

PROTOCOLLO DI INTESA

RETE PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO CULTURALE E TURISTICO DELLA MARCA MACERATESE

CONSIDERATO CHE

- il Sistema Produttivo Culturale e Creativo ricopre una particolare importanza nel quadro delle politiche di sviluppo e, come dimostrano gli studi di settore, ha valenza strategica sia per la costruzione di un sistema capace di rafforzare la competitività e la capacità attrattiva dell'economia locale, sia per la crescita del welfare socio - culturale che migliora la qualità della vita in contesti territoriali a sviluppo sostenibile;
- la valorizzazione del patrimonio culturale, artistico e paesaggistico rappresenta un obiettivo prioritario dello sviluppo del territorio a base culturale, attraverso strategie di marketing turistico e marketing territoriale che favoriscono il potenziamento dell'organizzazione delle strutture e dei servizi di informazione e accoglienza dei flussi turistici,
- l'attivazione di forti sinergie tra il sistema delle autonomie locali e funzionali rappresenta una delle condizioni di successo delle politiche territoriali di sviluppo per la crescita del sistema delle imprese, in particolare piccole e medie, che costituiscono l'ossatura del sistema economico del territorio;
- il grave sisma che ha colpito il Centro Italia nel 2016 ha provocato una crisi con conseguenze devastanti in termini di danni al patrimonio e danni all'economia culturale e turistica
- fin da subito i Comuni hanno avviato pratiche di confronto e di partecipazione per l'individuazione di idee per il rilancio del territorio sintetizzate nel *MaMa – Manifesto della Marca Maceratese per ripartire dal patrimonio culturale*, documento presentato il 30 novembre 2016 di seguito allegato e parte integrante del presente protocollo d'intesa
- la Marca Maceratese comprende i Comuni e gli Enti del territorio il cui capoluogo è la città di Macerata e indica un ambito in dialogo con i territori e le città vicine, affini per storia, tradizione, cultura, paesaggio, progettualità;

I COMUNI

CONVENGONO E STIPULANO QUANTO SEGUE

ART. 1 – OBIETTIVI

I soggetti sottoscrittori del presente protocollo d'intesa si impegnano a collaborare per le seguenti finalità:

- definire un piano strategico per la promozione integrata del territorio maceratese attraverso il coordinamento della programmazione e delle azioni per la valorizzazione del settore turistico, tenuto conto degli indirizzi strategici nazionali e regionali ;
- rivitalizzare il tessuto economico e sociale favorendo le occasioni di aggregazione nei luoghi e nei centri urbani del territorio, rilanciando l'attrattività del territorio anche mediante le iniziative culturali che storicamente manifestano la creatività e la capacità di impresa delle comunità locali e che hanno dimostrato di avere ricadute socio economiche sul territorio in termini di promozione turistica e di connessione con il patrimonio culturale anche attraverso progetti innovativi con le scuole e le università per il coinvolgimento delle nuove generazioni;

- promuovere politiche di sviluppo del turismo sostenibile e responsabile che promuova una positiva reciprocità tra comunità locali, industria del turismo e viaggiatori, attraverso la valorizzazione dei paesaggi, delle relazioni, delle tipicità, delle culture, dell'enogastronomia, dei cammini, degli itinerari ciclopedonali;
- coordinare le attività di promozione del territorio provinciale e quelle di marketing territoriale e marketing turistico, in base alle modalità sotto indicate e secondo quanto verrà specificatamente dettagliato con riguardo alle attività, alle forme di collaborazione, di consultazione e di assunzione di obblighi reciproci, ferme restando le autonomie delle singole amministrazioni firmatarie;
- favorire e promuovere la formazione di un Distretto Turistico della Marca - ai sensi del D.L. n.70/2011, art. 3 comma 4 - per la riqualificazione ed il rilancio *"...dell'offerta turistica a livello nazionale e internazionale, allo scopo di accrescere lo sviluppo delle aree e dei settori del Distretto, di migliorare l'efficienza nell'organizzazione e nella produzione dei servizi, di assicurare garanzie e certezze giuridiche alle imprese che vi operano con particolare riferimento alle opportunità di investimento, di accesso al credito, di semplificazione e celerità nei rapporti con le pubbliche amministrazioni..."*;

ART. 2 – ORGANIZZAZIONE

I soggetti sottoscrittori del presente protocollo individuano il seguente modello organizzativo che consente di perseguire gli obiettivi di cui all'art.1:

1. istituzione di una **Cabina di regia strategica**, costituita dai Sindaci e dagli Assessori alla Cultura e Turismo dei Comuni sottoscrittori del protocollo d'intesa, che determina gli indirizzi generali e approva un programma triennale, tenendo conto degli indirizzi strategici definiti dalla Regione Marche. Ciascun firmatario può chiedere la convocazione della Cabina di regia strategica;
2. istituzione di un **Comitato Operativo** nominato dalla Cabina di Regia Strategica, che ha il compito di attuare le linee di indirizzo;
3. **Coordinamento** e segreteria della Cabina di Regia e del Comitato organizzativo a cura del Comune di Macerata che assume l'onere del coordinamento, della segreteria e della gestione finanziaria nei limiti delle risorse disponibili;
4. individuano per mezzo di avviso pubblico un **Soggetto gestionale** (DMO - Destination Management Organization) che svolge il ruolo generale di direzione e coordinamento operativo di tutte le iniziative di promozione turistica e di marketing turistico di cui al presente protocollo. Tali iniziative congiunte possono essere realizzate dalla DMO su delega ovvero direttamente dagli Enti firmatari con l'assunzione diretta dei relativi oneri.
5. si impegnano a prevedere le risorse necessarie a perseguire gli obiettivi della programmazione pluriennale, che potrà essere aggiornata annualmente sulla base degli sviluppi dell'economia locale;
6. aprono un **Tavolo di collaborazione** con gli Enti del territorio, pubblici e privati, per avviare sinergie positive, progettualità per ricerca di risorse e percorsi di partecipazione, aperti anche ad altri territori regionali e non;
7. tutti i progetti promossi nell'ambito del presente Protocollo d'intesa dovranno essere resi visibili dagli Enti coinvolti, con la pubblicazione di un unico logo, da individuarsi opportunamente, nel materiale promozionale e con le dovute citazioni nelle iniziative di comunicazione (stampa, trasmissioni radio televisive, convegni ecc.).

ART. 3 – ATTIVITA' DI PROMOZIONE TURISTICA E MARKETING TURISTICO

I soggetti sottoscrittori del presente protocollo sviluppano le seguenti azioni:

1. promuovono l'immagine unitaria e complessiva del territorio tramite l'individuazione di un branding turistico di destinazione per la rappresentazione di una più forte personalità identitaria della Marca Maceratese;
2. individuano itinerari naturalistici, culturali, artistici, enogastronomici, storici, delle imprese e

quant'altro, per creare una infrastruttura materiale e immateriale che renda fruibile e comprensibile la narrazione della Marca;

3. sviluppano progetti culturali per la crescita delle imprese culturali e creative del territorio allo scopo di favorire anche il lavoro e le imprese dei giovani;
4. attuano interventi per la qualificazione dell'offerta turistica, quali ad esempio l'integrazione dei prodotti turistici, le iniziative promozionali in Italia e all'estero, le manifestazioni e gli eventi locali, la partecipazione a fiere, i workshop in Italia e all'estero, la partecipazione a progetti comunitari e l'attività congressuale;
5. svolgono azione di coordinamento e potenziamento degli uffici di informazione e di accoglienza dei turisti;
6. effettuano un monitoraggio costante dei fenomeni e prodotti turistici attraverso attività di Osservatorio Turistico, i cui risultati e analisi vengono messi a disposizione degli operatori sia pubblici che privati per orientare le scelte di politica turistica assecondando le dinamiche del mercato;
7. attivano azioni per trasformare l'informazione e l'accoglienza turistica in un vero e proprio sistema di promozione della destinazione, migliorando l'uniformità delle informazioni raccolte e diffuse su tutto il territorio;
8. individuano strategie per coinvolgere le principali istituzioni culturali, formative, scientifiche, economiche del territorio (Università, Centri di ricerca, Musei, Imprese, Scuole, Associazioni di volontariato);
9. propongono un coordinamento di strumenti e canali digitali (social media, web, blog, totem, ecc.) per migliorare la fruibilità delle informazioni, sfruttando le informazioni immesse ai fini della promozione e reputazione del territorio come destinazione turistica attrattiva e competitiva;

ART. 4 – DURATA DEL PROTOCOLLO D'INTESA

Il presente protocollo ha durata triennale dall'atto di sottoscrizione. Esso può essere prorogato per un ulteriore triennio dai firmatari qualora non si manifesti una volontà in senso contrario entro la scadenza.

ART. 5 – RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE

Le Parti concordano di definire amichevolmente qualsiasi controversia che possa nascere dalla interpretazione del presente Accordo. In caso contrario la risoluzione delle controversie è regolata dal Foro competente.

Letto, approvato e sottoscritto.

Data.....

(in ordine alfabetico)

ALLEGATO:

MaMa - Manifesto dei Comuni della Marca Maceratese Cinque idee per ripartire dal nostro patrimonio culturale

Noi Comuni della Marca Maceratese,

abbiamo subito due terremoti in due mesi. Ci sono state vittime e siamo stati colpiti duramente: stiamo affrontando con forza di spirito la difficile fase emergenziale ma dobbiamo finire la conta dei danni. Ancora mancano numerose risposte per le abitazioni, le persone sfollate, le imprese da riavviare, le scuole da mettere in sicurezza, le chiese e i beni culturali da salvare.

Nonostante tutto, noi, amministratori e cittadini, siamo qui con una grande volontà di ridare animo alla comunità e con l'operosità che ci contraddistingue pronti a progettare il futuro.

Affermiamo convinti che il **futuro del nostro territorio è il nostro patrimonio culturale**. Oggi ci rendiamo conto più che mai che questa affermazione non ha nulla di retorico, perché sappiamo con certezza che il nostro sviluppo dipende anche e soprattutto dal turismo e dalla valorizzazione seria dei nostri beni culturali. Lo abbiamo visto nella sofferenza delle comunità quando le chiese sono state chiuse per inagibilità. Lo abbiamo toccato con mano quando le opere d'arte nell'emergenza sono state portate via in fretta per essere messe in salvo lontano dalle nostre città, quando abbiamo visto i musei vuoti di visitatori, le piazze senza turisti, le biblioteche inagibili, i ristoranti e i negozi chiusi. Siamo abituati ad essere Terre delle Armonie, a incontrare Lotto, Crivelli, De Magistris intorno a noi, siamo abituati all'ospitalità di turisti stranieri e viaggiatori, dentro paesaggi quattrocenteschi. Grazie a questo sono cresciute aziende, cooperative di giovani, artigianato artistico, imprese culturali, laboratori di restauro, editoria specializzata, università dei beni culturali, accademie, l'economia del turismo. Qui abbiamo fabbriche di risorse intellettuali: Università di Camerino e la Scuola di Scienze e Tecnologie - Tecnologie e diagnostica per la conservazione e il restauro; Scuola di Architettura e Design; Università di Macerata e il Dipartimento di Scienze della Formazione dei Beni Culturali e del Turismo, l'Istituto *Renzo Frau* a Sarnano, Tolentino, San Ginesio, l'Accademia di Belle Arti Macerata e l'Istituto di Restauro delle Marche. Negli ultimi anni abbiamo investito nei musei e nel trend di crescita è maturata una consapevolezza nuova, più imprenditoriale ma sempre attenta alla cura del patrimonio.

Per queste ragioni, Sindaci e Assessori alla cultura e al turismo della Marca Maceratese ci siamo incontrati a Macerata per condividere la preoccupazione di perdere tutto questo e per chiedere che si ricostruiscano presto i centri storici, si investa rapidamente sulle inagibilità parziali per rimettere in funzione i palazzi nobili dei nostri centri, si riparta dal nostro patrimonio: non è un lusso, è la nostra sopravvivenza. Con queste finalità lanciamo Cinque Punti per un programma di ricostruzione a partire dal patrimonio culturale:

1. Le nostre opere d'arte rimangano nel nostro territorio. È essenziale che i depositi attrezzati per la messa in sicurezza e i laboratori per il restauro siano realizzati qui, nel nostro territorio. Sono occasioni di lavoro, opportunità di sviluppo, investimenti culturali che, se programmati altrove, aiuteranno altri territori ma non il nostro. Le risorse economiche per depositi e laboratori debbono ricadere nelle zone colpite dal terremoto per garantire la crescita occupazionale, l'economia a base culturale, lo sviluppo delle università, delle accademie e del sistema della formazione. Il territorio può offrire luoghi importanti per depositi e laboratori di restauro. Progetti di delocalizzazione delle opere in altri territori impoveriscono e offendono le nostre comunità.

2. Il territorio, anche se è provato, è vivo e non è inagibile. Questo significa che può avere fin da subito una forza di attrazione grazie a tanti suoi centri vitali, da Macerata, il capoluogo, a Civitanova Marche, a Recanati, Tolentino, Potenza Picena, Corridonia, San Severino Marche, Porto Recanati, Cingoli, Morrovalle, Matelica, Treia, Monte San Giusto, Montecassiano, Montecosaro, Camerino, Pollenza, Mogliano, Castelraimondo, Appignano, Montelupone, Montefano, San Ginesio, Sarnano, Urbisaglia, Loro Piceno, Apiro, Esanatoglia, Petriolo, Belforte del Chienti, Caldarola, Pieve Torina, Sant'Angelo in Pontano, Fiuminata, Colmurano, Pioraco, Penna San Giovanni, Visso, Serravalle del Chienti, Serrapetrona, Muccia,

Pievebovigliana, Ripe San Ginesio, Gualdo, Monte San Martino, Gagliole, Camporotondo di Fiastra, Fiastra, Cessapalombo, Ussita, Sefro, Castelsantangelo Sul Nera, Poggio San Vicino, Fiordimonte, Monte Cavallo, Bolognola. 56, di cui 46 sono stati colpiti dal sisma. Li abbiamo nominati tutti, perché si dica con forza che non siamo rasi al suolo, ma siamo pieni di opportunità. E se una città non ha spazi adeguati, certamente il comune vicino può farlo. Per questo occorre **rivitalizzare la comunità attraverso un programma di mostre ed eventi**. Le mostre servono a rilanciare l'offerta culturale, valorizzano il patrimonio con studi attenti e restauri, danno l'occasione ai turisti di visitare luoghi altrimenti lontani dai consueti itinerari, creano ricchezza ed economia sostenibile.

3. Art bonus speciale per i beni culturali. Lanciamo un progetto importante: una campagna di Art Bonus speciale per i beni culturali del nostro territorio, una campagna promozionale bella, di livello internazionale, che crei empatia con questi luoghi e aiuti i tanti piccoli borghi, i centri storici, le chiese, le pinacoteche, i teatri, le biblioteche, i musei, gli angoli di questo territorio ricchissimo e straordinario. Un progetto di mecenatismo che faccia innamorare, una campagna che sia un atto d'amore.

4. Promuovere il territorio. Oggi più che mai abbiamo bisogno di un progetto di marketing identitario comune per una promozione rinnovata e per un nuovo turismo. Adesso, dopo il sisma, tutti sanno dove si trova la meravigliosa marca maceratese. Tanto più adesso dobbiamo raccontare le meraviglie di queste terre attraverso lo studio di un programma di rilancio che sviluppi un'idea forte e che valorizzi la qualità della vita di queste nostre terre, dove si vive bene. Su questo occorre un investimento forte che parli del nostro territorio dentro le Marche.

5. Agire insieme. La priorità è rendere forte e visibile la rete delle nostre città. Non possiamo farcela da soli, tantomeno in competizione l'uno con l'altro. Ci siamo incontrati e abbiamo affermato con convinzione la volontà di agire insieme. Per questo chiediamo al legislatore regionale di rafforzare i programmi di investimento delle risorse sulla cooperazione territoriale per crescere come territorio a forte consapevolezza identitaria. Più di tutto, chiediamo che Soprintendenza, Ministero, Regione non agiscano senza consultare i Comuni, ma rispettando i bisogni e i desideri della gente che qui vive, e vuole vivere bene. Solo seduti insieme intorno ad un tavolo le strategie possono realmente essere condivise.

Con queste idee siamo impegnati con forza e determinazione per ripartire dal patrimonio culturale del nostro territorio. Qui viviamo e qui lavoriamo: è il futuro dei nostri giovani.

Marca Maceratese, 30 novembre 2016