

# Mirabilia Dolomiti, dall'arte al turismo

Una quarantina di aziende coinvolte nella nuova iniziativa

## IL PROGETTO

Uno strumento di comunicazione in auge sin dal XII secolo in poi, ma declinabile secondo le moderne tecnologie. Nasce così "Mirabilia Dolomiti", un progetto di promozione turistica che prende le mosse dal mondo dell'artigianato artistico per rendere noti luoghi e caratteristiche del patrimonio culturale del territorio lanciando una rete operativa che attualmente annovera una quarantina di aziende del settore in provincia di Belluno, ma si spera che il numero possa aumentare a breve. Alla presentazione, ieri in Camera di commercio, erano presenti il presidente dell'Ente camerale trevigiano-bellunese Mario Pozza, i vertici di Confartigianato Imprese Belluno con

la presidente Claudia Scarzanella e il direttore Michele Basso, l'ideatrice dell'iniziativa Federica Preto e Franco De Poli per lo studio De Poli&Cometto artefice del logo. Proprio Confartigianato Belluno e Camera di commercio sono i finanziatori, ciascuno al 50 per cento, di "Mirabilia Dolomiti", profondamente convinti come sono che possa diventare quanto prima uno strumento efficace anche in vi-

sta dei due grandi avvenimenti del prossimo futuro. Ovvero i Mondiali di sci del 2021 a Cortina e l'Olimpiade invernale di Milano-Cortina nel 2026. Tutto parte dalla piena consapevolezza di sé e delle potenzialità del territorio, nonché dal saper bene "spendere" il capitale umano, in parte ancora troppo "nascosto" nel mondo artigiano, e dalla convinzione che tale settore produttivo è depositario di

una lunga tradizione da mettere al servizio sia della cultura locale che delle iniziative di itinerari turistici.

Primo passo: il logo. Per avere visibilità: «È di immediata comprensione - ha spiegato Franco De Poli -. La "M" richiama la montagna dolomitica con il colore dell'enrosadira e percorsa da forme significanti un continuo divenire di idee e realizzazioni». Secondo passo: un percorso formativo per le aziende aderenti al fine di acquisire adeguate competenze in materia di comunicazione aziendale. Terzo passo: mettere tutto in rete per acquistare utile efficacia promozionale. "Mirabilia Dolomiti" vuole essere, in definitiva, un modo nuovo di fare turismo trasformando i "luoghi del sapere fare" in focus d'interesse di un sistema a rete. Se poi esso riuscirà a richiamare l'attenzione dei giovani per l'imprenditoria e i mestieri nel campo dell'artigianato, nulla di meglio.

Dino Bridda



**IN FOTO:** Claudia Scarzanella e Michele Basso di Confartigianato, Mario Pozza (Camera di commercio) e l'ideatrice Federica Preto