



Past - Present - Future

FINALISATION OF REGIONAL

ACTION PLANS - T2

Action Plan on the topic “Cultural measures for fostering regional identity”

**Version 1
11 2018**

	Deliverable D.T2.6.2
	Nov 2018
	PP6, Padua Chamber of Commerce
	Andrea Galeota andrea.galeota@pd.camcom.it

TABLE OF CONTENTS

1. Abstract	3
2. Project Context	3
3. Introduction and objectives	4
4. Preliminary Actions	5
5. Pilot Actions tested	6
5.1 Art Competition “Art and Industrial Culture”Short-term actions	6
5.2 Mapping	7
5.3 Itineraries	7
5.4 Open Factory festival	8
5.5. the tourism product club	8
6. Looking ahead...beyond the project lifetime	9
6.1 Specific future multistakeholders initiatives	9
7. Conclusions, outlook and sustainability	9
8. Attachment - National Version	10

1. Abstract

The present summary highlights the action performed in Veneto Region by Padova Chamber of Commerce and relevant local partners/stakeholders within the project Inducult2.0, financed by the Interreg Central Europe programme, from 2016 to 2019.

The actions are presented within coherent activity areas and refer to the Regional Action Plan attached in Italian Language.

2. Project Context

Through InduCult2.0 project, co-funded by Interreg Central Europe programme, Central European regions focused on industrial production utilise the tangible and intangible cultural assets of their industrial past, present and future in a synergetic way as a development driver, to position their regions as attractive places for working, living and recreation (www.inducult.eu). Together with local stakeholders, they rediscover and develop the positive elements of industrial communities. Specifically, the partnership intends to:

- promote and re-establish the idea of Industrial Culture in Central Europe;
- strengthen the distinct culture of industrial regions and utilise it as location factor;
- empower industrial regions by re-activating their pioneer spirit.

Eight representative regions from Germany, Austria, Belgium, Croatia, Czech Republic, Italy, Poland and Slovenia are involved. They are supported by two scientific partners from Germany and Austria. Each of the regions has prepared an “argumentation paper” on their specific industrial culture and its benefits, after a discussion with local stakeholders (thematic Focus groups) and peering activities with the international partners.

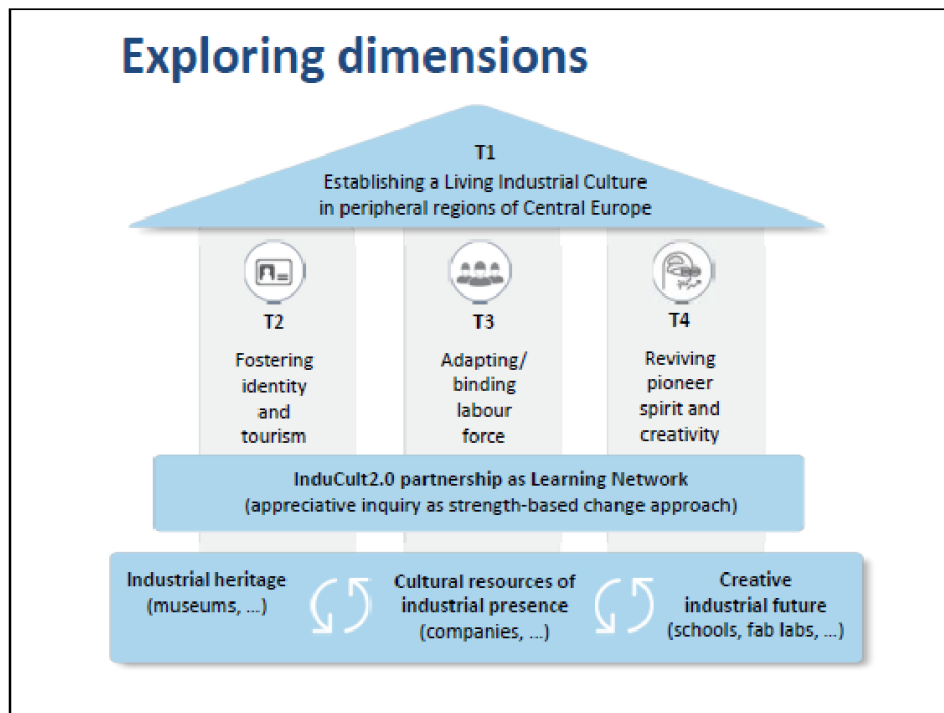
In the same time, the scientific partners provided framework and strategy papers, which are valuable input for the concept of the actions to be implemented in the regions.

The “argumentation paper” defines the path for the implementation of actions in the field of Industrial Culture and therefore for the promotion of a Central-European (respectively European) Industrial Culture.

In this framework, the partner regions develop the project actions in three main areas:

- cultural measures for fostering regional identity (T2)
- cultural initiatives influencing industrial labour market and company commitment (T3)
- cultural measures promoting creativity and pioneer spirit (T4).

The three “pillars” contribute to the strategic dimension, with the goal to establish/reaffirm a Living Industrial Culture in the peripheral region of Central Europe (T1).



This Action Plan considers the results of the focus group meetings organized by Padova Chamber of Commerce in the first months of the year 2017 for the fine-tuning of the concepts, several bilateral meetings and focus group meetings organized with the more relevant stakeholders and partner organizations in 2017 e 2018, as well as the result of the peering review with the partner regions of InduCult2.0 project and the inputs by the scientific partners involved in the project. This action plan discusses results of the work package T2 ‘culture and regional identity’.

3. Introduction and objectives

Industrial culture in the Veneto region is composed by an impressive number of tangible and intangible assets which fill the entire regional area and its identity.

Industrial communities have grown around the Veneto region’s industrial clusters along the years. Industrial culture in the Veneto region is really a mind-set. That’s why several industrial museums have been born out from the hard work of many entrepreneurs and their excellence, now visible to the public, tourists and youth generations. This regional action plan aims at defining a list of short term actions, some of which already in the implementation phase, that have been considered relevant in terms of capacity to reinforce the identity of the region and the awareness of its Industrial Culture, as well as long-term actions looking beyond InduCult2.0 lifetime.

In the framework of InduCult 2.0 thematic workpackage 2 Padova Chamber of Commerce aims at conceiving and developing new actions combining industrial history and presence, targeting the tourists and highlighting what industrial culture in Veneto means and offering

new promotion and business opportunities for the industrial sector and the tourism related value chain.

Another objective is to show the peculiar features of Veneto and North-East Italy Industrial model and how it has been significant in the definition of today's Venetian culture, stressing the cultural aspects of Industry and the assets industrial past and presents brought to the Region, highlighting in the same time the positive aspects and the trends for a further development of the Region, keeping its industrial character.

This objective will be achieved involving not only the industrial companies, but also the key actors of tourism value chain in Veneto Region (Destination Management Organizations, agencies, travel guides, hotels and restaurants, Tourist Information services).

The proposed Action Plan deals with the topic "cultural measures for fostering regional identity" (T2), with a range of awareness-raising activities: (1) promoting cultural resources of industry: 'industry goes public', (2) industrial tourism combining heritage and present, (3) image-shaping through industry-related cultural events.

4. Actions realized

The long history of Veneto region industrialization has brought a diversified and relevant heritage, composed by areas and structures belonging to the industrial past of the region, which are now no longer active, but still have a significant cultural meaning. Examples of former factories, dismissed buildings and mines, which have become part of the landscape, are often object of re-use and recovery projects and activities, often financed by EU or company funds.

In this respect, the industrial tourism includes not only visits to former productive complexes but also paths and itineraries to discover the variety of active local industries, not only as an offer to tourists, but also as a mean to encourage the sense of awareness and interest of the population in relation to productions of our territory. Industrial heritage assumes in this way a leading role in terms of resources for Veneto region thanks to the potential it represents not only for its cultural, economic and historical meaning, but also in terms of urban regeneration.

Despite the value of the Industrial heritage in the region, and of its industrial character, making Veneto the third industrial Region in Italy (ranking the regional Law on Tourism n. 11/2013 "Development and Sustainability of Veneto Tourism" does not mention "industrial tourism" as a priority among the tourism specializations in the region, despite of other regions of Europe where it has a well-recognized influence.

In the recent year Veneto region has seen many initiatives related to Industrial Culture, from the festivals "Fabbriche aperte", "Open Factory" to specific projects implemented by the Region, the Chambers system, Confindustria or single companies and districts. Among them it's important to recall the "Made in Padova project", performed by Confindustria e Padova Chamber of Commerce, to highlight the industrial excellence in Italy, or the mapping realized by the Regional Government, which has brought to the section dedicated to the industrial tourism in the official regional tourism-related website <http://www.veneto.eu/turismo-industriale>.

In the Veneto Region Padova Chamber of Commerce established a focus group with local stakeholders which dealt in the first months of 2017 with the task to define the strategies to conceive and then implement the actions foreseen in InduCult2.0 project. In the same time a useful peering action with international initiatives and project partners gave hints and ideas for the development of our applied approach.

Taking into account experiences and actions realized abroad (e.g. the activities performed by the Styrian Iron Road, the Days of Industrial Culture in Germany, the ERIH network) and in Italy (e.g. in Lombardy and in the Schio-Arzigiano Valley in Veneto Region) the following Regional Action Plan has been drafted, combining short term actions, as well as actions pointing to a longer time-frame, to get the goal of a re-establishment of Industrial Culture as a core value in the region, and as a driver of development and identity.

5. Pilot actions tested

5.1 The Art Competition “Art and Industrial Culture” and the smart presentation “Industry goes public”

As stressed in the Research Input Paper “INDUSTRIAL CULTURE, LABOUR FORCE AND COMPANIES - Academic recommendations for practical intervention on how to deploy Industrial Culture for securing labour force and strengthening the regional ties of companies”, published within InduCult2.0 project, the assets of Industrial regions, linked to its Industrial Culture, can be used to strengthen both internal, as well as external perception - breaking the negative stereotypes. Being a place-based concept - as tied to specific place bound tangible and intangible attributes of industrial production - it is a unique feature of old industrialised regions, often providing a link between different generations of people, linking past, present and future.

In the framework of InduCult 2.0 thematic work package 2, the Padova Chamber of Commerce aims at conceiving and preparing a smart presentation “Industry goes public” with an innovative presentation of industry, aiming at raise awareness in the general public of the Industrial Culture concept, and of its relevance in Veneto Region past, present and future.

Another objective is to highlight the peculiar features of Veneto and North-East Italy Industrial model and how it has been significant in the definition of today’s Venetian Culture, stressing the cultural aspects of Industry and the assets industrial past and presents brought to the region, highlighting in the same time the positive aspects and the trends for a further development of the region, keeping its industrial character.

The concept moves from the idea to launch a competition to present an original display of the concept of “Industrial Culture”. The call has been already prepared in Italian Language and will be launched in December 2017.

The organizers of the International Art Fair “Arte Padova”, as well as the Industrial Companies Association Confindustria are available to cooperate in the definition and implementation of the concept.

During the international art fair “Arte Padova” Padova Chamber of Commerce, in cooperation with a group of artists committed in working on Industrial Culture and with

Confindustria Padova will realize an installation composed by: the artistic works participating in the competition; different posters explaining what is industrial culture and the patterns of industrial culture in Veneto Region; a multimedia show (with VR screens and 3d printers) highlighting examples and best practices of local industries.

In this way the “Industrial art show” will become a part of a wider exposition of items (products, posters) explaining content, paths and patterns of our Region’s industrial culture.

The installation will be re-used during festivals and events related to Industrial Culture as a mobile exhibition. As agreed with the partners of InduCult2.0 project, the winner masterpieces will be presented also during selected events organized by the partners and during the so-called “caravan tour of Industrial Culture”.

The installation has been presented also in Arte Padova 2018, with a revised style, and will be displayed also in exhibitions to be held in 2019 in Padova and Piazzola sul Brenta.

After the end of the project the Chamber of Commerce and its partner will decide its further life. One option is to display it in the proposed “museum of the industrial culture” which has been proposed by the stakeholder’s forum and actually under evaluation by the Regional government.

5.2 Testing measures fostering industrial cultural tourism-mapping

The Chamber and its stakeholders, during the focus group sessions, agreed on the importance to promote the Industrial Culture towards tourists and visitors.

Since there has never been a complete mapping of companies with regard to tourism orientation, the Chamber of Commerce will perform, with the active involvement of its regional partners and stakeholders, a most comprehensive mapping of the Industrial Culture related assets of the Region.

The data will be shared with the Regional government and the Destination Management Organizations in the Region, in order to allow the concept and testing of new tourist offers (itineraries, events) related to the Industrial Culture, including companies and sites actually not well known or not open to the tourists.

We adopted the website www.industrial-tourism.eu developed by PP2 within InduCult2.0 project, promoting it among companies and relevant stakeholders and assisting them for the publishing. At the moment there are 11 sites listed and more working on it.

We plan to list these sites on the regional web portal, but also on the ERIH website, to allow a major awareness by tourists coming from abroad. The question is the amount requested by ERIH for the publication of the data. Investigations are on-going.

5.3 Testing measures fostering industry cultural tourism - itineraries and more

Padova Chamber of Commerce has decided to appoint the Consorzio DMO Padova, Public sector organization in charge of the coordination of touristic promotion activities in Padova province to develop and propose tourist actions (itineraries related to the Industrial heritage in the Region) involving companies, museums and the touristic value chain, aiming at the creation of a touristic product club “Industrial Culture”.

About this last point, the concept of tourism product club has been recently introduced by tourism business practice and theory. The key attributes of tourism product club are collaboration and cooperation, and the key to success lies in the interest and synergy of all stakeholders, as well as management (level of responsibilities and benefits). One essential precondition is the awareness of the common interests of stakeholders in the vertical and horizontal cooperation and in recognizing competitors as potential partners in the creation of a unique product and the optimization of the value chain (stakeholders' objectives can be better achieved through joint action, i.e. common interests are the guarantee for the realization of individual interests).

The Destination Management Organization of Padova will release then a specific newsletter highlighting the events related to Industrial Culture in the region, to be used by hotels and travel agents.

The itineraries will be tested in the early months of 2018.

The concept costs have been covered by Padova Chamber of Commerce and DMO Padova and tested with free tours offered to journalists and tourism professionals.

After the testing, the itineraries are published on the website www.padovaindustrial.it. Companies and agencies interested in them can organize autonomous tours, in this case the costs will be covered by the tourists, paying for the guided tours.

5.4 Testing measures fostering industry cultural tourism - Open Factory industrial culture festival as an instrument to drive industries to go public

Padova Chamber of Commerce and its stakeholders promoted awareness of Industrial Culture working on the participation of companies to Industrial Culture festivals, like "Open Factory".

Open Factory is the most important event Italy with regard to industrial and production culture: the fifth edition, 2018, has seen the participation of more than 100 Veneto Region companies. Open Factory has involved companies from various industries (manufacturing, mechanical, design, services, logistics, agro-food) that welcome visitors by offering, besides the visit of the premises, the opportunity to participate in workshops, experiential paths to understand what is "behind the product", which techniques, processes of innovation and knowledge.

Within InduCult2.0 project in 2017 and 2018 Open Factory Schools event has been realized: about 20 companies of North-East Italy opened the doors to the schools and teachers enrolled at the event.

The evaluation of the results has been presented to the Stakeholders Focus Group aiming at the implementation of this action in the following years, even beyond InduCult2.0 project time frame.

The costs for the promotion of the festival are carried on by the companies through the Open Factory network.

5.5 The tourism product club for industrial culture

Padova Chamber of Commerce and its stakeholders promoted the creation of a tourism product club for industrial culture. The club has been created in November 2018, a specific website www.padovaindustrial.it has been created.

6 Looking ahead... beyond InduCult lifetime

6.1 Specific future multi-stakeholder initiatives

Through the development of a road map highlighting the actions realized during the Piloting phase, Padova Chamber of Commerce and its Associated partners, Confindustria and the Regional Governments of Veneto and Emilia-Romagna, are defining a strategy plan to promote the awareness and the value of Industrial Culture in the Regions.

One relevant part will be the evaluation of the most appropriate financial resources to structure a sustainable growth of the tourism industry in the Veneto and Emilia-Romagna Regions:

- I. Mapping of living and former industrial sites and valorization of www.industrial-tourism.eu , implementation of existing public database;
- II. Organization of laboratories for the development of synergies between the cultural and creative business sector (e.g. Incubatore La Fornace Confartigianato Asolo / Montebelluna) in order to increase the touristic offer by the companies;
- III. Promotion of the participation of the companies to Industrial Culture events and festival, as well as the opening of company museums and visitors centres;
- IV. Creation of a Museum of the Industrial Culture;
- V. Further implementation of the tourism product club

7. Conclusions, outlook and sustainability

Through the realization of the present Action Plan, along with the Action Plans foreseen by the work packages T3 and T4, InduCult2.0 project is becoming the master plan for the valorization of Industrial Culture in Veneto Region.

The strong institutional partnership, and the direct involvement of companies and tourism organizations will create real possibilities for an exploitation of the great potential of Industrial Cultural Tourism in Veneto Region.

The actions proposed (mapping, added value to existing Industrial Culture festivals and events, new laboratories and services to the tourists, itineraries) and most of all the creation of a “touristic product club” related to Industrial Culture, together with one or more museums related to Industrial past, present and future in the region, have set the path for the durability and sustainability of the actions.

It's an important heritage given to the companies, the involved municipalities and museums, the touristic organization, the Chambers of Commerce and the Region, which will decide, through the Multistakeholders Forum which will be established in January 2019, how to proceed capitalizing the result of the tested actions.

LA CULTURA INDUSTRIALE COME ELEMENTO DI IDENTITA' E FATTORE DI POSIZIONAMENTO

IL PROGETTO INDUCULT2.0 E LE AZIONI PER LA VALORIZZAZIONE
DEL PATRIMONIO E DEL TURISMO INDUSTRIALE IN VENETO

Camera di Commercio Padova -
Servizio Progetti Speciali e Comunitari



D.2.6.2



Reporting Period nr.5



PP6



Andrea Galeota



INDICE

1. Il Progetto InduCult2.0 e il contest di riferimento	12
2. La cultura industriale in Veneto.....	14
3.Arte e Cultura industriale - una nuova strategia comunicativa.....	16
• La partecipazione alla fiera “Arte Padova” 2017 e 2018	16
• il concorso “Arte e Cultura industriale”.....	17
• Altre iniziative sul territorio veneto	19
4. Il Turismo Industriale	20
• introduzione al tema.....	20
• Quali opportunità per le imprese?	21
• L’offerta turistica nel turismo industriale	22
• Mappatura del turismo industriale	23
• Creazione di itinerari tematici	24
• La valorizzazione dei Festival legati al Turismo e alla Cultura industriale	25
• La creazione del “Club di prodotto Turismo Industriale”.....	26
• La valorizzazione del patrimonio industriale	27
5. Risultati e prospettive	28
7. Ricadute dalla collaborazione transnazionale.....	29

1. Il Progetto InduCult2.0 e il contesto di riferimento

InduCult2.0 è un progetto di cooperazione finanziato dal programma Interreg Central Europe, a cui collaborano partner di 8 stati europei (Germania, Austria, Italia, Slovenia, Croazia, Polonia, Repubblica Ceca, Belgio) accomunati dall'aver subito importanti processi di trasformazione nella loro economia in seguito all'industrializzazione.

Il progetto, utilizzando il concetto di cultura industriale, punta a valorizzare l'impresa e l'industria come elemento fondante del patrimonio culturale delle regioni dell'Europa Centrale.

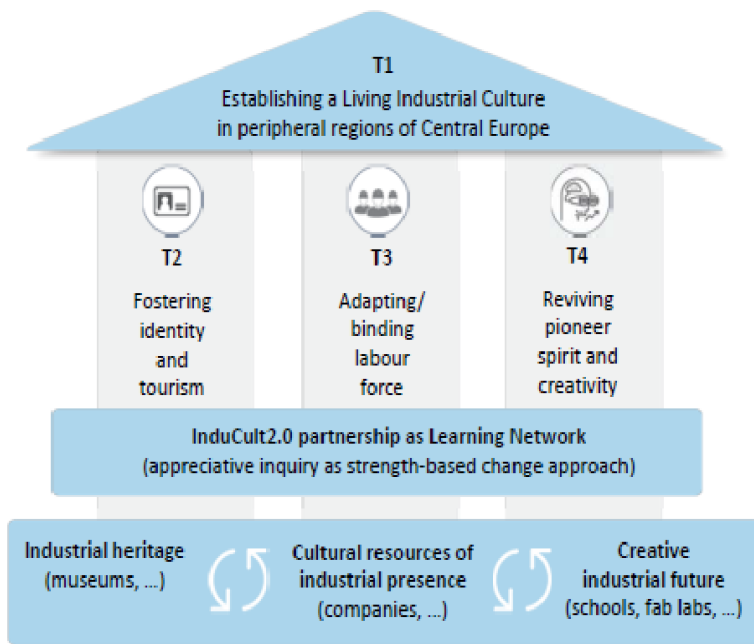
L'obiettivo generale è infatti l'implementazione di strategie innovative nell'ambito della valorizzazione del patrimonio industriale esistente.

Il progetto è stato avviato a giugno 2016 e si concluderà a maggio 2019.

In questo quadro, le regioni partner sviluppano le azioni del progetto in tre pilastri principali:

- azioni per la promozione dell'identità regionale e del turismo industriale (T2)
- azioni che influenzino il mercato del lavoro industriale, promuovendo i rapporti con il mondo della formazione e il coinvolgimento dei lavoratori (T3)
- azioni che promuovano la creatività e lo spirito pionieristico (T4).

Exploring dimensions



I tre "pilastri" contribuiscono alla dimensione strategica, con l'obiettivo di stabilire / riaffermare una cultura industriale vivente nella regione periferica dell'Europa centrale (T1), con il supporto attivo di due partner scientifici, l'Istituto Leibniz di Lipsia e l'Università di Graz.

Nel presente documento, dopo oltre due anni di lavoro viene riportato il piano di azioni sviluppato sulla linea tematica T2, con un'attenzione anche alle sinergie create con altri stakeholders coinvolti sul territorio veneto e illustrando i risultati ottenuti e le prospettive future.

2. La cultura industriale in Veneto

I caratteri distintivi della nostra cultura industriale sono radicati nel passato, nelle complesse relazioni tra ambiente, arte, cultura e industria, che sono ancora presenti e mutevoli, riflettendo l'unicità della "via veneta all'industrializzazione", tanto che diversi studiosi parlano addirittura di "modello Veneto", riferendosi al sistema produttivo regionale del Veneto.

E' un sistema produttivo dove l'industrializzazione è arrivata più tardi rispetto ad altre regioni italiane, come la Lombardia e il Piemonte e che si è caratterizzata dalla presenza di un tessuto di piccolo e medie imprese specializzate.

Alcune eccellenze come la lavorazione dell'oro e dell'argento, l'occhialeria, i mobili d'arte, le calzature hanno fatto conoscere il know how del Veneto in tutto il mondo, al punto da definirlo un vero e proprio "modello".

Il Veneto è oggi la seconda regione esportatrice in Italia, con un fatturato estero nel 2017 che ha superato i 61 miliardi di euro, dietro soltanto alla Lombardia.

Tale risultato è realizzato grazie a un fiorente comparto industriale, che ha reso il Veneto una delle regioni economicamente più importanti d'Italia.

Tra le principali caratteristiche del sistema imprenditoriale veneto si evidenziano le dimensioni dell'impresa (piccola e media), la compresenza di produzioni tradizionali e attività tecnologicamente innovative, la flessibilità organizzativa che ha permesso di far fronte alle situazioni economiche sfavorevoli, l'apertura all'internazionalizzazione, oltre che la posizione strategica rispetto alle principali direttrici del commercio nazionale ed europeo. Il sistema produttivo si compone di piccole e medie imprese in cui si fondono elementi di innovazione e modernizzazione, accanto ad aspetti più tradizionali.

Nell'ambito del progetto InduCult2.0, linea tematica 2, la Camera di Commercio di Padova mira a concepire e sviluppare nuove azioni che uniscano il patrimonio industriale e le imprese attive, con un mix di azioni rivolte a chi in Veneto vive e lavora, ma anche ai turisti, mettendo in luce cosa significa in Veneto la cultura industriale e offrendo nuove opportunità di promozione e business per il settore industriale e per la filiera turistica.

Un altro obiettivo è mostrare le caratteristiche peculiari del modello industriale veneto e del Nord-est italiano e di come sia stato significativo nella definizione della cultura veneziana di oggi, sottolineando gli aspetti culturali dell'industria e le risorse del passato industriale e dei regali portati alla regione, evidenziando nello stesso tempo gli aspetti positivi e le tendenze per un ulteriore sviluppo della Regione, mantenendo il suo carattere industriale.

Questo obiettivo verrà raggiunto coinvolgendo non solo le imprese industriali, ma anche gli attori chiave della catena del valore del turismo nella Regione Veneto (organizzazioni di gestione delle destinazioni, agenzie, guide turistiche, alberghi e ristoranti, servizi di informazione turistica).

Il piano d'azione proposto tratta l'argomento "misure culturali per la promozione dell'identità regionale" (T2), dopo la discussione con gli stakeholders coinvolti con specifici focus group e incontri bilaterali, si snoda in due linee direttrici:

- **Valorizzazione delle risorse culturali dell'industria e dell'impresa:** (industry goes public) - **promozione di eventi culturali legati al settore manifatturiero.**
- **il turismo industriale** che combina patrimonio e presente, che verranno presentate nelle sezioni seguenti.

3.Arte e Cultura industriale - una nuova strategia comunicativa

Alla base del progetto InduCult2.0 c'è la consapevolezza che le regioni industriali, abbiano un patrimonio, fisico e immateriale, che possa diventare un motore di sviluppo.

La Camera di Commercio di Padova ha sviluppato quindi alcune azioni per promuovere l'immagine e gli elementi positivi dell'industria e dell'impresa nel Veneto, mirando a sensibilizzare l'opinione pubblica sul concetto di cultura industriale e la sua rilevanza in Veneto, considerando passato, presente e futuro.

Un altro obiettivo è quello di evidenziare le caratteristiche peculiari del modello industriale veneto e del Nord-est italiano e di come è stato significativo nella definizione della cultura del Veneto contemporaneo, sottolineando gli aspetti culturali dell'industria ed il valore del patrimonio industriale, evidenziando gli aspetti positivi e i trend da valorizzare per un rilancio dello sviluppo della regione, evidenziando le potenzialità inesprese del nostro sistema produttivo.

Per queste ragioni si è scelto di puntare sulla "social artistry", intesa come il tentativo di affrontare o riconoscere un particolare aspetto della società usando l'arte e la creatività.

- La partecipazione alla fiera "Arte Padova" 2017 e 2018



Si è collaborato con Confindustria, coinvolgendo il gruppo di Artisti 18+1 per realizzare un'installazione alla fiera internazionale Arte Padova 2017.

In tale installazione, per cui è stato scelto il titolo evocativo “OPERAIO”, inteso come “somma” delle parole “OPERA” ed “IO”, sono state presentate creazioni artistiche (pittura, scultura, fotografia) che interpretavano e presentavano la cultura industriale del nostro territorio.

L’installazione era completata da una serie di oggetti e prototipi che rappresentavano le varie componenti e sfaccettature della nostra cultura industriale: le calzature della riviera del Brenta, i prototipi fatti con la stampante 3d o con nuovi materiali del Politecnico Calzaturiero e di Scuola Italiana Design.



- **il concorso “Arte e Cultura industriale”**

In quella sede si è lanciato il **concorso internazionale “Arte e Cultura industriale”**.

Il concorso mirava a stimolare e promuovere l’utilizzo dell’arte quale strumento innovativo per divulgare il concetto di “cultura industriale”, con particolare riferimento alle Regioni dell’Europa Centrale, esprimendo la visione dell’artista sulla cultura industriale, le sue peculiarità ed in particolare i suoi punti di forza, con uno sguardo che partendo dal presente tenga conto del passato e del valore della cultura industriale per lo sviluppo futuro e l’identità del territorio coinvolto.

Ai partecipanti si è richiesto di presentare un'opera artistica (nelle sezioni pittura, scultura, fotografia), che esprimesse il concetto di “cultura industriale”, con riferimento alla realtà dell’Europa Centrale, e ai punti di forza che possono essere leva di sviluppo per il futuro.

Il concorso si è concluso con la cerimonia di premiazione e l'esposizione delle opere finaliste alla fiera Arte Padova 2018.

L'opera vincitrice "Sacco pieno, sacco vuoto, sacco mezzo" è descritta nel modo seguente dall'artista Giuliana Cobalchini:



Interpreto il concetto di "cultura industriale", proponendo l'antico gioco dei sacchi che tutti ricorderanno di aver fatto da bambini: "Sacco pieno, sacco vuoto, sacco mezzo". Per quanto semplice, questo gioco è coinvolgente e divertente in quanto si basa sulla prontezza dei riflessi dei partecipanti e lo scopo è di riuscire a comprendere ed eseguire in modo corretto gli ordini che vengono impartiti. Affina molto la capacità di attenzione e la capacità di coordinazione dei movimenti.

Il sacco è uno dei contenitori più antichi per la sua semplicità costruttiva e la sua grande efficienza; leggero, poco ingombrante e riutilizzabile, ha accompagnato la storia dell'uomo che fin da quando è stato in grado di esprimere i suoi pensieri ha sempre rappresentato col sacco pieno ricchezza, prosperità, rigogliosità, economia in salute, ottimo raccolto, crescita e risparmio. Il sacco è un contenitore grezzo in canapa o juta, poco appariscente fuori, ma il contenuto è la sostanza, ed è questo che conta. Fino alla metà del novecento gli Stati dell'Europa dimostrarono la loro solidità economica descrivendola come un granaio di sacchi pieni. Nel terzo millennio il sacco resta ancora un sinonimo eloquente di ricchezza, è visto come un elemento costitutivo del patrimonio sociale e culturale, delle risorse, nonché sinonimo di guadagno e di risparmio.

Tornando al gioco, il sacco pieno in cui bisogna stare in piedi dimostra salute che si traduce in ricchezza per il Paese e per le persone che ne fanno parte. Il sacco vuoto, in cui bisogna abbassarsi completamente, non contiene nulla rimane afflosciato a terra, non si capisce a cosa possa servire. All'immagine corrisponde lo sviluppo di un Paese in difficoltà. Nel gioco, al comando di sacco vuoto, i partecipanti scendono piegando le ginocchia come per prepararsi ad un balzo verso l'alto, cosa che spesso capita quando si tocca il fondo. All'ordine di sacco mezzo, in cui bisogna abbassarsi solo un po' quindi stare a metà tra sacco pieno e sacco vuoto conta l'equilibrio; importante è non perderlo altrimenti si cade. In tutto questo nel gioco come nella realtà economica di crescita e sviluppo, contano gli obiettivi, i progetti, il valore dei concorrenti, ma soprattutto la concentrazione e le incognite. I motivi che inducono in errore sono la fatica di abbassarsi e alzarsi ritmicamente, o l'essere distratti da

qualcuno o qualcosa, per esempio essere divertiti da errori buffi di altri partecipanti o essere chiamati all'attenzione da un evento imprevisto. Le parole dell'istruttore sono spesso ingannevoli, conta il tono di voce, la velocità, i trabocchetti. Alla fine, solo uno vince ed è colui che meno di tutti è stato indotto in errore. È un gioco molto divertente! Al gioco, si dice, l'importante è partecipare, ma l'obiettivo è sempre quello di vincere.

L'opera che presento è un trittico che riproduce le tre tipologie di sacco: pieno, mezzo, vuoto. La serialità indica l'importanza dello sviluppo economico ed industriale dell'Europa che va costruita, sviluppata e strutturata con metodo. Il dipinto è in bianco e nero perché nel dimostrare lo sviluppo di un Paese non c'è bisogno del colore che enfatizza, non c'è bisogno dei capricci dell'occhio. Il punto di forza, promozione e valorizzazione della cultura industriale è collocata nel sacco, grezzo fuori e ricco dentro. Spesso, di questi tempi la salute di un Paese viene descritta colorata e sfarzosa dimostrandosi poi poco solida, poco reale e poco veritiera. Anche lo sfondo Liberty usato come buon auspicio non obbedisce alla distrazione sensoriale del colore. Nella mia ricerca, la forza del bianco e nero e il sacco rappresentato in tutta la sua veridicità indica che lo sviluppo e la valorizzazione della cultura industriale dell'Europa guarda più alla sostanza, per troppo tempo ha guardato solo all'apparenza. Valorizza gli elementi che contano, sviluppa i punti di forza, con uno sguardo che partendo dal presente tiene conto del passato e si proietta nel futuro.

- **Altre iniziative sul territorio veneto**

Quest'azione si inserisce in un filone che vede numerose collaborazioni tra imprese e creativi/artisti, per valorizzare la grande forza comunicativa dell'arte unita alle strategie imprenditoriali, ai valori che si vogliono trasmettere.

Dietro ogni prodotto c'è una storia da raccontare.

Altre esperienze attive sul territorio veneto che sono state prese in considerazione e che rientrano in questo filone di attività sono:

- il progetto "[Alchimie Culturali](#)" di Confindustria Veneto;
- il progetto "[Artificare](#)" promosso dall'Università Ca'Foscari e dallo IUAV di Venezia

oltre a innumerevoli iniziative promosse a livello locale, come ad esempio dalla Cartiera di Vas, Fabbrica Alta Schio, etc.

4. Il Turismo Industriale

- introduzione al tema

Il progetto InduCult2.0 riconosce l'importanza del **turismo di impresa o turismo industriale** quale fattore di localizzazione e di sviluppo del territorio.

Il riconoscimento del valore e delle potenzialità di tale turismo nel Veneto è relativamente recente, anche se negli ultimi anni si sta registrando una grande attenzione per questa forma di fruizione del territorio.

Questa forma di turismo può svilupparsi sia attraverso la conoscenza dei **processi produttivi**, con la visite alle imprese, che come riscoperta dell'archeologia industriale o visita ai **musei d'impresa** valorizzando le tradizioni ed il saper fare del passato.



Arte Produttiva

Industria e Cultura 2.0

Il Turismo Industriale è la visita turistica ai luoghi, le strutture e gli oggetti che portano alla conoscenza diretta di quelle che sono le persone, le metodologie, gli strumenti e i processi delle attività produttive di un territorio. Gli ambiti di visita spaziano dall'archeologia industriale ai musei d'impresa, dalle visite ad aziende di prodotti e servizi ai distretti industriali, dai villaggi industriali agli spazi aziendali. La conoscenza di un territorio passa quindi, oltre che attraverso la conoscenza della sua storia e del suo patrimonio storico-artistico, anche attraverso la conoscenza del suo settore produttivo.

NUOVE FRONTIERE DEL TURISMO INDUSTRIALE
Sabato 11 novembre, Ore 15,00
Fiera di Padova
Sala Convegni Padiglione 8

Andrea Galeota
Progetto Inducult 2.0 Arte e Creatività

Foscara Porchia
Porto Marghera 100 anni di storia

Rino Dal Pos
Progetto Made in Padova

Past



Present



Future





in collaborazione con



[Iscrizione Online](#)

tel: 049 8227183- fax: 049 8227168 mail: urbanistica@confindustria.pd.it

CONTATTI:
Confindustria Padova,
Via Masini, 2 - Padova (PD)

L'11.12. 2017 è stato realizzato il convegno "Nuove Frontiere del Turismo industriale" in cui è stato presentato lo stato dell'arte e possibili traiettorie future.

Nell'ambito del progetto InduCult2.0 si è partiti da un'analisi realizzata con il supporto tecnico del Consorzio DMO, che ha affiancato la Camera di Commercio nella realizzazione delle azioni previste.

In particolare si è considerato che per affrontare il tema è necessario porre attenzione ai seguenti punti:

- PIANIFICAZIONE DELLA VISITA D'IMPRESA: PRODOTTI E SERVIZI
- I SERVIZI che devono avere le aziende. Standard di sicurezza e accoglienza da rispettare
- L'ACCOGLIENZA: corsi di formazione per aziende e operatori
- IL PRODOTTO: strutturazione dell'offerta vera e propria attraverso un sito dedicato e con modalità "a carrello"

Il turismo industriale è stato identificato come quel segmento del turismo che ha per oggetto l'industria nel racconto della propria identità, passata e presente, e che attraverso itinerari riesce ad interconnettere tipologie di beni differenti attinenti alla rappresentazione industriale e ai suoi processi produttivi.

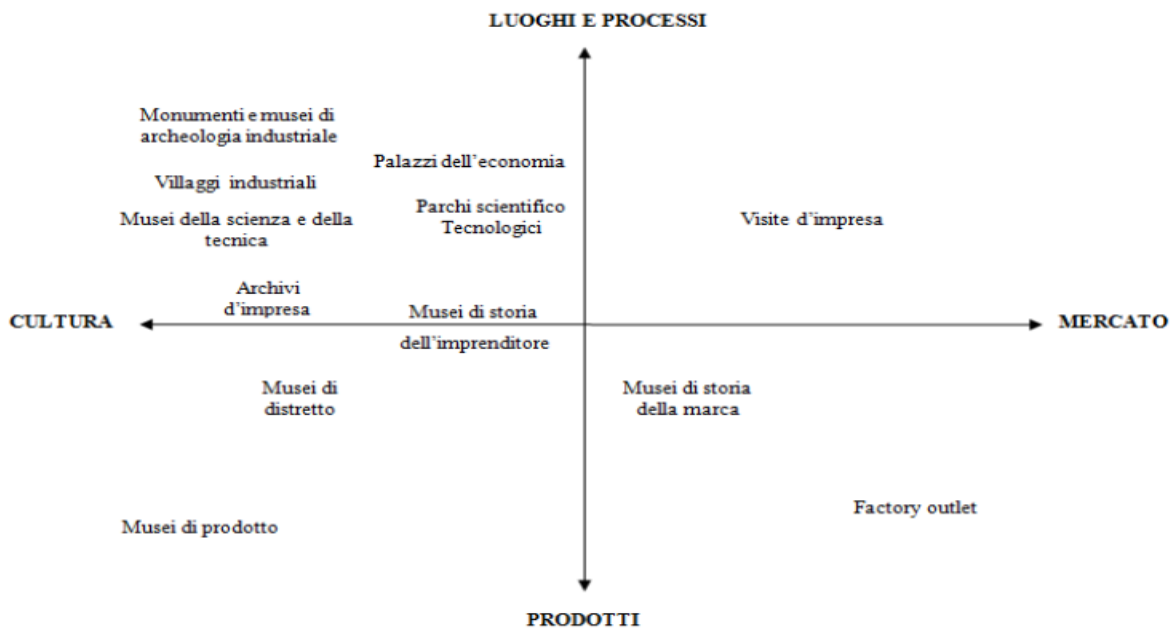
- **Quali opportunità per le imprese?**

Sviluppare una strategia orientata al turismo può portare alle seguenti opportunità per l'impresa (fonte DMO Padova):

- Visibilità dell'impresa / pubblicità
- Fidelizzazione del marchio aziendale
- Vendita di prodotti
- Affermazione del ruolo dell'impresa come attore territoriale
- Comunicazione con gli attori territoriali
- Informazione/formazione del prodotto
- Dimostrazione del rispetto dell'ambiente
- Dimostrazione dell'impegno sociale (CSR)
- Farsi conoscere dalla popolazione locale
- Promuovere i nuovi prodotti
- Essere in contatto diretto con il pubblico
- Valorizzare i mestieri
- Facilitare l'assunzione di manodopera
- Coinvolgere e motivare lo staff all'interno di un nuovo progetto
- Garantire la completa trasparenza delle attività

L'industria non è più associata solo a valori negativi ma può essere associata alla prosperità sociale, alla creatività, al valore prodotto, alla storia ed alla capacità trasformativa dell'uomo.

DEFINIZIONE DELL'OFFERTA DEL TURISMO INDUSTRIALE:



Fonte: "Il turismo della scoperta economia e del Made in Italy" XVII Rapporto sul turismo italiano. Osservatorio Parlamentare sul turismo 2011

- **L'offerta turistica nel turismo industriale**

Vi possono essere proposte che contemplano più visite a diverse aziende:

- stesso settore stessa dimensione
- settori diversi stessa dimensione
- Stesso settore diverse dimensioni
- Settore diverso diverse dimensioni

Fattori da valutare:

- Distanza aziende tra loro
- Modalità di trasporto
- Valutazione dei costi e competitività dell'offerta

Operatori turistici coinvolti:

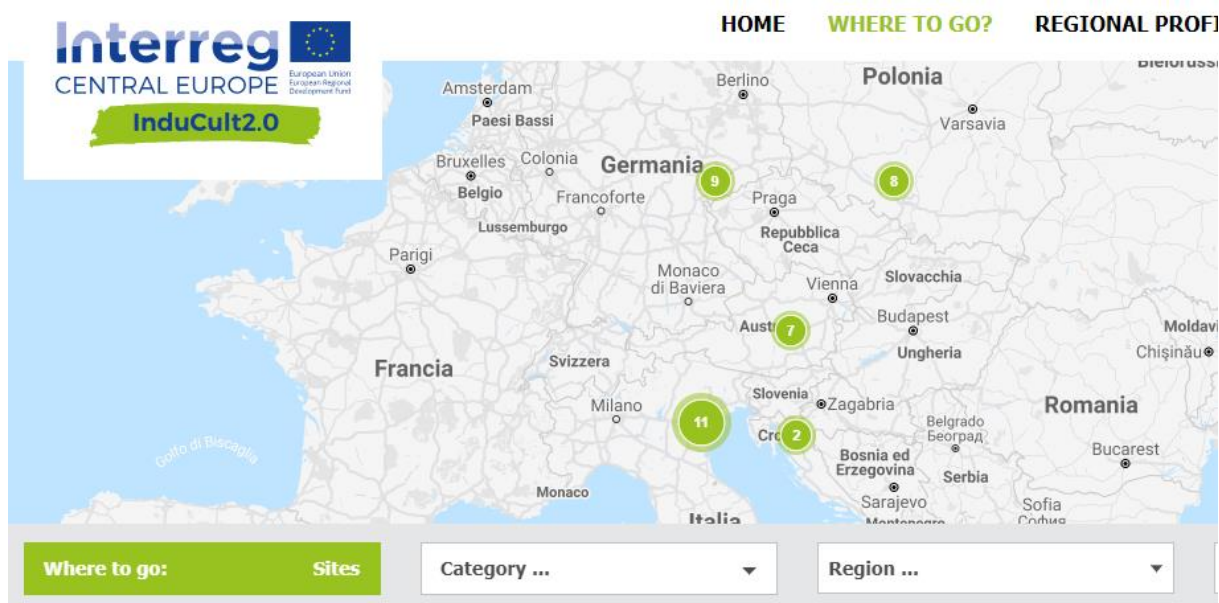
- Guide
- Ricezione ed alloggio
- Ristoratori
- Trasporti
- Aziende
- Tour Operator – soggetto economico che opera per formulare proposte
- Agenzie di accoglienza e promozione turistica locale

Dopo confronti con i partner di progetto e discussioni a livello locale sono state promosse le seguenti azioni:

- **Mappatura del turismo industriale**

L'azione di mappatura è stata realizzata nel 2018 con un form di autocandidatura sul sito web camerale, accompagnata da un'analisi e un contatto diretto alle esperienze più note.

Si è proceduto a valorizzare il portale web realizzato a livello internazionale www.industrial-tourism.eu, considerato un potente strumento di visibilità e di promozione per le imprese e per l'offerta turistica regionale.



L'azione di mappatura è integrata con la creazione del club di prodotto tematico (cfr. Infra), per cui le imprese e gli itinerari proposti vengono inseriti anche nel portale del Consorzio DMO Padova dedicato alla promozione turistica e al club di prodotto tematico (www.padovaindustrial.it). A seguito di tale azione verrà implementato anche il portale ufficiale della Regione del Veneto (www.veneto.eu/turismo-industriale).

- **Creazione di itinerari tematici**

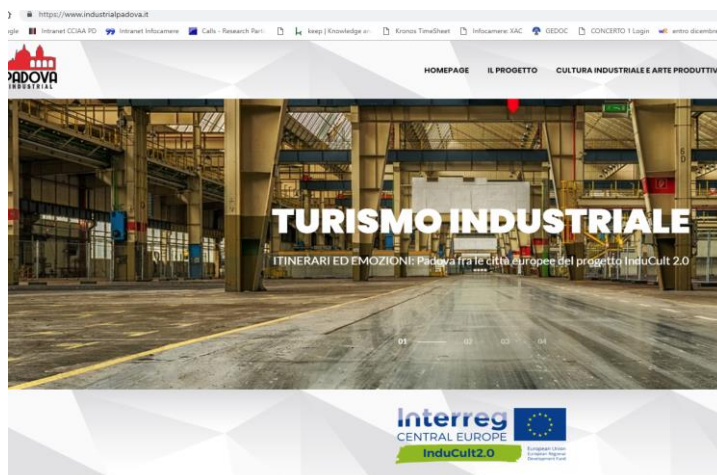
Avviato ad ottobre 2012 e concluso a novembre 2014, il progetto CMC "Clusters Meet Culture" - finanziato dal programma di cooperazione transnazionale Sud Est Europa - ha avuto come obiettivo quello di valorizzare le eccellenze produttive venete. E' stato così possibile collegare il patrimonio culturale a quello industriale, integrando la conoscenza del territorio alle tradizioni legate alla cultura imprenditoriale e del lavoro.

Erano stati identificati degli **itinerari attorno a quattro distretti produttivi di eccellenza**, coinvolgendo una varietà ampia di imprese. Tali itinerari erano stati pensati per offrire al visitatore un giusto equilibrio tra cultura, industria, sport e natura e rappresentano una prima offerta innovativa, tuttora pubblicata sul sito per la promozione turistica regionale:

- **Itinerari in Riviera del Brenta - Scarpa di lusso**
- **Itinerari a Montebelluna-Asolo - Sport System**
- **Itinerari nel Vicentino - Oro**
- **Itinerari a Conegliano/Valdobbiadene - Prosecco**

Con il progetto InduCult2.0 ne sono stati elaborati e testati altri 3, con un occhio in particolare al territorio padovano:

- La via della calzatura;
- La via dei Colli Euganei e della ceramica;
- La company town di Piazzola sul Brenta.



- **La valorizzazione dei Festival legati al Turismo e alla Cultura industriale**

“Open Factory” è il più importante opening di cultura industriale e manifatturiera in Italia: un’iniziativa, giunta alla quarta edizione, che punta ad aprire al grande pubblico un centinaio di imprese, per raccontarne la storia, svelarne i segreti e costruire una vetrina per presentare le capacità manifatturiere italiane.



The image shows a promotional banner for the 'Open Factory' event. The banner has a bright pink background. On the left, the text 'openfactory' is written in white, followed by 'opening di turismo industriale e manifatturiero' in a smaller font. Below this is a small circular icon containing a stylized factory. On the right, the date 'Domenica 25 novembre 2018' is displayed, followed by the hashtag '#openfactory18'. Below the banner, there is a section with three columns of text. The first column is titled 'Open Factory' and describes the event. The second column is titled 'Diventare Open Factory' and explains how companies can participate. The third column is titled 'Per informazioni' and provides contact details. Below these columns is a section titled 'Programma' which states that the program will be available in the following weeks.

openfactory
opening di turismo
industriale e
manifatturiero

Domenica
25 novembre 2018

#openfactory18

Open Factory
“Open Factory” è il più importante opening di cultura industriale e manifatturiera: un’iniziativa, giunta alla quarta edizione, che punta ad aprire al grande pubblico un centinaio di imprese, per raccontarne la storia, svelarne i segreti e costruire una vetrina per presentare le capacità manifatturiere italiane.

La quarta edizione si svolgerà domenica 25 novembre 2018.

Diventare Open Factory
Per le imprese partecipare è facile: tutte le aziende aprono le proprie porte **domenica 25 novembre, dalle 15 alle 19**. Si possono definire turni di visita e un **tetto massimo di persone** per turno, a seconda delle disponibilità fisiche e organizzative dell’azienda stessa.

Per scoprire come partecipare, [cliccare qui](#).

Per informazioni
Contattate la segreteria organizzativa del Festival, dal lunedì al venerdì, dalle 9 alle 18: [info \[at\] goodnet.it](mailto:info[at]goodnet.it), tel. 0498761884

Programma
Il programma della manifestazione sarà disponibile nelle prossime settimane.

- La creazione del “Club di prodotto Turismo Industriale”

Non prevista all’inizio del progetto InduCult2.0, è un’azione importante anche in vista della sostenibilità dopo il termine del progetto: il Consorzio DMO Padova ha elaborato il regolamento e il sito web collegato (www.padovaindustrial.it). Tale sito vuole promuovere aziende e itinerari sul territorio all’interno del portale del turismo padovano, anche se l’ambizione è aprire il Club a tutto il territorio regionale. Al Club di prodotto è collegata una specifica newsletter dedicata.



Padova Industrial - Newsletter n° 1, novembre 2018 ▶ Posta in arrivo ✕

Padova Convention & Visitors Bureau tramite@fastsend.musvc.com
a me ▼

gio 15 nov, 17:28 (13 giorni fa)



- **La valorizzazione del patrimonio industriale**

L'Associazione Italiana per il Patrimonio Archeologico Industriale – AIPAI, nell'ambito dell'anno europeo del Patrimonio Culturale 2018 ha organizzato in collaborazione con l'Università di Padova, la Camera di Commercio di Padova e numerosi partner i primi Stati Generali del Patrimonio Industriale: tre giornate dedicate alla discussione e al confronto sui temi dell'eredità industriale quale parte integrante e fondamentale di una comune e condivisa cultura del patrimonio, nazionale e internazionale.

Le giornate degli Stati Generali del Patrimonio Industriale 2018, che si sono svolte a Venezia e Padova dal 25 al 27 ottobre 2018, hanno rappresentato un confronto aperto e interdisciplinare sui temi della conoscenza, del progetto, del recupero e della valorizzazione del patrimonio ereditato, accogliendo contributi e suggerimenti provenienti da tutti i settori e gli attori operanti nel campo dell'industrial heritage: università, istituzioni, associazioni, fondazioni, imprese, enti locali, singoli studiosi e appassionati.

E' stata l'occasione non solo per una riflessione sulle potenzialità del patrimonio industriale, ma anche per lanciare nuove proposte, come il riconoscimento delle cosiddette "**company towns**" (come ad esempio Piazzola sul Brenta, una delle sedi dell'evento).

Sono attive numerose iniziative, realizzate come collaborazione tra enti pubblici (in primis i Comuni), imprese e associazioni per la valorizzazione del patrimonio industriale o paleoindustriale, come ad esempio con Fabbrica Alta a Schio, la Cartiera di Vas, la Scuola del Vetro a Murano e i numerosi musei di impresa o musei industriali attivi o in corso di attivazione nella regione.

5. Risultati e prospettive

Le azioni realizzate hanno stimolato una maggiore consapevolezza e visibilità della cultura industriale.

La mappatura effettuata e gli strumenti, come il portale www.industrial-tourism.eu a disposizione delle imprese sono un patrimonio prezioso.

Il multistakeholder forum che verrà costituito nei prossimi mesi tra gli stakeholders coinvolti si auspica delinei un piano strategico, condiviso con la Regione, l'Università, le OGD interessate e il mondo imprenditoriale per promuovere la consapevolezza e il valore della cultura industriale nelle regioni.

E' necessario un coordinamento degli interventi, con particolare riferimento alle potenzialità delle imprese e dei finanziamenti pubblici sul tema.

Nel 2019 si auspica la realizzazione delle seguenti attività:

- I. Proseguimento della mappatura degli insediamenti viventi ed ex industriali e aggiornamento del portale www.industrial-tourism.eu;
- II. Organizzazione di laboratori per lo sviluppo di sinergie tra il settore del business culturale e creativo (ad esempio Incubatore La Fornace Confartigianato Asolo/Montebelluna) al fine di aumentare l'offerta turistica delle aziende;
- III. Promozione della partecipazione delle aziende agli eventi e festival della cultura industriale, nonché all'apertura di musei aziendali e centri visitatori;
- IV. Creazione di un museo della cultura industriale;
- V. Consolidamento del Club di Prodotto sul Turismo Industriale;

7. Ricadute dalla collaborazione transnazionale

La cooperazione dei partner di InduCult2.0 con aziende locali per la promozione della cultura e del turismo industriale e della responsabilità sociale delle imprese ha portato a un approccio concettuale generale facilmente applicabile a regioni dell'Europa centrale simili. Nello stesso tempo, lo scambio e le best practices segnalate a livello internazionale sono state un valore aggiunto per il progetto.

Il collegamento con strutture come ERIH e ECCIH è poi importantissimo per lo sviluppo e la capitalizzazione dei risultati del progetto.

L'approccio potrebbero essere ulteriormente sviluppate, a livello internazionale, producendo per es. un social network o una newsletter che illustri i diversi eventi e offerte relativi alla cultura industriale nell'Europa centrale e implementando ulteriormente il portale internazionale.