



**Fondazione "Il
Vallato"**

Dr. Renato Di Gregorio
Impresa Insieme S.r.l.



Il riferimento

*la Fondazione “**il Vallato**” è nata per valorizzare il territorio tra Fabriano e Camerino. Il nome ricorda un’importante opera consortile nata nel XVII-XVIII secolo e con la quale gli imprenditori dell’epoca **si misero insieme** per procurarsi l’energia necessaria a far funzionare le loro aziende.*

*Il nome “**il Vallato**” è anche una chiara metafora degli obiettivi della fondazione, richiamando immediatamente la prima fortificazione a difesa della «civitas» e che, a differenza delle mura castellane, non è affatto chiusa al mondo esterno, ma è di supporto e a tutela della comunità cittadina e nelle necessità è sempre attraversabile tramite **un ponte**, che lo sormonta e **che rappresenta la via di comunicazione con tutte le culture e le realtà esterne.***

Il workshop

Condividere le modalità con cui assicurare le opportune sinergie tra gli attori di un Territorio Distintivo per sviluppare un progetto di sviluppo turistico sostenibile e per finanziarlo utilizzando al meglio i finanziamenti pubblici disponibili

I Comuni

Gli accordi

I finanziamenti

Il contesto

I sogni degli Amministratori

Il significato di Destinazione

L'Organizzazione Territoriale

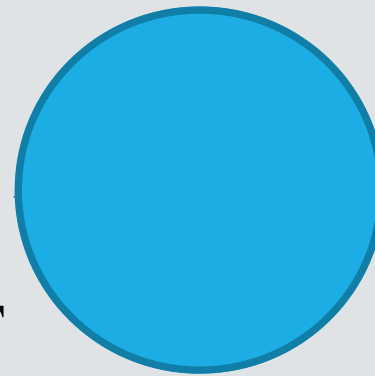
La formazione Intervento

Le conoscenze in gioco

Ecc..



INPUT



OUPUT

*Un' Organizzazione
Territoriale?*

*Un progetto integrato di
finanziamento?*

Elaborazione

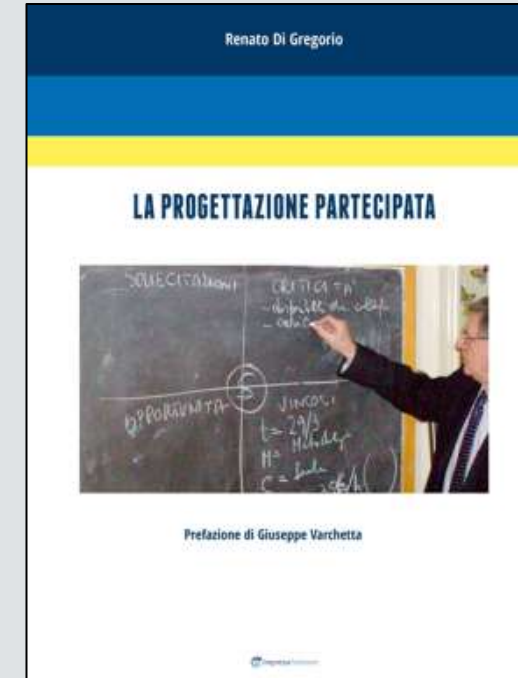
Qualche strumento di riferimento



Cosa



Come



Con chi

Cosa è una Destinazione Turistica

Wikipedia

Una destinazione turistica è **un ambito territoriale** nel quale ha sede un complesso di attrattive che possono soddisfare i bisogni e gli interessi di un determinato segmento di domanda turistica.

I confini della destinazione possono essere identificati, pertanto, **partendo** dall'analisi delle specifiche esigenze di ogni target di clientela in esame.

Una destinazione turistica può essere considerata tale solo nel momento in cui le risorse, cioè la **materia prima** fonte di attrazione, siano integrate con **infrastrutture e servizi** che consentano, rispettivamente, l'accessibilità e la fruibilità della meta desiderata

Le superficialità

un ambito territoriale - **Non si costituisce da sé**, i Comuni lo circoscrivono
complesso di attrattive - **Chi li identifica e li fa diventare «un complesso»**
che possono soddisfare i bisogni e gli interessi - **Chi li rileva?**
di un determinato segmento di domanda turistica - **Chi lo sceglie**

I confini della destinazione possono essere identificati, pertanto, partendo dall'analisi delle specifiche esigenze di ogni target di clientela in esame... **Chi fa l'analisi?**

Una destinazione turistica può essere considerata tale solo nel momento in cui le risorse, cioè la materia prima fonte di attrazione, siano integrate con infrastrutture e servizi - **Chi le integra?**

che consentano, rispettivamente, l'accessibilità e la fruibilità della meta desiderata - **Chi controlla questo rapporto?**

Le tre dimenticanze di fondo

1. Si dimentica che sui territori ci sono le Organizzazioni e che la Destinazione richiede un'Organizzazione delle Organizzazioni. **Quale Organizzazione?**
2. Non si prende proprio in considerazione che nell'Ambito ci sono comunità che presidiano un modo di essere e lo difendono anche inconsapevolmente e che possono avere desiderabilità specifiche nella scelta del target. **Come partecipano?**
3. L'Ambito comprende pure il territorio fisico e gli altri esseri viventi che lo abitano, Entrambi sono anche più difficilmente modificabili in base alla Destinazione che si vuole costruire (**Quanto è possibile modificarlo?**)

Institut National des Appellations d`Origine

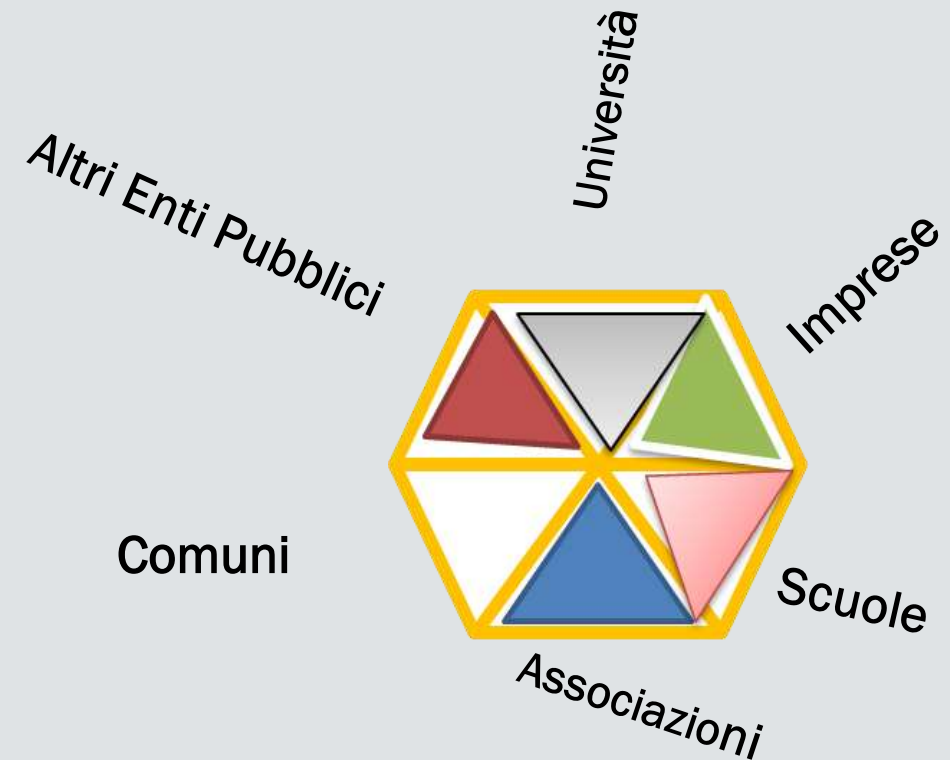
Il terroir è uno spazio geografico delimitato dove una comunità umana ha costruito, nel corso della storia, un sapere intellettuale collettivo di produzione, fondato su un sistema d`interazioni tra un ambiente fisico e biologico ed un insieme di fattori umani, dentro al quale gli itinerari socio-tecnici messi in gioco rivelano un'originalità, conferiscono una tipicità e generano una reputazione ad un prodotto originario di questo terroir.

Va bene come osservazione, ma non per orientare la gestione

1.a. Costituire l'Organizzazione Territoriale



Costruire un'Organizzazione Territoriale che delimiti l'AMBITO, ma che contemporaneamente costituisca la Governance del Patrimonio che si intende gestire strategicamente

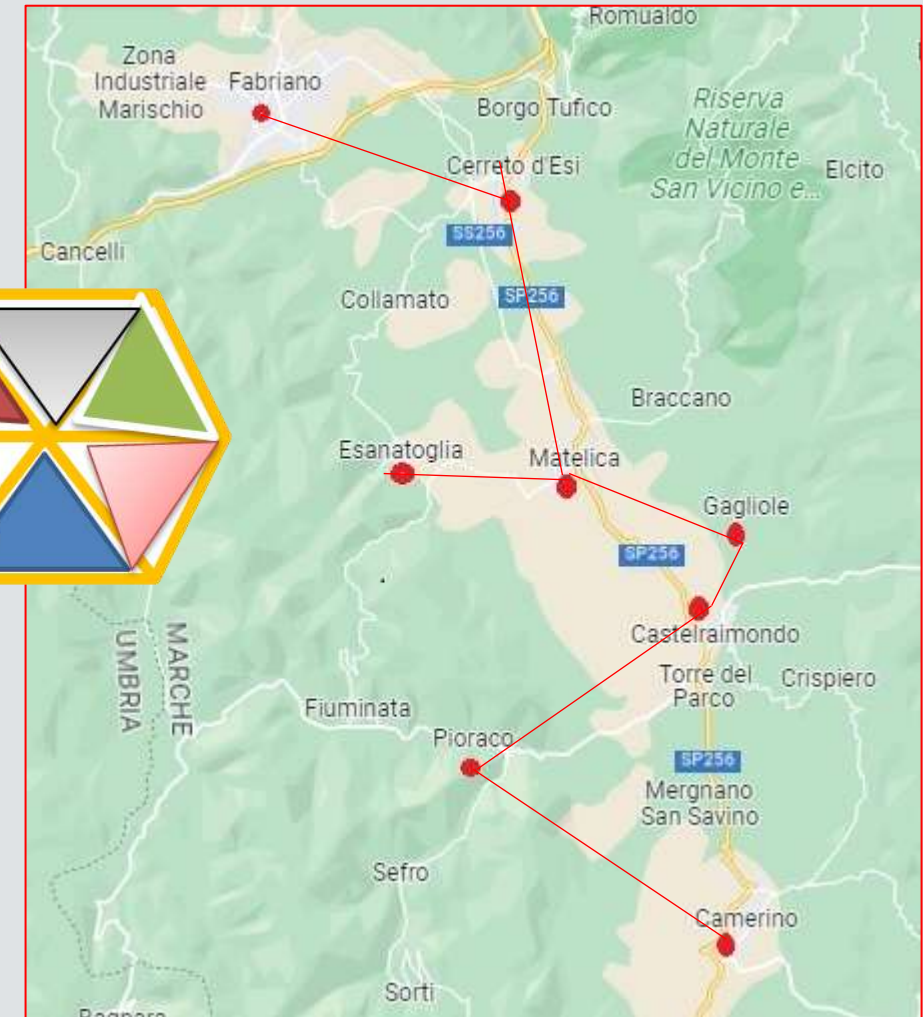
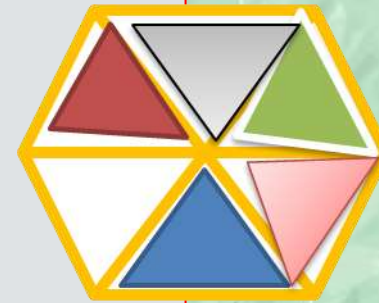


Comuni → Territorio

1. Fabriano
2. Cerreto d'Esi
3. Esanatoglia
4. Matelica
5. Gagliole
6. Castelraimondo
7. Prioraco
8. Camerino



I sindaci degli otto comuni legati al progetto di candidatura a patrimonio universale Unesco del paesaggio vitivinicolo del Verdicchio di Matelica nella Sinclinale Camerte, hanno ufficialmente sottoscritto l'atto di adesione alla proposta

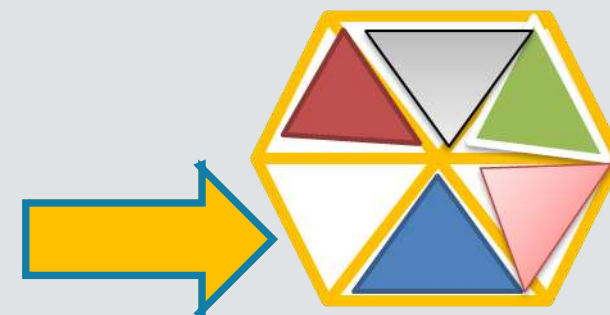
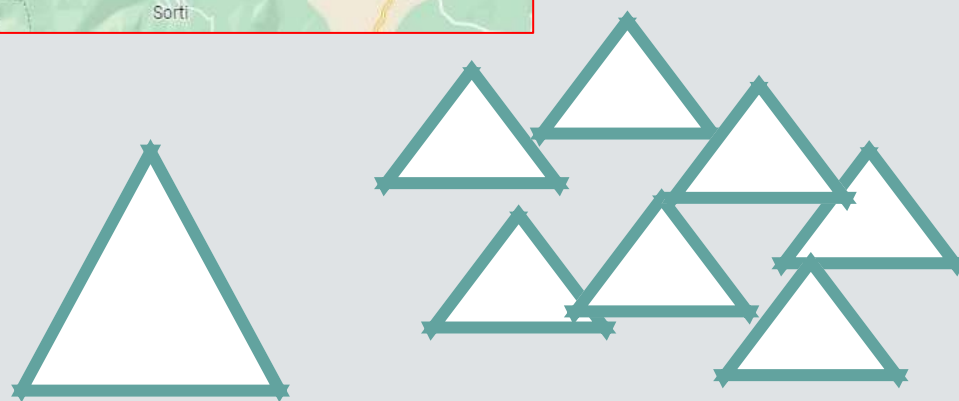




L'approccio

da un Territorio fisico ad una
Organizzazione Territoriale

da una serie di Comuni a una rete di
Organizzazioni intese come «Funzioni»
di un'Organizzazione Territoriale





Perché

Ciò ci consente di:

1. Condividere una identità distintiva
2. Definire una strategia di sviluppo condivisa
3. Configurare una struttura ad hoc
4. Scegliere un mercato di riferimento
5. Sviluppare una politica di Marketing
6. Attivare una Comunicazione integrata



Quale Marketing



Quale Comunicazione

I siti web dei Comuni coinvolti :

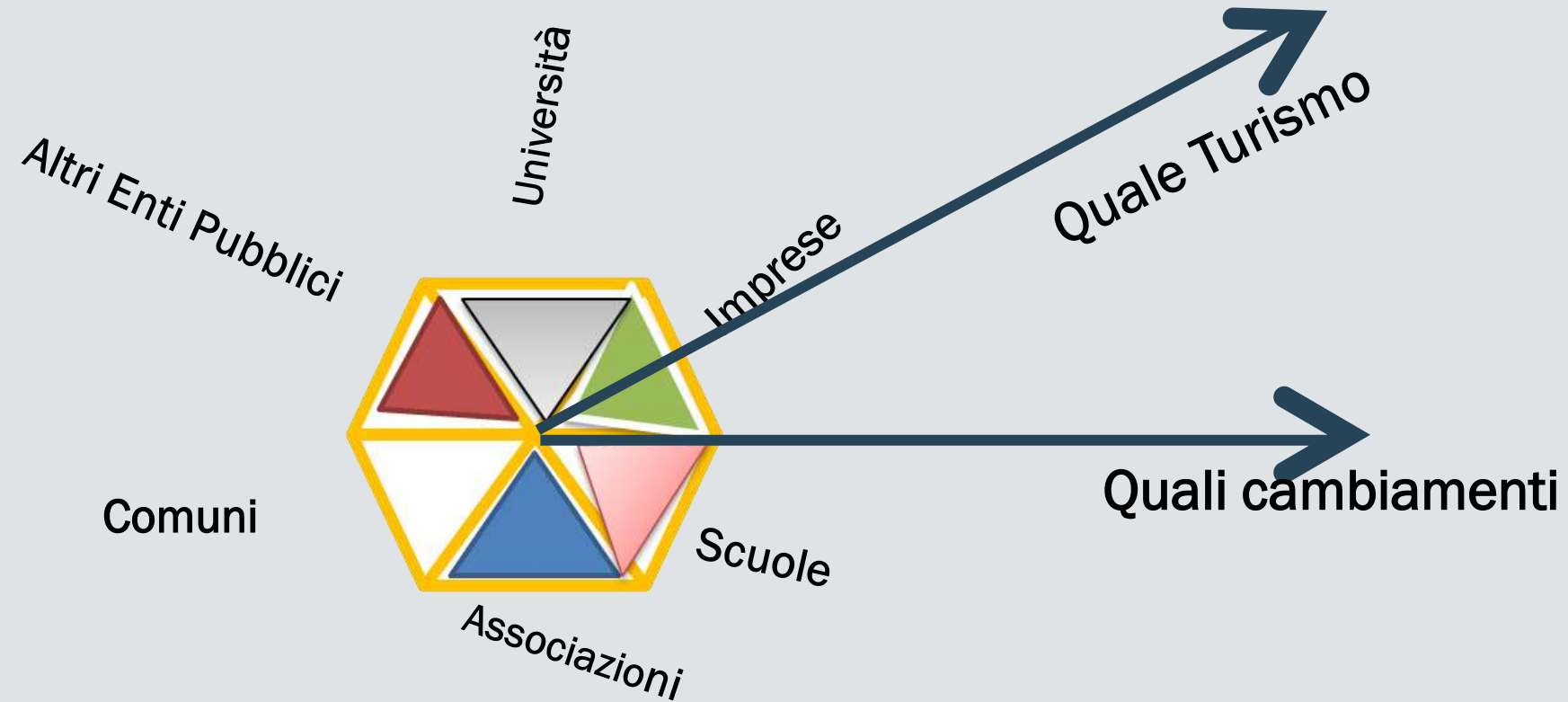
1. dovrebbero essere identici come struttura per la ricerca agevolata delle informazioni da parte del turista
2. se non sono identici dovrebbero essere linkati ad un sito web dell'Associazione a cui aderiscono i Comuni
3. dovrebbero avere uno spazio pensato per raggiungere un turismo obiettivo comune?
4. dovrebbero consentire una lettura integrata dei luoghi?
5. dovrebbero almeno essere linkati ad un portale di marketing territoriale comune
6. dovrebbero prevedere la partecipazione da parte sia dei cittadini che dei turisti

Il Cesanese = un esempio



1. un sito web uguale per tutti i Comuni
2. tutti i siti web comunali linkati al sito web dell'Associazione
3. un portale di marketing territoriale ospita lo spazio di ciascun Comune di tutta l'Associazione
4. tutti i siti web comunali linkati al proprio spazio presente sul Portale di marketing territoriale comune a tutta l'Associazione
5. le imprese possono promuoversi accedendo direttamente al portale
6. laboratori di marketing territoriale attrezzati in diversi Comuni
7. gruppi di giovani formati al marketing territoriale per aiutare i Comuni e coinvolgere le comunità locali

2.a - fare una scelta strategica



Un esempio = il Prosecco



Sabato **8 luglio 2023**, presso il sacrario oratorio dell'Addolorata a Vidor, è stato inaugurato "Cammino delle Colline del Prosecco", evento organizzato dall'Associazione per il patrimonio **delle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene**.

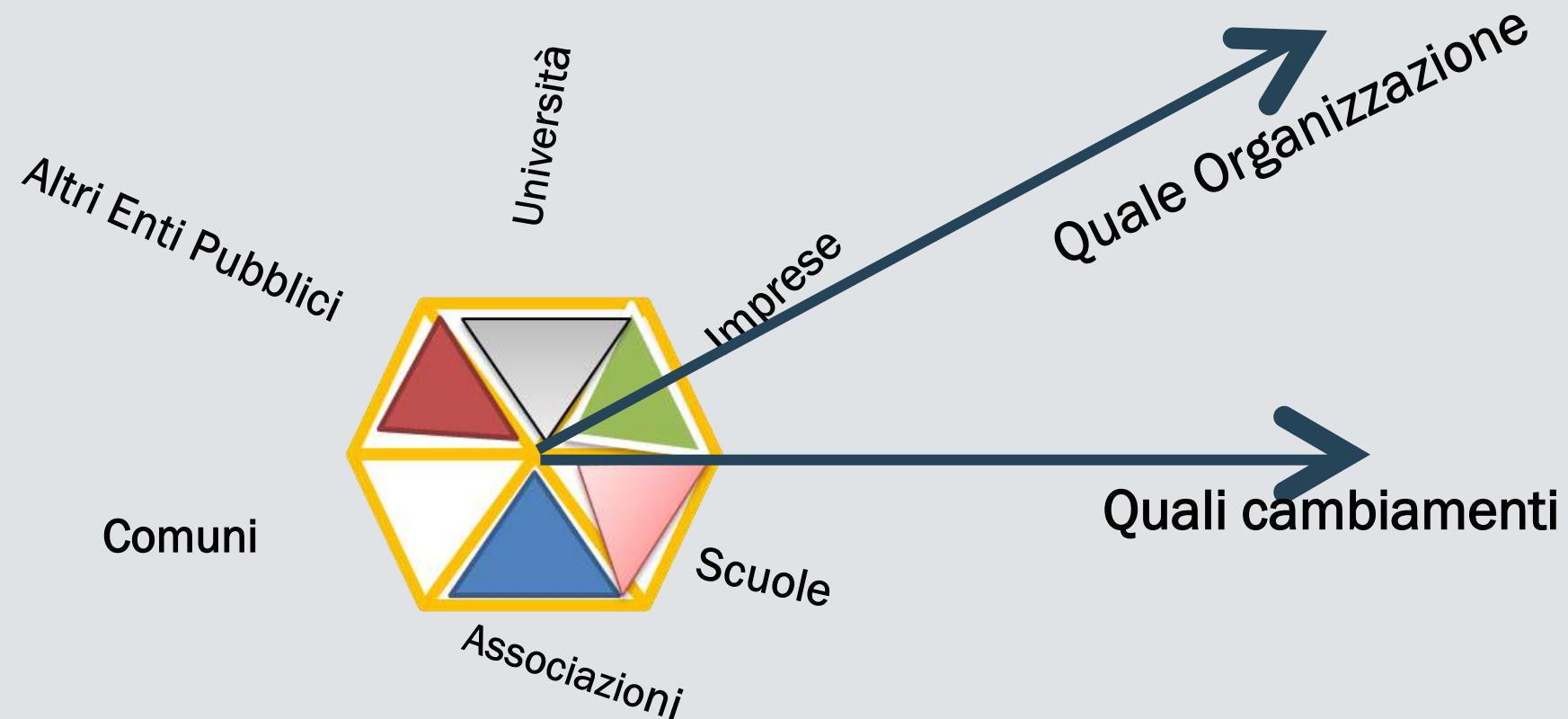
Oltre 50 chilometri, attraversando **9 comuni** e si articola in quattro tappe.

La Governance

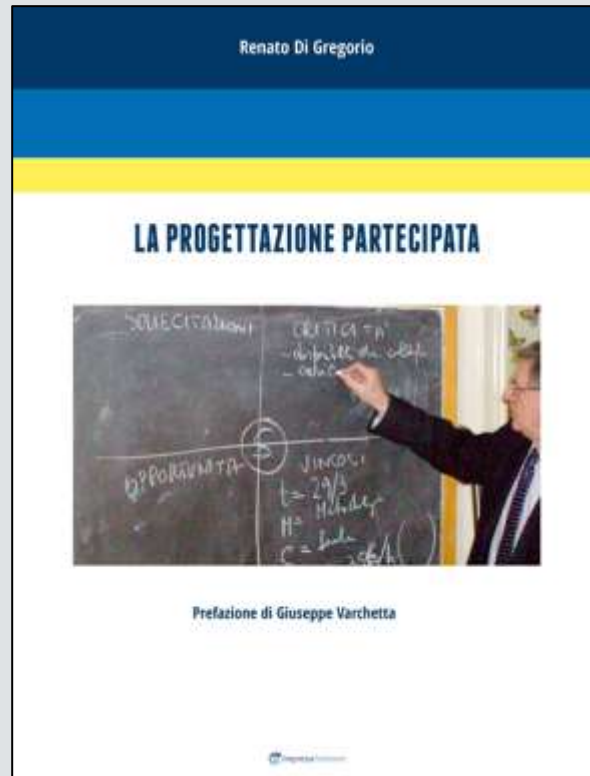


- Socio onorario
3.000,00 € all'anno
- Comitato Scientifico
 - Soci Fondatori
 - Manager

3.a - Gestire il Cambiamento



La progettazione partecipata



1. Si condividono i problemi
2. Si valutano assieme le ipotesi
3. Si scelgono le soluzioni condivise
4. Si apprende collettivamente

4.A - Il finanziamento del progetto

Il progetto di sviluppo territoriale richiede un finanziamento di sistema mentre i finanziatori sono articolati per

- a. **Livello:** GAL, Regioni, Governo, Europa
- b. **Funzione:** Agricoltura, Turismo, Formazione, Informatica, Infrastrutture, Scuola.
- c. **Destinatari:** Pubblico, privati,
- d. **Obiettivo:** le Strutture, i Cammini, i Festival,

Quale soluzione?

Finanziare un «mosaico»



Esempio 1 – Il Ministero del Turismo x i Comuni

- a. accessibilità e la fruizione da parte di persone con disabilità;
- b. creazione e lo sviluppo di nuovi itinerari e destinazioni turistiche,
- c. infrastrutture turistiche durature attraverso riqualificazione urbana
- d. ricoveri e/o depositi per biciclette; piazzole di sosta per i camper , i campeggi, turismo sulle vie d'acqua, marine, lacuali e fluviali e porti turistici;
- e. creazione, produzione e diffusione di spettacoli dal vivo e festival;
- f. interventi innovativi di promozione e sviluppo del turismo locale del settore primario e delle attività artigianali tradizionali;
- g. riduzione dell'impatto ambientale di attrazioni turistiche;
- h. minore inquinamento, la preservazione degli ecosistemi, della biodiversità e delle risorse naturali, oltre al rispetto delle culture locali.



450.000,00 – 1.500.000,00 Euro in 3 anni

Aggregazione e Partnenariato premiano

Aggregazione 0 - 21	Nessuna aggregazione	0
	Un'aggregazione	1 - 4
	Benefici dell'aggregazione	5 - 7
	Esperienze pregresse	8 - 10
Partenariato 0 - 6	Nessun partenariato	0
	Accordo con un partner	2
	Accordo con 2 partner	4
	Accordo con 3 o più	6

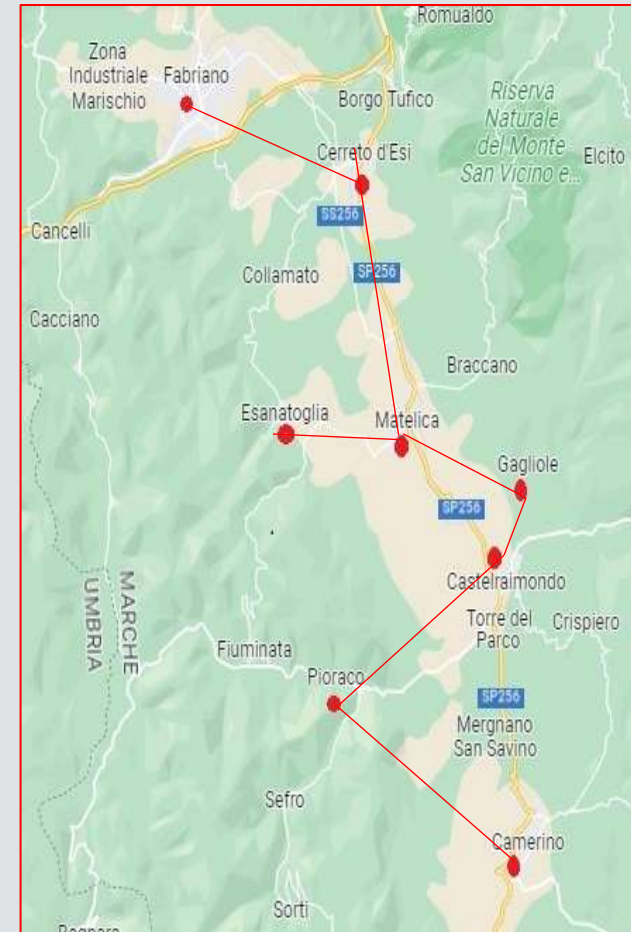
Comuni finanziabili

Provincia di Ancona

1. Fabriano 29.015 abitanti
2. **Cerreto d'Esi: 2.719 abitanti**

Provincia di Macerata

1. **Esanatoglia: 1.946 abitanti**
2. Matelica: 9.202 abitanti
3. **Gagliole: 705 abitanti**
4. **Castelraimondo 3.955 abitanti**
5. **Pioraco. 1.460 abitanti**
6. Camerino: 7.007 abitanti



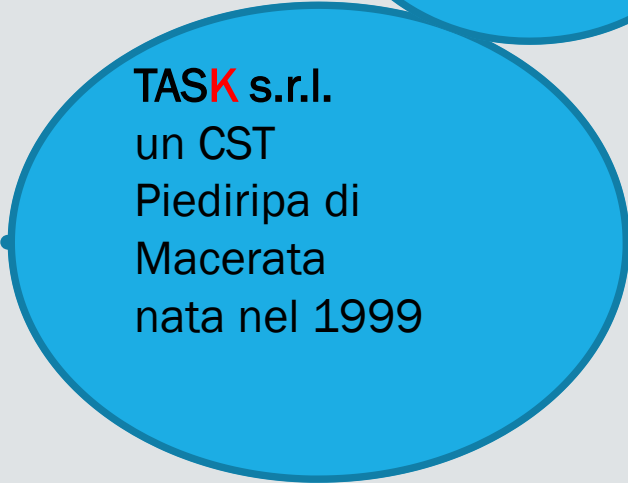
La Comunicazione richiesta

Garantire che gli **strumenti digitali per la valorizzazione e la promozione turistica finanziati** a valere sul contributo concesso siano progettati ottemperando alle previsioni delle linee guida di interoperabilità con il portale nazionale www.italia.it, che verranno pubblicate sul sito web del Ministero del Turismo www.ministeroturismo.gov.it.

1. Fabriano: Fabriano Turismo Fastnet SPA
2. Cerreto d'Esi: Halley
3. Esanatoglia: TASK Esanatoglia Turismo, Macerata Turismo
4. Matelica: Halley Turismo
5. Gagliole: TASK Gagliole Turismo , Macerata Turismo
6. Castelraimondo: TASK Castelraimondo Turismo
7. Prioraco: TASK Prioraco Turismo, Macerata Turismo
8. Camerino: TASK – Camerino Turismo, Macerata Turismo



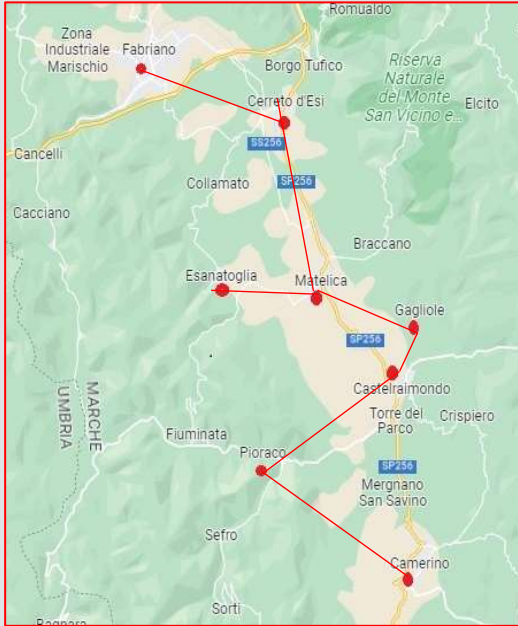
HALLEY S.P.A.
Matelica
nata nel 1979



TASK s.r.l.
un CST
Piediripa di
Macerata
nata nel 1999

	2023	2024	2025	
Nord 13%	1.283.812,06	1.540.574,47	1.540.574,47	
Centro 57%	5.673.436,28	6.808.123,54	6.808.123,54	
Sud e Isole 30%	2.942.751,66	3.531.302,99	3.531.301,99	
totale	9.900.000,00	11.880.000,00	11.880.000,00	

Piccolo budget + molti Comuni + progetti ad alto valore = pochi progetti finanziabili



Esempio 2 – Il Ministero del Turismo x le Imprese

- a. percorsi turistici e itinerari innovativi e servizi,
- b. turismo rurale, montano, ippovie, campeggi
- c. vie navigabili
- d. minore impatto ambientale
- e. intermodalità: cicloposteggi nei pressi di stazioni dei treni e dei bus
- f. sistemi per la gestione e il contenimento dei flussi sui siti naturalistici e culturali
- g. percorsi e itinerari nelle zone marittime e costiere.



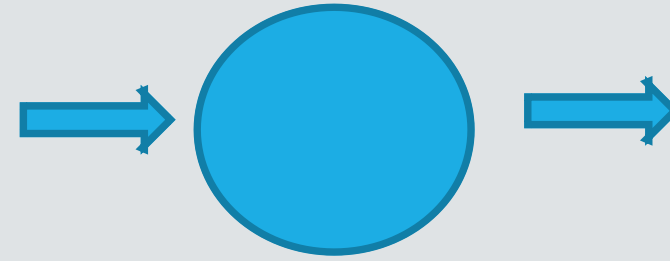
Progetti fino a 200 mila € ma sostenuti al 50%



Conclusioni

- a. costituire una struttura per una regia strategica dello sviluppo del Territorio intercomunale tenendo conto della distintività del territorio e delle sue potenzialità turistiche
- b. Condividere linee di sviluppo percorribili e scegliere Turismi confacenti
- c. Coinvolgere tutti gli attori del territorio e i cittadini sulle traiettorie percorribili e sulle scelte da fare
- d. Dotarsi di una struttura capace di formulare progetti e di rispondere a bandi di natura diversi con una logica territoriale
- e. Allenare i segretari comunali alle deliberazioni contingenti
- f. Riservare una parte del bilancio al cofinanziamento e all'anticipazione dei progetti finanziati.
- g. Monitorare il turismo potenziale e la soddisfazione di quello acquisito
- h. Sviluppare un consistente programma di formazione-intervento per adeguare cultura e strutture

Input per il workshop



È possibile immaginare di costituire un'Organizzazione Territoriale che comprenda i Comuni che già hanno sottoscritto un accordo per la richiesta di territorio UNESCO ?

È possibile sviluppare una strategia di sviluppo turistico assumendo il Verdicchio come attrattore e il percorso tra i luoghi come un modo per orientare il turismo sul territorio?

E' possibile presentare un progetto comune al Bando del Ministero o presentarne anche due, ma interrelati tra loro?

È possibile coinvolgere gli imprenditori del luogo (la Halley ad esempio) come partner?

È possibile mettere su un tavolo di progettazione congiunta per lavorare sull'Associazione, sul percorso e sui progetti di finanziamento?

RENATO DI GREGORIO,

Laureto in Economia e Commercio, ha maturato le sue prime esperienze lavorando per la riorganizzazione dei processi produttivi della siderurgia italiana in ITALSIDER. È stato poi dirigente centrale nelle grandi aziende dell'IRI e dell'ENI nel settore dell'Aerospazio e della Chimica italiana.

Fondatore di Impresa Insieme S.r.l. , dal 1996 opera per interventi organizzativi ed ergonomici sul territorio nazionale per Associazioni di Comuni che sposano il suo modello dell'Organizzazione Territoriale. È responsabile della Segreteria di sette di queste .

Negli ultimi sei anni è stato Presidente degli Ergonomi della regione Lazio e Coordinatore nazionale degli Ergonomi del Gruppo di Lavoro su Ergonomia del Territorio e dei Cammini.

È fondatore e Presidente dell'Istituto di Ricerca sulla Formazione Intervento dal 1999.

È stato docente in diverse Università italiane

È membro del direttivo AIF Lombardia



Renato Di Gregorio

Impresa Insieme S.r.l.

www.impresainsieme.com

renatodigregorio@impresainsieme.com

Tel. 3355464451