

“ESSENTIA MARCHIGIANA”

Avviso per la selezione di progetti integrati volti alla riqualificazione e valorizzazione dei borghi storici presentati dai Comuni iscritti all’elenco di cui all’art. 3 della L.R. 29/2021

1. Si descriva **il contesto di intervento** evidenziando gli elementi di forza e le criticità in relazione alla dimensione turistica di riferimento per la Strategia.

L'olio di Cartoceto e il tartufo bianco di Acqualagna sono due prodotti che rappresentano il cuore della tradizione enogastronomica della provincia di Pesaro e Urbino e delle Marche, e considerati insieme come una straordinaria eccellenza del turismo enogastronomico e culturale. Entrambi i prodotti vantano riconoscimenti prestigiosi: l'olio extravergine di oliva di Cartoceto è l'unico olio DOP delle Marche, mentre il tartufo bianco di Acqualagna (Capitale del Tartufo) è uno dei tartufi più pregiati al mondo, è protagonista di una delle principali fiere nazionali del tartufo. Questi due prodotti sono profondamente legati alla storia e alle tradizioni dell'entroterra del territorio pesarese. L'olio di Cartoceto è il risultato di secoli di coltivazione degli ulivi in un microclima favorevole, mentre Acqualagna ha una tradizione secolare di ricerca del tartufo, una pratica tramandata di generazione in generazione. Promuovere questi prodotti significa anche promuovere il patrimonio culturale del territorio. Il progetto vuole elevare l'attuale turismo enogastronomico, per non limitarsi solamente alla degustazione di prodotti, ma cercando di creare esperienze autentiche. L'olio di Cartoceto e il tartufo bianco di Acqualagna offrono già l'opportunità di partecipare ad eventi tradizionali e di assoluta rilevanza nazionale, come la Fiera Nazionale del Tartufo Bianco di Acqualagna, mostre – mercato o Feste dell'Olio a Cartoceto, o le visite ai frantoi e alle tartufaie. Ciò che si mira a raggiungere è la combinazione dell'enogastronomia con la scoperta culturale e l'innovazione tecnologica-multisensoriale e allo stesso tempo creare un brand-destinazione da sfruttare a livello internazionale per promuovere l'unicità di questi due prodotti e, allo stesso tempo, valorizzare il territorio delle Marche. Si indica come possibile nome per il brand: ***"Essentia Marchigiana"***.

2. Si descriva **l'idea forza, il tematismo, gli obiettivi generali e le prioritarie linee di intervento** coerenti con l'analisi del contesto (Parte A e Parte B)

I Comuni di Cartoceto e di Acqualagna intendono promuovere un progetto integrato per la riqualificazione, valorizzazione e sviluppo dei borghi storici, rilanciando le attività economiche e turistiche legate alle produzioni tipiche, creando nuove opportunità lavorative. L'olio di Cartoceto e il tartufo bianco di Acqualagna rappresentano un'offerta enogastronomica e culturale di altissimo livello, capace di attrarre un turismo attento alla qualità, tradizione e sostenibilità, rendendo il territorio pesarese e marchigiano una meta imperdibile per chi desidera scoprire le eccellenze italiane. "Essentia Marchigiana" mira a diventare un brand-destinazione di riferimento che celebri e promuova la qualità di queste due eccellenze, creando una forte identità per attrarre l'interesse nazionale e internazionale. Il progetto prevede l'ideazione di un unico brand che unisca

WP1: Parco della Repubblica: Riqualficazione dell'area verde con la realizzazione di spazi adeguati ad accogliere gli stand per la manifestazione fieristica e realizzazione di una struttura permanente chiusa ed apribile, per ottenere la qualifica di manifestazione fieristica di rilevanza internazionale per l'attuale Fiera Nazionale del Tartufo bianco (requisito: almeno il 15% degli espositori che partecipano all'evento di provenienza estera). A tal fine il comune ha individuato nel Parco della Repubblica uno spazio adeguato ad accogliere i nuovi espositori, realizzando inoltre (nella sede dell'anfiteatro) una struttura coperta polivalente dotata di infrastrutture tecnologiche digitali che possa essere utilizzata per eventi, convegni, manifestazioni, corsi, attività per bambini, etc. non solo per la Fiera del tartufo, ma durante tutto l'anno. A supporto di quanto sopra, il teatro, situato in piazza a poche decine di metri dal parco sarà lo spazio ideale per eventi di maggiori dimensioni.

Per Cartoceto, si prevede un importante intervento per unire il Teatro del Trionfo (riqualificato come Polo Performativo Multisensoriale Nazionale, non sarà solo un luogo di spettacolo, ma anche un centro di ricerca multisensoriale dove le performance artistiche interagiranno con le eccellenze locali per creare esperienze immersive) e l'Arte Osteria in un polo multifunzionale capace di unire cultura, arte e gastronomia in un'unica esperienza sensoriale.

WP2: Arte Osteria: L'ex farmacia comunale, affacciata sulla Terrazza-Belvedere del borgo, sarà recuperata per diventare un luogo unico di unione tra gastronomia marchigiana e un approccio artistico e culturale. L'Arte Osteria offrirà una cucina basata sui prodotti locali e tradizionali di Cartoceto e Acqualagna (non solo olio e tartufo), ma sarà anche uno spazio di sperimentazione culinaria e artistica, dove la multi disciplinarietà sarà centrale. I visitatori avranno la possibilità di vivere un'esperienza che coinvolge tutti i sensi, avvicinandosi alla cultura locale attraverso il cibo e l'arte.

Linea B: Acqualagna.

WP1: Bando per riqualficazione attività economiche, enogastronomiche e turistiche, a vocazione culturale per favorire la crescita di tali attività e rendere, quindi, più attrattivo il territorio. In particolare, per favorire ed incrementare tutto l'anno iniziative culturali, turistiche e creare spazi polifunzionali dotati di tutte quelle tecnologie e di tutte quelle migliorie strutturali e di comfort per creare spazi poliedrici per le attività di convegnistica ed eventi enogastronomici, e organizzare ed ospitare qualsiasi tipo di evento o convegno o show che sia utile e funzionale alla collaborazione tra Cartoceto ed Acqualagna.

WP 2: Organizzazione di eventi enogastronomici e culturali all'interno della tendo-struttura, del Museo del Tartufo, del Cinema-Teatro. Al gestore degli eventi sarà demandata un'attività di promozione online (social, ads) e tramite canali offline. L'obbiettivo è quello di promuovere i prodotti tipici locali e sostenere quindi lo sviluppo economico-sociale del tessuto cittadino, favorendo il turismo.

Cartoceto:

WP3: Completamento dei lavori di ristrutturazione dell'Arte Osteria, concessione dello spazio, e sviluppo dell'attività economica e gestionale, legata alla valorizzazione dei due prodotti enogastronomici, e integrata ad esperienze culturali e artistiche.

WP 4: Cartoceto: il gelato, uno stile di vita: apertura di una gelateria artigianale. L'idea si fonda sull'uso di materie prime locali, la riscoperta di tradizioni dolciarie e il concept rivoluzionario CAMPI DI FRAGOLE BOX, che prevede una gelateria preallestita all'interno di

un negozio nel centro storico. Saranno proposti gusti ispirati alle tradizioni dolciarie locali, rivisitati in chiave moderna, per mantenere viva la cultura gastronomica del borgo.

WP5: Biker's Factory Cartoceto: creazione di un parco biciclette di diverse tipologie (MTB e GRAVEL) a pedalata assistita, da rendere fruibili ai residenti e turisti con il noleggio dei mezzi in forma autonoma o avvalendosi dell'organizzazione di tour con personale qualificato. I clienti avranno a disposizione tutto il materiale accessorio (casco, luci etc.) per la corretta e sicura utilizzazione delle biciclette. Si prevede anche un'officina per riparazioni e assistenza.

WP6: Sviluppo del Brand "Essentia Marchigiana": campagna di marketing e creazione di un logo per il brand dei due borghi, pubblicità online e offline.

4. Si descriva sinteticamente la capacità degli interventi di **attivare integrazioni tra misure di materie e ambiti di attività diversi** e costruire **una proposta organica** di rilancio che punti sul turismo in primis, ma anche sulle attività culturali e sulle realtà economiche, commerciali ecc... del borgo

Il progetto integra turismo, cultura ed economia locale sfruttando le eccellenze enogastronomiche dei due Borghi. L'idea di un brand unificato valorizza l'olio e il tartufo bianco, promuovendo una proposta turistica unica attraverso la creazione di un polo fieristico integrato e dedicato che attirerà un turismo più ampio e variegato e incrementerà anche il numero di presenze e la durata dei soggiorni, potenziando l'indotto economico per le attività locali. La riqualificazione del Teatro del Trionfo, dell'antica farmacia a Cartoceto, e la tendostruttura ad Acqualagna favoriranno lo sviluppo di spazi polifunzionali per eventi e attività culturali. Questi interventi attrarranno turisti e stimoleranno nuove opportunità lavorative turistico-culturali, mentre le iniziative di sostegno alle attività locali economiche-enogastronomiche e la creazione di nuove attività economiche garantiranno una crescita organica del territorio, collegando le due comunità in un circuito esperienziale sinergico.

5. (Eventuale) se il Comune/i partecipa (adesione formale) a **strategie d'area** (progetti integrati territoriali, Aree Interne, Leader, ecc.) nell'ambito di programmazioni in corso/recenti, coerenti con l'attuale strategia – descriverli sinteticamente

Entrambi i Comuni aderiscono al progetto territoriale "Itinerario della Bellezza" di Confcommercio Pesaro Urbino, volto a promuovere e valorizzare l'offerta culturale, ambientale ed enogastronomica della provincia. Gli obiettivi sono tutelare, promuovere e rilanciare il territorio, incentivando un turismo esperienziale e multidisciplinare tramite eventi culturali, musicali, artistici, enogastronomici e visite guidate, generando ricadute economiche positive. Cartoceto è parte dell'Associazione Nazionale Città dell'Olio, dell'Associazione Food Brand Marche e del progetto dei progetti Valli a Scoprire per promuovere enogastronomia e cultura. Acqualagna aderisce alla Strategia Nazionale Aree Interne Appennino Basso Pesarese Anconetano, con successi nei progetti Asili d'Appennino e Ciclo Appenninica Alte Marche (CAAM), ed è parte del GAL Montefeltro. Tali adesioni sono perfettamente coerenti con la strategia del progetto di promuovere le eccellenze enogastronomiche locali.

6. (Eventuale) **Presenza di accordi di collaborazione e Impegno alla stipula di accordi di collaborazione** (allegare accordi già stipulati) /lettere di adesione - si descrivano sinteticamente oggetto e finalità, e la loro sinergia con la strategia

Gestione del polo fieristico multisensoriale e digitale di Cartoceto e Acqualagna: Acqualagna-ETS Società cooperativa Opera per lo svolgimento delle attività gestionali del polo museale locale, OPERA si impegna nelle attività di programmazione culturale e scientifica (convegni, animazioni, mostre e pubblicazioni); il contratto di concessione del Cinema-Teatro con la Ditta "DNA Creativo di Ubaldini Danilo" per la programmazione, organizzazione e gestione della stagione cinematografica, delle attività musicali, concertistiche, coreutiche, danza e altre attività culturali, manifestazioni, convegni ed eventi; Cartoceto-UNIVP per la digitalizzazione e valorizzazione turistica e culturale del Patrimonio Architettonico, storico e museale del territorio del Comune di Cartoceto, in particolare del Teatro del Trionfo. Cartoceto, Acqualagna e Culture Lab per la creazione di un incubatore di imprese che operi anche nel settore della Sicurezza Agroalimentare. Cartoceto è socio fondatore della Fondazione Villa del Balì, gestore del Museo Balì – In pratica la scienza, che ha lo scopo di promuovere ed organizzare attività formative e collaborerà a rendere il Teatro del Trionfo il polo performativo multi-sensoriale, interattivo e digitale di riferimento della Regione Marche.

Tre lettere di intenti di privati del comune di Acqualagna e Cartoceto, disposti a investire e collaborare al progetto.

COFINANZIAMENTO MINIMO:

LINEA A

COMUNE DI CARTOCETO: 18.000 PROVENGONO DALL' INTERVENTO "Teatro del Trionfo - polo performativo multisensoriale nazionale", ai sensi Decreto Ministeriale 01 agosto 2022, n. 309 e l'accordo conseguente firmato per l'attuazione dell'intervento con Segretariato Regionale MiC per le Marche per trasformare il Teatro del Trionfo in un hub sensoriale che esplora spazio, vista, udito, olfatto, tatto e gusto.

COMUNE DI ACQUALAGNA: 12.000 PROVENGONO DAL BANDO ACCOGLIENZA ANNUALITA' 2025 PER L'ORGANIZZAZIONE DELLA 60esima fiera nazionale del tartufo bianco di Acqualagna.

LINEA B

COMUNE DI CARTOCETO: 15.500 PROVENGONO DA FONDI PRIVATI (BIKE E GELATERIA)

26.500 da fondi comunali: 10.000 destinati al completamento dei lavori dell'Arte Osteria e 16.500 finalizzati allo sviluppo economico-gestionale dell'Arte Osteria, per farla divenire un punto di riferimento per la promozione dei prodotti tipici locali e un hub culturale e artistico vivace.

COMUNE DI ACQUALAGNA: IL COMUNE HA INDIVIDUATO DUE PRIVATI INTERESSATI AD INVESTIRE NEL PROGETTO per un totale di 28.000 euro, che se si ritirassero saranno coperti da fondi comunali.

COFINANZIAMENTO PREMIALE

Impegnati lavori di progettazione per il Teatro del Trionfo determina 137.214,00 determina 215 del 21-11-23.

Ancora da impegnare LAVORI EDILI E DI RISTRUTTURAZIONE PER UN TOTALE DI 937.559,70 PER RIQUALIFICARE IL TEATRO DEL TRIONFO E RENDERLO POLO PERFORMATIVO MULTISENSORIALE, AI SENSI DEL DECRETO MINISTERIALE 01 agosto 2022, n. 309.

SEZIONE 2 - Descrizione dei singoli interventi compresi nelle diverse Linee di Azione Parte A del Progetto

n.	TITOLO	DESCRIZIONE
WP1	Realizzazione di una tendostruttura nel Parco della Repubblica di Acqualagna e riqualificazione dell'area verde.	Obiettivi: Creare uno spazio nel parco per ospitare eventi legati alla Fiera del Tartufo, con focus sull'internazionalizzazione, accogliendo espositori e visitatori da tutto il mondo. La riqualificazione dell'area verde mira a rendere lo spazio più attrattivo e funzionale, integrando la natura con strutture moderne per rafforzare l'offerta turistica e culturale, attrezzate con allaccio di corrente, acqua e quanto necessario alla perfetta messa in opera a norma di legge
WP2	Riqualificazione immobili per attività commerciali e turistiche (Arte Osteria)	Obbiettivi: Trasformare l'antica farmacia comunale in un'esperienza enogastronomica multisensoriale che unisce cibo, arte e cultura locale. Creare uno spazio dove si valorizzano i prodotti tipici di Cartoceto e Acqualagna, con un'esperienza culinaria che coinvolge tutti i sensi. Azioni: Ristrutturazione dell'antica Farmacia Comunale in Arte Osteria (Ristorante).

WP5	Biker's Factory Cartoceto	<p>Il progetto prevede un parco biciclette con MTB e GRAVEL a pedalata assistita, disponibile per residenti e turisti tramite noleggio o tour guidati. Un ufficio di accoglienza e un'officina garantiranno assistenza, mentre una struttura dedicata ospiterà i mezzi in sicurezza. Il parco promuoverà il turismo sostenibile, offrendo percorsi cicloturistici che valorizzano il patrimonio culturale e naturale, stimolando l'economia locale e migliorando la qualità della vita.</p>
WP 6	Creazione del brand essentia Marchigiana	<p>Obbiettivi: Sviluppare un'identità visiva coerente e attrattiva per "Essentia Marchigiana", che comunichi autenticità, qualità e sostenibilità; Creare un logo e un messaggio chiaro che rappresentino i valori del brand e i prodotti tipici locali. Descrizione: creazione e promozione del brand "Essentia Marchigiana", un marchio destinato a posizionare i due borghi come destinazioni di riferimento per il turismo enogastronomico a livello nazionale e internazionale.</p>

Liema A - Cronoprogramma annuale di spesa spese di investimento									
	intervento	2024		2025		2026		1^ semestre	2^ semestre
		2^ semestre	1^ semestre	1^ semestre	2^ semestre	1^ semestre	2^ semestre		
Linea di Azione - WP 1: Interventi per infrastrutture turistiche - Tendostruttura e riqualificazione dell'area verde di pertinenza - COMUNE DI ACQUALAGNA	1 Tendostruttura e impianti		€ 0,00	€ 0,00	€ 110.000,00	€ 0,00	€ 0,00		€ 0,00
	2 Riqualificazione dell'area verde		€ 0,00	€ 0,00	€ 5.000,00		€ 5.000,00		€ 0,00
Linea di Azione - WP 2: Riqualificazione immobili per attività commerciali e turistiche (Arte Osteria) - COMUNE DI CARTOCETO	1 Interventi infrastrutturali arte Osteria		€ 0,00	€ 0,00	€ 40.000,00		€ 70.000,00		€ 70.000,00

Totale
€ 110.000,00
€ 10.000,00
€ 180.000,00
€ 300.000,00

LINEA A - CRONOPROGRAMMA

[illegible]

Parte B Cronoprogramma annuale di spesa						
spese di investimento		spese di investimento				
intervento	intervento	2024		n 2025		n+1 2026
		2^a semestre	1^a semestre	1^a semestre	2^a semestre	1^a semestre
WP 1: micro-investimenti pubblico-privati: Bando di concessione contributi per le attività culturali del territorio (Aqualagna)	1 Bando concessione di contributi per le attività culturali	€ 0,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00
WP 3: Riqualificazione immobile per attività turistica arte osteria e concessione	1 Opere murarie	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 55.000,00	€ 55.000,00
	2 Infissi e opere impiantistiche	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 62.500,00	€ 62.500,00
WP 4: Cartoceto: il gelato, uno stile di vita	1 Opere murarie e/o impiantistiche	€ 0,00	€ 0,00	€ 9.000,00	€ 0,00	€ 0,00
	2 Macchinari, arredi e attrezzature	€ 0,00	€ 0,00	€ 21.450,00	€ 21.450,00	€ 0,00
WP 5: Biker's Factory Cartoceto	1 Opere murarie e/o impiantistiche	€ 0,00	€ 0,00	€ 33.439,00	€ 33.439,00	€ 0,00
	2 Macchinari, arredi e attrezzature	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 18.222,00	€ 0,00
	3 Investimenti digitali	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00

Parte B Cronoprogramma annuale di spesa						
spese correnti (limite max 30%)		spese correnti (limite max 30%)				
intervento	intervento	2024		n 2025		n+1 2026
		2^a semestre	1^a semestre	1^a semestre	2^a semestre	1^a semestre
WP 2: potenziamento dei servizi turistici - Gestione eventi ed attività culturali museo e tendostruttura di Aqualagna	1 Affidamento Gestione e organizzazione eventi	€ 0,00	€ 0,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 20.000,00
WP4: Cartoceto: il gelato, uno stile di vita	1 Attività di promo-commercializzazione	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 2.000,00	€ 0,00
	2 Personale e consulenze	€ 0,00	€ 0,00	€ 10.000,00	€ 0,00	€ 0,00
WP5: Biker's Factory Cartoceto	1 Personale e consulenze	€ 0,00	€ 0,00	€ 4.000,00	€ 0,00	€ 0,00
	2 attività di promocommercializzazione	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 1.000,00
WP 6: Creazione del brand essentia marchioiana	1 sviluppo strategia di marketing	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 15.000,00

n+2 2027		
1 ^{er} semestre	2 ^e semestre	Totale
€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 180.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 110.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 125.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 9.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 42.900,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 66.878,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 18.222,00
€ 1.000,00	€ 0,00	€ 1.000,00

n+2 2027		
1 ^{er} semestre	2 ^e semestre	Totale
€ 20.000,00	€ 20.000,00	€ 100.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 2.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 10.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 4.000,00
€ 0,00	€ 0,00	€ 1.000,00
€ 15.000,00	€ 0,00	€ 30.000,00

€ 147.000,00

LINEA B - CRONOPROGRAMMA

[illegible]

	OTT	NOV	DIC
X	X		X
X		X	X
X	X	X	X