scarpe, maglieria, lingerie e moda sposa;
- Azioni di *branding* per l'**internazionalizzazione e l'incremento della produzione** dei prodotti del distretto della moda anche attraverso attività di ricerca e l'impiego di nuove tecnologie;
- Politiche e azioni di *branding* del **sale di Margherita di Savoia**;
- Politiche e azioni per la **valorizzazione, promozione dei prodotti lapidei** anche attraverso partenariati con centri di ricerca e design;

### **4. Realizzazione e potenziamento dei servizi di rango metropolitano e provinciale**

- Politiche di potenziamento del sistema della **formazione universitaria** decentrata e interconnessione del sistema della ricerca;
- Potenziamento della dotazione di **servizi metropolitani per la competitività di livello regionale e globale** nell'ottica delle strategie del QSN 2007- 2013 e delle Proiezioni territoriali del DSR 2007- 2013;
- Azioni per la realizzazione della **“Città Capoluogo Multipolare”** e la definizione delle specializzazioni funzionali dei tre centri generatori (Barletta città-cerniera, Andria città-territorio, Trani città-polo)
- Azioni di interconnessione tra la **“Città Capoluogo Multipolare”** (Andria, Trani, Barletta) e i **centri**

**minori della costa e dell'interno** per la dotazione di servizi e il potenziamento dell'offerta di città (cfr. "Città in Rete e qualità urbana" prevista nella terza linea strategica delle Proiezioni Territoriali del DSR 2007-2013)

**5. Realizzazione e potenziamento delle infrastrutture per la mobilità e la logistica**

- Azioni di potenziamento del **settore logistico** per la crescita del comparto manifatturiero, agricolo e terziario
- Azioni per la **specializzazione del porto di Barletta** per il traffico passeggeri e di supporto all'internazionalizzazione delle produzioni del NBO potenziando le funzioni retroportuali;
- Azioni per la connessione agli **hub del trasporto e della tecnologia** (cfr. "Hub luoghi del trasporto e della tecnologia" prevista nella prima linea strategica delle Proiezioni Territoriali del DSR 2007-2013);
- Azioni per il **potenziamento della ferrovia come matrice di coesione** e sviluppo anche attraverso progetti di riconversione ad un uso turistico (cfr. "La ferrovia matrice di coesione e sviluppo territoriale" prevista nella seconda linea strategica delle Proiezioni Territoriali del DSR 2007-2013);
- Azioni per il **completamento e il potenziamento dei collegamenti stradali** in particolar modo quelli di connessione con le Murge.

**Si chiede al partenariato istituzione e socio-economico di voler animare i macroprogetti con azioni e interventi mirati rendere attuabili le strategie attraverso la compilazione della scheda redatta dall'Ufficio di Piano.**