

“Protection, promotion, and touristic valorisation of Adriatic maritime heritage”

Priority Axis: Environment and cultural heritage

3.1 – Make natural and cultural heritage a leverage for sustainable and more balanced territorial development

D 3.1.3 – Action Plan Venice

WP3 – DEVELOPMENT OF THE CULTURAL-TOURISM DESTINATION
ACT. 3.1 – STRATEGIC DOCUMENTATION FOR THE DEVELOPMENT OF THE
COMMON TOURISM DESTINATION

07 / 2020

PARTNER IN CHARGE:
PP8 – CA' FOSCARI UNIVERSITY OF VENICE

Status: Final
Distribution: Public document

Table of Contents

Università Ca' Foscari Venezia	1
Destination market profile	1
Origini e storia	1
Market strategy	6
WP 1 - PROJECT MANAGEMENT AND COORDINATION OF ACTIVITIES	8
WP 2 –PROJECT COMMUNICATION AND CAPITALISATION ACTIVITIES	8
WP 3 – DEVELOPMENT OF THE CULTURAL-TOURISM DESTINATION	9
WP 4 – TOURISM INFRASTRUCTURE OF THE COMMON TOURISM PRODUCT	13
WP 5 – PROMOTIONAL CAMPAIGN FOR THE COMMON TOURISM PRODUCT	16
ARCA ADRIATICA – Action plan for the destination of Venice	17
Action Plan Summary	23

Università Ca' Foscari Venezia

Destination market profile

L'Università Ca' Foscari Venezia è una università statale italiana fondata nel 1868. Ha sede presso Ca' Foscari, palazzo gotico affacciato sul Canal Grande.

Origini e storia

L'università Ca' Foscari venne fondata nel 1868 come "Scuola superiore di commercio" da Luigi Luzzatti, Edoardo Deodati e Francesco Ferrara. La scuola fu la prima istituzione italiana ad occuparsi dell'istruzione superiore in ambito commerciale, economico e linguistico.

La scuola si proponeva di fornire ai commercianti un'adeguata preparazione teorica e di formare i futuri professori di materie economiche degli istituti di istruzione secondaria. Si ispirò al modello dell'Istituto superiore di commercio di Anversa, che dal 1853 affiancava all'insegnamento teorico quello pratico. L'istituto è il primo in Italia ad occuparsi dell'istruzione superiore nel campo del commercio e dell'economia. Fin dalla sua nascita comprese l'insegnamento delle lingue straniere sia occidentali (francese, inglese, tedesco, spagnolo, neo-greco) che orientali (arabo, turco, serbo-croato, giapponese) il cui approfondimento era considerato fondamentale complemento dello studio delle discipline economiche.

Nei primi anni di vita della scuola furono attivati tre principali indirizzi di studio:

- consolare, per la formazione di diplomatici; soppressa dal 1935
- economico, per la formazione dei commercianti
- magistrale, per la formazione di insegnanti di economia, diritto, ragioneria e lingue straniere

Tra prima e seconda guerra mondiale

Durante la prima guerra mondiale la scuola superiore di commercio fu trasferita in via temporanea a Pisa.

Nel 1934 il titolo di direttore della scuola fu sostituito da quello di rettore. Nel 1935, con la nascita della Facoltà di economia e commercio, la scuola divenne a pieno titolo un'università statale, mentre l'anno successivo ottenne l'autorizzazione ufficiale a rilasciare lauree in lingue e letterature moderne. Il 5 giugno 1889 gli antichi studenti di Ca' Foscari residenti a Venezia si radunano per fondare un'associazione. Nel giro di pochi mesi aderiscono 185 membri, destinati ad aumentare negli anni a venire. Nel 1935 il rettore dell'epoca Agostino Lanzillo commissiona la realizzazione dell'Aula Magna (ora aula Baratto) all'architetto veneziano Carlo Scarpa; un secondo intervento fu commissionato a Carlo Scarpa nel 1955, per trasformarla in aula di lezione e realizzare la boiserie. L'aula Baratto è inoltre impreziosita da due affreschi novecenteschi dei pittori Mario Sironi e Mario Deluig.

Durante la seconda guerra mondiale Ca' Foscari continuò senza interruzioni le proprie attività, aiutata dal fatto che il centro storico di Venezia fu risparmiato dai bombardamenti. Nel 1943, dopo la caduta del fascismo, si votò per il rientro di Trentin e Luzzatto e quest'ultimo fu rieletto rettore nel 1945.



Figura_1 Palazzo Foscari visto da San Tomà

Dal secondo dopoguerra all'epoca contemporanea

Nel 1954 fu istituzionalizzata la Facoltà di lingue e letterature straniere, mentre nel 1964 nacque il corso di laurea in lingue e letterature orientali e con esso iniziarono gli insegnamenti di arabo, cinese, ebraico, giapponese, hindi, iranico e turco.

Nel 1962 l'istituto ottenne lo status giuridico di università degli studi, mentre nel 1969 nacquero le facoltà di lettere e filosofia e di chimica industriale.

Nel 2012 il palazzo gotico affacciato sul Canal Grande, sede storica dell'Università Ca' Foscari, è stato inserito fra i siti paesaggistici e beni culturali.

Al 2019, l'ateneo predispone l'insegnamento di quarantuno lingue, ivi inclusa la lingua dei segni. L'Università Ca' Foscari Venezia conta oggi circa 20.000 iscritti e laurea ogni anno circa 4.000 studenti.

L'ateneo è strutturato in otto dipartimenti:

Economia – sede di San Giobbe; <https://www.unive.it/pag/16892>

Filosofia e beni culturali – sede di Malcantòn Marcorà; <https://www.unive.it/pag/16024/>

Management – sede di San Giobbe; <https://www.unive.it/pag/15447/>

Scienze ambientali, informatica e statistica – campus scientifico e parco Vega; <https://www.unive.it/pag/16129>

Scienze molecolari e nanosistemi – campus scientifico; <https://www.unive.it/pag/16775>

Studi linguistici e culturali comparati – Ca' Bembo, Ca' Bernardo e palazzo Cosulich; <https://www.unive.it/pag/16966>

Studi sull'Asia e sull'Africa mediterranea – Ca' Cappello e palazzo Vendramin; <https://www.unive.it/pag/15719/>

Studi umanistici – sede di Malcantòn Marcorà; <https://www.unive.it/pag/16331/>

E vi possiamo trovare le seguenti scuole e un collegio:

Ca' Foscari Challenge School – parco Vega

Ca' Foscari School for International Education – sede di San Sebastiano

Scuola in economia, lingue e imprenditorialità per gli scambi internazionali – palazzi San Leonardo e San Paolo di Treviso

Collegio internazionale Ca' Foscari – isola di San Servolo



Figura_2 Veduta sede di Malcanton Marcorà

Attività di Ricerca

La ricerca si sviluppa negli otto dipartimenti (di cui cinque sono stati inseriti nella prestigiosa lista dei “Dipartimenti di Eccellenza” ANVUR), nelle scuole e nei centri di Ateneo e viene sostenuta da risorse interne, da fondi europei e nazionali, da una rete di piccole, medie e grandi imprese. L'università è membro della Venice International University e collabora al parco scientifico e tecnologico Vega.



Figura_3 Veduta Campus di San Giobbe

Market strategy

Il progetto nasce con il preciso intento di partecipare alla realizzazione di un comune prodotto turistico nella zona dell'Alto Adriatico basandosi su principi condivisi da tutti i Partner di sostenibilità ecologica e sociale. Data la modifica temporale legata alla pandemia alcune azioni strategiche sono tuttora in fase di finalizzazione ma è possibile illustrare alcuni dei risultati ottenuti. In primo luogo, attraverso il lavoro congiunto di tutto il gruppo di lavoro dell'Università Ca' Foscari si è proceduto a diverse azioni di analisi, raccolta e catalogazione di reperti, strumenti, storia, tradizioni, informazioni da testimoni significativi volte alla identificazione e produzione di narrazioni digitali e non relative ai luoghi di importanza della realtà locale veneziana per implementare e valorizzare il patrimonio marittimo dal punto di vista del turismo ed impostare possibili itinerari comuni. Un approccio etnografico ed antropologico è stato alla base di questo processo di ricerca ed identificazione del capitale materiale e intangibile dell'universo marittimo e culturale associato a Venezia e alla sua storia. In secondo luogo il lavoro congiunto con il Lead Partner ed il management del Progetto ha prodotto un'importante sinergia che ha favorito il gruppo di lavoro nell'identificazione degli obiettivi e delle relative strategie per la promozione delle potenzialità turistiche dell'area oggetto di analisi e per preservare il patrimonio marittimo materiale e immateriale attraverso il coinvolgimento degli stakeholders, la creazione di un interpretation center, l'organizzazione di manifestazioni ed eventi a carattere educativo-dimostrativo e didattico. In terzo luogo è stato possibile procedere ad una preliminare analisi del nascente network museale composto dai Partner coinvolti per implementare le relazioni e impostare un circolo virtuoso volto alla promozione culturale e al rilancio di un prodotto turistico comune. Qui di seguito verranno elencate le azioni intraprese e quelle ancora in atto in accordo con i 5 Work Packages del progetto Arca Adriatica.



Figura_4 Arca Adriatica Storytelling



Figure_5&_6 Interviste a testimoni significativi e manufatti storici.

WP 1 - PROJECT MANAGEMENT AND COORDINATION OF ACTIVITIES

Act 1.1 – Sart-up activities: conclude.

Act 1.2 – Day-to-day project management, coordination and internal communication: queste attività, naturalmente, vengono svolte regolarmente e costantemente per governare e direzionare il progetto; prevedono confronti preliminari tra il responsabile di progetto (Prof. Carlo Beltrame) e i soggetti interessati nei diversi settori, coprendo dai temi scientifici e promozionali a quelli amministrativi ed economici.

Act 1.3 – Steering and monitoring of the project implementation: come sopra, attività in corso, costante, ma diretta al controllo e progressione del Progetto.

Act 1.4 – Financial management: come sopra, ma finanziario. All'interno di questa activity è particolarmente impegnativo per i responsabili dei diversi settori di progetto la redazione dell'Activity and Progress Report semestrale (D 1.4.2), che richiede parecchio tempo e impegno, con revisioni, correzioni, integrazioni etc.

WP 2 –PROJECT COMMUNICATION AND CAPITALISATION ACTIVITIES

D 2.1.1 – Kick-off meeting: abbiamo partecipato al kick-off meeting a Cervia (Beltrame, Medas, Susanetti, Biancato)

Act 2.2 – Final Conference: dovremo partecipare, presumibilmente sarà a fine progetto, con lo slittamento al 31 dicembre 2021.

Act 2.3, 2.4, 2.4 – Promotional activities: abbiamo partecipato in vario modo alle attività promozionali, contatti, opinioni, fornitura materiali fotografici etc.

D 2.5.3 – Papers published on national/international journal: un contributo lo abbiamo già consegnato, edito all'interno del volume *La salina romana e il territorio di Cervia*, a cura di C. Guarnieri, Bologna 2019 (articolo sulle ancore storiche del Museo del Sale di Cervia, marchiato Arca, Medas); un contributo lo stiamo chiudendo e lo consegneremo a breve per la rivista *La ricerca folklorica* (articolo sul patrimonio marittimo tradizionale di Venezia, laguna e nord Adriatico, con disamina di tre casi – interviste, Beltrame-Medas-Vianello); un contributo sarà realizzato da Casarin-Bonazzi-Rosin sugli aspetti relativi al nascente Network Museale legato ad Arca Adriatica.

D 2.5.4 – Press conference: dobbiamo ancora realizzarla, pensavamo alla prima occasione pubblica, per esempio per il workshop del Promotional Center o per la presentazione dell'Intepretation Center.

WP 3 – DEVELOPMENT OF THE CULTURAL-TOURISM DESTINATION

D 3.1.1 – The story on maritime heritage: questo è per noi un deliverable molto complesso, in parte concluso e in parte in lavorazione.

Abbiamo concluso e consegnato a dicembre scorso la Storytelling testuale sull'Adriatico (totale 47 pagine), tradotta in inglese, frutto di una precedente fase di ricerca svolta sempre nell'ambito del progetto. Abbiamo realizzato i testi e le interviste per le due storytelling virtuali, rispettivamente sulle barche dell'Adriatico e sulla pesca in laguna e nell'Adriatico; ora è in fase di costruzione il prodotto digitale, che si articolerà in una narrazione con filmati, immagini (fotografie e disegni), interviste, testi parlati e scritti in italiano, sottotitoli in inglese. Nell'ambito di questa attività, come raccolta documentaria, abbiamo realizzato quattro lunghe interviste a due anziani naviganti (Bonifacio, Baradel), a un cordaio (Inio), a un esperto di pesca lagunare (Divari). L'elaborazione virtuale delle storytelling ha richiesto l'arruolamento di una specialista (Barbiani), tramite assegno di ricerca della durata di 12 mesi; oltre a Medas (che ha assegno di ricerca al 70% su Arca Adriatica e al 30% su UnderwaterMuse), collabora a questa fase Elisa Costa (assegno al 70% su UnderwaterMuse e al 30% su Arca Adriatica). Con le modifiche che verranno richieste a seguito dell'emergenza sanitaria, la previsione di chiusura dell'Act 3.1, in cui rientrano i prodotti delle storytelling, sarà posticipata al 30 giugno 2021.



Figura_7 Esempio Storytelling virtuale sulle barche dell'Adriatico



Figura_8 Esempio storytelling virtuale sulla pesca in laguna e nell'Adriatico.

Act 3.2 – Centres of Excellence: abbiamo appena concluso (18 maggio) l'istituzione del Center of Excellence di Venezia, con l'adesione di 21 membri tra le istituzioni e associazioni locali implicate nella tutela e valorizzazione del patrimonio marittimo storico e tradizionale. Gli accordi sono stati stretti realizzando un protocollo d'intesa tra Ca' Foscari e il singolo membro coinvolto, che ha risposto per accettazione formale. Come responsabili dell'attività riceviamo anche i documenti di establishment dagli altri partner di progetto; al momento devono ancora costituirsi tre Centres of Excellence (Bari, San Benedetto del Tronto, Cesenatico).



Figura_9 Venice Center of Excellence

D 3.2.2 – Functional Network of the Centres of Excellence: anche questo lo coordiniamo noi, ne abbiamo già realizzato uno in occasione dell’ultimo meeting di progetto a Cesenatico, nel novembre scorso; praticamente si tratta di inserire nel programma del meeting una riunione tra tutti i responsabili che devono attivare o hanno già attivato il proprio Center of Excellence, per confrontarsi su modalità e attività; alla fine si redige un breve report dell’incontro.

Act 3.3 – Academy of Old Crafts and Skills: abbiamo realizzato e consegnato l’agreement per la costituzione dell’Academy, in carico a noi, in cui tutti i partners di progetto si sono accordati per istituire l’Academy medesima (D 3.3.1). Ciascun partner dovrà svolgere nel corso del progetto almeno due workshops legati all’Academy; noi abbiamo redatto il format per redigere la relazione dell’attività che i singoli partners, ad attività svolta, ci inviano e che noi archiviamo.

Per quanto ci riguarda non dobbiamo realizzare workshops nell’ambito dell’Academy (D 3.3.2), ma fornire le linee metodologiche di organizzazione e sviluppo dei workshops stessi. A questo scopo abbiamo deciso che la via migliore sarebbe stata quella di fornire due esempi concreti, su temi molto diversi, e per questo abbiamo comunque realizzato due workshops di tema molto diverso, per offrire due distinti modelli. Nella relazione delle attività abbiamo dunque dettagliato la metodologia applicata e i passi seguiti, in modo da fornire un “modello” metodologico per gli altri partners. Abbiamo quindi organizzato un workshop in collaborazione con Cesenatico, dedicato alla navigazione tradizionale con la vela al terzo (Cesenatico, 1-3 luglio 2019), e uno realizzato interamente da Ca’ Foscari e dedicato al rilievo 3D degli scafi tradizionali, quale strumento di studio e salvaguardia del naviglio tradizionale (Venezia, 25-26 ottobre 2019). Entrambi i workshops hanno richiesto un notevole impegno sul piano organizzativo, ma hanno dato ottimi risultati, essendo andati tutti esauriti i posti disponibili.

D 3.3.3 - Realization of a covered structure within the Maritime Museum of Cesenatico area: questo è per noi davvero uno strano deliverable, non sappiamo bene perché sia finito in carico nostro. In ogni caso, non abbiamo qui capitolo di spesa; si concreterà, in accordo col Museo della Marineria di Cesenatico, di una presa d’atto della realizzazione/aggiornamento dell’impianto della tensostruttura, con sopralluogo e breve relazione.

WP 4 – TOURISM INFRASTRUCTURE OF THE COMMON TOURISM PRODUCT

Act 4.1 – Adaptation of Interpretation Centres: anche questo è per noi un deliverable molto importante, in quanto contempla la realizzazione di due prodotti multimediali complessi (anche questi in fase di costruzione da parte di Cristina Barbiani col nostro supporto). Da progetto l'Interpretation Center sarebbe dovuto essere uno spazio espositivo fisico, tipo piccolo museo o esposizione permanente che illustra il patrimonio marittimo del luogo. Per Venezia abbiamo chiesto, e ottenuto, di poter fare un Interpretation Center digitale, che consenta una visita virtuale ai principali luoghi del patrimonio marittimo storico e tradizionale di Venezia, laguna e gronda lagunare (per i principali luoghi connessi allanavigazione fluviale che gravitava anche sulla laguna, dunque il Museo della navigazione interna di Battaglia Terme e il cimitero dei burci sul Sile). In totale abbiamo realizzato 55 schede di luoghi, suddivisita: musei (Museo Storico Navale, Correr e altri con riferimento ai contenuti nautici), associazioni(remiere, vela al terzo, Arzanà, El Felze etc), artigiani tuttora attivi (remeri Pastor, Brandolisio etc), squeri storici, luoghi della memoria (per es. la Fondamenta delle Zattere, i Magazzini del Sale etc, oltre a luoghi testimoniati dalla toponomastica o dagli idronimi, Corte dei Cordai, Canale de le Burchiele etc). Queste saranno funzionali a costruire una grande mappa digitale visitabile e ogni scheda conterrà almeno un paio di fotografie, immagini storiche e in qualche caso anche brevi interviste. Le schede saranno relazionate tra loro, con richiami reciproci.

Il lavoro per l'Interpretation Center ha previsto anche di realizzare oltre 10 tra video-interviste e interviste telefoniche (Rita Vianello e collaboratori), documenti di importante valore etnografico che entrano a far parte di un archivio documentario (scientifico) di Arca Adriatica, come quelle citate sopra nell'ambito delle storytelling. Come accennato, saranno impiegate anche per i prodotti digitali delle storytelling, ove necessarie.

Nell'Act 4.1 rientra anche la terza storytelling, ovvero la visita virtuale allo squero della gondola. Questa si realizzerà grazie al rilievo 3D dello squero Tramontin, appena realizzato per Arca Adriatica da Elisa Costa e Paola Perozzo (quest'ultima come collaboratrice non in carico ad Arca), e prevederà una narrazione interattiva della vita del cantiere, cioè del sistema che ingloba in un unico corpo-lavoro lo scafo, l'uomo e il cantiere. Si tratta di una lettura originale e raffinata, realizzata grazie alla regia di Ugo Pizzarello, che ha un contratto di collaborazione in Arca.

Come indicato sopra, ad eccezione della storytelling testuale, consegnata nel dicembre 2019, le Act 3.1 e 4.1 sono in corso. Al fine di poter concludere le produzioni digitali delle storytelling e dell'Interpretation Center, inoltre, si è chiesta oggi la proroga della scadenza dell'Act 3.1 al 30 giugno 2021 e dell'Act 4.1 al 31 dicembre 2020.

Act 4.3 - Elaboration of the maritime heritage base: per questa attività, coordinate dal Museo della Marineria di Cesenatico, abbiamo pensato di schedare 40-50 pezzi rilevanti della collezione dell'Arzanà, Venezia, grazie alla disponibilità di Umberto Rosin nel realizzare in loco le schede. Si tratta di creare le schede dei pezzi all'interno di un database fruibile on-line, realizzato dal Museo del Mare di Rijeka. L'attività, già intrapresa per quanto riguarda la schedatura in loco, dovrà concludersi con l'inserimento dei dati nel database, procedura che richiede un perfezionamento.



Figura_10&_11 Reperti storici presso Collezione dell'Arzanà

D 4.4.1 - Installation of the tourism marking: dobbiamo realizzare e installare n. 1 cartellone-marking (ovviamente con logo Arca Adriatica) che illustri un testimone importante del patrimonio marittimo tradizionale veneziano. Onde evitare di dover chiedere autorizzazioni per la collocazione in luoghi pubblici o monumentali, abbiamo pensato di offrire il banner al trabaccolo del 1926 Il Nuovo Trionfo. Sul banner comparirà quindi una breve storia del trabaccolo e dell'associazione, che potrà essere esposto direttamente a bordo rivolto verso la riva della Dogana, dunque fruibile pubblicamente ma montato su suolo privato.



Figura_12 Trabaccolo “Nuovo Trionfo”

WP 5 – PROMOTIONAL CAMPAIGN FOR THE COMMON TOURISM PRODUCT

D 5.1.2 – Established new Promotional Centres: stiamo realizzando l'establishment tramite un accordo tra Ca' Foscari e il responsabile dei servizi turistici di Venezia, ovvero con Ve.La. s.p.a.; la stipula formale dell'accordo si è conclusa nel luglio scorso. Nell'ambito del Promotional Center di Venezia dovremo realizzare un workshop che coinvolga almeno 20 soggetti "turistici", che dovranno essere diversi da quelli coinvolti nel Center of Excellence. Ora, considerando davvero improbabile la possibilità di suscitare interesse verso Arca Adriatica da parte di soggetti turistici generali, abbiamo chiesto al Lead Partner di poter coinvolgere i soggetti che fanno già parte del nostro Center of Excellence, in quanto si tratta di soggetti che svolgono anche attività per il turismo, ma di tipo selezionato, mirato e sostenibile (musei, botteghe dei remeri, associazioni di voga e di vela etc.). Il Lead Partner, comprendendo che la situazione veneziana differisce da quella di tutti gli altri partners di progetto, ha appena approvato questo strappo alla regola. Stimiamo di poter realizzare questo workshop, che si concreteerà in un incontro presso la sede universitaria, tra l'autunno 2020 e la primavera 2021.

Act 5.2 – Production of the promotional material: dobbiamo svolgere diverse azioni, che trovate dettagliate nel Marketing Plan prodotto dal PP2 – Kvarner Region Tourist Board. Precisamente si tratta di:

1. Produzione di n. 1.250 brochures (36 pagine con foto a colori, testi in italiano, croato, inglese, tedesco) sul patrimonio marittimo di Venezia e laguna, impostate su format editoriale che verrà fornito a tutti i partners di progetto da San Benedetto del Tronto.
2. Diffusione di n. 1.250 volantini a due ante, su format editoriale che sarà fornito dal Kvarner Region Tourist Board.
3. Produzione di n. 1 video-spot di 60" e n. 1 video-spot di 30".
4. Produzione e installazione di n. 1 marking/cartellone targato Arca Adriatica (vedi sopra D 4.4.1). Queste attività le avvieremo nei prossimi mesi, non appena i responsabili della WP ci forniranno i modelli editoriali.

ARCA ADRIATICA – Action plan for the destination of Venice

Category	Project/Measure	Description	Activity	Duration				Project status/maturity/existing documentation	Investment priority (1-3; 1 being the highest)	Responsibility	Estimated budget	Possible source of funding
				2019	2020	2021	2022+					
Project management	Project management and Coordination Activities	Attività svolte regolarmente dedicate alla di gestione, coordinamento e comunicazione interna per controllare e direzionare il progetto	Act 1.1 – Start-up activities	x				Queste attività in corso, (a parte la 1.1), vengono svolte regolarmente e costantemente per governare e direzionare il progetto; prevedono infatti confronti continui tra il responsabile di progetto (Carlo Beltrame) e i soggetti interessati nei diversi settori, coprendo dai temi scientifici e promozionali a quelli amministrativi ed economici	1	Università Ca' Foscari	€ 76.300,00	Fondi EU
			Act 1.2 – Day-to-day project management, coordination and internal communication			x						
			Act 1.3 – Steering and monitoring of the project implementation			x						
			Act 1.4 – Financial management			x						
Communication	Project	Attività di	D 2.1.1 – Kick-off	x				A parte attività	3	Università Ca'	€	Fondi

activities	Communication and Capitalization Activities	comunicazione e divulgazione delle azioni svolte all'interno del progetto ARCA Adriatica	meeting				concluse (D2.1.1) in corso d'opera (Act 2.3 & 2.4) oppure previste più avanti (Act. 2.2), un contributo è già stato consegnato, edito all'interno del volume <i>La salina romana e il territorio di Cervia</i> , a cura di C. Guarnieri, Bologna 2019 ad opera di S. Medas; un contributo sarà consegnato a breve per la rivista <i>La ricerca folklorica</i> da parte di Beltrame-Medas-Vianello. Infine è in fase di completamento una articolo di Casarin-Rosin-Bonazzi	Foscari	11.510,00	EU
			Act 2.2 – Final Conference			x				
			Act 2.3, 2.4, – Promotional activities		x					
			D 2.5.3 – Papers published on national/international journal		x					
			D 2.5.4 – Press conference			x				

Development Of The Cultural-Tourism Destination	Development of the Cultural-Tourism Destination	Attività dedicate allo sviluppo e alla preservazione del patrimonio marittimo materiale e immateriale per lo sviluppo di in comune prodotto turistico	D 3.1.1 – The story on maritime heritage	x		x	Concluso e consegnato a dicembre 2019 la Storytelling testuale sull'Adriatico. Sono stati realizzati i testi e le interviste per le due storytelling virtuali, rispettivamente sulle barche dell'Adriatico e sulla pesca in laguna e nell'Adriatico; ora è in fase di costruzione il prodotto digitale, che si articolerà in una narrazione con filmati, immagini. Il 18 maggio 2020 è stato istituito il Center of Excellence di Venezia, con l'adesione di 21 membri tra le istituzioni e associazioni locali implicate nella tutela e valorizzazione del patrimonio	1	Università Ca' Foscari	€ 118.275,00	Fondi EU
			Act 3.2 – Centres of Excellence		x						
			D 3.2.2 – Functional Network of the Centres of Excellence	x							
			Act 3.3 – Academy of Old Crafts and Skills	x							

								marittimo storico e tradizionale.				
Tourism Infrastructure	Tourism Infrastructure of the Common Tourism Product	Creazione di strutture dedicate all'illustrazione del patrimonio marittimo del luogo	Act 4.1 – Adaptation of Interpretation Centres			x		In fase di realizzazione l'Interpretation Center digitale, che consenta una visita virtuale ai principali luoghi del patrimonio marittimo storico e tradizionale di Venezia, laguna e gronda lagunare. A tal fine sono state realizzati 55 schede di luoghi, suddivisi tra: musei; associazioni; artigiani tuttora attivi, squeri storici, luoghi della memoria, oltre a luoghi testimoniati dalla toponomastica o dagli idronimi. è in fase di completamento la schedatura di 40-50	1	Università Ca' Foscari	€ 65.135,00	Fondi EU
			Act 4.3 - Elaboration of the maritime heritage base			x						
			D 4.4.1 - Installation of the tourism marking			x						

								pezzi rilevanti della collezione dell'Arzanà, Venezia. L'obiettivo è creare le schede dei pezzi all'interno di un database fruibile online, realizzato dal Museo del Mare di Rijeka. In fase di finalizzazione la realizzazione e installazione di un 1 cartellone-marking (con logo Arca Adriatica) che illustri un luogo importante del patrimonio marittimo tradizionale veneziano.				
Promotional Campaign	Promotional Campaign for the Common Tourism	Realizzazione di material e campagne promozionali per	D 5.1.2 – Established new Promotional Centres		x			Realizzato l'establishment tramite un accordo tra Ca' Foscari e il responsabile	2	Università Ca' Foscari	€ 33.860,00	Fondi EU

	Product	lo sviluppo di in comune prodotto turistico	Act 5.2 – Production of the promotional material			x		<p>dei servizi turistici di Venezia, ovvero con Ve.La. s.p.a.; inoltre saranno realizzate: n.1</p> <p>1.250 brochure sul patrimonio marittimo di Venezia e laguna, impostate su format editoriale che verrà fornito a tutti i partners di progetto da San Benedetto del Tronto.</p> <p>2. Diffusione di n. 1.250 volantini a due ante, su format editoriale che sarà fornito dal Kvarner Region Tourist Board.</p> <p>3. Produzione di n. 1 video-spot di 60'' e n. 1 video-spot di 30''. 4. Produzione e installazione di n. 1 marking/cartellone targato Arca Adriatica</p>				
--	---------	---	--	--	--	---	--	---	--	--	--	--

Action Plan Summary

The Action Plan of the Ca' Foscari University of Venice is divided into three distinct parts. According to the methodology suggested by the Lead Partner and shared with the other Partners, the first part was dedicated to the "Destination Market Profile" with a description that includes the history, facilities and research activities of the Institute.

The second part focused on defining the "Market Strategy".

The project was created with the specific intent of participating in the creation of a common tourist product in the North Adriatic area based on principles of ecological and social sustainability shared by all the partners.

In the document it was specified how, given the temporal changes linked to the pandemic emergency, some strategic actions are still being finalized but it was still possible to illustrate some of the results obtained.

In the first place, through the joint work of the entire Ca' Foscari University working group, various actions of analysis, collection and cataloguing of finds, tools, history, traditions, information from significant witnesses were carried out aimed at identification and production of digital and non-digital narratives relating to the places of importance of the local Venetian reality to implement and enhance the maritime heritage from the point of view of tourism and set up possible common itineraries.

Secondly, the collaboration with the Lead Partner and the Management of the Project produced an important synergy that favoured the working group in identifying the objectives and related strategies for the promotion of the tourist potential of the area under analysis and to preserve the tangible and intangible Venetian maritime heritage through the involvement of stakeholders, the creation of an interpretation center, the organization of exhibitions and events of an educational, demonstrative and didactic nature.

Thirdly, it was possible to carry out a preliminary analysis of the nascent Museum Network made up of the Partners involved in order to implement relationships and set up a virtuous circle aimed at cultural promotion and the relaunch of a common tourist product.

At the conclusion of the Action Plan, the third part contains the synoptic table "Implementation activities programme" in which the actions undertaken and those still in progress are listed and briefly described in accordance with the five Work Packages of the Arca Adriatica project.