



**LO SVILUPPO TURISTICO DI SANTA CATARINA**  
**ROTA TURÍSTICA ITALIANA “CAMMINO VENETO”**  
Rapporto sulla missione del Prof. Romano Toppan – Centro Studi  
Turistici/Università di Perugia

ottobre 2002

## Prefazione

Il Governo dello Stato di Santa Catarina (Brasile), attraverso la Secretaria do Estado do Governo, ha invitato il Prof. Romano Toppan, docente di Economia del turismo ed esperto di pianificazione e promozione del turismo, per una missione “ esplorativa “ in alcune aree dello Stato, allo scopo di:

- a) Verificare la qualità delle destinazioni turistiche prescelte
- b) Valutare il potenziale turistico
- c) Osservare alcune iniziative di promozione turistica integrata (distretto della Rota Italiana.)
- d) Partecipare ad alcuni incontri con i docenti e gli studenti di alcune Facoltà di Economia del Turismo

La missione ha avuto un esito positivo e il report si propone di indicare in sintesi i risultati delle verifiche, delle valutazioni, delle osservazioni e degli incontri<sup>1</sup>.

L'intervento progettuale, richiesto dal Governatore dello Stato di Santa Catarina, riguardava l'ovest Catarinense, che fu colonizzato dai Gauchos di origine italiana e tedesca nella prima metà del XX secolo. Gli indici sociali lo collocano tra i migliori stati del Brasile per qualità della vita, secondo solo al Distretto Federale. Dal punto di vista paesaggistico, sulla costa atlantica si trovano molte spiagge, isole, baie e insenature: la “Lagoa de Florianopolis” è particolarmente suggestiva e circonda alcune isole che ne fanno un centro urbano simile a Venezia. Nel centro dello Stato si estendono boschi di pino brasiliano, mentre a sud-ovest prevalgono le praterie e ad est e ad ovest le foreste. Il clima è mite verso oriente, lungo la costa, mentre all'interno tende ad essere piovoso e talvolta nevoso. Città come Nova Trento, Blumenau, Treize Trilhas e molte altre cittadine dalle caratteristiche architettoniche trentine e tirolesi, dimostrano la massiccia presenza di popolazioni emigrate dall'allora Impero Austro-Ungarico. Santa Catarina è il sesto stato più ricco del Brasile, con un'economia diversificata e industrializzata. Centro agricolo e industriale di grande importanza per l'intero paese, vi predominano l'allevamento e l'attività estrattiva. Il centro turistico più famoso è Camboriù, che si è caratterizzato come centro balneare di modello americano (modello Miami), con un forte impatto visivo di grattacieli e densità abitativa. Nell'area vi sono ancora minoranze indigene di Kaingang e Guarani.

.

---

.

## Analisi Swot delle destinazioni turistiche visitate

Il campo di azione del marketing e della promozione di un prodotto, parte sempre necessariamente da una analisi SWOT. Ciò vale anche per le destinazioni turistiche.

L'analisi swot ci consente, infatti, di stimare, con una buona approssimazione, quale possa essere il potenziale turistico di un'area e di mettere in evidenza alcune priorità per trasformare un'area in destinazione turistica di successo. Essa serve a puntualizzare i punti di forza, i punti di debolezza, le opportunità e gli ostacoli più importanti rispetto alla strategia di mercato che si intende perseguire. L'analisi SWOT del territorio e delle sue risorse, porta a perseguire obiettivi chiari, realistici e raggiungibili.

La sintesi delle annotazioni ricavate da un'analisi swot e da una riflessione sulle informazioni raccolte attraverso gli incontri, dibattiti, dialoghi con testimoni privilegiati, è la seguente:

**Fig.1: SWOT ANALYSIS DELLO STATO DI SANTA CATARINA DAL PUNTO DI VISTA TURISTICO**

S (Strengths o punti di forza)	W (Weaknesses o punti di debolezza)
<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ Patrimonio naturale locale notevole con poli di attrazione sia lungo la costa (per esempio la Laguna di Florianopolis) che nell'interno</li> <li>❑ Presenza di aree non antropizzate: valli, paesaggi, laghi e boschi sono diffusi, attraenti e di notevole pregio</li> <li>❑ La rete delle città, dei comuni, dei borghi e delle fattorie sul territorio è articolata e armonizzata con il paesaggio</li> <li>❑ Qualità e tipicità di alcuni insediamenti locali di popolazioni e etnie specifiche (italiani, austriaci, tedeschi, polacchi, ucraini ecc.), con tradizioni, prodotti, architetture, musiche, canzoni, feste ed eventi tuttora vivi e importanti (es. Oktoberfest di Blumenau...)</li> <li>❑ Reputazione positiva nella percezione dei clienti (dati della ricerca SANTUR-aprile 2002)</li> <li>❑ Impegno di attivare una filiera integrata di: conservazione, catalogazione e fruizione dei beni ambientali</li> <li>❑ Impegno a " riscoprire " siti archeologici delle culture autoctone e indigene (es. Museo Alfred Wagner)</li> <li>❑ Presenza di piccoli municipi con qualità e stili di vita tradizionali di interessante capacità attrattiva (es. Pinheiro Preto, Treze Tilhas...: si " dimostrano " accoglienti e con un'immagine urbana accurata, recuperando edifici che hanno una storia, come le stazioni della vecchia ferrovia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ ....ma debolezza di una politica di protezione e tutela del patrimonio naturale</li> <li>❑ ...ma scarsa diffusione della politica della pianificazione territoriale: l'atteggiamento di coscienza del loro " valore " potenziale non appare così evidente e diffuso, neppure tra gli amministratori pubblici</li> <li>❑ ...ma all'interno delle città, soprattutto quelle di dimensioni medio-grandi, non appare visibile una politica urbanistica coerente, secondo un modello o un progetto strategico di marketing urbano, e persino le aree demaniali (ossia di gestione pubblica) non sono apprezzate come un " patrimonio " da valorizzare</li> <li>❑ ...ma ci sono segni crescenti di perdita di memoria storica, di autenticità e di qualità delle lingue originarie, delle tradizioni popolari, delle architetture tipiche e dei prodotti, con contaminazioni sempre più pressanti, omologazioni culturali crescenti e scarsi legami con le patrie di origine</li> <li>❑ ....ma limitata a poche destinazioni, prevalentemente nelle località della costa (turismo balneare) e nelle città d'affari (Joinville): poca sensibilità e poca visibilità turistica delle aree rurali, montane e lacuali</li> <li>❑ ....ma scarsità di risorse umane e professionali dedicate alla filiera: le Facoltà Universitarie dedicate al turismo sono poche e recenti</li> <li>❑ ....ma è un impegno che nasce prevalentemente dalla iniziativa di " privati " (salvo rare eccezioni)</li> <li>❑ ....ma assenza di servizi ricettivi e complementari per una permanenza in termini di soggiorno e di spesa (gli hotels sono di carattere quasi esclusivamente commerciale: occorrerebbe l'attivazione dei borghi-albergo e delle farmhouses)</li> </ul>

O (Opportunità)	T (Threats o minacce /ostacoli)
<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ La consapevolezza di un'azione programmatica importante: es. Plano de Governo – O Modelo Catarinense (un capitolo è dedicato a: Turismo, Cultura e Meio Ambiente), con una opzione per il turismo sostenibile</li> <li>❑ La presenza di buone infrastrutture viarie e aeroportuali (efficienti, diffuse, poco costose)</li> <li>❑ la presenza di prefeitos e di alcuni nuovi leaders politici locali dotati di progettualità e lungimiranza (ci sono segni di attenzione e scoperta del turismo come risorsa per lo sviluppo locale)</li> <li>❑ il confronto sulle buone pratiche con altri paesi e con la politica della Unione Europea (le frequenti missioni di esperti governativi e di funzionari di organismi come il SEBRAE o il SENAC in Europa e la stessa missione del Prof. Toppan, indicano il desiderio di imparare e attingere dalle esperienze di successo attuate altrove)</li> <li>❑ la crescita mondiale dei target del turismo rurale, ecologico e culturale</li> <li>❑ la scoperta di nuovi siti più intatti: il Brasile in genere è un paese con territori bellissimi e non ancora manipolati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❑ La eccessiva dipendenza dai flussi turistici di nazioni come l'Argentina, con crisi frequenti e capacità di spesa bassa</li> <li>❑ Le tentazioni speculative sull'assetto urbanistico e insediativo: l'esempio del modello balneare di Camboriù è troppo “ americano “ e poco ecompatibile (i palazzi sono troppo vicini alla spiaggia e troppo alti, tanto da nascondere il sole già alle tre del pomeriggio !!!)</li> <li>❑ La scarsa attitudine alla identità sociale e consapevolezza della popolazione residente rispetto al fenomeno turistico</li> <li>❑ La mancanza di una politica promozionale efficace verso l'estero</li> </ul>

L'insieme di questi punti di forza, debolezza, opportunità e minacce/ostacoli, dà di Santa Catarina un risultato abbastanza buono e un potenziale positivo: in particolare, sembra ampiamente attrattivo il turismo rurale ed ecologico, verso l'interno, ma occorre una politica più attenta del Governo per il mondo rurale e montano e un'adeguata capacità di pianificazione territoriale ed urbanistica delle prefeituras. Un caso emblematico è quello del Lago del Municipio di Erval Velho: non esiste una politica “ specifica “ di pianificazione, che porti a valorizzare questo bene ambientale di grande pregio. Vi sono segnali di “ piccole “ speculazioni private e non si ha una base programmatica su cui lavorare.

### **Osservazioni sull'impegno politico ed istituzionale a favore della economia turistica**

L'impegno politico e istituzionale a favore del turismo come risorsa di sviluppo diffuso e sostenibile ha alcune evidenze oggettive, come il Plano do Governo menzionato prima. Inoltre l'Agenzia governativa SANTUR ha un buon sito web, fa ricerche interessanti e accurate sui flussi e sulle motivazioni, la provenienza e le previsioni dei flussi. Ma non sembra avere un progetto di Marketing strategico e operativo : è un buon ufficio studi e di rappresentanza, ma non si trovano riscontri o prove di progetti specifici o di pacchetti turistici integrati. L'unico esempio di pacchetto turistico integrato e di marketing territoriale è quello della Rota Italiana: è un'idea molto efficace, costruita e progettata molto bene, con obiettivi chiari, concreti e fondati.

La politica di organizzazione delle imprese ricettive non sembra occuparsi della “ qualità “ del servizio.

Non si è mai sentito parlare di applicazioni dell’AGENDA 21, che è lo strumento di sviluppo sostenibile nato con la Dichiarazione di Rio de Janeiro (Conferenza Mondiale del 1992).

Un’applicazione diffusa dell’Agenda 21, applicata al turismo, e l’adozione di misure di incoraggiamento e incentivo per la certificazione di qualità delle imprese turistiche e alberghiere possono rapidamente migliorare la situazione e dare al turismo catarinense una grande visibilità e competitività.

Infine, appare evidente ormai che l’uso delle tecnologie informatiche e telematiche, con gli strumenti del web marketing e un sistema di informazioni turistiche integrato nella “ rete “, potrebbe essere adottato con un costo accessibile e darebbe modernità e innovazione alla promozione turistica dello Stato e di tutte le sue località.

## **Proposte per il futuro**

Le proposte per il futuro sono essenzialmente tre:

- a) Fare un Piano Turistico generale dello Stato, con una metodologia bottom up: coinvolgendo tutte le località e le “ *prefeituras* “ (municipi) a vocazione turistica, con lo strumento dell’Agenda 21 e il forum. Il Piano fissa gli obiettivi, stabilisce le priorità, analizza lo scenario del mercato e le tendenze dei flussi attuali, fa delle previsioni sui flussi potenziali e i target groups di clientela da poter attirare, sceglie i paesi sui quali attuare un’azione promozionale ben costruita, definisce i risultati da raggiungere, i budget da spendere, istituisce una rete di “ infopoint “ del turismo per l’informazione, l’accoglienza e l’ospitalità, crea un organismo di consultazione permanente tra Governo Statale, regioni distrettuali e prefeituras, per concordare i programmi annuali, ottimizzare gli impegni di spesa promozionale, fissare dei calendari di manifestazioni e di eventi in modo armonizzato, per evitare sovrapposizioni ecc.
- b) Organizzare la costituzione di un SIST (Sistema Informatico per i Servizi Turistici) per integrare in un unico sito tutte le risorse, le località, le attrazioni, le manifestazioni ed eventi, le imprese di ospitalità, le imprese di ristorazione, i prodotti tipici dell’agricoltura, dell’allevamento, dell’artigianato, dell’industria, le occasioni di shopping, i monumenti e siti più importanti da visitare ecc.
- c) Attuare un Convegno di “ lancio “ dell’azione di Governo: in questo Convegno (da attuare entro luglio 2003), aprire gli inviti a tutti gli “ attori “ del sistema, ossia Tour Operator (brasiliani ed esteri, compresa l’Europa, gli Stati Uniti e il Giappone), Albergatori e Villaggi Turistici, Agriturismi, Ristoranti e trattore locali, Facoltà Universitarie di Turismo di SC, Prefeitos, Dirigenti di SANTUR ecc. Per un “ dialogo “ aperto e concreto, in forma di workshop. Alcuni “ esperti “ guidano dei “ gruppi di lavoro “ con dei temi particolari e il risultato del lavoro si espone in seduta plenaria. I temi possono essere: turismo e ambiente, turismo e cultura, turismo ed eventi, turismo e agricoltura, turismo e ristorazione, turismo e telematica, turismo e mare. Titolo: IL FUTURO TURISTICO DI SANTA CATARINA, PERLA DELL’ATLANTICO.

## ANEXO N. 1 – Anteprojeto



### Pré-projeto para a implementação de um plano de cooperação com o Estado de Santa Catarina

Aos cuidados do Dr. Mauro Beal, Consultor jurídico, Secretaria de Estado do Governo – Estado de Santa Catarina

## **TÍTULO DO PROJETO :**

Assistência técnica para um projeto-piloto de desenvolvimento sustentável no setor de pequenas empresas, de artesanato e de turismo rural.

## **DESCRIÇÃO DA AÇÃO :**

A ação, promovida pelo Governador do Estado de Santa Catarina, entende realizar alguns micro-projetos ou micro-execuções no setor de desenvolvimento local sustentável, através da intervenção da consultoria de uma equipe de experts que tem alcançado resultados eficazes com a promoção do desenvolvimento de pequenas empresas, do artesanato e do turismo rural, conforme modelos já testados e que podem ser utilizados.

Particularmente, o Estado de Santa Catarina, no qual vivem numerosas comunidades de imigrantes de origem italiana, provenientes das Regiões do nordeste da Itália ( Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Trentino ), reconhece a eficácia do modelo de desenvolvimento destas regiões, fundado na difusão da pequena empresa e criação de distritos de produção ( industriais e turísticos ) conexos, em uma sinergia entre entidades locais e empreendedores/investidores privados.

Com base em contatos oficiais e extra-oficiais, feitos entre representantes do Estado de Santa Catarina com personalidades e experts destas regiões, propõe-se uma ação de cooperação e de partnership, através da qual tais experts colaborarão com o Estado de Santa Catarina e com as associações de empresas para “transferir” *best practices* do modelo de desenvolvimento local e abrir uma rede de relações e de trocas entre os operadores de Santa Catarina e os operadores das regiões italianas mencionadas.

## **RECURSOS HUMANOS :**

Para garantir a qualidade da ação e a sua eficácia, é necessária a intervenção de pelo menos um expert polivalente, protagonista certificado do modelo de desenvolvimento das regiões italianas, na pessoa do Prof. Romano Toppan.

O curriculum deste expert compreende :

- a) A criação e atuação de uma atividade de formação, desenvolvimento e assistência técnica às pequenas empresas do Veneto e de Friuli Venezia Giulia : tal atividade envolveu, entre 1974 e 1996, cerca de 20.000 pequenos empreendedores, rendendo-os capazes de exprimir um comportamento gestional competitivo, de saber cooperar entre eles em forma de *distrito produtivo integrado*, instituindo consórcios, cooperativas e encubação de empresas, seja no setor industrial, como no setor de serviços e de turismo.
- b) A ação de sustentação da formação e assistência técnica em muitos países em via de desenvolvimento, através o encargo, entre 1983 e 1992, junto a um Centro Internacional instituído pelo Conselho da Europa. Entre os países beneficiados desta intervenção estão: Brasil, Argentina, Perú, Equador, Colômbia, Uruguai, México e Cuba.
- c) A ação de management para a promoção do desenvolvimento local e do turismo sustentável em uma região do sul da Itália, em condições de retração econômica e social, designada pela União Européia, com os benefícios dos Fundos Estruturais para a realização do objetivo já mencionado.
- d) Ensino universitário em três diversos setores: educação e serviços locais, bens culturais e ambientais e o turismo.

O expert será acompanhado por uma equipe de profissionais locais do Estado de Santa Catarina.

## RECURSOS FINANCEIROS

Uma intervenção de tal natureza implica a possibilidade de recorrer a uma sustentação financeira de pelo menos quatro organismos internacionais, também em forma de cofinanciamento de uma parte através do empenho econômico do Estado :

- a) **União Européia** : os protocolos de colaboração entre a União e os Países do Mercosul são numerosos. Particularmente se faz referência ao summit UE-América Latina-Caribe realizado no Rio de Janeiro em 1999, tendo sido realizado em 17 e 18 de maio de 2002 em Madri.
- b) **World Bank / Banco Mundial** : no dia 14 de maio de 2002 o Presidente do Brasil Fernando Henrique Cardoso encontrou-se no Planalto com o Vice-Presidente do Banco Mundial para a América Latina David de Ferranti e o Diretor do Banco Mundial para o Brasil Vinod Thomas, para confirmar o empenho do Banco no processo de desenvolvimento do país. Os nomes de referência do Banco Mundial e do Governo brasileiro são: Sua Excelência Pedro Sampaio Malan e Armínio Fraga Neto.
- c) **Banco Interamericano de Desenvolvimento** : também nesta instituição internacional o Brasil tem um peso importante e o coordenador para o Brasil é Carlos J. Sampaio-Costa.
- d) **Organização Internacional do Trabalho/Nações Unidas** : a OIT também pode dar uma contribuição para uma intervenção de consultoria e assistência técnica de experts e o representante da OIT no Brasil é em Brasília, com o telefone +5561 2258015 e e-mail [oit@oitbrasil.org.br](mailto:oit@oitbrasil.org.br)

Uma intervenção do Governador junto a estas organizações internacionais pode determinar um encargo “direto” ao expert indicado que será, por isto, pagado pelo organismo através de um contrato (mesmo de 6 meses) através o qual se poderá iniciar as ações do projeto-piloto. O Estado de Santa Catarina garante que a escolha do expert é a mais apropriada para os objetivos propostos, podendo este dar uma contribuição pessoal de staff e de serviços informativos, logísticos e institucionais.

Além da possibilidade de um empenho financeiro destes organismos em relação ao expert indicado pelo Governador do Estado, podem existir outros organismos especializados na cooperação internacional. Entre estes, o melhor (e mais sério) parece ser :

**GTZ** ( Deutsche Gesellschaft fuer Technische Zusammenarbeit ) , que tem sede na Alemanha e com o seguinte site na internet : [www.gtz.de](http://www.gtz.de)

## DEFINIÇÃO E DURAÇÃO DO ENCARGO :

Apenas a intervenção do Governador e do governo do Estado de Santa Catarina junto aos organismos mencionados pode garantir o sucesso da operação e a confiança do encargo de consultoria ao Prof. Romano Toppan, com as motivações já mencionadas e que justificam a escolha deste expert ao invés de outros. Considerando a sua experiência, a polivalência das

ações realizadas, a evidente eficácia destas certificada por dados efetivos e pelo seu curriculum.

A duração do encargo pode ser gradual: um primeiro encargo de missão preliminar pode durar apenas alguns meses ( normalmente 6 meses ). O encargo poderá, todavia, ser renovado, com base também nos relatórios sobre os resultados da primeira ação experimental.

## **RESULTADOS ESPERADOS :**

- Exame acurado das best practices do modelo de desenvolvimento local realizado no Nordeste italiano.
- Seminários e workshop com associações territoriais de pequenas empresas do Estado de Santa Catarina para identificar a possibilidade de transferência das best practices em algumas áreas de experimentação.
- Elaboração de um projeto-piloto de desenvolvimento do turismo rural e de itinerários de atração turística com investimentos sustentáveis para a valorização do ambiente, das tradições locais, das comunidades de imigração, dos bens culturais.
- Criação de um programa de web marketing e de um site de e-business, e-procurement, e-commerce de um distrito integrado (produções locais típicas, destination marketing and management, hospitality management, marca de area, customer satisfaction analysis)
- Preliminary plan para o desenvolvimento de outras áreas do Estado com base nas indicações experimentais emersas das intervenções do projeto-piloto.

## **CUSTO DA AÇÃO :**

O custo da ação refere-se sobretudo ao custo do expert e dos serviços que o Estado e o governo de Santa Catarina são em grau de ativar, com recursos profissionais, institucionais e tecnológicos.

O custo do expert refere-se aos parâmetros mensais, ao tratamento da diária e às coberturas de seguro dos experts das organizações internacionais, e será ao encargo destes.

Os custos relativos aos recursos profissionais, institucionais e tecnológicos fornecidos pelo Governo de Santa Catarina, poderão ser reconhecidos pelo organismo financiador no âmbito do valor da contribuição. A menos que a instituição financiadora não peça expressamente que sejam ao encargo do governo, em termos de cofinanciamento. Uma negociação inteligente do governo com estes organismos poderá ter pleno êxito, de modo a obter uma contribuição seja para o expert, que exercita a função de project leader, seja para os outros recursos profissionais, institucionais e tecnológicos colocados à disposição do Estado de Santa Catarina. Uma intervenção como esta descrita comporta a constituição de uma task force de projeto composta de :

- **1 project-leader** : Prof. Romano Toppan, economista, quality auditor, expert em pequenas empresas e turismo.
- **1 expert jurídico** do Governo de Santa Catarina, expert em relações institucionais entre governo, parlamento, entes locais, câmaras de comércio, grupos profissionais e empreendoriais.
- **1 sociólogo** expert nas condições sociais, demográficas e culturais do Estado de Santa Catarina.
- **1 expert em economia estatística**, para os levantamentos dos dados informativos (que permitam o conhecimento preliminar) e a redação dos dados input-output da ação.

- **2 secretários e intérpretes** para a sustentação dos trabalhos de escritório, de contato e de organização de meetings, eventos e missões de estudo.
- **2 empregados para serviços logísticos e de transporte.**

## **CONCLUSÃO :**

Este projeto poderá ser mais coerentemente desenvolvido a partir de outubro-novembro de 2002 até o fim de março-abril de 2003.

A ação importante e prioritária ( *first step to be done* ) é o contato do Governador com os representantes dos organismos supra-indicados para obter :

- a) A disponibilidade destes a financiar a iniciativa experimental.
- b) Assistência do Governo de Santa Catarina no procedimento de pedido de financiamento e no procedimento de indicação e recrutamento do expert Prof. Romano Toppan.
- c) Precisar claramente os procedimentos de monitoramento da intervenção e prestação de contas da contribuição financeira concedida.

Prof. Romano Toppan



Em 2004, Joaçaba se transformará numa pequena Itália em território brasileiro, proporcionando aos povos do sul um grande intercâmbio de oportunidades.

## Os Italianos e o Brasil

A primeira colônia de italianos no Brasil, segundo o estudioso Pe. João Leonir Dall'Alba é datada de 1836, e foi fundada em Santa Catarina, era chamada de Nova Itália. A grande leva de imigrantes, contudo, chegou por volta do ano de 1875, quando as terras brasileiras eram propagadas pelo próprio governo italiano, em uma época de grande miséria e falta de trabalho na Europa. Naquela época, as pessoas deixaram suas terras em busca de um lugar novo, uma “terra de maravilhas”, onde poderiam reconstruir suas vidas e criar suas famílias.

O Brasil recebeu assim, um grande contingente de italianos e estima-se que, hoje, existam aproximadamente 25 milhões de *oriundi* e descendentes, constituindo-se na segunda Itália fora da Itália. Com isso os imigrantes que aqui fixaram suas raízes contribuíram na formação do povo brasileiro, principalmente no sul do país. Santa Catarina, proporcionalmente a seu número de habitantes, é o estado brasileiro com maior número de italianos. Este dado é evidente ao se analisar os traços da cultura catarinense e as características de seu povo.

A maioria destes imigrantes que se estabeleceram em Santa Catarina vieram da região norte da Itália. Destes, aproximadamente 60% vieram da **Região do Vêneto**, os demais eram trentinos (Província de Trento), friulanos (Região do Friuli Venezia Giulia), lombardos (Região da Lombardia) e emilianos (Região da Emilia Romagna). O Estado e a Assembléia Legislativa, mantém acordos com as Regiões do Vêneto e Friuli Venezia Giulia, e com a Província de Trento.

## A Região do Vêneto

A Região do Vêneto está localizada na parte oriental do norte da Itália e é composta pelas províncias de Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Veneza, Verona e Vicenza. Segundo o Secretário de Políticas para as Empresas – Sr. Minossi, o Vêneto já esgotou sua capacidade de produção, devendo os empreendedores buscar produzir em outras regiões/países do mundo.

Outro fator que corrobora nas relações de Santa Catarina com o Vêneto, é que além das colônias em sua maioria terem sido ocupadas por imigrantes provenientes desta região da Itália, o que estabelece uma forte ligação entre elas, é o fato de nosso modelo econômico possuir semelhanças, em particular relacionadas às pequenas propriedades, ao alto valor agregado aos produtos, à tecnologia de ponta em diversos setores, o que possibilita um maior intercâmbio de informações e tecnologias.

## O “Cammino Vêneto”

O “**CAMMINO VÊNETO**” é uma Rota Turística com características Italianas, formada por quatorze (14) municípios do Meio Oeste Catarinense, possuidores de fortes traços da colonização veneta. Essa rota visa promover o desenvolvimento turístico, cultural e econômico da região, proporcionando oportunidades de crescimento ao mesmo tempo em que fortalece a cultura e une a comunidade, sendo hoje um dos maiores projetos de desenvolvimento sustentável da região.

Os municípios que fazem parte desta rota são: Água Doce, Arroio Trinta, Capinzal, Caçador, Concórdia, Erval Velho, Herval d'Oeste, Itá, Joaçaba, Ouro, Pinheiro Preto, Tangará, Videira e Treze Tílias (vila Pinhal).

O Fórum Internacional Brasil-Itália terá o turismo como uma de suas âncoras a fim de gerar negócios e promover o intercâmbio entre os dois países.

## 2. OBJETIVO

O **I FÓRUM INTERNACIONAL BRASIL-ITÁLIA** tem como objetivo proporcionar um grande intercâmbio cultural, econômico, científico, tecnológico e comercial entre a comunidade italiana brasileira, principalmente aquela concentrada no Sul do Brasil, e a Itália.

### 3. JUSTIFICATIVA

Observa-se nesta região catarinense um grande interesse pela organização e preservação da cultura dos imigrantes italianos e seus descendentes, o que pode ser constatado por diversos fatores, como as atividades desenvolvidas por entidades como a FEIBEMO, associações culturais, pesquisas acadêmicas desenvolvidas e em desenvolvimento, como a criação da rota turística italiana “Cammino Vêneto”, com intuito de desenvolver o turismo da região.

O interesse de Universidades em desenvolver intercâmbios, núcleos de estudos, como o NEITA (Núcleo de Estudos Italianos), ambos sediados na UNOESC campus Joaçaba/SC e interesses comerciais entre empresas brasileiras e italianas. Do outro lado está a Itália e o interesse em fortalecer as relações com o Brasil e de modo particular com as regiões receptoras de seus emigrantes.

### 4. DIMENSIONAMENTO

<b>Local:</b>	Universidade do Oeste de Santa Catarina - UNOESC - Joaçaba/SC.
<b>Data:</b>	22 a 26 de novembro de 2004.
<b>Duração:</b>	Abertura + 4 dias.
<b>Dimensão:</b>	10.000 pessoas (participantes e visitantes).
<b>Público:</b>	Comunidade ítalo-brasileira, governo, prefeituras, empresários, acadêmicos de SC, PR e RS, comunidade em geral.
<b>Negócio:</b>	Rodada de negócios, intercâmbio de eventos e de Oportunidades entre Brasil – Itália (foco no turismo e agrobusiness).
<b>Estrutura:</b>	Fórum de debates, Feira da rota “Cammino Vêneto”, Negócios, Exposições, Encontro da Cultura Italiana.
<b>Temas:</b>	Patrimônio Histórico e Cultural; Desenvolvimento Sustentável nos Caminhos do Vêneto; Gestão Ambiental; Dupla Cidadania; Oportunidades de Trabalho e de estudo na Itália; Marketing, Planejamento e Gestão; Economia; Turismo; Gastronomia; Hotelaria; Cultura e História.

### 5. O PÚBLICO E O LOCAL

O público do **Fórum Internacional Brasil-Itália** é formado em sua maioria, por pessoas residentes no Sul do Brasil, descendentes ou não de italianos, empresários, governos, prefeituras, acadêmicos, associações culturais, entidades italianas e comunidade em geral.

Estima-se que 60% do público seja procedente do Oeste Catarinense, 40% de outras cidades catarinenses e dos outros estados do Sul do Brasil.

Joaçaba está localizada na parte Oeste do Estado de Santa Catarina (meio oeste), muito próxima ao Estado do Paraná e também do Rio Grande do Sul. A cidade faz parte da rota “Cammino Vêneto”, possuindo fortes traços de sua cultura e história na italianidade.

O evento busca ratificar no interior do Estado uma imagem mais homogênea com foco na italianidade, visto que o litoral hoje reúne diversas etnias miscigenadas e não possui tão forte este traço cultural. Joaçaba irá sediar o evento que será realizado no Campus da UNOESC/Universidade do Oeste de Santa Catarina, contando com toda infra-estrutura necessária.

O Fórum pretende ainda consolidar o interior do Estado, em especial Joaçaba e a região meio oeste, como pólo de eventos diversificados e de alto valor agregado, sedimentando assim o caminho para novos eventos desta magnitude e importância.

### 6. ESTRUTURA DO EVENTO

Temas:

- DESENVOLVIMENTO REGIONAL SUSTENTÁVEL;

- MARKETING, PLANEJAMENTO E GESTÃO;
- GESTÃO AMBIENTAL;
- PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL;
- DUPLA CIDADANIA;
- OPORTUNIDADES DE TRABALHO E ESTUDO NA ITÁLIA;
- TURISMO;
- HOTELARIA;
- GASTRONOMIA;
- CULTURA e HISTÓRIA;
- DESIGN; e,
- ECONOMIA.

## Formatação

O evento está estruturado da seguinte maneira:

- Fórum de debates;
- Feira da rota turística “Cammino Veneto”;
- Rodada de Negócios;
- Encontro da Cultura Italiana.

## Fórum de debates

O Fórum será um espaço aberto para a realização de conferências, palestras, debates e workshops. O Fórum irá suscitar discussões acerca dos temas propostos, além do desenvolvimento de novos projetos e pesquisa científica para a região. Os palestrantes convidados serão profissionais italianos e brasileiros, especialistas renomados nas áreas a serem trabalhadas no evento.

## Feira da rota turística italiana “Cammino Veneto”

A Feira caracteriza-se por ser um espaço para a exposição, promoção e divulgação de idéias e produtos de interesse dos municípios integrantes da rota, como também, da UNOESC, entidades do Governo do Estado de Santa Catarina e da Itália e suas Regiões. A realização da feira irá proporcionar uma oportunidade de concretização de negócios, principalmente na área do turismo e do agrobusiness, além de abrir um leque de possibilidades de intercâmbios em diversos setores.

## Rodada de Negócios

A Rodada de Negócios se caracteriza por ser um espaço para a reunião de empreendedores interessados em oportunidades de negócios. Para a concretização deste objetivo, estará presente a Câmara Ítalo–Brasileira, o Instituto de Comércio Exterior da Itália, e outras entidades.

## Encontro da Cultura Italiana

Será um evento paralelo ao Fórum, com o apoio da FEIBEMO, onde serão desenvolvidas atividades sócio-culturais, dentre elas apresentações, exposições, gastronomia, bailes, etc..

O **I Fórum Internacional Brasil – Itália** tende a consolidar-se como um grande evento cultural e de negócios, proporcionando a união das comunidades italianas no Brasil, principalmente nos três estados do Sul do país e no contexto da italianidade, trazendo temas de interesse entre seus descendentes a fomentar novos investimentos, ações de recuperação do patrimônio histórico, intercâmbios culturais e profissionais entre os países e uma maior proximidade entre seus povos.

A cultura italiana, de riqueza inestimável, já faz parte do povo brasileiro. Proporcionar um intercâmbio de idéias e oportunidades entre os dois países é tornar essa cultura cada vez mais rica e duradoura.

## Palestrantes

Dentre os palestrantes confirmados para o evento estão os nomes dos profissionais internacionais:

- Vincenzo Petrone

Embaixador da Itália no Brasil

Conferência de abertura: Itália

•Mario Trampetti

Cônsul Geral da Itália PR/SC

•Prof. Giovanni Peroni

Docente de Economia do Turismo e Marketing – Universidade de Roma, fundador da primeira faculdade de turismo na Itália, em Perugia.

•Prof. Romano Toppan

Docente de Economia do Turismo – CST/Universidade de Perugia, Auditor de Qualidade.

•Prof. Giovanni Meo Zilio

Consultor Cultural do Ministro para os Italianos no Exterior.

•Rocco Marcuccio

Coordenador de Relações Internacionais da Confindustria da Emiglia Romagna.

•Província de Trento (nome ainda não escolhido)

Responsável pela implantação do Turismo Rural.

Dentre os palestrantes a serem convidados para o evento estão:

•Luciano Luciani – Istituto Regionale Siciliano “Fernando Santi”

•Luigi Campitelli – Presidente do BIC Itália Net (pequenas e médias empresas)

•Gianna Pêra – Relações Internacionais CONFECOOPERATIVE (maior da Itália)

•Luiz Godói Trigo

•Mauro Beal – Fórum Ítalo Brasileiro

•Antonio Girardi – Ministério do Trabalho na Itália

•Dalmo Vieira – IPHAN

•Walter Petruzzello – Comitê dos Italianos no Exterior.

•Prof. José Radin – UNOESC

•Entre outros

## Programação

### PRIMEIRO DIA

#### NOITE:

Abertura Solene

Palestra de abertura – “As relações Brasil-Itália e o desenvolvimento regional”

Apresentações culturais

### SEGUNDO DIA

#### MANHÃ:

Workshop 1 – “Rotas turísticas”

Workshop 2 – “Técnicas de Restauração”

#### TARDE:

Palestras:

“Organização e Conservação do Patrimônio Histórico-Cultural da Região do Vêneto”

“Desenvolvimento Regional Sustentável – Um modelo europeu”

“Marketing, Planejamento e Gestão”

Plenária de Debates

#### NOITE:

Palestra:

“Oportunidades de Negócios e Trabalho na Itália”

### TERCEIRO DIA

#### MANHÃ:

Rodada de Negócios

Workshop 1 – “Qualidade na Hotelaria”

#### TARDE:

Palestras:

“Gestão Ambiental – um desafio rumo à sustentabilidade”

“Dupla cidadania – em busca da italianidade”

Plenária de Debates

**NOITE:**

Palestra:

“Intercâmbios Brasil-Itália – oportunidades de negócio e difusão cultural”

**QUARTO DIA**

**MANHÃ:**

Workshop 1 – “Gastronomia italiana”

**TARDE:**

Palestras:

“Gestão Ambiental – um desafio rumo à sustentabilidade”

Plenária de Debates

Encerramento

Apresentações culturais

## 7. A CONSOLIDAÇÃO DO EVENTO

Para a realização deste evento, com a finalidade de tornar possível um grande intercâmbio entre os dois países, faz-se necessária a realização de parcerias entre entidades brasileiras e italianas, como:

- Governo do Estado de Santa Catarina;
- Governo Italiano, Embaixada, Consulado, Entes Italianas, Câmaras Ítalo-Brasileira;
- CCI, CECLISC;
- Municípios da Rota Vêneta;
- Regiões / Províncias / Municípios da Itália;
- Empresas brasileiras;
- Empresas italianas;
- Universidades;
- Institutos e Associações Culturais;
- FEIBEMO;
- Comunidade italiana.

Um grande Fórum de debates, trocas de oportunidades e difusão cultural, no coração da Rota Italiana “Cammino Vêneto”, em Santa Catarina.

## 8. ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO

Para a divulgação do evento estão programados as seguintes estratégias e veículos:

- Coquetel de lançamento (junho 2004);
- Criação de **logomarca** para o evento;
- Distribuição de 3000 **folders** do evento nas Universidades, Associações, Entidades e Governos;
- **Newsletter** a ser enviada por e-mail ao público-alvo;
- Publicação do evento em **sites com agendas de eventos** – nível estadual e nacional;
- 350 **cartazes** a serem distribuídos nas Universidades, Associações, Consulados, Cursos de Línguas e Centros Culturais;
- 15 **outdoors** serem fixados no oeste de Santa Catarina, 2 semanas antes do evento;
- Inserção de **Anúncio** semanal no **Diário Catarinense/A Notícia**, e Principais jornais do Paraná e Rio Grande do Sul no mês anterior ao evento;
- Inserção de **Anúncios** semanais nas televisões;
- **Assessoria de imprensa**;
- 250 **cartas convite** a serem enviadas a prefeituras e formadores de opinião no estado;
- **Cortesias** para convidados especiais;

## 9. QUADRO FINANCEIRO

### QUADRO FINANCEIRO

ETAPA	DISCRIMINAÇÃO	QUANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
<b>Projeto</b>				<b>R\$ 2.650,00</b>
	Logomarca	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
	Material impresso	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
<b>Fechamento de Contratos</b>				<b>R\$ 65.930,00</b>
	Local do evento	1	R\$ 7.430,00	R\$ 7.430,00
	Palestrantes internacionais	5	R\$ 8.300,00	R\$ 41.500,00
	Palestrante nacional	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
	Palestrantes estaduais	6	R\$ 2.000,00	R\$ 12.000,00
<b>Logística - Agência de Turismo Oficial</b>				<b>R\$ 20.805,00</b>
	Passagem palestrantes	5	R\$ 2.320,00	R\$ 11.600,00
	Passagem palestrante nacional	1	R\$ 765,00	R\$ 765,00
	Hospedagem palestrantes	1	R\$ 2.430,00	R\$ 2.430,00
	Transfers palestrantes	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
	Alimentação palestrantes	12	R\$ 480,00	R\$ 5.760,00
<b>Logística - Empresa de Eventos</b>				<b>R\$ 22.300,00</b>
	Equipamentos	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
	Tradutores	3	R\$ 1.500,00	R\$ 4.500,00
	Cerimonial e Recepção	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
	Segurança	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00
	Material evento	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
	Organizador	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
<b>Promoção</b>				<b>R\$ 64.850,00</b>
	Criação material de divulgação	1	R\$ 2.700,00	R\$ 2.700,00
	Produção material de divulgação	1	R\$ 7.800,00	R\$ 7.800,00
	Distribuição material de divulgação	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
	Divulgação (Rádio, TV, Jornais)	1	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
	Assessoria de imprensa	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
<b>Total de Custos Operacionais</b>				<b>R\$ 176.535,00</b>
Organização e Projeto - 6 meses				R\$ 26.480,25
<b>Total de Custos do Evento</b>				<b>R\$ 203.015,25</b>

## 10. RETORNO AOS PATROCINADORES

As cotas de patrocínio e apoio foram planejadas conforme espaço de destaque para a marca do patrocinador:

- O **patrocínio Master** oferece exclusividade para a empresa, com o espaço total.
- O **patrocínio Diamante** permite divisão de espaço para até 3 empresas patrocinadoras.
- O **apoio Ouro** tem seu espaço dividido entre 5 empresas patrocinadoras.
- O **apoio Prata** tem seu espaço dividido entre 6 empresas patrocinadoras.
- O **apoio Bronze** tem seu espaço dividido entre 15 empresas patrocinadoras.

### PATROCÍNIO MASTER

A empresa patrocinadora terá os seguintes direitos na vinculação de sua **MARCA**:

- Stand (espaço padrão I);

- Meio e material de divulgação:
  - Televisão;
  - Jornal;
  - Rádio;
  - cartas convite direcionadas; outdoors, folders, cartazes, newsletter e sites;
  - assessoria de imprensa.

Receberá material de divulgação (folders e cartazes) para distribuição própria;  
Colocação de banners nos locais dos eventos.

## PATROCÍNIO DIAMANTE

As empresas patrocinadoras terão os seguintes direitos na vinculação de sua **MARCA**:  
Stand (espaço padrão II);  
Meio e material de divulgação:

Televisão;  
Jornal;  
Rádio;  
cartas convite direcionadas, outdoors, folders, cartazes, newsletter e sites;  
assessoria de imprensa.

Receberá 15% de material de divulgação (folders e cartazes) para distribuição própria;  
Colocação de banners nos locais dos eventos.

## APOIO OURO

As empresas patrocinadoras terão os seguintes direitos na vinculação de sua **MARCA**:

As dimensões da marca serão inferiores as das empresas patrocinadoras;  
As empresas apoiadoras podem trocar serviços nos valores discriminados;  
Meio e material de divulgação:

Televisão;  
Jornal;  
cartas convite direcionadas;  
outdoors, folders, cartazes, newsletter e sites;  
assessoria de imprensa.

## APOIO PRATA

As empresas patrocinadoras terão os seguintes direitos na vinculação de sua **MARCA**:

As dimensões da marca serão inferiores as das empresas patrocinadoras;  
As empresas apoiadoras podem trocar serviços nos valores discriminados;  
Meio e material de divulgação:

Rádio;  
Jornal;  
cartas convite direcionadas; outdoors, folders, cartazes, newsletter e sites;  
assessoria de imprensa.

## APOIO BRONZE

As empresas patrocinadoras terão os seguintes direitos na vinculação de sua **MARCA**:

As dimensões da marca serão inferiores as das empresas patrocinadoras;  
Meio e material de divulgação:  
Jornal;

cartas convite direcionadas; outdoors, folders, cartazes, newsletter e sites;  
assessoria de imprensa.

## 11. PATROCÍNIOS E APOIOS

### **PATROCÍNIO MASTER**

**R\$ 203.015,25 (cota única) - Exclusividade**

### **PATROCÍNIO DIAMANTE**

**3 cotas de R\$ 67.671,75**

### **APOIO OURO**

**5 cotas de 40.603,05**

### **APOIO PRATA**

**6 cotas de R\$ 33.835,88**

### **APOIO BRONZE**

**15 cotas de R\$ 13.534,35**

## **IDEALIZAÇÃO e ORGANIZAÇÃO**

### **FÓRUM ÍTALO-BRASILEIRO/ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DE SC**

Mauro Beal

Palácio Barriga Verde

Rua Jorge Luz Fontes, 310

88020-900 Florianópolis – SC

48 221-2683 – 221-2684

[forumitalobrasil@alesc.sc.gov.br](mailto:forumitalobrasil@alesc.sc.gov.br)

### **UNIVERSIDADE DO OESTE DE SANTA CATARINA – UNOESC Joaçaba**

**NEITA – Núcleo de Estudos Italianos**

José Radin

Caixa postal – 542 - 89.600-000 Joaçaba – SC

49 551-2045

[neita@unoescjba.edu.br](mailto:neita@unoescjba.edu.br)

## **ADMINISTRAÇÃO:**

PROJETA - Planejamento e Marketing

Silvio Salles

Av. Pref. Osmar Cunha, 126 sl. 1006

48-3025-6793

[projetasc@terra.com.br](mailto:projetasc@terra.com.br)



# ANEXO N. 3 – A proposta inicial

## Pré-projeto para a implementação de um plano de cooperação com o Estado de Santa Catarina

---

Aos cuidados do Dr. Mauro Beal, Consultor jurídico, Secretaria de Estado do Governo – Estado de Santa Catarina

### **TÍTULO DO PROJETO :**

Assistência técnica para um projeto-piloto de desenvolvimento sustentável no setor de pequenas empresas, de artesanato e de turismo rural.

### **DESCRIÇÃO DA AÇÃO :**

A ação, promovida pelo Governador do Estado de Santa Catarina, entende realizar alguns micro-projetos ou micro-execuções no setor de desenvolvimento local sustentável, através da intervenção da consultoria de uma equipe de experts que tem alcançado resultados eficazes com a promoção do desenvolvimento de pequenas empresas, do artesanato e do turismo rural, conforme modelos já testados e que podem ser utilizados.

Particularmente, o Estado de Santa Catarina, no qual vivem numerosas comunidades de imigrantes de origem italiana, provenientes das Regiões do nordeste da Itália ( Veneto, Friuli-Venezia Giulia e Trentino ), reconhece a eficácia do modelo de desenvolvimento destas regiões, fundado na difusão da pequena empresa e criação de distritos de produção ( industriais e turísticos ) conexos, em uma sinergia entre entidades locais e empreendedores/investidores privados.

Com base em contatos oficiais e extra-oficiais, feitos entre representantes do Estado de Santa Catarina com personalidades e experts destas regiões, propõe-se uma ação de cooperação e de partnership, através da qual tais experts colaborarão com o Estado de Santa Catarina e com as associações de empresas para “transferir” *best practices* do modelo de desenvolvimento local e abrir uma rede de relações e de trocas entre os operadores de Santa Catarina e os operadores das regiões italianas mencionadas.

### **RECURSOS HUMANOS :**

Para garantir a qualidade da ação e a sua eficácia, é necessária a intervenção de pelo menos um expert polivalente, protagonista certificado do modelo de desenvolvimento das regiões italianas, na pessoa do Prof. Romano Toppan.

O curriculum deste expert compreende :

- e) A criação e atuação de uma atividade de formação, desenvolvimento e assistência técnica às pequenas empresas do Veneto e de Friuli Venezia Giulia : tal atividade envolveu, entre 1974 e 1996, cerca de 20.000 pequenos empreendedores, rendendo-os capazes de exprimir um comportamento gestional competitivo, de saber cooperar entre eles em forma de *distrito produtivo integrado*, instituindo consórcios, cooperativas e encubação de empresas, seja no setor industrial, como no setor de serviços e de turismo.
- f) A ação de sustentação da formação e assistência técnica em muitos países em via de desenvolvimento, através o encargo, entre 1983 e 1992, junto a um Centro Internacional instituído pelo Conselho da Europa. Entre os países beneficiados desta intervenção estão: Brasil, Argentina, Perú, Equador, Colômbia, Uruguai, México e Cuba.
- g) A ação de management para a promoção do desenvolvimento local e do turismo sustentável em uma região do sul da Itália, em condições de retração econômica e social, designada pela União Européia, com os benefícios dos Fundos Estruturais para a realização do objetivo já mencionado.
- h) Ensino universitário em três diversos setores: educação e serviços locais, bens culturais e ambientais e o turismo.

O expert será acompanhado por uma equipe de profissionais locais do Estado de Santa Catarina.

## RECURSOS FINANCEIROS

Uma intervenção de tal natureza implica a possibilidade de recorrer a uma sustentação financeira de pelo menos quatro organismos internacionais, também em forma de cofinanciamento de uma parte através do empenho econômico do Estado :

- e) **União Européia** : os protocolos de colaboração entre a União e os Países do Mercosul são numerosos. Particularmente se faz referência ao summit UE-América Latina-Caribe realizado no Rio de Janeiro em 1999, tendo sido realizado em 17 e 18 de maio de 2002 em Madri.
- f) **World Bank / Banco Mundial** : no dia 14 de maio de 2002 o Presidente do Brasil Fernando Henrique Cardoso encontrou-se no Planalto com o Vice-Presidente do Banco Mundial para a América Latina David de Ferranti e o Diretor do Banco Mundial para o Brasil Vinod Thomas, para confirmar o empenho do Banco no processo de desenvolvimento do país. Os nomes de referência do Banco Mundial e do Governo brasileiro são: Sua Excelência Pedro Sampaio Malan e Armínio Fraga Neto.
- g) **Banco Interamericano de Desenvolvimento** : também nesta instituição internacional o Brasil tem um peso importante e o coordenador para o Brasil é Carlos J. Sampaio-Costa.
- h) **Organização Internacional do Trabalho/Nações Unidas** : a OIT também pode dar uma contribuição para uma intervenção de consultoria e assistência técnica de experts e o representante da OIT no Brasil é em Brasília, com o telefone +5561 2258015 e e-mail [oit@oitbrasil.org.br](mailto:oit@oitbrasil.org.br)

Uma intervenção do Governador junto a estas organizações internacionais pode determinar um encargo “direto” ao expert indicado que será, por isto, pagado pelo organismo através de um contrato (mesmo de 6 meses) através o qual se poderá iniciar as ações do projeto-piloto. O Estado de Santa Catarina garante que a escolha do expert é a mais apropriada para os objetivos

propostos, podendo este dar uma contribuição pessoal de staff e de serviços informativos, logísticos e institucionais.

Além da possibilidade de um empenho financeiro destes organismos em relação ao expert indicado pelo Governador do Estado, podem existir outros organismos especializados na cooperação internacional. Entre estes, o melhor (e mais sério) parece ser :

**GTZ** ( Deutsche Gesellschaft fuer Technische Zusammenarbeit ) , que tem sede na Alemanha e com o seguinte site na internet : [www.gtz.de](http://www.gtz.de)

### **DEFINIÇÃO E DURAÇÃO DO ENCARGO :**

Apenas a intervenção do Governador e do governo do Estado de Santa Catarina junto aos organismos mencionados pode garantir o sucesso da operação e a confiança do encargo de consultoria ao Prof. Romano Toppan, com as motivações já mencionadas e que justificam a escolha deste expert ao invés de outros. Considerando a sua experiência, a polivalência das ações realizadas, a evidente eficácia destas certificada por dados efetivos e pelo seu curriculum.

A duração do encargo pode ser gradual: um primeiro encargo de missão preliminar pode durar apenas alguns meses ( normalmente 6 meses ). O encargo poderá, todavia, ser renovado, com base também nos relatórios sobre os resultados da primeira ação experimental.

### **RESULTADOS ESPERADOS :**

- Exame acurado das best practices do modelo de desenvolvimento local realizado no Nordeste italiano.
- Seminários e workshop com associações territoriais de pequenas empresas do Estado de Santa Catarina para identificar a possibilidade de transferência das best practices em algumas áreas de experimentação.
- Elaboração de um projeto-piloto de desenvolvimento do turismo rural e de itinerários de atração turística com investimentos sustentáveis para a valorização do ambiente, das tradições locais, das comunidades de imigração, dos bens culturais.
- Criação de um programa de web marketing e de um site de e-business, e-procurement, e-commerce de um distrito integrado (produções locais típicas, destination marketing and management, hospitality management, marca de area, customer satisfaction analysis)
- Preliminary plan para o desenvolvimento de outras áreas do Estado com base nas indicações experimentais emersas das intervenções do projeto-piloto.

### **CUSTO DA AÇÃO :**

O custo da ação refere-se sobretudo ao custo do expert e dos serviços que o Estado e o governo de Santa Catarina são em grau de ativar, com recursos profissionais, institucionais e tecnológicos.

O custo do expert refere-se aos parâmetros mensais, ao tratamento da diária e às coberturas de seguro dos experts das organizações internacionais, e será ao encargo destes.

Os custos relativos aos recursos profissionais, institucionais e tecnológicas fornecidos pelo Governo de Santa Catarina, poderão ser reconhecidos pelo organismo financiador no âmbito do valor da contribuição. A menos que a instituição financiadora não peça expressamente que sejam ao encargo do governo, em termos de cofinanciamento. Uma negociação inteligente do governo com estes organismos poderá ter pleno êxito, de modo a obter uma contribuição seja para o expert, que exercita a função de project leader, seja para os outros recursos profissionais, institucionais e tecnológicos colocados à disposição do Estado de Santa Catarina. Uma intervenção como esta descrita comporta a constituição de uma task force de projeto composta de :

- **1 project-leader** : Prof. Romano Toppan, economista, quality auditor, expert em pequenas empresas e turismo.
- **1 expert jurídico** do Governo de Santa Catarina, expert em relações institucionais entre governo, parlamento, entes locais, câmaras de comércio, grupos profissionais e empreendedorais.
- **1 sociólogo** expert nas condições sociais, demográficas e culturais do Estado de Santa Catarina.
- **1 expert em economia estatística**, para os levantamentos dos dados informativos (que permitam o conhecimento preliminar) e a redação dos dados input-output da ação.
- **2 secretários e intérpretes** para a sustentação dos trabalhos de escritório, de contato e de organização de meetings, eventos e missões de estudo.
- **2 empregados para serviços logísticos e de transporte.**

## CONCLUSÃO :

Este projeto poderá ser mais coerentemente desenvolvido a partir de outubro-novembro de 2002 até o fim de março-abril de 2003.

A ação importante e prioritária (*first step to be done*) é o contato do Governador com os representantes dos organismos supra-indicados para obter :

- d) A disponibilidade destes a financiar a iniciativa experimental.
- e) Assistência do Governo de Santa Catarina no procedimento de pedido de financiamento e no procedimento de indicação e recrutamento do expert Prof. Romano Toppan.
- f) Precisar claramente os procedimentos de monitoramento da intervenção e prestação de contas da contribuição financeira concedida.

Prof. Romano Toppan