**Allegato B al Decreto n. 25 del 11.12.2014**

pag. 1/3

PROGRAMMA DELLE INIZIATIVE DI MARKETING TERRITORIALE LEGATO ALLE INFRASTRUTTURE

1) Linea di azione : Grande Guerra.

Il quadro generale delle intenzioni progettuali segnalate offre un'ampia gamma di proposte senz'altro significative pur nella loro diversità per tipologia, rilievo e target a cui si rivolgono. Di conseguenza sono state tenute in considerazione le azioni a maggior diffusione territoriale.

- iniziative per la valorizzazione del patrimonio delle testimonianze materiali e immateriali del primo conflitto mondiale, in armonia con le eventuali celebrazioni del Centenario, in una prospettiva che congiunga la componente storico culturale a quella del turismo d'esperienza:
- "Racconti di guerra – 10 anni di storie". Proponente: Telecittà Srl – Peraga di Vigonza (Pd). Talk show televisivo di 6 puntate che prevede una diretta da studio con ospiti, esperti, storici che raccontano gli veneti della grande guerre attraverso dei temi specifici supportati da filmati di presentazione dei vari luoghi teatro di guerra. Costo del Progetto: € 51.000=. Contributo richiesto: € 24.500=. Contributo assegnato: euro 24.500=
- "Dalla Grande Guerra alla rinascita economica. 100 anni di imprese venete". Proponente: Fondazione Comunica - Padova. Pubblicazione editoriale tra le 60 e le 80 pagine in 500 copie. Il libro prevede un'analisi storico-economica dello sviluppo industriale nel periodo della Grande Guerra e una seconda parte in cui vengono analizzate 1 o 2 realtà per provincia che abbiano caratterizzato l'economia locale all'epoca. Costo del progetto: € 18.000= Contributo richiesto : € 9.000=. Contributo assegnato: euro 9.000=
- "La Grande Guerra: storie – luoghi – testimonianze". Proponente: Comunicare sas di Roberto Paladin & C. – Treviso. Programma televisivo in 10 puntate di 12 minuti con immagini di spettacoli teatrali e di rievocazioni storiche, filmati, documentari, finalizzati alla massima divulgazione della Grande Guerra. Costo del progetto: € 52.000=. Contributo richiesto: € 28.000=. Contributo assegnato: euro 28.000=
- azioni per il riconoscimento a livello internazionale dei luoghi della memoria della Grande Guerra quale Patrimonio Mondiale Unesco:
 - "Speciale Grande Guerra 1915 – 1918 Il tempio Ossario di Bassano del Grappa". Proponente: Teleradio Diffusione Bassano Srl – Bassano del Grappa (Vi). Viaggio televisivo in 6 puntate di 25 minuti con riferimento all'Ossario. Costo del progetto: € 78.591,84= Contributo richiesto: € 30.000=. Contributo assegnato: euro 30.000=
- formulazioni di campagne di promozione turistica, da attuarsi a livello regionale, nazionale o internazionale attraverso i media più diffusi, in modo che le iniziative attivate producano indotti positivi per il territorio, nel lungo periodo:
 - "4 Memory – 4 Luoghi per non dimenticare". Proponente: Veneto Pubblicità Srl – Noventa Vicentina (Vi). Format televisivo in 4 puntate ognuna su di uno dei centri di informazione sulla Grande Guerra e sul c.d. Museo diffuso con la presenza di storici, testimoni e rappresentanti di quei luoghi che illustrano oltre al centro di informazione anche tutte le realtà storico-culturali-paesaggistiche del territorio. Costo del progetto: € 30.000= Contributo richiesto: € 15.000=. Contributo assegnato: euro 15.000=
 - "Tocca a noi". Proponente Hive division Srl – Asolo (Tv). Il progetto prevede tre attività di sviluppo e due di didattica così riassumibili ed accompagnate da eventi divulgativi: Le nostre città raccontano la GG; I miei luoghi 100 anni fa; Un video emozionante. Costo del progetto: € 42.000=. Contributo: € 30.000=. Contributo assegnato: euro 30.000=

**Allegato B al Decreto n. 25 del 11.12.2014**

pag. 2/3

- “Speciale Grande Guerra 1915 – 1918 – la memoria della Grande Guerra”. Proponente: Tele Nord Srl - Bassano del Grappa (Vi). Realizzazione e messa in onda di n. 6 documentari da 25 minuti ciascuno che coinvolgono monumenti e sacrari; l’attività della Croce Rossa; la situazione della popolazione “sfolata”; le grandi collezioni esempio la collezione Salce ed altro. Costo del progetto: €45.011,88 = Contributo richiesto: € 30.000=. Contributo assegnato: euro 30.000=

- “I cammini della Pace” Proponente Telechiara – Gestione Comunicazione Srl – Padova. Format televisivo in studio con storici, testimoni, amministratori locali supportati da filmati, immagini e foto della durata di 20/30 minuti per 2/3 mesi per un totale di n. 10 appuntamenti. I temi guida sono: Il cammino dei Papi e la Guerra di posizione (Cadore- Comelico- Bellunese/Feltrino); La guerra degli Altipiani e la Rogazione di Asiago (Asiago-Altopiano- Grappa); L’armistizio e il cammino di Sant’Antonio (Padova); La guerra di contenimento e i Cammini della Valpolicella (Verona- Valle dell’Adige). Costo del progetto: € 62.300=. Contributo richiesto: € 29.000=. Contributo assegnato: euro 29.000=

2) Linea d’azione: L’agenda digitale.

Anche con riferimento a questo tema le proposte sono state diverse e diversificate per cui sono state tenute in considerazione quelle relative ad interventi di innovazione tecnologica finalizzate a migliorare la qualità anche perseguendo l’obiettivo dell’apertura del patrimonio informativo pubblico, sviluppati in una logica di apertura e collaborazione con l’utente e di potenziamento della diffusione delle TIC e dei servizi digitali, con rilevanza su tutto il territorio regionale:

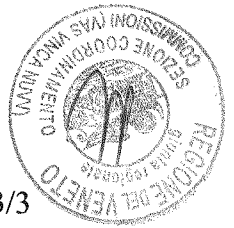
-“App Veneto Traffico” Proponente: Veneto Strade SpA – Venezia – Piattaforma informatica e una serie App integrate tra loro, alcune delle quali ad uso interno del personale per segnalare anomalie di traffico, cantieri, incidenti ecc nonché per il Catasto strade; altre per informare l’utente sullo stato del traffico per consentire ad utenti accreditati di fornire informazioni sullo stato del traffico. Le informazioni sullo stato del traffico riguardano oltre la rete stradale in concessione a Veneto Strade anche quelle provenienti da altri gestori stradali ed autostradali della Regione Veneto. Costo del progetto: € 42.000=. Contributo richiesto: € 30.000=. Contributo assegnato: euro 30.000=

3) Linea d’azione: Valorizzazione territoriale.

Con riferimento a questo tema si evidenzia come molte delle proposte rientranti nella linea 1 Grande Guerra, perseguono il fine della valorizzazione delle risorse culturali, ambientali, e dello sviluppo del tessuto imprenditoriale veneto; oltre a quelle sono state tenute in considerazione per la loro qualità e per il coinvolgimento dell’intero territorio veneto, le seguenti:

- “Ville Venete e Grande Guerra” Proponente: Spotinvest Srl Cafe24 – Padova. Trasmissione televisiva di 30 minuti prodotta in 5 puntate che prevedono un racconto televisivo con supporto di filmati delle singole ville con testimonianze che raccontano le varie fase della guerra e il territorio. Costo del progetto: € 30.000=. Contributo richiesto: € 15.000=. Contributo assegnato: euro 15.000=

- “Sulle tracce del Leone di Vetro” Proponente Venicefilm Srl – Padova. Sulla scorta del film-lungometraggio “Il leone di vetro” una sorta di cine-turismo che coniugi la tradizione enogastronomica del territorio con i luoghi, con la storia, la cultura, le antiche tradizioni e i mestieri, gli eventi, le sagre, le manifestazioni, il tutto con il supporto di una guida multimediale creata per il web. Costo del progetto: € 46.000=. Contributo richiesto: € 28.000=. Contributo assegnato: euro 28.000=



Allegato B al Decreto n. 25 del 11.12.2014

pag. 3/3

1) Linea di azione : Grande Guerra. 2) Linea di azione: L'agenda digitale 3) Linea d'azione: Valorizzazione territoriale.

- "Il Veneto in transizione ... tra storia radici ed innovazioni" Proponente Antenna Tre Nord Est SpA – San Biagio di Callalta (Tv). Programma di approfondimento culturale a cadenza settimanale per 24 settimane su quattro tematiche: 1) I giovani e la Grande Guerra (n. 10 puntate); 2) Il nuovo mondo digitale (n. 8 puntate); 3) Un territorio da salvare (n. 3 puntate); 4) Una città più smart (n. 3 puntate). Costo del progetto: € 75.000=.

Contributo richiesto: € 30.000=. Contributo assegnato: euro 30.000=