

Un moltiplicatore di opportunità. Da non lasciarsi sfuggire.

FONDI POR FESR 2014/2020

La Rete d'Imprese JesoloVenice, ha aderito al bando **POR FESR 2014-2020 – Azione 3.3.4. “Sostegno alla competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche, attraverso interventi di qualificazione dell’offerta e innovazione di prodotto/servizio, strategica e organizzativa” sub-azione B “Sviluppo e consolidamento di reti di imprese e/o club di prodotto”** presentando un progetto di Rete denominato Jesolo Family Emotions volto a rispondere a precise richieste derivanti dal target “family”.

La **Rete** è un **Club di Prodotto** dedicato al target **Family** ufficialmente riconosciuta dalla Regione Veneto tramite un contributo a fondo perduto POR FESR 2014-2020 pari ad **€ 200.000,00** a fronte di un totale investimenti di **€ 422.543,31** sostenuti dalle imprese fondatrici della rete di impresa nell’anno 2018-2019.

I soci fondatori della rete sono 17 di cui 11 partecipanti al bando POR FESR 2014/2020:

1. Consorzio di Imprese Turistiche JesoloVenice (Capofila)
2. Bau Bau Beach e Nemo Beach - Jesolmare s.r.l.
3. Camping Portofelice - Nature Invest s.r.l.
4. Hotel Cà di Valle - Hotel Cà di Valle s.r.l.
5. Hotel Domino - S.G.A. s.r.l.
6. Hotel Gardenia - B.M. s.r.l.
7. Hotel Las Vegas - GIA s.r.l.
8. Hotel Germania - Tania Menazza
9. Hotel Marina - R.G.A. s.r.l.
10. Hotel Sofia - Tommaso s.r.l.
11. Non solo Tata – Studio Serena Mestre
12. AJA Services s.r.l.
13. Agenzia Belmondo Viaggi - Belmondo s.r.l.
14. Caribe Bay - il Parco a tema acquatico - L’ancora s.r.l.
15. Hotel Negresco - Innocente Luigi & C. s.n.c.
16. Hotel Nettuno - Hotel Nettuno s.r.l.
17. Sea Life Aquarium - Merlin Attraction s.r.l.

Il progetto dal titolo “Jesolo Family Emotions” si è posto l’obiettivo di rispondere a precise richieste derivanti dal target “family”, un segmento di mercato ben preciso, in forte crescita, che si caratterizza per specifiche richieste e aspettative in termini di servizi e prodotti turistici. Jesolo Family Emotions vuole offrire alle



famiglie che scelgono la vacanza nei territori di Cavallino Treporti, Jesolo ed Eraclea un'esperienza soddisfacente in termini di emozioni e rapporto qualità-prezzo.

Il progetto ha previsto una fase di pianificazione delle attività a cui è seguito lo sviluppo della progettualità di marketing per la promozione della rete e il rafforzamento della brand awareness.

Alcuni operatori, ad integrazione delle attività di marketing previste dal progetto della rete, hanno sostenuto ulteriori investimenti all'interno delle loro strutture per rendere gli ambienti ancora più accoglienti e adatti ad ospitare il target family come, ad esempio, l'acquisto di attrezzature e il potenziamento del servizio di animazione (maggior numero di ore e di animatori).