

Blog Post - raccontare la ricerca scelta

REPORT LEZIONE 1: PROGETTARE

Siamo partiti per l'avventura di "OpenCoesione"!

Naturalmente abbiamo dovuto capire innanzitutto in cosa consiste il progetto, quali step dobbiamo superare e quale obiettivo vogliamo centrare (il premio!!!) tramite la visione di alcuni video e l'aiuto di una esperta di euro desk.

Inizialmente ci siamo divisi in due gruppi ed ogni gruppo ha scelto un progetto da monitorare, individuando elementi significativi per convincere gli altri ad adottarlo. Poi entrambi i gruppi hanno esposto, spiegando con grande cura, il progetto scelto. Quindi si è tenuto un dibattito molto acceso, nel quale i due gruppi hanno argomentato i motivi per i quali sarebbe stato meglio scegliere un progetto piuttosto che l'altro. Il dibattito si è rivelato un vero e proprio scontro all'ultimo sangue, dove gli studenti facenti parte dei gruppi si sono uniti come due squadre, capitanate dal rispettivo team manager, per mostrare quanto il progetto da loro scelto fosse il migliore.

Nonostante la voglia di vincere da parte di entrambe le parti, una volta scelto il progetto, la classe si è ricompattata scegliendo i migliori in campo e assegnando i ruoli necessari al lavoro:

- *PROJECT MANAGER e HEAD OF RESEARCH*: **Ceschiat Nico, Marcolin Rugiada e Orsenigo Mirco**;
- *SOCIAL MEDIA, MANAGER e CODER*: **Aganovic Lejla, Geraci Sofia**;
- *DESIGNER*: **Panont Elena e Selva Giada**;
- *BLOGGER*: **Boz Martina e Capasso Antonietta**;
- *STORYTELLER*: **Biagiotti Caterina e Scala Federico**;
- *ANALISTA e CODER*: **Boz Valentina, Carrara Elena e Turchet Silvia**.

Dopo aver scelto il nome del team, **Extreme Makeover PN Edition**, le nostre due designers si sono messe all'opera per inventare un'immagine che rappresentasse noi e il nostro progetto; il logo scelto è costituito da due mani intrecciate che rappresentano la lettera "P", l'iniziale della nostra città: Pordenone. Le mani intrecciate assumono allegoricamente un significato di unione perché se più persone concorrono unite nel volere la stessa cosa, sarà più facile ottenerla.

I colori del logo inoltre non sono casuali: il **blu**, che evoca professionalità e fiducia che si contrappone all'**arancione**, che è un colore un po' aggressivo e spinge all'azione. Con questi due colori sono dipinte le strutture della nostra scuola "**I.T.S.S.E. ODORICO MATTIUSSI**", situata appunto nella città di Pordenone.

Il progetto scelto si chiama "**Marketing dell'offerta turistica di Pordenone**" ed ha lo scopo di promuovere il turismo nelle aree urbane e rurali della regione Friuli Venezia Giulia. Tramite questo progetto si vuole far conoscere il territorio dei nostri comuni, svelare e approfondire gli aspetti culturali, ambientali e turistici di questa terra.

Siamo particolarmente interessati a questo progetto non solo perché la parte relativa al marketing riguarda il nostro specifico programma di studi, ma, soprattutto perché il progetto riguarda una zona con tanto da offrire a livello turistico, ma che in pochi conoscono; desideriamo essere consapevoli di ciò che ci circonda per saperlo valorizzare. Il principale obiettivo del progetto "Marketing dell'offerta Turistica Pordenonese" è pubblicizzare il nostro territorio in modo da sviluppare le attività economiche legate al turismo.

Il Friuli Venezia Giulia si trova infatti agli ultimi posti nella classifica delle regioni italiane per reddito proveniente dal turismo. Il progetto inoltre vuole promuovere le opere d'arte del nostro territorio che non vengono valorizzate come dovrebbero. Ciò incrementerà turisti nelle nostre zone e, di conseguenza, un flusso economico vantaggioso.

Il territorio del Friuli Venezia Giulia è suddiviso in tre fasce: a nord c'è un'ampia zona di montagna, al centro una parte collinare ed infine a sud una vasta area pianeggiante che arriva fino al mare Adriatico. Pordenone è la città più occidentale della regione; è capoluogo di provincia ed è suddiviso in 51 comuni, con una popolazione di circa 300 mila abitanti. La provincia di Pordenone copre il 29% della superficie regionale. È possibile raggiungere tutti i comuni del territorio provinciale attraverso efficienti collegamenti stradali che permettono di muoversi velocemente all'interno del territorio.

Il territorio è caratterizzato da affascinanti paesaggi: il centro storico di Pordenone che si affaccia sul fiume Noncello, i portici in stile veneziano di Sacile, la strada del Rinascimento che attraversa gli antichi borghi medioevali di Spilimbergo, Valvasone, San Vito al Tagliamento, Cordovado e Sesto al Reghena. Nel territorio pordenonese ci sono inoltre Casarsa della Delizia, città natale di Pier Paolo Pasolini, la natura selvaggia dei Magredi, il lago di Barcis, le Dolomiti friulane (Patrimonio UNESCO), il Borgo di Poffabro con la Val Colvera, e infine le Valli pordenonesi che portano il nome dei fiumi e dei torrenti che le hanno intagliate (Valcellina, Val Cosa, Val d'Arzino e Val Tramontina).

La data d'inizio del progetto "Marketing dell'offerta Turistica Pordenonese" era prevista per il 30 luglio 2015 con termine nel 2017, ma il progetto non è ancora stato avviato. Infatti i pagamenti non sono ancora stati effettuati neanche per una minima parte e non sappiamo ancora quando ciò si verificherà.

Il progetto sarà finanziato da risorse pubbliche per 259.2000,00 euro, tra cui 181.440 euro dal Fondo di Rotazione e 77.760 euro da un'altra fonte pubblica.

Come si può evincere da questi dati, il maggior finanziamento è erogato dal Fondo di Rotazione, ovvero un fondo che l'Unione Europea destina agli stati membri per l'attuazione di interventi in diversi settori economici localizzati sul territorio.

Di conseguenza, dopo aver analizzato i dati, siamo giunti alla conclusione che questo progetto sia un modo per incentivare la crescita e lo sviluppo economico nelle aree urbane e rurali della regione, e mediante un monitoraggio costante potremmo portare a buon fine questo progetto che non è stato ancora iniziato. Inoltre siamo certi che facendo ciò, si andrebbero a valorizzare tutti i beni della regione e quindi, con un turismo elevato, si avrebbe un incremento dell'economia della regione stessa.