

1.0 UN PIANO PER MATTINATA

1.1 PERCHÉ UN PIANO STRATEGICO

L'**identità** di un territorio si misura oggi, forse più che in passato, sulla intensità delle relazioni economiche, sociali e culturali che vi intercorrono e sulla capacità di interagire con altri luoghi e territori.

Nelle nuove condizioni imposte dai mercati globalizzati del nostro tempo, ogni territorio deve trovare una propria riconoscibilità – a fronte di un sicuro **posizionamento** - specializzando la propria offerta e creare le condizioni per cooperare con territori complementari e competere con successo con altri che invece sono concorrenti.

Il piano strategico è dunque lo strumento cui un territorio fa ricorso al fine di **individuare e promuovere le azioni necessarie allo sviluppo**.

Il piano strategico di Mattinata desidera attivare l'interesse e la partecipazione paritaria degli attori politici, economici, sociali, in relazione a scelte su:

- una visione condivisa del territorio per il futuro;
- sviluppo economico nel rispetto dell'interesse della comunità locale;
- progetti che migliorino la qualità delle infrastrutture urbane e la coesione sociale.

Il successo dell'operazione dipende dalla capacità di affermare i valori culturali, economici e sociali propri del territorio come **vantaggi competitivi specifici**. In tale ottica, il piano si presenta in primo luogo alla cittadinanza come atto di fiducia in se stessa ed esprime la volontà di fare conto sulle risorse e sulle capacità innovative della società locale.

L'Amministrazione Comunale di Mattinata, nel promuovere nuova capacità organizzativa e nuove modalità di concertazione degli interessi in un clima di cooperazione, ha condotto a costituzione un nuovo soggetto economico consortile senza finalità di lucro. Tale soggetto, il cui capitale è partecipato da attori pubblici e privati, dovrà porsi come catalizzatore delle iniziative autonome degli imprenditori locali, come promotore di innovazione e di qualità, nonché come soggetto abilitato a riconoscere e sostenere le diverse opportunità di sviluppo dell'economia locale.

L'azione strategica richiede di operare su scale diverse:

- **su scala nazionale e globale**, al fine di sostenere l'accessibilità a mercati lontani e di consentire agli attori locali di partecipare a programmi di sviluppo previsti e finanziati da organismi internazionali, in particolare l'Unione Europea.

- **su scala regionale**, per estendere le funzioni organizzative e di promozione del territorio nel suo insieme, assecondandone le vocazioni, attivandosi per la realizzazione di infrastrutture per lo sviluppo.
- **su scala locale**, per la quale sono definite le principali azioni di cura continua del territorio: obiettivo strategico fondamentale è sviluppare la capacità di individuare obiettivi condivisi da attori pubblici e privati per investimenti di lungo periodo.

La decisione di predisporre un “Piano strategico per Mattinata” è in armonia con il crescente interesse che le nuove forme di turismo hanno nei confronti del grande patrimonio di ricchezze offerte dal territorio: enogastronomia, tipicità, artigianato, sport, natura, benessere, relax, wellness, ecc.

Il territorio di Mattinata, carico di storia, di tradizioni, di cultura, di fascino, di natura e di orgoglio dei suoi abitanti – se saprà essere condotto a sistema – diventerà decisivo per lo sviluppo della Capitanata e dell’intero Gargano.

1.2 METODO DEL PIANO

Un piano strategico non è l’elenco delle richieste che una comunità rivolge alle amministrazioni e non è neppure un libro dei sogni; è invece una specie di patto tra tutti coloro che hanno responsabilità per **un percorso di sviluppo riconosciuto, condiviso e possibile**, al quale ritenersi impegnati, ognuno per la propria parte.

Una forte **partecipazione diretta della comunità** cittadina alla costruzione del Piano è la chiave di volta di un progetto che mira non soltanto a delineare un preciso obiettivo, ma ad incanalare in quella direzione risorse umane ed economiche. Il confronto, anche conflittuale, dei valori e degli interessi di tutti, è necessario per un progetto capace di reggersi.

Il punto di riferimento generale per la gestione del Piano è rappresentato dalla costituzione del **Consorzio di Promozione e Sviluppo “Matinum”**, organismo senza finalità di lucro costituito su iniziativa dell’Amministrazione Comunale per realizzare una sede di dibattito e confronto sulle iniziative e sui grandi temi riguardanti Mattinata. Tale organismo è composto da rappresentanti delle più significative forze economiche, sociali e culturali del territorio.

Il Consorzio ha visto, fin dalla prima concezione, l’apporto professionale di esperti che hanno garantito la correttezza delle procedure e l’impianto culturale del presente Piano strategico.

fase diagnostica

Il lavoro dovrà iniziare da una diagnosi della situazione socioeconomica, urbanistica ed ambientale di Mattinata per sviluppare ipotesi sulle tendenze di medio periodo.

Contemporaneamente dovrà iniziare il coinvolgimento della cittadinanza: attraverso incontri con esponenti di aziende, istituzioni e associazioni, si dovranno individuare pareri sullo stato del territorio e sui suoi punti di forza e di debolezza.

In un futuro prossimo potrebbe essere commissionata una ricerca sull'immagine e la percezione di Mattinata a livello nazionale.

gruppi di lavoro

Il Consorzio procederà con il metodo dei gruppi di lavoro, il cui coordinamento sarà affidato al Direttore Generale. Ad essi si chiederà di far emergere proposte di azione che verranno schedate segnalando promotori, risorse necessarie, localizzazioni, vantaggi competitivi e tempi di realizzazione.

Tali azioni, a cui si aggiungeranno quelle proposte direttamente dal Comune di Mattinata e dalle altre istituzioni presenti nel Consorzio, verranno presentate in una assemblea pubblica.

1.3 A CHI SI RIVOLGE

Con il presente documento, viene proposto un accordo complessivo che mira ad una migliore collocazione di Mattinata in ambito regionale, nazionale ed internazionale. Il progetto pertanto tocca e riguarda diverse categorie di persone e istituzioni.

cittadini

I cittadini sono i principali destinatari del Piano, la vera ragione d'essere.

Ciascuno può trarre vantaggio dall'esistenza di un piano strategico, che definisce opportunità nuove per tutti, ma tutti devono corrispondere con partecipazione critica e capacità di iniziativa, come singoli e nelle forme organizzate di rappresentanza.

Il Piano richiede che sia diffuso nella società locale un clima di fiducia necessario a reperire le energie economiche e morali con le quali attuare le varie azioni. La fiducia dovrà essere ottenuta da

proposte chiare, continuamente verificate nei loro costi e nelle opportunità che aprono; ciò richiede un pubblico informato, trasparenza amministrativa e partecipazione politica nelle sedi istituzionali.

Un rinnovato “patto con i cittadini” dovrà individuare **la cura del paese** come grande impegno collettivo.

istituzioni e amministrazioni pubbliche

Il Piano strategico vuole essere una risorsa per il governo della società locale, che nei modi propri della partecipazione democratica spetta agli organi istituzionali.

Esso infatti riunisce in un quadro chiaro e analitico un insieme di strategie condivise che vogliono diventare uno strumento per la collaborazione ordinata fra diverse amministrazioni, locali e sovralocali, in primo luogo altri Comuni, Comunità Montana, Provincia di Foggia, Regione Puglia, Parco Nazionale del Gargano e Gruppi di Azione Locale (GAL).

La sua attuazione richiede efficienza amministrativa, pertanto richiede l’impegno degli uffici della pubblica amministrazione a condividerne gli orientamenti.

comunità nazionale e internazionale

Il Piano ridefinisce ed organizza il rapporto tra i progetti per il territorio e la comunità nazionale ed internazionale, vale a dire i mercati turistici ma anche le singole città con cui Mattinata intende ampliare, approfondire o attivare rapporti di collaborazione nell’ambito del proprio sviluppo.

Essere dotati di un Piano strategico deve diventare per Mattinata una condizione indispensabile per aumentare la **credibilità nazionale ed internazionale**.

operatori ed investitori

La proposta di una strategia complessiva di sviluppo mostra al pubblico nazionale ed internazionale una volontà di cambiamento che necessita di risorse non solo interne. In cambio, offre prospettive per collaborazioni vantaggiose.

A Mattinata, anche in virtù del Contratto d’Area, esiste già una comunità di operatori economici e di imprese forestiere che conoscono **il valore del territorio**: tale comunità residente deve divenire una risorsa con sempre più peso nelle possibilità di crescita delle azioni future.

imprenditori locali

Il Piano dedica un'attenzione centrale al motore economico della città. Molte azioni sono previste per ravvivare l'economia del territorio, con specifici riferimenti all'agricoltura, alla zootecnia ed al turismo, ma aperto a tutti i settori.

Destinatari importanti del Piano sono dunque **gli imprenditori di oggi e di domani**.

Mattinata ha bisogno di nuova imprenditorialità, e il quadro generale delle condizioni proposte dal Piano ne facilita la formazione. La maggiore apertura verso l'esterno favorirà la concorrenza, aprirà nuove occasioni di alleanze e collaborazioni, porterà sul territorio nuove persone e nuove idee. I vantaggi si estenderanno al commercio, all'edilizia, ai servizi.

pubblici non mattinatesi

Il Piano è l'occasione dei mattinatesi per proporre l'immagine di un territorio con il quale è vantaggioso interagire.

A Mattinata si dovrà venire per lavorare, divertirsi, avviare nuove imprese. Dovranno arrivare anche più turisti, attratti da ricchezze culturali, da manifestazioni d'arte, da nuovi eventi e nuove infrastrutture.

1.4 UNA VISIONE PER IL FUTURO

Mattinata ha una lunga storia alle spalle. Più di una volta ha dovuto reinventarsi e ritrovare un proprio ruolo attraverso condizioni generali mutate.

In ciascuna di tali occasioni, l'affermazione di questo ruolo era l'esito finale di processi di consolidamento ed espansione di una società capace di sperimentare, anche se con alterne vicende.

Nei decenni passati Mattinata ha probabilmente perduto il treno dello sviluppo, che si è invece fermato in stazioni vicine quali Vieste o Peschici. La società agricola, con le sue figure sociali tipiche e la sua cultura è stata capace di sostenere l'economia ma non ha potuto sostituire il benessere generato dai nuovi redditi originati altrove dalle attività turistiche.

Ciò si è dovuto in passato alla incapacità di attivare all'interno ed all'esterno processi economici e politici di respiro, di esprimere idee chiare sugli obiettivi da raggiungere, mancando così l'obiettivo di dotarsi di una organizzazione all'altezza del ruolo al quale aspirava.



Possiamo oggi ricordare questa storia e queste radici per affermare che **Mattinata si può reinventare ancora**. E per farlo sarà chiamata non tanto ad innovarsi quanto ad utilizzare le risorse materiali e culturali ereditate dal proprio passato, raggiungendo consapevolezza che si tratta di una ricca eredità.

Si deve prenderne coscienza e selezionare ciò che – avendo mancato la crescita in decenni di sviluppo selvaggio - può essere rinvigorito e ripresentato oggi in nuove forme: è venuto il momento di **elaborare una nuova visione per il futuro del territorio che faccia perno sulla sostenibilità, sulla lentezza e sulla Qualità**.

Le strade, i vicoli, le piazze, le scalinate, i palazzi, sono le testimonianze più immediatamente “spendibili”, ma - allargando il quadro – si può guardare con fiducia alle radici delle tradizioni storiche, gastronomiche, religiose, agricole, artigianali.

Le grandi esperienze di religiosità sociale possono rappresentare meglio di ogni altra situazione i mille fili che possono legare questo piccolo mondo antico al futuro, acquisendo una collocazione strategica nell’offerta di accoglienza di cui questa terra è capace.

In sintesi, occorre trasformare queste radici in motivi di eccellenza: **una visione per il futuro capace di guardare al passato**.

Si tratta di un insieme che immaginiamo, nella sua varietà, come **un tutto unico**, che contribuisce in generale al tono del paese e che ne alimenta la cultura civica.

È su queste basi che Mattinata può porsi l'obiettivo di essere una efficiente località turistica, dotata di buone infrastrutture, capace di attrarre e mobilitare risorse per collaborare e competere con le altre mete del Gargano, d'Italia e del mondo.

Per il futuro si deve inoltre poter contare su una **Mattinata intelligente**, capace di investire con priorità in programmi di educazione, formazione, marketing e comunicazione a diversi livelli: ciò non solo per migliorare la competitività, ma anche al fine di creare le condizioni per la crescita di cittadini autonomi e capaci di esprimere al meglio le proprie possibilità.

Un territorio in cui si vive bene è anche un territorio che deve essere capace di sentirsi sicuro di se stesso, più aperto al nuovo ed al resto del mondo: la qualità della vita - che riguarda fattori come l'ambiente fisico, la salute, la sicurezza, lo sport, gli spazi urbani, la qualità architettonica, i luoghi di incontro - è nel suo insieme un obiettivo intelligente e conveniente (oltre che giusto).



1.5 IL CONSORZIO “MATINUM”: UN POTENTE MOTORE PER IL PIANO

L'avvenuta costituzione di un Consorzio di Promozione e Sviluppo è la conferma della capacità organizzativa e propositiva del territorio. Esso dimostra già oggi una formidabile occasione per scandire ed accelerare trasformazioni in sintonia con le prospettive future.

un'occasione di sviluppo integrata nel Piano

La nascita del Consorzio “Matinum” è uno strumento per presentare al mondo il territorio mattinatense come un luogo accogliente per ospitare iniziative economiche, culturali e sportive di qualità; come luogo di forte interesse, da visitare anche prima e dopo la stagione balneare; come luogo in cui la vita è particolarmente gradevole.

Si manifesta inoltre l'opportunità di dimostrare che a Mattinata si possono realizzare opere importanti nel rispetto della qualità ambientale e del territorio.

Il Piano strategico dovrà consentire di prevedere **il miglior riutilizzo delle risorse** in un quadro di coerenze generali con l'area del Gargano e della intera regione, finalizzando ogni intervento a trasformare la vocazione balneare da evento che dura solo poche settimane in occasione di sviluppo dell'intero territorio tutto l'anno.

Sarà un'occasione importante per diffondere una nuova mentalità, più aperta verso i cambiamenti e ottimista per il futuro, presso l'opinione pubblica e tra gli operatori pubblici e privati.

prima analisi della domanda degli operatori

Le prime fasi di ascolto delle esigenze degli operatori economici (avviate con interviste individuali e di gruppo, nonché attraverso la compilazione guidata di appositi questionari) hanno consentito di inquadrare alcune priorità nell'agenda del Consorzio:

- una costante attenzione alla **qualità**, con l'obiettivo di una corretta ed efficiente promozione di alcuni aspetti strategici per il territorio;
- lo sviluppo di una migliore **visibilità** nazionale ed internazionale, da coniugare con una rinnovata mobilità nell'area, attraverso il territorio, per rendere fruibile agli ospiti di Mattinata anche le zone finora non avvicinate dall'economia turistica;
- la definizione di nuove regole e di nuove attività di sostegno all'industria turistica per consentire **lo sviluppo dell'offerta alberghiera ed extra-alberghiera**, mirate soprattutto a prolungarne la stagionalità;

- la promozione di **eventi culturali**;
- l'istituzione di un **marchio collettivo** che consenta un aumento del consumo ed una migliore penetrazione nei mercati dei prodotti tipici.

dalle imprese alle reti: dalle reti al sistema

Si può dire che lo sviluppo del settore turistico avvenga sostanzialmente in tre fasi tra loro successive e propedeutiche, corrispondenti a diversi stadi di "maturazione" del territorio: una prima fase che si potrebbe definire "aziendalista", una seconda "di rete" ed una terza "di sistema".

variabili	fase "aziendalista"	fase "di rete"	fase "di sistema"
<i>ambiente</i>	relazione individuale	relazione articolata	relazione interattiva
<i>business</i>	aziendale	di gruppo	di sistema
<i>management</i>	centrato sul singolo	centrato sulla rete	centrato sul sistema
<i>personale</i>	formazione tecnica	formazione tecnica e relazionale	formazione tecnica, relazionale ed interculturale
<i>prospettive</i>	a breve	a medio	a lungo

Il territorio di Mattinata conosce fino ad oggi unicamente la fase "aziendalista": ogni soggetto economico intrattiene rapporti diretti con fornitori e clienti, è concentrato sul proprio business e sulla difesa dei confini aziendali.

La nascita del Consorzio chiede alle imprese di "farsi rete", ovvero di articolare le proprie relazioni, verticalmente ed orizzontalmente. La struttura consortile si offre per mettere in comune, in un *network*, le funzioni non "core" (promozione, pubblicità, prenotazioni, acquisti, ecc.) per consentire a ciascun imprenditore di focalizzare la propria attenzione sul business.

In un'ottica di lungo periodo, sarà stata creata una base culturale sufficiente a far comprendere a tutti il vantaggio di ragionare in termini "di sistema": le maggiori opportunità per ogni singola struttura derivano dalla capacità di ragionare in termini di "destinazione", ovvero di **Mattinata come prodotto comune**.

La differenza è notevole anche in termini di management e di formazione del personale, che dovrà essere addestrato a rafforzare il lavoro comune per dare vita a vere e proprie “economie di scopo”.

Per procedere dalla prima fase verso le successive – ovvero per generare il valore aggiunto atteso dal progetto consortile - si rivelerà fondamentale agire su tre leve:

1. l'identificazione del territorio attraverso le sue caratteristiche fisiche, artistiche, culturali, storiche, produttive e sociali;
2. l'equifinalità, ovvero fare in modo che ogni operatore sia posto in grado di riconoscere le proprie finalità nelle finalità del sistema;
3. aumentare progressivamente il livello di intensità delle relazioni e mantenerlo costantemente monitorato.

Nel concreto, per generare valore in modo continuo e crescente, occorrerà fare perno sulla qualità delle *leadership* esistenti sul territorio, grazie all'eccellenza delle prestazioni di singoli attori ed alle capacità di chi guida il Consorzio.

Il Consorzio, non da ultimo, può infatti rappresentare la “palestra della *leadership*” in cui operatori privati, pubblici, della rappresentanza e del sociale possono far confluire sensibilità diverse (e anche prospettive spesso dissimili) per accrescere la consapevolezza del valore della sinergia.

In questa ottica è pensabile che i leader che in futuro guideranno il sistema locale nasceranno dalla “qualità della squadra” che scende in campo oggi: una cattiva prestazione del singolo giocatore può generare un risultato negativo per tutti nella competitività del territorio.

1.6 CONTENUTI DEL PIANO

articolazione del Piano: linee strategiche, obiettivi e azioni

Questa parte del documento di presentazione descrive in sintesi le ragioni che hanno consentito di individuare le linee strategiche, gli obiettivi e le azioni del Piano.

Ne deriva un quadro integrato e coerente vista la contestuale individuazione, attraverso il metodo partecipativo, dei soggetti promotori, dei benefici, dei costi, delle risorse e dei tempi richiesti dalle proposte di azione.

L'ordine di presentazione di linee, obiettivi e azioni non significa né un giudizio di valore, né l'attesa di una particolare sequenza temporale di attuazione. Il Piano strategico, per sua stessa natura, prevede il contributo di un grande numero di soggetti promotori e la maggior parte delle azioni proposte, come emerge nel dettaglio della descrizione, sarà attuata in parallelo.

le 6 linee strategiche del Piano

1. promuovere e gestire un marchio collettivo;
2. costruire in modo partecipato e diffuso il governo del territorio;
3. sviluppare la formazione come risorsa strategica;
4. promuovere imprenditorialità e occupazione;
5. promuovere Mattinata come centro di cultura, turismo, sport e benessere;
6. migliorare la qualità urbana.

LINEA STRATEGICA N. 1

promuovere e gestire un marchio collettivo

Il territorio del Comune di Mattinata si sviluppa nella fascia collinare e pedemontana del Gargano che declina verso il mare, inglobando e diramandosi in un fitto reticolo di molteplici e significativi percorsi di grande interesse.

Sul territorio insistono inoltre produzioni tipiche di qualità: il paniere dei principali prodotti del territorio (rinvenibile nella visita alle aziende aderenti e da rafforzare attraverso la scoperta itinerante del territorio e degli eventi del folklore e della tradizione), è composto da:

- **prodotti tipici**

olive; olio extravergine di oliva; miele, formaggi freschi e stagionati; confetture di frutta; carni; funghi; prodotti e piatti della cucina mattinatense; [aggiungere ciò che manca].

- **prodotti dell'artigianato storico-artistico**

gelati e dolci tipici della tradizione; paste fresche prodotte artigianalmente, lavorazione della ceramica, lavorazione del ferro, [aggiungere ciò che manca]

- **prodotti della zootecnia**

latte, formaggi ed altri derivati; carni; salumi; [aggiungere ciò che manca]

Il marchio collettivo, in ottica di sistema, intende offrirsi anche come strumento di tutela e promozione delle attività ricettive e della ristorazione. Esso sarà assegnabile unicamente ad attività ubicate nel territorio del Comune di Mattinata.

Ai soggetti cui verrà assegnato il marchio verrà richiesto di:

- seguire i regolamenti ed i disciplinari che il Consorzio individuerà con il contributo attivo delle diverse categorie produttive;
- privilegiare la catena di fornitura interna e/o convenzionata al Consorzio;
- offrire materiale illustrativo ed informativo del territorio realizzato e divulgato a cura del Consorzio (o da altro soggetto da esso delegato);
- assicurare adeguata pulizia dei luoghi prossimi ed esterni dell'azienda, che devono essere liberi da materiali di ingombro, attrezzature in disuso o altro che possa costituire ostacolo o pericolo. Tali spazi devono essere mantenuti in ordine ed attrezzati per la sosta dei visitatori;



- ogni azienda ed organizzazione coinvolta, oltre al reperimento postale e telefonico, dovrà urgentemente organizzare un reperimento fax; è caldamente raccomandato, inoltre, di addivenire in tempi brevi anche alla dotazione di casella di posta elettronica (indirizzo e-mail).

obiettivo 1: sviluppare la qualità

Le attività cui verrà riconosciuto il marchio dovranno possedere, ciascuno verso il proprio ambito e settore, standard di qualità minimi previsti da un apposito Regolamento, che dovrà essere registrato presso la Camera di Commercio di Foggia.

obiettivo 2: far girare l'economia

Ad ogni attività aderente all'iniziativa verrà richiesto di fornirsi, prevalentemente e preferibilmente, di altre produzioni dotate del marchio stesso, consentendo così di ottenere economie di scala e – contemporaneamente – di promuovere la conoscenza ed il consumo delle tipicità del territorio.

Per far in modo che i prodotti possano partecipare a reti di distribuzione capaci di superare l'ambito locale, sarà fondamentale che venga attivato un piano di comunicazione che ne aumenti la notorietà, ne sviluppi la conoscenza e veicoli una nuova immagine di Mattinata, come località che sta vivendo un periodo di grandi e positive trasformazioni.

LINEA STRATEGICA N. 2

contribuire alla costruzione di un governo del territorio partecipato e diffuso

Le città che si sono avvalse dello strumento del Piano Strategico per orientare lo sviluppo hanno sempre considerato una dimensione territoriale estesa all'intera area territoriale, spesso molto più ampia del nucleo urbano principale. Anche nel caso di Mattinata, il Piano deve essere pensato per rispondere alle esigenze di tutto il territorio comunale e non solo del centro storico.

In questo senso, con il termine "Mattinata" si deve intendere un'area diffusa, che abbraccia l'intero territorio comunale; pertanto, quando si parla dello sviluppo di Mattinata, è a questa seconda dimensione che ci si deve sistematicamente riferire.

Tuttavia, mentre può risultare relativamente semplice rendere partecipato il governo del paese e dei suoi rioni, può apparire più complesso richiedere adesione alle scelte strategiche a soggetti meno vicini a Palazzo Barretta.

Appare quindi evidente la necessità di avere all'interno del Piano una linea strategica che indichi soluzioni capaci di rispondere alle seguenti esigenze:

- a. rappresentare in modo unitario, e quindi con autorevolezza, l'insieme del territorio;
- b. affrontare problemi di rilievo all'interno dell'area (ad esempio, trasporti, rifiuti, insediamenti produttivi, infrastrutture, beni culturali) e relativi oneri;
- c. monitorare costantemente lo sviluppo delle azioni aventi un rilievo per l'intero territorio (o per le parti più periferiche).

Questa linea strategica ha individuato due obiettivi consortili di carattere istituzionale:

1. contribuire alla nascita di nuove forme di *governance*;
2. costruire nuovi servizi.

Il primo obiettivo ha un carattere generale, mentre il secondo è di tipo settoriale.

obiettivo 1: contribuire ad affermare nuove forme di governance

A Mattinata non sono mai esistite, fino a ieri, strutture consortili capaci di operare su scala territoriale per politiche settoriali (turismo, politiche culturali, sviluppo di nuove imprese, ecc.). Ciò non ha consentito di realizzare una sede stabile e generale di cooperazione e di indirizzo.



Alla luce di esperienze già avviate da altre città italiane, l'Amministrazione Comunale ha individuato come strumento utile la costituzione del Consorzio Matinum, formato dal Comune stesso ed allargato a tutti gli operatori ed ai cittadini interessati (*per testimoniare fattivamente il desiderio di una partecipazione attiva dei privati, il Comune si è posto come Socio minoritario*).

Entro il primo anno di attività, il Consorzio inviterà l'Ente Locale a sottoscrivere un protocollo di intesa finalizzato a dar vita ad una **"Conferenza dei servizi"** che – pur immaginandosi potrà avere esclusivamente capacità di indirizzo - non si esclude in futuro possa veder delegate alcune competenze.

Il punto centrale è quello di costituire una sede in cui i soggetti coinvolti si abituino alla ricerca di soluzioni concordate, in un confronto su un piano di parità, con uno scambio spontaneo e tempestivo delle informazioni rilevanti in loro possesso.

Per lo stesso principio, il Consorzio chiederà di aderire a "soggetti di rete" che vanno prendendo forma nel territorio garganico, dal GAL (Gruppo di Azione Locale) presso la Comunità Montana al Sistema Turistico Garganico.

obiettivo 2: costruire servizi

Gli strumenti istituzionali di carattere generale indicati nell'obiettivo precedente vanno affiancati da strumenti di intervento settoriali sotto il controllo e la responsabilità della Direzione del Consorzio.

A regime si può immaginare che, attorno alla "Conferenza dei servizi", possano ruotare una serie di agenzie (o "gruppi di lavoro") specializzate con il compito di gestire specifiche attività.

Per perseguire con immediatezza tale obiettivo, il Consorzio darà vita da subito al proprio interno ad una serie di gruppi di lavoro tematici, in modo da "allenare" la capacità dei singoli partecipanti di guardare con rinnovato senso civico ad obiettivi comuni e di compenetrare l'interesse di pochi con l'interesse di molti, a beneficio della comunità.

La Società Consortile darà vita inoltre – attraverso opportune convenzioni con Enti ed Imprese opportunamente selezionate – ad attività di servizio, fornitura di beni e consulenza per le consorziate.

LINEA STRATEGICA N. 3

sviluppare la formazione come risorsa strategica

Si calcola che oggi la conoscenza in un settore strategico raddoppi ogni quattro anni. È un dato che fa riflettere sulla vera priorità della società di domani: produrre nuova conoscenza in campi diversi, trasmetterla e diffonderla, introdurla nelle applicazioni economiche, fare questo con convinzione e larghezza di mezzi è diventato un imperativo cruciale per tenere il passo con i tempi.

Lo sviluppo economico, in particolare, diventa sempre più dipendente dalla capacità produttiva di servizi legati a conoscenze, processi e innovazioni che solo un florido ambiente di formazione e ricerca può produrre.

I territori che non si muoveranno in questa direzione conteranno sempre meno: saranno visti come luoghi dai quali andar via piuttosto che luoghi in cui trasferirsi. Mettere in cantiere iniziative in questo settore significa lavorare per assicurare a Mattinata una posizione solida per il futuro.

La linea strategica si articola in due obiettivi:

1. potenziare il rapporto con le università;
2. promuovere la formazione professionale e l'integrazione formazione-lavoro.

obiettivo 1: potenziare il rapporto con le università

Il termine di paragone della formazione universitaria non è più l'ambito nazionale, ma il panorama internazionale. Attivare convenzioni con le Università può non soltanto tradursi nell'aumento della capacità di ricerca e sviluppo del territorio, ma anche nella prassi ormai consolidata di attivare stage formativi in azienda.

Ciò consentirà alle imprese del territorio di trovare risposta ai particolari bisogni di aggiornamento e innovazione tecnologica dei comparti e delle filiere di produzione nelle quali Mattinata si va specializzando: la capacità di ricerca diventa così una specie di bene pubblico al servizio della sua economia.

Compito prioritario delle Università di oggi è aprirsi all'esterno per partecipare attivamente alla vita delle imprese e delle comunità locali, trasportando l'ambito della ricerca e del sapere laddove sia necessario "saper fare".

obiettivo 2: promuovere la formazione professionale e l'integrazione formazione-lavoro

I mattinatesi sanno bene che fra le loro grandi ricchezze c'è la "capacità di fare", pur non avendo in passato rincorso lo sviluppo occorso ad altri territori.

Questo obiettivo consiste nel promuovere iniziative di formazione professionale che assicurino alla città la presenza di una capacità operativa nei settori economici innovativi: si tratta di sviluppare la formazione non solo ai livelli intermedi e di base ma anche ai livelli di eccellenza.

Nell'ottica di diffondere la costanza della formazione continua (e l'abitudine ad essa), appare importante per Mattinata l'accreditamento presso la Regione Puglia del Consorzio Matinum come centro di formazione, per lo sviluppo della produzione, dei servizi collegati e del management.

All'interno di questo obiettivo devono trovare posto, inoltre, quelle iniziative volte a elevare, per tutta la popolazione, il tasso di alfabetizzazione dei tempi moderni, cioè le capacità informatiche e le conoscenze linguistiche.

LINEA STRATEGICA N. 4

promuovere imprenditorialità e occupazione

Il sistema economico mattinatese è in una posizione di passaggio da una cultura quasi monosettoriale turistica ad una più complessa dove le lavorazioni tradizionali torneranno ad occupare un ruolo di rilievo (anche se con modifiche ed innovazioni al proprio interno).

Ciò richiede, da un lato, una particolare attenzione al sostegno dell'imprenditorialità esistente ed alla creazione di un clima economico favorevole alla nascita ed alla crescita di nuovi soggetti imprenditoriali. Dall'altro lato, il Piano deve sottolineare l'esigenza che le nuove iniziative diano anche risposta al bisogno di occupazione.

L'economia turistica del nuovo millennio, più attenta ai valori della tradizione, trova il territorio di Mattinata particolarmente favorevole allo sviluppo dell'imprenditorialità. Se opportunamente sostenuta, questa peculiarità può contribuire a consolidare e ad accrescere il ruolo del territorio nel processo di riposizionamento dell'offerta in atto.

Un contributo in tal senso può venire da una particolare attenzione da riservare al ruolo che un rin vigorito artigianato può svolgere nella creazione di nuovi posti di lavoro.

Sulla base di queste considerazioni, il Piano assume che la promozione della imprenditorialità e dell'occupazione a Mattinata possa avvenire attraverso il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

1. sviluppare il potenziale innovativo dell'apparato produttivo;



2. creare condizioni favorevoli allo sviluppo di nuova imprenditorialità;
3. promuovere lo sviluppo locale e le politiche attive per il lavoro.

obiettivo 1: sviluppare il potenziale innovativo dell'apparato produttivo

Lo sviluppo del potenziale innovativo è condizione necessaria per il territorio in prospettiva della necessaria riqualificazione e dell'ammmodernamento del tessuto produttivo.

Il potenziale innovativo deve essere valorizzato, diffuso e sviluppato attraverso iniziative che coinvolgano, in modo integrato, soggetti pubblici e privati.

Va in questa direzione il progetto di accreditamento del Consorzio Matinum quale centro di formazione per le produzioni e le lavorazioni tipiche, l'artigianato, ecc..

obiettivo 2: creare condizioni favorevoli allo sviluppo di nuova imprenditorialità

Mattinata può diventare un luogo privilegiato per la creazione e l'attrazione di imprese, specie realizzando alcune iniziative di stimolo e sostegno alla nuova imprenditorialità.

Va in questa direzione il ruolo di "incubatore di impresa" del Consorzio Matinum, che potrà mettere a disposizione spazi per lo sviluppo delle idee, servizi di consulenza, nonché attivarsi per reperire forme di incentivazione e finanziamento.

obiettivo 3: promuovere lo sviluppo locale e sostenere le politiche attive per il lavoro

La soluzione del problema della disoccupazione a livello locale può passare solo attraverso azioni dirette a promuovere quegli investimenti che producono effetti significativi sull'occupazione (il Contratto d'Area, in questo senso, si pone tale obiettivo): è necessario sostenerli per portarli a buon fine e farli diventare sedi permanenti di animazione economica.

Anche le politiche attive del lavoro possono contribuire a ridurre la disoccupazione, se si propongono di creare posti di lavoro stabili e duraturi, attraverso, ad esempio, la promozione e valorizzazione dei mestieri e delle professioni.

La piena realizzazione degli obiettivi indicati è collegata alla parallela attuazione di obiettivi definiti da altre linee strategiche del Piano.

In particolare questi intervengono su condizioni quadro favorevoli a tre campi essenziali:



- a. il sistema formativo a tutti i livelli, per lo sviluppo di capacità e sensibilità orientate all'impresa e all'innovazione;
- b. il sistema finanziario, per rendere più agevole l'accesso agli strumenti esistenti e stimolare lo sviluppo;
- c. il sistema di reti per la trasmissione delle informazioni.

LINEA STRATEGICA N. 5

promuovere Mattinata come città di cultura, turismo, sport e benessere

La valorizzazione e promozione della cultura è oggi centrale nelle politiche di sviluppo del territorio. La cultura e le attività culturali rappresentano, insieme al commercio ed allo sport, una delle componenti chiave per migliorare la qualità della vita dei cittadini e di coloro i quali scelgono il territorio per soggiorni turistici: ciò costituisce un potenziale motore per lo sviluppo economico con forti ricadute sull'occupazione.

Un recente studio della Commissione Europea ha stimato che i due quinti della crescita occupazionale dell'Unione Europea nei prossimi anni sarà prodotto proprio dall'industria culturale.

Cultura e sport sono anche tra i principali "prodotti" del turismo e possono contribuire allo sviluppo dell'industria turistica e, più in generale, alla promozione di una nuova immagine di Mattinata che – forte della sua qualità della vita – può candidarsi anche come meta privilegiata di chi desidera il benessere.

Un *restyling* del museo cittadino, impreziosito dalla valorizzazione della Collezione Sansone, una stagione di eventi culturali potenziata, un nuovo sviluppo di produzioni artistiche e culturali dei giovani: il Piano deve garantire un clima di pluralismo e di attenzione alla diversità di autonome proposte culturali.

Questa linea del Piano è articolata in sette obiettivi:

1. censire, valorizzare e sviluppare il patrimonio culturale;
2. coordinare le attività culturali e programmare eventi;
3. sviluppare l'industria turistica;
4. posizionare la destinazione Mattinata/Gargano nel mercato turistico;
5. sostenere la crescita e l'innovazione della rete commerciale;
6. promuovere lo sport;
7. utilizzare il turismo come motore di sviluppo e promozione delle tipicità.

obiettivo 1: censire, valorizzare e sviluppare il patrimonio culturale

Il patrimonio culturale è uno dei principali fattori per il posizionamento del territorio. Diventa importante che il Piano si occupi della sua valorizzazione facendo leva su risorse di notevole qualità come:

1. il centro storico, la valorizzazione di Corso Matino e dei diversi rioni; l'area dello Junno con centro Palazzo Mantuano; l'area con centro il Museo Civico;
2. le aree archeologiche e la Collezione Sansone;
3. il patrimonio costituito dai luoghi della spiritualità;
4. rinnovate attività culturali rivolte ai cittadini ed a quanti operano nel settore (in particolare giovani artisti e creativi) affinché sviluppino nuove attività imprenditoriali;
5. il territorio vasto, la cui valorizzazione dovrà avvenire di concerto con le politiche di sistema attraverso il "marchio" ed il potenziamento delle attrattive ambientali.

obiettivo 2: coordinare le attività culturali e programmare eventi

Questa linea strategica si propone di intervenire per valorizzare e stimolare le attività culturali esistenti nell'ambito dell'arte – e più in generale degli eventi - per individuare forme di programmazione e di coordinamento promozionale.

obiettivi 3 e 4: sviluppare l'industria turistica e posizionare la destinazione Mattinata / Gargano nel mercato turistico nazionale e internazionale

Le azioni proposte in questi due obiettivi disegnano precisi pacchetti turistici da commercializzare, che includono itinerari di grande interesse, puntando anche su risorse finora poco valorizzate, quali la forte cultura gastronomica del territorio, nei quali si ha un vantaggio competitivo rispetto ad altre aree.

In parallelo all'attuazione delle azioni indicate, il Piano consentirà a Mattinata di presentarsi ad investitori nazionali e internazionali come destinazione interessante per la vendita di prodotti turistici.

obiettivo 5: sostenere la crescita e l'innovazione della rete commerciale

Un territorio che intende proporsi come polo di attrazione turistica deve saper orientare una serie di servizi per fruitori della città diversi dagli abitanti: la presenza di turisti richiede che la rete del commercio sia adeguata alle esigenze di questa categoria, capace di confrontarsi con l'offerta di luoghi che ospitano maggiori flussi turistici.

Si rendono perciò necessari interventi sia per quanto riguarda gli orari di apertura, sia per la tipologia dell'offerta commerciale, sia per la formazione all'accoglienza e alle lingue.

L'obiettivo di sostenere la crescita e l'innovazione della rete commerciale risponde alle esigenze degli operatori attuali del settore e di coloro, soprattutto i giovani, che intendono entrare ad operare nel commercio. Il sostegno al settore è integrato con gli altri obiettivi del Piano, in particolare per quanto riguarda la crescita della cultura dell'accoglienza, della vivacità urbana e anche della sicurezza, ottenibile attraverso la permanenza di una struttura capillare di attività economiche sul territorio.

Obiettivo di medio periodo potrebbe essere l'apertura di punti vendita dei prodotti tipici del territorio, dapprima a Mattinata e successivamente in diverse città d'Italia.

obiettivo 6: promuovere lo sport

Lo sport costituisce un importante veicolo turistico, sia per quanto riguarda lo sport praticato, sia per la capacità attrattiva che hanno gli eventi sportivi.

Le proposte di attivare centri per il benessere e per lo sport di base, intendono inoltre migliorare l'offerta sportiva rivolta ai cittadini.

obiettivo 7: utilizzare il turismo come motore di sviluppo e promozione delle tipicità

Le presenze attratte dalla stagione balneare devono essere interpretate come una importante occasione per promuovere la città sul piano delle sue produzioni tipiche.

Per questa ragione il Piano deve affrontare il tema con la necessaria attenzione.

Nel loro insieme, gli obiettivi indicati intendono rispondere a due esigenze di fondo:

- a. lo sviluppo integrato di pacchetti che possono fungere da grandi attrazioni per il pubblico nazionale e internazionale;
- b. la conseguente necessità di ampliare l'industria turistica sia dal punto di vista infrastrutturale che dal punto di vista del marketing e della formazione del personale. E così anche lo sviluppo del commercio e dell'artigianato.

Le azioni sopra riportate devono procedere in maniera strettamente collegata ad un piano pluriennale di informazione promozionale della città: in questa direzione, la partecipazione collettiva a fiere nazionali ed internazionali risulterà determinante.

LINEA STRATEGICA N. 6

migliorare la qualità urbana

Le buone condizioni di vita degli abitanti sono lo scopo di qualsiasi azione sulla città.

Questa è contemporaneamente una condizione per il successo nei confronti del turista.

L'obiettivo di rendere Mattinata una città che rivesta un ruolo riconoscibile nel panorama delle mete turistiche non può quindi prescindere dalla necessità di affrontare il tema della qualità urbana, con il naturale intento di migliorare la qualità della vita dei suoi abitanti e delle persone che vi si recano per lavoro, affari e turismo.

Il termine qualità urbana assume qui un significato ampio comprendente tre aspetti:

- a. la qualità degli spazi urbani, dei manufatti architettonici, degli spazi naturali;
- b. la sicurezza, la coesione sociale, la garanzia di rendere minimi gli ambiti di marginalizzazione e di emarginazione;
- c. la qualità dell'ambiente naturale e dell'ecosistema, la qualità dell'aria e delle acque.

Si tratta di un campo di intervento molto vasto, che necessita di un approccio integrato: la città va considerata come uno spazio in cui le reti ambientali e quelle sociali trovano la loro più stretta interconnessione, secondo una visione per cui la sostenibilità delle iniziative per lo sviluppo viene affrontata tenendo conto di tutti gli aspetti, coniugando ambiente, società, economia.

La necessità di investire in qualità urbana non significa solo costruire belle piazze e belle case, o attrezzare tanto verde, ma anche favorire la generazione di un buon tessuto sociale. Secondo gli indirizzi prescritti dall'Agenda 21 (sottoscritta a Rio de Janeiro nel 1992 durante la conferenza per lo Sviluppo Sostenibile organizzata dalle Nazioni Unite) deve essere garantita l'equità (sociale, generazionale e di genere) nella distribuzione e nell'accesso alle risorse ambientali e fondamentali come l'occupazione, la salute, la protezione sociale, i servizi di base, l'abitazione.

Una città che ha forti politiche di sviluppo, che produce ricchezza e occasioni di lavoro deve anche garantire un ampio e diffuso accesso alle risorse culturali, materiali e naturali, in modo da permettere a tutti di godere dei vantaggi dello sviluppo. Deve essere una società con alti livelli di coesione che coinvolge tutti i soggetti e mette in pratica processi di partecipazione.

Tali considerazioni possono essere riassunte nei seguenti due obiettivi:

1. rinnovo urbano ed integrazione sociale come strategia per diffondere prosperità, coesione e rigenerazione urbana;
2. l'Agenda 21 locale, lo sviluppo sostenibile e l'innovazione ambientale come direzione e fondamento per le strategie cittadine.

obiettivo 1: rinnovo urbano ed integrazione sociale come strategia per diffondere prosperità, coesione e rigenerazione urbana

È necessario che le strategie di sviluppo economico e territoriale colgano l'idea di un paese policentrico, in modo che anche il territorio oggi periferico abbia una propria connotazione e possa sviluppare un senso di identità e di appartenenza tra i cittadini.

Il modello della "città policentrica" supera la dicotomia centro-periferia, muovendosi nella direzione di una città costruita per parti complementari. La costruzione dell'identità dei luoghi ha un importante aspetto di progettazione fisica dello spazio, ma deve essere perseguita anche promuovendo azioni di sviluppo locale partecipato nella direzione di creare opportunità di sviluppo e di mercato locale, verso l'acquisizione e il mantenimento di un'identità positiva del luogo.

In questo modo possono essere ridotti i fenomeni di emarginazione sociale.

obiettivo 2: Agenda 21 locale, sviluppo sostenibile e innovazione ambientale come direzione e fondamento per le strategie cittadine

Il secondo obiettivo di questa linea strategica raggruppa azioni che appartengono sia alla sfera dell'ecosistema naturale, sia all'ambito sociale. Esse non devono essere interpretate come esaustive, ma piuttosto come punto di partenza e come esempio di indirizzo per la definizione di altre azioni e per la costruzione di una Agenda 21 dell'intero territorio.

La valorizzazione degli spazi urbani deve allora essere perseguita secondo questa prospettiva, garantendo sia la qualità estetica dei manufatti architettonici delle zone di pregio, sia consolidando il tessuto naturale, attraverso la presenza del verde e la valorizzazione degli spazi naturali: ciò significa occuparsi della loro accessibilità, in senso non solo infrastrutturale, ma soprattutto migliorando la loro attrazione e la loro fruibilità.

Le esigenze espresse da questa linea strategica sono applicabili all'insieme delle azioni previste dal Piano. Infatti, la qualità urbana non è perseguibile solo attraverso azioni specifiche, ma soprattutto



attraverso la garanzia che le azioni attivate in tutti i diversi ambiti garantiscano impatti ambientali sostenibili.



1.7 PROSPETTIVE

E' importante ribadire quanto indicato in premessa: la principale risorsa per il futuro sarà **la conoscenza**.

Investire con priorità e larghezza in grandi programmi di educazione, formazione, ricerca, comunicazione, a diversi livelli, costituisce al tempo stesso un decisivo vantaggio per l'azione economica futura e la condizione ottimale per la crescita di cittadini autonomi e capaci di esprimere al meglio le loro possibilità.

Questo elemento della visione per il futuro di Mattinata costituisce il fulcro della elaborazione del Piano. Gli altri aspetti della visione ruotano intorno a questo.

L'attuazione del Piano sarà una sfida che richiederà forte impegno, ma che progressivamente sarà capace di creare fiducia.

Gli scenari sopra indicati si potranno tradurre in realtà attraverso un reticolo di idee, di realizzazioni, di progetti che costituiscono il fermento di Mattinata, anche se nessuno oggi può prevedere con precisione quali azioni saranno effettivamente conducibili nei prossimi anni.

L'attuale sforzo progettuale che il Consorzio chiederà all'Amministrazione Comunale, ai cittadini ed agli operatori economici non ha precedenti: ora si rende necessario che tutti coloro che - a vario titolo - saranno protagonisti della propria realizzazione, stipolino un patto con due grandi denominatori comuni: **la fiducia** nelle proprie forze e **l'amore** per il territorio.

1.8 ATTUAZIONE DEL PIANO

L'attuazione del Piano strategico si fonderà sullo stesso metodo di partecipazione improntato dall'Amministrazione Comunale per la costituzione del Consorzio "Matinum": uno strumento flessibile e aperto ai contributi di tutti i soggetti pubblici e privati che ne esprimono la base di indirizzo e che costituiscono la garanzia che le decisioni si trasformino in azioni.

L'attuazione degli obiettivi individuati con il metodo della partecipazione non può avvenire tramite un organigramma di soggetti e un quadro di procedure preordinate secondo la logica tipica della pianificazione tradizionale. Pertanto il Consorzio, quale associazione pubblico-privata, si dovrà avvalere di un ufficio operativo che avrà compiti di coordinamento, monitoraggio, sostegno, incoraggiamento e diffusione dello spirito costruttivo che si è già dimostrato capace di far coagulare attorno a sé i principali interessi della città.



Fondamentalmente il Consorzio dovrà assicurare che ognuna delle diverse azioni (o gruppi di azioni) sia seguita da un gruppo di lavoro e utilizzi procedure attuative efficaci. Il Consorzio dovrà assicurare la massima circolazione di informazione attraverso:

- un bollettino periodico,
- un sito Internet ed una intranet con aggiornamento frequente,
- assemblee pubbliche su tematiche specifiche,
- un luogo fisico (del genere **urban center**) dove i cittadini possano constatare in modo diretto la trasformazione del territorio nei suoi diversi aspetti.

Si allega al presente il quadro degli obiettivi specifici da perseguire nell'arco del 2006, inteso come primo anno di attività della Società Consortile, così come emerso dalle statistiche generate nelle fasi di ascolto delle strutture consorziate [ALLEGATO 01].



ALLEGATO 01. OBIETTIVI 2006

- **OBIETTIVO A**
promuovere il territorio
- **OBIETTIVO B**
contribuire a destagionalizzare il turismo
- **OBIETTIVO C**
riequilibrare e rivitalizzare l'economia del territorio
- **OBIETTIVO D**
sviluppare una maggiore sensibilità ambientale
- **OBIETTIVO E**
aumentare la Qualità

OBIETTIVO A

promuovere il territorio

- realizzare una brochure ed un depliant
- progettare e realizzare un portale su Internet
- partecipare a fiere (partendo dalle minori) ed eventi in piazza
- creare e gestire eventi
- fare advertising
- organizzare un punto informativo
- avviare P.R. e Ufficio Stampa

OBIETTIVO B

contribuire a destagionalizzare il turismo

- creare e gestire eventi in diversi periodi dell'anno
- rafforzare il "ciclo delle stagioni" -> lavorare sulla "lentezza"
- creare percorsi e itinerari
- avviare un posizionamento strategico su nicchie di mercato

OBIETTIVO C

riequilibrare e rivitalizzare l'economia del territorio

- politica di marchio -> "menu del territorio"
- formazione
- fare "rete" tra i Soci
- aprire punti vendita consortili
- avviare un "ufficio" acquisti e convenzioni (acqua, caffè, luce, gas, telefonia, accesso al credito, assicurazioni, ecc.)
- avviare un "osservatorio delle opportunità" (bandi, finanziamenti, agevolazioni, ecc.)



OBIETTIVO D

sviluppare una maggiore sensibilità ambientale

- sinergia forte con gli Enti e le Società operanti sul territorio per aumentare la raccolta differenziata
- itinerari e percorsi
- attività didattica
- perseguire gli obiettivi indicati da importanti riferimenti quali “città slow” o “bandiera blu”

OBIETTIVO E

aumentare la Qualità

- formazione
- politiche di marchio
- servizi ai Soci

PATTO STRATEGICO PER MATTINATA

Una visione comune

La presente bozza di Piano strategico, denominata "**Mattinata Strategica**", è stata costruita tra il mese di novembre 2005 ed il mese di aprile 2006 per essere successivamente confrontata assieme ai principali soggetti istituzionali pubblici, delle forze economiche private, delle componenti culturali e sociali.

Il Piano è orientato da tre immagini che indicano in sintesi una coerente visione per il futuro:

- **Mattinata competitiva**
- **Mattinata intelligente**, città del fare e del saper fare
- **Mattinata responsabile**: l'intelligenza del futuro, la Qualità della vita e dell'accoglienza.

Tale visione verrà resa concreta con la consapevolezza che il massimo benessere per la comunità potrà essere conseguito solo grazie all'azione concordata di istituzioni pubbliche e forze private. Occorre proseguire il lavoro di squadra svolto dai rappresentanti delle diverse componenti della società e dell'economia mattinatarese che - con la regia della Direzione del Consorzio - hanno definito una analisi condivisa della situazione dell'area e consentito l'elaborazione del progetto articolato in linee strategiche, obiettivi e azioni.

Si tratta di un piano di sviluppo che il Consiglio di Amministrazione del Consorzio Matinum si propone di realizzare entro il 2009, passando per una revisione globale a metà percorso (maggio 2007) e con un continuo aggiustamento delle singole azioni da attuare.

Impegni da realizzare

I firmatari del Piano riconoscono la portata innovativa e l'utilità del percorso partecipativo compiuto.

Il primo impegno che essi si assumono è di consolidare questa positiva esperienza, offrendo il proprio sostegno di competenze e di indirizzo, al fine di consentire la piena realizzazione degli obiettivi e delle azioni indicate dal Piano Strategico.

I firmatari sottolineano la necessità e l'urgenza di promuovere lo sviluppo economico e sociale dell'intero territorio con particolare riferimento alle aree interne e non più soltanto di quelle prossime al mare.

A questo scopo, il secondo impegno assunto è di favorire subito la creazione di una “Conferenza dei Servizi”. Con questo impegno si intende realizzare il confronto paritario tra le istituzioni, verso una sempre maggiore ottimizzazione delle risorse ed equità nell'erogazione di servizi ai cittadini.

Il terzo impegno dei sottoscrittori è di continuare l'identificazione comune delle azioni più idonee ad attuare gli obiettivi stabiliti dal Piano ed eventualmente la definizione di nuovi obiettivi. Il Piano può dare a Mattinata il ruolo attivo che le compete, vista la favorevole posizione geografica, il potenziale turistico, la bellezza della sua storia e delle sue risorse ambientali e umane.

Il patto

I sottoscrittori di questo documento:

1. si riconoscono nell'obiettivo di dotare Mattinata di un Piano strategico, valido per indirizzare lo sviluppo di medio termine (2009), condiviso dalle forze istituzionali e sociali, sottoposto - per metodo – ad una continua validazione da parte dei soggetti firmatari;
2. prendono atto del lavoro che, in proposito, è stato svolto con la costituzione del Consorzio Matinum quale punto di partenza per il confronto – attuativo e progettuale – al quale essi si impegnano a partecipare;
3. si riconoscono in particolare nelle 6 linee strategiche di riferimento adottate dal documento:
 - I. promuovere e gestire un marchio collettivo;
 - II. costruire in modo partecipato e diffuso il governo del territorio;
 - III. sviluppare la formazione come risorsa strategica;
 - IV. promuovere imprenditorialità e occupazione;
 - V. promuovere Mattinata come centro di cultura, turismo, sport e benessere;
 - VI. migliorare la qualità urbana.

e condividono l'ipotesi di aggregare, intorno a queste linee, le idee di sviluppo della comunità locale;

4. si riconoscono nell'individuare il Consorzio Matinum come soggetto portante del Piano e di sostenerlo nella realizzazione delle seguenti attività/obiettivo:

- lo sviluppo di un centro di formazione professionale;
- l'attività di incubatore di nuove imprese;



- la valorizzazione e l'incremento del sistema museale e culturale in genere;
- lo sviluppo del sistema commerciale e turistico;
- l'attuazione dell'Agenda 21;
- la promozione regionale, nazionale ed internazionale del territorio.

6. condividono l'obiettivo di sostenere la metodologia del Piano Strategico con strumenti organizzativi agili e autorevoli, in grado di assicurare il collegamento permanente tra istituzioni, cittadini ed imprese;

7. esprimono la convinzione che la promozione dello sviluppo e un sistema economico competitivo sono condizioni primarie per vincere la disoccupazione, che le risorse professionali, materiali e culturali per trovare opportunità economiche e di lavoro devono essere diffuse nella popolazione, che le tendenze di emarginazione delle società contemporanee possono essere contrastate da una forte e costante azione solidale, che coinvolga tutti i soggetti attivi.

Firmato

Il Presidente del Consorzio Matinum

FRANCESCO PAOLO PRENCIPE

Il Sindaco di Mattinata

ANGELO IANNOTTA