

# Regione Marche

## STATI GENERALI DELLE PARI OPPORTUNITA'

### INTERVENTO POLITICHE E AZIONI INTORNO AL MEDITERRANEO

Contributo: IL TURISMO CULTURALE SI TINGE DI ROSA

Il riconoscimento della *Macroregione Adriatico Ionica* rappresenta un'opportunità di una portata straordinaria, della quale molti paesi e territori non hanno ancora capito i vantaggi, a cui non hanno dato il giusto peso né accordato la necessaria attenzione.

La Regione Marche, fulcro simbolico del bacino Adriatico, ha sostenuto fortemente il processo di costruzione della Strategia e deve ora trovare larga diffusione nei territori attraverso azioni mirate a sostegno del sistema economico-imprenditoriale, per lo sviluppo e la coesione sociale della Macroregione in un'ottica sempre più europea ed internazionale.

Per dare concretezza alla Strategia della *Macroregione Adriatico Ionica*, è importante che le Marche avviino la riflessione sul **Turismo Culturale** come asse trainante dagli effetti positivi su numerosi altri settori. La Strategia si compone, infatti, di quattro pilastri (Blue economy, Connettere la regione, Qualità ambientale, Turismo sostenibile) e due assi trasversali (Ricerca e innovazione, Capacity building).

In passato i pilastri e gli assi sopracitati sono stati prevalentemente declinati al maschile, perché l'opportunità di creare sviluppo e lavoro ha visto solo marginalmente emergere protagoniste di rilievo.

Lo sforzo dei territori deve invece sfruttare a pieno il potenziale rappresentato dalle donne, contribuendo in questo modo anche a raggiungere gli obiettivi sociali e di crescita economica fissati dall'Unione Europea.

Non lasciare indietro le donne significa beneficiare così di una spinta aggiuntiva per raggiungere i massimi risultati in tutti i campi. Non solo per la loro forza di volontà, ma soprattutto per le loro competenze, le donne non devono e non possono essere escluse.

La minore partecipazione delle donne all'economia e quindi anche alla *Macroregione Adriatico Ionica* rappresenta un investimento mancato per il paese, non è soltanto un'ingiustizia verso le donne.

Oggi non investire su questo grande capitale rosa, le loro competenze, le loro professionalità, è un errore per rimettere in moto l'economia del nostro paese.

La forza che viene dalle donne nel mondo è enorme e può determinare cambiamenti epocali e sarebbe miope non valorizzarla. Nelle Marche, la nostra Regione, non dobbiamo più tollerarlo.

Attraverso il *Turismo Culturale*, l'obiettivo strategico è quello di voler creare un effetto traino partendo da un settore in cui è più facile, rispetto ad altri, rafforzare nelle cittadine e nei cittadini delle Marche l'appartenenza ad una comune identità adriatica, che trova nel binomio Turismo-Cultura l'aspetto più evocativo. In questo senso anche l'individuazione del Distretto Culturale Evoluto della Regione Marche, e il relativo finanziamento di iniziative di respiro macroregionale già in corso, denotano lungimiranza nonché l'importanza assunta da tale

binomio come motore di sviluppo economico imprenditoriale, legato anche al settore delle industrie culturali e creative. Inoltre piattaforme tecnologiche per la ricerca e l'innovazione, la gestione di reti e cluster, infomobilità intermodale per l'area Adriatico Ionica e sistemi cloud per la mobilità e l'informazione, saranno il mezzo necessario per accrescere più rapidamente tale identità.

Per ottenere questo risultato, occorre sostenere la promozione e l'identificazione, a tutti i livelli, di una politica di Branding unitaria, condivisa, capace di rendere visibile e distinta la "*Destinazione Macroregione adriatico-ionica*" ai turisti europei ed internazionali. La Commissione Europea cita espressamente, nel Piano di Azione della Macroregione, l'esistenza di un marchio unitario identificativo dell'area.

In questa fase di attuazione della Strategia, compito delle istituzioni è ora quello di divulgare tale marchio ad ogni livello (istituzioni nazionali e locali, associazioni di categoria, enti pubblici, Camere di Commercio, Città, Università, tour operator, ecc.) e di accrescerne la notorietà. Costruire una adeguata politica di branding ha ulteriori vantaggi, consente di creare le basi per una eventuale candidatura di temi identificativi dell'Area nell'ambito del Programma del Consiglio d'Europa dedicato agli *Itinerari Culturali Europei*.

Determinante e cruciale per il successo della Strategia in termini progettuali sarà il coordinamento tra la Regione Marche e il Segretariato Permanente dell'Iniziativa Adriatico Ionica (IAI), nonché i tre Fora internazionali con sede ad Ancona (Forum delle Città dell'Adriatico e dello Ionio, Forum delle Camere di Commercio dell'Adriatico e dello Ionio, Rete delle Università Uniadriion), chiamati questi ultimi ad accompagnare lo sviluppo di questa comune identità con azioni progettuali concrete, da realizzare nell'ambito della cornice istituzionale IAI.

La sfida è intercettare i flussi turistici orientati verso altre destinazioni e Paesi del bacino ed orientarli, in modo costruttivo e coordinato tra territori, verso proposte di respiro macroregionale. Le diverse destinazioni, località, i singoli Comuni non devono più ragionare in contrapposizione tra loro, ma come partner dello stesso progetto. *Spalato, Dubrovnik* e così via devono diventare partner naturali per una città come *Ancona* nel lancio di proposte progettuali di comune interesse turistico-culturale. La sfida è far assumere a tutti i territori, e a tutti i livelli (cittadini, istituzioni, associazioni di categoria, ecc.) dei 236 Comuni delle Marche, la consapevolezza di essere in una Comunità Adriatica.

Dopo l'approvazione della Strategia da parte del Consiglio Europeo il 24 ottobre 2014 e la conferenza di lancio a Bruxelles nel novembre dello stesso anno, in occasione del Semestre Europeo di turno di presidenza italiana, il potenziale dell'Area è stato riconosciuto. Esiste. Ora bisogna iniziare a progettare una strategia che avrà successo solo se i soggetti prenderanno piena consapevolezza dell'obbligo del coordinamento, diventato ormai un vincolo costruttivo da rispettare.

La Regione Marche ha dalla sua parte, una posizione geografica favorevole che quasi prefigura un vero e proprio ruolo geopolitico strategico, ambito che sarà oggetto di futuri approfondimenti da parte del Gruppo di riflessione strategica sulle politiche e gli affari europei della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Con tutte le conseguenze che ciò comporta, in senso di autorevolezza ma anche di responsabilità, nonché in termini di crescita di turismo culturale legato, da un lato, ad incontri diplomatici del Segretariato Permanente IAI e, dall'altro, ad iniziative, non solo progettuali, realizzate dai tre Fora Adriatico ionici (Città,

Camere di Commercio, Università) che hanno la loro sede amministrativa nel capoluogo marchigiano.

Pronti a partire, con la consapevolezza che, in attesa che gli altri facciano le loro mosse, bisogna avviare al più presto i propri compiti a casa.  
Con la forza rosa in poppa.

*Ancona, 20 aprile 2015*

Manuela Bora

**Manuela Bora**, commercialista, laurea specialistica in Economia e Management delle Amministrazioni Pubbliche e delle Istituzioni Internazionali.

Candidata alle elezioni europee 2014 nella Circoscrizione Italia-Centrale.